

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ  
«КОЛЛЕДЖ СФЕРЫ УСЛУГ № 10»

**Разработка элементов бизнес-план организации кафе с необычной подачей  
готовой продукции и заменой искусственных сахаров на натуральные,  
молоко на безлактозное в г. Тула**

Выполнила

Воробьева Е.А., группа ЗПКД1-11/1

Научные руководители:

Назар М.М. преподаватель ГБПОУ КСУ №10

Соискатель кафедры организации производства

Каратаева О.Г., к.э.н., Доцент кафедры  
экономической безопасности и права

## **Оглавление**

- 1. Введение**
- 2. Определение особенностей и концепция**
- 3. Производственный план**
- 4. Перечень оборудования и техники**
- 5. Описание рынка сбыта**
- 6. Маркетинговая стратегия и план продаж**
- 7. Факторы риска**
- 8. Вывод**
- 9. Список литературы**

## **Введение**

На данный момент в нашем мире существует огромное количество различных кафе и ресторанов с разной кухне и тематикой, но к сожалению эти заведения находятся в крупных городах. В малых городах очень мало заведений, которое понравиться потребителю и заставит его приходить в это место снова и снова. Обычно люди в регионах не ходят в кафе и рестораны в таком объёме как в крупных городах, им просто не нравятся эти заведения. Также многие не знают, что у них есть непереносимость лактозы. Примерно у 48% Россиян есть ген, который не позволяет правильно разделять лактозу на более легкие ее фрагменты. И как можно заметить человек употребляет очень большое количество искусственного сахара в день, который у определенного числа людей тоже не правильно усваивается, потому что за это уже отвечает инсулин, который и поддерживает в нашем организме среднее значение сахара в крови. Давайте рассмотрим бизнес-план для кафе в маленьком городе. В концепцию кафе будет входить Безлактозное молоко (как основное), заменители искусственного сахара на более натуральные его аналоги и удобство подачи продукции для потребителя. Удобство будет заключаться в том, чтобы было удобно брать с собой на подобию «ланч-бокса» и жестяных банок. Также вся продукция будет порционной т.к. очень неудобно брать

тортик на 8 человек, когда покупателю столько не надо. «Мы за удобство и комфорт»

### **Этап 1. Определение особенностей и концепта.**

**Бизнес кофеен легче всего дается трем категориям людей:**

- Ценители кофе
- Ценители кофейной атмосферы
- Ценители вкуса сладкого

Это закономерно: целевая аудитория кофеен идет туда либо за особой атмосферой, либо за необычным вкусом кофе и десертов. Если акцент делается на напитке и еде, то отбор зерна, сырья и мастеров его приготовления – основная задача предпринимателя. С интерьером возможны варианты: все больше кофеен работают в режиме take away. А вот вкус кофе и десертов точно не заменить ни удобным расположением, ни приятным оформлением, ни интересными мероприятиями.

### **Выбор места**

Вопреки разному мнению, место не играет ключевой роли в успехе заведения. Пожалуй, каждый сможет припомнить кофейню вдали от центра в полуподвальном помещении, в которой, тем не менее, всегдалюдно и которая у всех на слуху. Место встречи любителей кофе – это тот случай, когда заведение красит место. Тем не менее, с расположением стоит определиться до начала написания бизнес-плана.

### **Резюме проекта**

**Идея:** Создания заведения общественного питания, ориентированного на любителей кофе и «сладостей» со средним достатком. Необычная подача готовой продукции. Замена искусственных сахаров на натуральные и использование безлактозного молоко

**Концепт:** Удобная подача чтобы можно было брать с собой

**Организационная форма:** ООО

**Целевая аудитория:**

[illegible]

Подбор поставщиков														
Переговоры с поставщиками														
Заказ продуктов														
Подготовка помещения														
Поиск помещения														
Обсуждение условий аренды														
Заключение договора														
Разработка дизайна помещения														
Проектирование вентиляции														
Косметический ремонт помещения														
Монтаж вентиляции														
Покупка оборудования, мебели, посуды														
Монтаж оборудования														
Продвижение проекта														
Вывеска														
Сайт														
Страница VK														
Канал в Telegram														
Реклама а сообществе VK														
Печать полиграфии														
Раздача листовок														
Открытие														

Выбрав нишу, необходимо сформировать свое уникальное торговое предложение УТП, т.е. то, что позволит привлечь лояльных клиентов в достаточном количестве. В качестве УТП может быть:

- если наш десерт окажется не в вашем вкусе, мы вернем вам деньги,
- торты с вашими надписями и рисунками,
- принеси свою тару и получишь скидку

- приведи друга
- скидка студентам

В данном проекте рассматривается кафе-кондитерская полного цикла.

**Меню будет включать такие разделы:**

Торты (целые и кусочками) – 5 позиций

Десерты(безе, муссы) – 2 позиции

Рулеты – 3 позиции

Выпечка (булочки, пирожки, круассан) – 7 позиций

Печенье – 3 позиции

Сладости из разных стран – 5 позиций

Чай (холодные и горячее) – 5 позиций

Фруктовые чаи – 5 позиций

Кофе (холодное и горячее) – от 10 позиций

На составление меню нужно выделить отдельную статью расходов в бюджете. Стоимость разработки 1 блюда со специалистом оценивается в 1000-3000 руб. в зависимости от уровня профессионализма повара-технолога. На этом этапе разрабатывается рецептура блюда, отрабатывается технология его изготовления и составляется технико-технологическая карта, с помощью которой повара, кондитеры смогут готовить, получая ожидаемый результат.

Помните, кофейня – это, в первую очередь, атмосфера, во вторую – кофе, и только в третью – все остальное. Безусловный приоритет меню кофейни должен быть отдан кофе.

Подача десертных изделий и напитков будет в удобном и необычном формате:





Кафе с залом на 32 посадочных мест планирую разместить в помещении площадью не менее 110 кв. м. с выделением следующих зон:

Кухня с зонами: мучной цех, холодный цех, мойка	31 кв.м.
Склад сырья и готовой продукции	9 кв.м.
Зал для посетителей на 32 посадочных мест с витриной десертов и кассой	40 кв.м.
Помещение для персонала(для переодевания и отдыха)	7 кв.м.
Офис управляющего персонала	9 кв.м.
Хозяйственный блок (хранение отходов, моющих средств, инвентаря и пр.)	5 кв.м.
Туалет для персонала	3 кв.м.
Туалет для посетителей	6 кв.м.
Итого:	110 кв.м.

На практике поиск подходящего для общепита помещения может занимать до трех месяцев. Если спустя это время подходящее место не нашлось, возможно, стоит пересмотреть концепцию.

Чтобы проект окупился менее, чем за два года, вкладываться можно только в косметический ремонт, мебель, съемные элементы дизайна (то, что сможете увезти с собой или продать).

Поскольку концепция кафе предполагает продажу «на вынос» с дизайнером нужно обговорить такое решение в интерьере, чтобы очередь у кассы не мешала посетителям в зале.

## **Этап 2. Производственный план**

К помещению кафе предъявляются серьезные требования:

- Хорошая шумоизоляция (шум и вибрация от работающего оборудования не должны превышать установленные нормативы);
- Нельзя размещаться в подвальных помещениях;
- Должно быть обеспечено подключение ко всем необходимым сетям: электрическим, водоснабжения, водоотведения. Вентиляция должна быть отдельная;
- Место выгрузки товара не должно совпадать с подъездами, если идет речь о жилом доме;
- Должно быть два входа (для посетителей и служебный).

При открытии кафе должны быть заключены договоры обслуживания по следующим направлениям:

- вывоз твердых бытовых отходов (если помещение не подключено к системе очистке сточных вод, то дополнительно заключается договор на вывоз жидких отходов),
- утилизация приборов и материалов, содержащих ртуть (если такие используются),
- утилизация продуктов,
- дезинфекция и дератизация,
- обслуживание вентиляции и пожарной сигнализации,
- проведение мед. осмотров,
- услуги прачечной,



- проведение лабораторных исследований (анализы воды, воздуха, радиации, уровня шума и пр.).

Решение многих вопросов в работе кафе можно либо значительно облегчить, либо полностью автоматизировать с помощью внедрения CRM:

- складской учёт (контроль остатков, инвентаризация, документооборот),
- аналитика (выручка за нужный период времени, выручка по официантам, рейтинг продаж блюд и напитков, средний чек и др.),
- расчеты с клиентами (наличными, картой банка, бонусами и пр.),
- программы лояльности (акции, скидки, бонусы и пр.),
- контроль (уведомления о подозрительных операциях) и др.

Сегодня существует более 10 удобных сервисов адаптированных для кафе (Quick Resto, Fusion POS, «СБИС Престо», R\_keeper, Iiko и др.). Стоимость годового обслуживания зависит от количества предоставляемых услуг, иногда численности персонала и составляет 15 000 - 30 000 руб.

### Этап 3. Перечень оборудования и техники

Перечень оборудования и техники, планируемый к закупке, для обеспечения работы кафе:

Позиция	Количество	Стоимость, руб.
<b>Оборудование кассы</b>		
Онлайн касса	1	30 440
Телефон	1	3 108
Витрина	2	68 000
Холодильная витрина	2	172 000
Кофемашина	1	160 000
Кофемолка	1	18 000
Льдогенератор	1	7 848
Автоматическая машина для закатывания напитков	1	30 000
Кассовый стол	1	13 000
Стол для кофемашины	1	10 000
Стул для персонала	1	1 300

Барный холодильник	1	5 000
Барный инвентарь	1	4 338
Роутер для интернета	1	3 390
<b>Зал для посетителей</b>		
Стол для посетителей 4-х местный	2	7 000
Стол для посетителей 2-х местный	2	5 000
Стол для кресел и диванов	3	5 097
Вешалка для одежды	4	8 000
Кресло	4	16 800
Диван	2	12 700
Стул	12	28 200
Столешница	2	13 200
Барный стул	10	20 000
Элементы декора	1	10 000
<b>Оборудование кухни</b>		
Холодильный шкаф	1	35 000
Морозильный шкаф	1	35 000
Плита	3	22 950
Моечная ванна	2	15 904
Посудомоечная машина	1	48 000
Вытяжка	2	11 110
Стеллаж	3	20 775
Шкаф пекарский	2	64 000
Кастрюля	15	6 000
Сковорода	5	2 500
Гастрономические емкости	20	7 600
Столовая посуда	35	16 450
Противень	10	9 880
Инвентарь	15	15 000
Весы	2	13 768
Миксер	1	8 149
Тестомес	1	39 154
Слайсер	1	9 954
Соковыжималка	1	2 697
Формы для выпечки	20	5 000
Производственный стол	4	16 000
Система видеонаблюдения	1	1 658
<b>Склад сырья и готовой продукции</b>		
Стеллаж	3	21 402
Холодильная камера	1	30 660
<b>Оборудование помещения для персонала</b>		
Стол	1	1 500
Стулья	5	7 000

Диван	1	4 000
Шкаф	1	7 965
<b>Туалет для посетителей</b>		
Комплект инсталляция с унитазом	2	21 900
Ершик для унитаза	2	370
Раковина со смесителем и тумбой	2	13 899
Сушилка для рук	1	1 388
Дозатор для мыла	2	1 300
Держатель для бумаги	2	1 030
Зеркало	1	5 000
<b>Туалет для персонала</b>		
Унитаз	1	2 500
Раковина со смесителем	1	1 300
Сушилка для рук	1	1 388
Дозатор для мыла	1	650
Зеркало	1	702
<b>Офис управляющего персонала</b>		
Стол	2	3 000
Кресло	2	3 000
Компьютер	2	10 000
Стеллаж	1	1 300
<b>Хозяйственный блок</b>		
Шкаф	1	1 500
Стиральная машина	1	15 927
Сушилка для белья	1	1 000
<b>Итого</b>		<b>1 215 351</b>

## Формирование штата кофейни

### Организационная структура:

При открытии кафе можно зарегистрировать ИП или ООО, обе формы допустимы. Затраты на регистрацию (госпошлина) ИП составят 800 руб., ООО – 4000 руб. Преимуществом ООО в данном случае является возможность масштабирования бизнеса с помощью франшизы.

Оптимальной системой налогообложения будет УСН «Доходы минус расходы 15%». При такой системе очень важно документально подтверждать все расходы. Если вы не можете документально подтвердить 80% своих расходов и больше, то лучше выбрать вариант УСН «Доходы 6%».

сотрудники	Премия (% от выручки)	Оклад (рубли)	Количество сотрудников	Сумма (рубли)	Средняя з/п в месяц
Кассир-бариста	1,5%	25 000	2	50 000	54 026
Повар	1,5%	35 000	2	70 000	64 026
Посудомойщик	0,5%	20 000	2	40 000	29 675
Уборщик	0,5%	20 000	1	20 000	29 675
Технолог	1,5%	50 000	1	50 000	79 026
Страховые взносы				69 460	
Итого			8	299 460	

#### Этап 4. Описание рынка сбыта

В ресторанном бизнесе можно проследить четкую сезонность: **январь** благодаря каникулам - оживленный месяц и залы кафе и ресторанов заполняются до 80%, а в некоторые популярные заведения попасть без предварительной брони достаточно проблематично. **Февраль** месяц со средней заполняемостью, за исключением праздничных и предпраздничных дней. В **марте** аналогичная ситуация. **Апрель** месяц спокойно-стабильный, люди начинают больше гулять, проходимость увеличивается, а с ней и число посетителей у кафе и ресторанов. В **мае** начинается пора отпусков, которая продолжается до **сентября**, посещаемость значительно увеличивается благодаря местным отдыхающим гражданам и туристам. В **сентябре** население озабочено консервацией дач к зиме и сборами детей в школу, поэтому трафик падает. Также с наступлением холодов людям важно привыкнуть к новым погодным условиям, чтобы опять начать гулять. В **октябре-ноябре** посещаемость достигает апрельского уровня, увеличиваясь в **декабре** до уровня января.

**Учитывая эти факторы, необходимо детально продумать маркетинговую политику:**

- рекламные акции,
- регулярное обновление меню: сезонное изменение, выведение неудачных позиций, обновление дизайна популярного блюда,

- летняя веранда,
- детская игровая зона,
- мастер-классы и пр.

### **Этап 5. Маркетинговая стратегия и план продаж**

**План маркетинговых мероприятий должен включать следующие этапы:**

- Разработка одностраничного сайта, создание и наполнение страниц в социальных сетях;
- Подготовка фотоматериалов, печать полиграфии (листовки, меню);
- Разработка дизайна, изготовление и монтаж вывески;
- Платные публикации в социальных сетях и СМИ;
- Раздача листовок промоутерами;
- Праздничное украшение кафе-кондитерской в день открытия.
- Дегустации;
- Организация службы доставки заказов клиентам через специальные сервисы.

### **Важно учитывать два фактора:**

- Ключевая часть маркетинга HoReCa – внутренний, а не внешний маркетинг;
- В кофейной индустрии рынок также активно влияет на поведение аудитории, как и поведение аудитории влияет на рынок.

Систему лояльности необходимо выстраивать на основе анализа данных о посещаемости, предлагая скидки в менее загруженные часы. Такой анализ делают практически все CRM системы.

### **Даже очень хорошее меню необходимо регулярно обновлять:**

- с учетом сезонности и модных трендов,
- изменяя дизайн популярных блюд.

Позиция	Кол-во	Сумма,итого
Изготовление вывески наружной	1	50 000
Разработка веб-сайта	1	35 000
Разработка полиграфических материалов и их печать	4 000	20 000
Реклама в местных социальных медиа	1 кампания	200 000
<b>Итого</b>		<b>405 000</b>

Таковы стартовые расходы на маркетинговые нужды.

#### **Финансовый план:**

- помещение арендуется на длительный срок, необходим только косметический ремонт;
- система налогообложения УСН «Доходы минус расходы 15%»;
- максимальная посещаемость 10 человек в час, средний чек 350 руб;
- торговая наценка 200%;
- все расчеты произведены в постоянных ценах;
- режим работы кафе-кондитерской – 16 часов в сутки без выходных;
- расчет выручки учитывает сезонный фактор:
  - январь – март – 1.1,
  - апрель – 1,
  - май – 0.9,
  - июнь – август – 1,
  - сентябрь – 0.8,
  - октябрь – декабрь - 1.

#### **Инвестиционные затраты:**

Инвестиции на открытие	
Регистрация ООО	4 000
Дизайн-проект помещения	24 000
Ремонт (косметический)	200 000
Закупка оборудования	1 215 351

Вывеска	15 500
Разработка меню и ТТК	87 500
Спецодежда	15 388
Рекламные материалы	62 000
Лабораторные исследования	20 000
CRM для учета и записи клиентов (обслуживание на год)	23 940
Аренда помещения	40 000
Прочее	150 000
<b>Итого</b>	<b>1 857 679</b>

### **Постоянные расходы в месяц:**

Позиция	Сумма
Аренда	40 000
Комм. Платежи(средн.)	35 000
Закупка сырья и расходного материала	65 000
Аутсорсинг бухгалтерии, охраны, услуги клининга	30 000
Реклама	50 000
ФОТ	299 460
<b>Итого</b>	<b>519 460</b>

### **Этап 6. Факторы риска**

Риски в работе кафе-кондитерской можно разделить на несколько категорий: производственные, коммерческие, финансовые, законодательные.

#### **Производственные риски:**

- Перебои в поставках сырья, низкое качество. На этот случай необходимо иметь резерв денежных средств, который позволит приобрести необходимые продукты или материалы, а также список поставщиков, взаимозаменяющих друг друга. Ведите четкий график закупок с указанием контрольных точек, показывающих время пополнения запасов с небольшим резервом. Сегмент рынка, к которому относится кафе, накладывает высокие требования к качеству сырья. Если оно ниже необходимого, то блюдо не получится, сырье будет списано, кафе понесет убытки. На практике кондитеры часто сталкиваются с перемороженными сливками: их сложно отличить «на глаз», документы

на такую продукцию могут быть в полном порядке, но они плохо взбиваются или не взбиваются совсем. При таком форс-мажоре возникают сбои в производстве, клиенты не довольны, а поставщик может отказаться принимать возврат. В этом случае единственный выход, если не меняете поставщика, то в следующий раз проверяйте качество при нем.

- Покупка неподходящего оборудования, поломки.

Приобретать оборудование необходимо после выбора блюд основного меню совместно с технологом. В этом случае риск купить лишнее и неподходящее снижается, но не исключается полностью. Многие эксперты отмечают, что проработав некоторое время на кухне, принимали решения о замене исправного оборудования: меняли виды, производителей, модели, схему расстановки. Нужно быть к этому готовым морально и финансово (иметь резерв средств). Поломки предотвратить нельзя, но если своевременно проводить техническое обслуживание, их вероятность значительно сократиться. Старайтесь чаще напоминать сотрудникам о бережном обращении с техникой.

- Высокий процент продукции к списанию. Необходимо назначить ответственного за сроками годности готовой продукции и до его истечения предлагать покупателям скидки 30-40%. Производственные риски

### **Коммерческие риски:**

- Неудачный выбор помещения и концепции. Выбирая помещение, необходимо вживую понаблюдать за трафиком в течение дня, недели. Посмотреть направление потоков прохожих. Например, в рассматриваемом микрорайоне может быть высокий трафик, но при этом люди обходят ваше помещение стороной из-за плохой дороги с большими лужами в непогоду. Посмотрите на специальных сервисах (например, Бизнес-навигатор МСП) есть ли ваши конкуренты в выбранном месте. Полное их отсутствие должно



насторожить. А, если их много, то больше внимания следует уделить разработке УТП, чтобы выгодно отличаться и быть заметным.

- Открытие прямого конкурента по соседству. Вероятность такого события достаточно велика, особенно, если ваши дела идут хорошо. Отслеживайте происходящее вокруг вас. Изучайте сильные стороны конкурента, подумайте, что вы можете в свою очередь предложить посетителям. По возможности обновляйте элементы дизайна помещения, чтобы не наскучить постоянным клиентам, обновляйте меню.

- Низкая посещаемость. Трафик необходимо оценивать на этапе выбора помещения. Если он хороший, а посещаемость кафе низкая, следует пересматривать маркетинговую стратегию (корректировать систему лояльности, изменять меню, предлагать бонусы клиентам за приглашение друга и пр.). Если трафик низкий, можно попробовать предложить такое УТП потенциальным посетителям, что они захотят приехать именно к вам даже из другого района города.

### **Финансовые риски**

- Маленький средний чек. Одним из вариантов решения может стать мотивация официантов к продаже сопутствующих блюд. Важно не просто принимать заказ, а рассказывать об особенных предложениях сегодня, предлагать попробовать новинки. Если маленький средний чек связан с низкой платежеспособностью клиентов, то нужно пересмотреть концепцию. Например, больше сосредоточиться на работе с доставкой.

- Низкая рентабельность. При работе в общественном питании важно оптимизировать бизнес-процессы и четко отработать технологию производства, тогда значительная часть издержек будет ликвидирована. Детально пересмотреть закупки: зачастую можно найти достойные более дешевые аналоги без потери качества.

- Рост цен у поставщиков. Мониторинг закупочных цен должен стать регулярным делом, «операционной рутинной». Если один поставщик

цены поднял, возможно, это еще не связано с общерыночной ситуацией и есть надежда найти другого.

### **Законодательные риски**

- Увеличение налогов и сборов. К сожалению, подобные нововведения не редки. На этот случай следует иметь подушку безопасности, чтобы продержаться несколько месяцев для обдумывания планов и принятия необходимых управленческих решений. Вместе с бухгалтером составьте финансовую модель на основе фактических показателей действующего бизнеса, которая поможет увидеть перспективы.

- Принятие законов, ограничивающих деятельность кафе. Безвыходных ситуаций не бывает. Даже во времена локдауна и ограничений из-за COVID-19 большая часть кафе-кондитерских выстояла, сосредоточившись на доставке, реализуя продукцию «на вынос». Главное быть гибким и перенимать успешный опыт коллег-конкурентов.

### **Вывод**

1. Сумма первоначальных инвестиций составляет 1 857 679
  2. Срок окупаемости составляет от 5 месяцев
  3. Планируемая ежемесячная прибыль 398 540 рублей или 4 782 480 рублей в год
  4. Общий доход от продаж 5 811 480 рублей
  5. Рентабельность продаж  $4\,782\,480 / 1\,857\,679 * 100\% = 257\%$
  6. Норма дисконта – 13%
  7. Барьерная ставка – 10%
  8. Чистая приведенная стоимость:  
 $(4\,782\,480 / 1,13) - 1\,857\,679 = 2\,374\,604.18$   
 $(4\,782\,480 / 1,1) - 1\,857\,679 = 2\,490\,030.09$
- Положительное значение говорит, что проект принесет прибыль.

9. Индекс рентабельности инвестиций  $(4\,782\,480/1,13)/1\,857\,679 = 2.27$

Значение больше единицы, что говорит о финансовой привлекательности проекта.

10. Внутренняя норма прибыли

$$4\,782\,480/(1+IRR) - 1\,857\,679 = 0$$

Откуда  $IRR = 35\%$

11. Дисконтированный период окупаемости

$$1\,857\,679/(4\,782\,480/1,13) = 2,3 \text{ месяцев}$$

Проект может окупиться довольно быстро.

Таким образом, все показатели оценки эффективности инвестиционного проекта показывают, что вложения в него будут эффективными и принесут прибыль.

### **Список литературы**

1. Продукты не для всех: 48% россиян склонны к непереносимости молока (<https://russian.rt.com/russia/article/373150-neperenosimost-moloko-alkogol-glyuten-rossiyane>)
2. Пример кафе (<http://www.blessroll.com/ice-menu.html>)
3. Применение природных и синтетических подсластителей в пищевой продукции (<https://scienceforum.ru/2016/article/2016019209>)
4. Nielsen исследовал статистику посещаемости кафе и ресторанов (<https://www.retail.ru/news/kto-iz-riteyla-popal-v-spisok-forbes>)
5. Изменения среднего чека в кафе (<https://kontur.ru/press/news/analitica/2022/4/8287>)