Новосибирский Государственный Архитектурно-Строительный Университет (СИБСТРИН)

Кафедра экономики

строительства и инвестиций

**Бизнес-план**

**«Открытие кофейни «Золотая кружка»**

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.А.Насенников

Специальность 080502 "Экономика и управление на предприятии (в строительстве)", группа 554

Руководитель работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Анашкина

Работа защищена \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Новосибирск 2010

**Содержание**

[1. Резюме. 3](#_Toc280222615)

[2. Анализ положения дел в отросли 6](#_Toc280222616)

[3. План маркетинга 10](#_Toc280222620)

[4.Производственный план 11](#_Toc280222624)

[5. Организационный план 12](#_Toc280222625)

[6. Финансовый план 17](#_Toc280222628)

[Заключение 23](#_Toc280222630)

[Список литературы 24](#_Toc280222631)

1. **Резюме.**

Несмотря на то, что технопарки существуют более полувека, на данный момент не существует общепринятого их определения или устоявшейся классификации. Международная ассоциация технологических парков в начале 2002 года предложила следующее определение:

"Технологический парк - это организация, управляемая специалистами, главной целью которых является увеличение благосостояния местного сообщества посредством продвижения инновационной культуры, а также состязательности инновационного бизнеса и научных организаций. Для достижения этих целей технопарк стимулирует и управляет потоками знаний и технологий между университетами, научно-исследовательскими институтами, компаниями и рынками. Он упрощает создание и рост инновационным компаниям с помощью инкубационных процессов и процессов выведения новых компаний из существующих (spin-off processes). Технопарк помимо высококачественных площадей обеспечивает другие услуги".

Такое широкое определение технопарка имело своей целью объять все существующие в мире модели. Таким образом данное определение задает минимальный набор стандартов и требований для соискателя на звание "технологический парк". Международная ассоциация технопарков особо отмечает эквивалентность таких понятий как "технологический парк", "технопол", "технологический ареал", "исследовательский парк" и "научный парк". В Великобритании обычно используют термин "научный парк", в США - "исследовательский парк", в России - "технопарк".

Организации, призванные стимулировать создание технологических парков на своей территории определяют их более конкретно. Так, Инновационный совет Квинслэнда предлагает следующую формулировку:

«Технологический парк - это юридическое лицо, созданное для более адекватного использования научных и технологических ресурсов для улучшения экономической базы региона. Миссией технопарка является стимулирование регионального развития, деиндустриализации, а также упрощение реализации коммерческих и промышленных инноваций. Деятельность технопарка обогащает научную и/или техническую культуру региона, создает рабочие места и добавленную стоимость»

Некоторые исследователи помимо собственно технопарков выделяют также их подвиды:

- технологические инкубаторы,

- научные / исследовательские парки,

- технологические ареалы.

Технологические инкубаторы специализируются на коммерциализации научных и коммерческих разработок. Даже в случае финансовой независимости, как правило, располагаются в пределах существующего технопарка. Научные / исследовательские парки имеют более тесные, чем у технопарков, связи с университетами и в них концентрируются высокообразованные кадры и большие объемы наукоемких исследований. Технологические ареалы - это целый кластер взаимозависимых предприятий, работающих в общей и / или связанных отраслях, и расположенных в одном географическом регионе. Эти предприятия делят общую инфраструктуру, рынок труда и услуг и имеют дело со схожими возможностями и угрозами.

Существует несколько организационных форм, в которых успешно функционируют технопарки. Университет или НИИ могут быть единственным учредителем технопарка. Более часто встречается вариант, при котором парк имеет от 2 до 20 учредителей. Этот механизм управления значительно сложнее механизма с одним учредителем, однако считается более эффективным, особенно с точки зрения доступа к различным источникам финансирования. В случае нескольких учредителей формируется либо совместное предприятие, либо общество с ограниченной ответственностью. При этом вклад каждого из учредителей зависит от его ресурсов и обычно состоит в следующем:

вуз - передача технологий, земля, оборотный капитал;

местная администрация - земля, инфраструктура, гранты;

банк - капиталовложения, финансовая экспертиза, венчурный капитал;

промышленные предприятия - земля, инфраструктура, капиталовложения, экспертиза проектов.

Однако, вне зависимости от форм организации успешно функционирующий технопарк может внести существенный вклад в экономику региона за счет:

Стимулирования экономического роста региона

Диверсификации местной экономики, что делает ее более устойчивой

Развития успешных компаний малого и среднего бизнеса

Увеличение доходов местного бюджета.

За последние два-три года кофейни в России успели вырасти в социокультурное явление: в одночасье сложилась, как карточный домик, советская культура потребления кофе.

Напиток перестал, был просто утилитарным утренним стимулятором и стал спутником времяпрепровождения совершенно европейского типа: особая атмосфера, тихая музыка, десятки сортов кофе. Однако, помимо всего этого, кофейни являются бизнесом не только успешным, но и обладающим сегодня гигантским потенциалом развития. Никаких специальных исследований и оценок объема рынка кофеен до сегодняшнего дня не проводилось - в прессе проскакивала цифра в 10 миллионов долларов, но специалисты считают, что эти данные нужно умножать как минимум на два. Самое интересное, что порог входа на этот рынок и сейчас остается достаточно низким: в городе с более чем десятимиллионным населением, работает немногим более 100 кофеен.

Ассортимент будет состоять из нескольких видов кофе.

Потребность в средствах на оборотный капитал составляет 15% от стоимости основного капитала.

Для кофейни предполагается арендовать помещение размером 80 кв.м., расположенное по адресу: г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук 1/1, ТЦ

« МОЗАИКА», корпус - Б, 2 этаж. Данное место размещения очень удобно – один из крупных торговых центров г. Новосибирска, который ежедневно посещают сотни людей.

Фирма рассчитывает получить кредит в размере 301000 руб. В банке сроком на два года под 21% годовых.

Уверенность руководства в успешном развитии дел базируется на наличии большого количества потенциальных покупателей, для которых предназначена продукция фирмы.

Уровень квалификации специалистов предприятия обеспечит хорошее обслуживание покупателей.

Основными посетителями кафе будут покупатели, посещающие ТЦ « Мозайка» - люди среднего и высокого достатка, делающие покупки.

Уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшее кофе создадут прекрасную, незабываемую атмосферу и будут кстати людям, уставшим от процесса совершения покупок.

**2.Анализ положения дел в отросли**

**Местонахождение кофейни.**

Кофейня «Золотая кружка» находится по адресу фирмы: г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук,1/1. ТЦ «Мозаика»,

Помещение, занимаемое кофейней, будет взято в аренду по договору сроком на 5 лет.

Данное помещение не нуждается в реконструкции и ремонте, так как находится в новом корпусе, и по оценке специалиста имеет нормальное состояние.

Мы считаем, что это наиболее удачное место расположения, т.к. посетители торгового центра хотят не только совершить покупки, но и отдохнуть. Что может быть приятней после длительных поисков выпить чашечку горячего кофе.

# **Характеристика отрасли и вида деятельности.**

По результатам исследования потребительских предпочтений кофеен маркетингового агентства Step by step, около 30% опрошенных (посещающих кофейни) бывают в кофейнях несколько раз в месяц, 29% – почти каждый день, 20% – раз в неделю.  
Число тех, кто впервые зашел в кофейню, совсем невелико, около 3%. Это может означать, что круг любителей провести свое время в кофейне практически сложился.  
39% респондентов посещают кофейни в любое/разное время, 26% – вечером, 16% опрошенных – во время обеда. Утро же, как отдельный вариант ответа, оказалось на самом последнем месте (4%). Складывается впечатление, что для большинства жителей города кофейни не стали тем местом, куда можно забежать перед началом рабочего дня, чтобы выпить кофе. Они по-прежнему остаются неким элементом досуга. Кофе всегда ценили за ту бодрость и свежесть, которую приносит чашка этого божественного напитка. На мусульманском Востоке, где запрещено употребление спиртных напитков, кофе является обязательной составляющей любого праздничного стола. В России, несмотря на свободное употребление вина и более крепких напитков, кофе так же очень популярен. Сегодня рынок кофе в России можно считать еще не сформированным, про что говорят постоянные смены структуры и участников данного рынка. 2008 год был отмечен следующими факторами:

1. сокращение ассортимента продукции на рынке (операторы оставили в предложениях только наиболее популярные марки кофе);
2. уменьшение объемов продаж, что было связано с финансовым кризисом;
3. рост цен;
4. увеличение доли рынка отечественных производителей и дешевых фальсификатов.

Данные тенденции были связаны с увеличением мировых цен на кофе, финансовым кризисом в России, а также с налоговой и таможенной политикой.

Как мы видим, рост рынка кофе, несмотря на активность его участников, был задержан низкой покупательной способностью населения, кризисными явлениями на финансовом рынке и рядом "технических трудностей", связанных с ведением кофейного бизнеса. Согласно большинству экспертных оценок, общий размер рынка кофе за последний год увеличился в среднем на 11 – 15%.

# **Описание продукции**

Наше предприятие будет заниматься реализацией кофесодержащих напитков. Напитки, производящиеся нашей фирмой, будут иметь непревзойденное качество и неповторимый вкус. Исходя из проведенного социологического опроса, мы выбрали два самых популярных вида кофе.

Таблица 2.1 - Прейскурант цен

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование изделия | Цена, в руб. |
| Кофе «Капучино» | 100 |
| Кофе «Экспрессо» | 70 |

У кафе будет удобный режим работы, построенный таким образом, что уже с 9 часов утра (открытие торгового центра) посетители торгового центра выпить чашечку горячего кофе.

# **Анализ конкурентов**

В здании торгового центра находятся 3 предприятия общественного питания: кофейня «Золотая кружка», кафе «Каскад», бистро «Мираж».

Таблица 2.1 - Факторы конкурентоспособности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Факторы*** | ***«Золотая кружка»*** | ***Конкуренты*** | |
| ***Бистро «Каскад»*** | ***Кафе «Мираж»*** |
| ***Качество*** | Самый лучший кофе в городе. | Невкусный кофе, не всегда свежая закуска | всегда Пироги вкусные |
| ***Местонахождение*** | ТЦ «Мозаика», Ул. Дуси Ковальчук 1/1 | Ул. Дуси Ковальчук 2/2 | Ул. Дуси Ковальчук 12 |
| ***Уровень цен*** | Средний | средней | Выше средней |
| ***Ассортимент*** | Кофе, пирожное | Достаточно широкий | Около 5 видов выпечки |
| ***Репутация фирмы*** | Фирма новая | Сомнительная | Фирма известная, имеются постоянные клиенты |

Итак, из таблицы видно, что главными конкурентными преимуществами нашего проекта являются высокое качество, широкий ассортимент, высокий уровень сервиса, доступные цены, удачное месторасположение.

# **3. План маркетинга**

Торговый центр, в котором будет находиться кофейня «Золотая кружка», еще не сильно охвачен фирмами, оказывающими услуги питания, и конкуренции там почти нет. Торговый центр «Московский» в день посещает более 500 посетителей, тратящих на совершение покупки немалую часть своего свободного времени.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа кафе.

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость товара,

- цены конкурентов на аналогичные товары или товары-заменители,

- цену, определяемую спросом на данный товар.

Ценообразование в фирме будет строиться по принципу: цена должна покрывать все издержки. Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. Цены на блинную продукцию будут рассчитываться исходя из уровня спроса и издержек и целевой прибыли.

Немаловажным аспектом при открытии нового предприятия является реклама. В данном случае она будет заключаться в следующем:

- рекламный штендер внутри ТЦ в количестве 3 штук (около каждого входа) по 1,5 тыс. руб. Затраты на этот вид рекламы составят: 1,5 тыс. руб. \* 3 =4,5 тыс. руб.;

Итого: рекламные расходы – 4,5 тыс. руб. в год.

Самый же продуктивный вид рекламы - вторичная, передаваемая клиентом другим людям (родственникам, знакомым). Если клиент доволен работой кофейни, то он всегда придет еще и возможно не один.

**4.Производственный план**

Кофейня «Золотая кружка» располагает помещением площадью 70 кв.м по адресу ул.Дуси Ковальчук, 1/1. ТЦ «Мозаика». Договор аренды, заключаемый на 5 лет, включает в себя расходы по коммунальным платежам.

Поставщиками фирмы будут являться:

1. ОАО «Wintergreen tea&coffee», поставляющий кофе в зернах.
2. ООО «Сибирские продукты» - поставщик молока.
3. ООО «Сибирь контракт» - поставщик фасованного сахара.

Основным видом деятельности ООО « Золотая кружка» является реализация кофейных напитков.

Процесс реализации кофейных напитков состоит из следующих действий:

1. прием заказа;
2. приготовление напитка;
3. подача заказа.

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 2-3 минуты.

**Оборудование**

Для реализации продукции будет использоваться следующее оборудование:

Таблица 4.1 - Оборудование

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Наименование оборудования*** | ***Количество единиц,***  ***шт.*** | ***Цена за единицу,***  ***руб.*** |
| Кофе-машина | 1 | 21300 |
| Обмягчитель воды  (с фильтром) | 1 | 10000 |
| Кофемолка | 1 | 3000 |
| Кассовый аппарат | 1 | 4000 |
| Компьютер | 1 | 24000 |
| Барная стойка | 1 | 5000 |
| Стол | 40 | 2500 |
| Угловой диван | 7 | 8000 |
| Стулья | 100 | 1500 |
| Кофейные чашечки | 100 | 300 |
| Сплит-система | 1 | 12000 |
| Музыкальная система | 1 | 20000 |
| **ИТОГО:** | **-** | **435300** |

Ежегодный размер расходов на ремонт, эксплуатацию оборудования будет составлять – 5% от стоимости оборудования.

**Производственные мощности**

Предприятие при имеющемся оборудовании и персонале может реализовывать в день 100 порций «капуччино» и 70 порций «экспрессо», т.о. в год - 36000 кофе «капуччино», 25200 кофе «экспрессо». В год будет реализовываться 61200 чашечек кофе.

**Структура издержек**

В нашей кофейне предполагаются следующие виды издержек обращения:

* Затраты на закупку продукции,
* Арендная плата,
* Заработная плата персонала с ЕСН,
* Амортизация,
* Расходы на рекламу,
* Расходы на ремонт оборудования.

# 

# **5. Организационный план**

Кофейня «Золотая кружка» будет представлять собой общество с ограниченной ответственностью, вести свою деятельность на основании Гражданского кодекса РФ, принятого Государственной думой и одобренного Советом Федерации. Общество будет являться юридическим лицом и действовать на основе Устава, будет иметь собственное имущество, самостоятельный баланс.

Руководство деятельностью предприятия будет осуществлять директор.

***Директор***– является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По хозяйственной деятельности заключает договоры, открывает расчетный счет в банке, выдает доверенности.

Директор предприятия в соответствии с трудовым законодательством издает приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания. Образование высшее, опыт работы на руководящей должности от 3-х лет.

***Администратор*** – является материально-ответственным лицом, осуществляет прием сырья, оформляя при этом необходимые документы, организует розничную торговлю.

***Бухгалтер*** осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств.Онявляется материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов. Осуществляет учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Образование высшее, знание навыков бухгалтерского учета в торговле. Опыт работы от 2-х лет.

Рисунок 5.1 - Организационная структура кофейни «Золотая кружка».

# Директор

администратор

бухгалтер

уборщица

кассир

официант

# 

Численность производственного персонала будет определяться исходя из функциональной целесообразности. Система оплаты труда будет построена на основе должностных окладов и зависеть от величины фактически отработанного времени и достижения конечных результатов деятельности предприятия.

Таблица 5.1 - Численность персонала

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Специальность | Количество,  чел. | Заработная плата в месяц, руб. |
| Основной персонал | | |
| Кассир | 1 | 10000 |
| Бармен | 1 | 10000 |
| Вспомогательный персонал | | |
| Официант | 4 | 8000 |
| Уборщица | 2 | 6000 |
| Управленческий персонал | | |
| Бухгалтер | 1 | 15000 |
| Директор | 1 | 20000 |
| **Итого** | **12** | **99000** |

Режим работы ООО « Золотая кружка» с 9.00 до 21.00 часов.

Срок расчета бизнес – плана – 5 лет.

ООО « Золотая кружка» планирует продавать 61200 изделий каждый год

Таблица 5.2 - Выручка от реализации продукции

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Объем продаж:   * «капуччино» * «экспрессо» |  | 36000  25200 | 36000  25200 | 36000  25200 | 36000  25200 | 36000  25200 |
| Выручка от реализации (тыс. руб.):  -«капуччино»  -«экспрессо» |  | 3240  1764 | 3240  1764 | 3240  1764 | 3240  1764 | 3240  1764 |
| **Итого (в тыс. руб)** |  | **5004** | **5004** | **5004** | **5004** | **5004** |

Таблица 5.3 - Расчет материальных затрат

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значение | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.Норма расхода (в кг.)  -зерна кофе  -молоко  -сахар | 0,02  0,15  0,03 |  |  |  |  |  |  |
| 2.Затраты на весь выпуск (в кг.)  -зерна кофе  -молоко  -сахар |  | 1224  5400  1836 | 1224  5400  1836 | 1224  5400  1836 | 1224  5400  1836 | 1224  5400  1836 | 1224  5400  1836 |
| 3.Цены в руб. за кг.  -зерна кофе  -молоко  -сахар | 1200  15  21 |  |  |  |  |  |  |
| 4.Материальные затраты (в тыс.руб.)  -зерна кофе  -молоко  -сахар |  | 1468  81  39 | 1468  81  39 | 1468  81  39 | 1468  81  39 | 1468  81  39 | 1468  81  39 |
| **5. Итого материальных затрат** |  | **1588** | **1588** | **1588** | **1588** | **1588** | **1588** |

Таблица 5.4 - Расчет зарплаты и ЕСН (в руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значения | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 7 |
| Численность персонала:  - основного  - вспомогательного  - управленческого |  | 2  6  2 | 2  6  2 | 2  6  2 | 2  6  2 | | 2  6  2 |
| Зарплата:  - основного  - вспомогательного  - управленческого | 20000  44000  35000 |  |  |  |  | |  |
| Затраты на оплату труда в год:  - основного  - вспомогательного  - управленческого |  | 240000  528000  420000 | 240000  528000  420000 | 240000  528000  420000 | 240000  528000  420000 | 240000  528000  420000 | |
| **Итого зарплата персонала в год** |  | **1188000** | **1188000** | **1188000** | **1188000** | **1188000** | |
| ЕСН | 26 % | 308880 | 308880 | 308880 | 308880 | | 308880 |
| Зарплата с ЕСН |  | 1496880 | 1496880 | 1496880 | 1496880 | | 1496880 |

Таблица 5.5 - Расчет годовых амортизационных отчислений

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значения | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Стоимость группы основных фондов (в руб.):  - оборудования | 435300 |  |  |  |  |  |
| Итого основной капитал | 435300 |  |  |  |  |  |
| Норма амортизации:  - оборудования | 10% |  |  |  |  |  |
| Сумма амортизации оборудования |  | 43530 | 43530 | 43530 | 43530 | 43530 |

Необходимый размер инвестиций = 435300+15%\*435300 =435300+65295=500595 руб.

Таблица 5.6 - Издержки обращения (в тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Материальные затраты |  | 1588 | 1588 | 1588 | 1588 | 1588 |
| 2. Арендная плата |  | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| 3. Заработная плата основного персонала + ЕСН |  | 302 | 302 | 302 | 302 | 302 |
| 4. Заработная плата вспомогательного персонала + ЕСН |  | 665 | 665 | 665 | 665 | 665 |
| 5. Расходы на ремонт оборудования |  | 21,8 | 21,8 | 21,8 | 21,8 | 21,8 |
| 6. Заработная плата управленческого персонала + ЕСН |  | 529 | 240 | 240 | 240 | 240 |
| 7. Расходы на рекламу |  | 7,5 | 7,5 | 7,5 | 7,5 | 7,5 |
| **Итого операционные затраты** |  | **3472,3** | **3472,3** | **3472,3** | **3472,3** | **3472,3** |
| Амортизация |  | 43,53 | 43,53 | 43,53 | 43,53 | 43,53 |
| **Итого издержки обращения** |  | **3516** | **3516** | **3516** | **3516** | **3516** |

Таблица 5.7 - Расчет стоимости основных средств по годам с учетом износа

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Стоимость оборудования на начало года, руб. |  | 435300 | 391770 | 348240 | 304710 | 261180 |
| Остаточная стоимость оборудования на конец года, руб. |  | 391770 | 348240 | 304710 | 261180 | 217650 |

Таблица 5.8 - Расчет налога на имущество

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значение | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Среднегодовая остаточная стоимость основных средств, руб. |  | 413535 | 370005 | 326475 | 282945 | 239415 |
| Налог на имущество | 2,2% | 9097 | 8140 | 7182 | 6224 | 5267 |

# 

# **6. Финансовый план**

Финансовый план дает возможность оценить способность проекта обеспечивать поступление денежных средств в объеме, достаточном для обслуживания долга (или выплаты дивидендов, когда речь идет об инвестициях).

Таблица 6.1 - План прибыли и убытков (без кредита), тыс.руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значение | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Выручка от реализации |  | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 |
| Издержки обращения |  | -**3516** | -**3516** | -**3516** | -**3516** | -**3516** |
| Внереализацион-ные доходы |  | - | - | - | - | - |
| Внереализацион-ные расходы:  - проценты за кредит  - налог на имущество |  | -9,097 | - 8,14 | - 7,182 | - 6,224 | -5,267 |
| Налогооблагаемая прибыль |  | +1487 | +1487 | +1487 | +1487 | +1487 |
| Налог на прибыль | 24% | -356 | -356 | -356 | -356 | -356 |
| **Чистая прибыль** |  | **1130** | **1130** | **1130** | **1130** | **1130** |

Таблица 6.2 - Финансово инвестиционный бюджет (без кредита),тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 0 год | 1 год | | 2 год | | | 3 год | | 4 год | | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | | | 5 | | 6 | | 7 |
| 1.Операционная деятельность:  - выручка от реализации продукции  - внереализационные доходы  - операционные затраты  - налоги:  налог имущество  налог на прибыль  - проценты по кредитам | -  -  -  -  - | +5004  -  -3516  -9,097  -515,06 | | +5004  -  -3516  -8,14  -515,29 | | | +5004  -  -3516  -7,182  -515,52 | | +5004  -  -3516  -6,224  -515,75 | | +5004  -  -3516  -5,267  -568,22 |
| **Итого по разделу 1** | **-** | **964** | | **964** | | | **964** | | **964** | | **964** |
| 2.Инвестиционная деятельность:  - прирост постоянных активов  - прирост потребности в оборотном капитале | - 535,7  - 64,3 | |  | |  |  | |  | |  | | |
| Итого по разделу 2 | - 600 | | - | | - | - | | - | | - | | |
| 3.Финансовая деятельность:  - учредительный капитал  - привлечение кредитов  - акционерный капитал  - выплата долга по кредиту  - дивиденды | + 200 | |  | |  |  | |  | |  | | |
| Итого по разделу 3 | +200 | | - | | - | - | | - | | - | | |
| 4.Размер свободных денежных средств | -400 | | 964 | | 964 | 964 | | 964 | | 964 | | |
| 5.Накопленные свободные денежные средства | -400 | | +564 | | + 1428 | +2392 | | +3256 | | +4120 | | |
| 6.Потребность в средствах | 400 | | - | | - | - | | - | | - | | |

Таким образом, у ООО « Золотая кружка» имеет потребность в кредите в размере 400 тыс. руб. Планируется взять кредит на сумму 400 тыс. руб. на 2 года под 21% годовых с выплатой суммы долга равными долями в течение 2-х лет и начислением процентов за кредит с первого года.

Таблица 6.3 - План прибыли и убытков, (с кредитом) тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Значение | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Выручка от реализации |  | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 |
| Издержки обращения |  | -**3516** | -**3516** | -**3516** | -**3516** | -**3516** |
| Внереализационные доходы |  | - | - | - | - | - |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Внереализационные расходы:  - проценты за кредит  - налог на имущество |  | - 63,2  -9,097 | -31,6  - 8,14 | - 7,182 | - 6,224 | -5,267 |
| Налогооблагаемая прибыль |  | + 1416 | +1449 | +1456 | +1462 | +1467 |
| Налог на прибыль | 24% | -330,1 | -338,8 | -340,2 | -343,5 | -347,5 |
| **Чистая прибыль** |  | **1085,9** | **1110,2** | **1115,8** | **1112,5** | **11120,5** |

Таблица 6.4 - Финансово инвестиционный бюджет (с кредитом), тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.Операционная деятельность:  - выручка от реализации продукции  - внереализационные доходы  - операционные затраты  - налоги:  налог имущество  налог на прибыль  - проценты по кредитам | -  -  -  -  - | +5004  -  -3472,3  -9,097  - 499,8  - 63,2 | +5004  -  -3472,3  -8,14  - 507,7  -31,6 | +5004  -  -3472,3  -7,182  -515,52 | +5004  -  -3472,3  -6,224  -515,75 | +5004  -  -3472,3  -5,267  -568,22 |
| Итого по разделу 1 | - | **+1583,1** | **+1607,8** | +1632,5 | +1633,22 | +1799,36 |
| Продолжение таблицы 142.Инвестиционная деятельность:  - прирост постоянных активов  - прирост потребности в оборотном капитале | - 435,3  - 65,29 |  |  |  |  |  |
| Итого по разделу 2 | -600 | - | - | - | - | - |
| 3.Финансовая деятельность:  - учредительный капитал  - привлечение кредитов  - акционерный капитал  - выплата долга по кредиту  - дивиденды | +200  +400 | -150,5 | -150,5 |  |  |  |
| Итого по разделу 3 | +600 | -150,5 | -150,5 | - | - | - |
| 4.Размер свободных денежных средств | 1 | + 1583,1 | +1607,8 | +1632,5 | +1633,22 | +1799,36 |
| 5.Накопленные свободные денежные средства | 1 | +1584,1 | +3191,9 | +4824,4 | +6457,62 | +8256,98 |

Таблица 6.5 - Экономическая эффективность проекта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| Поступления денежных средств:  - выручка от реализации  - внереализационные доходы | -  - | +5004  - | +5004  - | +5004  - | +5004  - | +5004  - |
| Итого поступления |  | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 | +5221,65 |
| Платежи:  - налоги  на имущество  на прибыль  - операционные затраты  - инвестиционная деятельность | -  -  -  -600 | -9,097  -499,8  -2848,8 | -8,14  -507,7  -2848,8 | -7,182  -515,52  -2848,8 | -6,224  515,75  -2848,8 | -5,267  -568,22  -2848,8 |
| Итого платежи | -600 | -3357,7 | -3364,6 | -3371,5 | -3370,8 | -3422,3 |
| Чистый доход | - 600 | +1646,3 | +1639,4 | +1632,5 | +1633,2 | +1799,35 |
| Накопленный чистый доход | -600 | +1145,7 | +2785,1 | +4417,6 | +6050,8 | +7850,2 |
| Коэффициент дисконтирования (Е=13,5%) | 1 | 0,881 | 0,777 | 0,684 | 0,603 | 0,532 |
| ЧДД | -600 | +1009,4 | +2164,0 | +3021,6 | +3648,6 | +4176,3 |
| Накопленный ЧДД | -600 | +408,8 | +2672,8 | +5694,4 | +9343 | +13519,3 |

Накопленный чистый дисконтированный доход составляет +13519,3 руб., что больше 1, и следовательно проект прибылен, т.е. является эффективным.

**Срок окупаемости**

Важным показателем для оценки рисков является срок окупаемости. Срок окупаемости данного проекта составляет 1 год и 5 месяцев (с учетом инвестиционной фазы).

# **Оценка рисков**

При реализации данного проекта возможны следующие риски:

* коммерческие риски, связанные как с реализацией товара, так и с доставкой товара;
* риски, связанные с изменчивостью экономической и политической ситуации в стране.

Причинами возникновения рисков могут быть как недостаточное изучение рынка сбыта, недооценка конкурентов, так и падение спроса на товар.

Меры по сокращению риска:

* детальное изучение рынка,
* анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

**Внутренняя норма дохода (ВНД)**

Данный показатель определяет предельно допустимый уровень нормы дохода (Е) при условии покрытия всех платежей по проекту за счет поступлений.

ВНД = 64% > Е =13,5%, т.е. проект эффективен.

# **Заключение**

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по приемлемым ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа кафе.

Разработав данный бизнес-план, ясно, что открытие кофейни и занятие данным бизнесом является весьма прибыльным делом, и реализация проекта по открытию кофейни «Золотая кружка» является экономически целесообразным.

Просчитав все показатели можно сделать выводы, что данный проект является эффективным.

# **Список литературы**

1. Акуленок Д.Н. и др., Бизнес-план фирмы. М.,1997

2. Бизнес-план. Методические материалы. Издание второе,

дополненное. Под редакцией профессора Р. Г. Маниловского. 2000г.

3.Горемыкин В.А.,Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. М., 1997

4.Дмитриев Ю.А., Гутман Г.В., Краев В.Н. Бизнес - план/структура, содержание/. Методические указания к разработке - М: Финансы и статистика, 2000г.

5.Маниловский Р. Г., Бизнес – план, М., Финансы и статистика, 2001г.

6.Пелих А. С., Малые предприятия, М., Гардарика, 2001г.

7.Сборник бизнес-планов. Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация. Учебно-практическое пособие. Под общей редакцией академика В. М. Попова, 2001г.

8.Уткин Э. А., Бизнес – план, М., Тандем, 2002г.