

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, должность
проф.

_____ И.О. Фамилия
« ____ » _____ 2019г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н.,

_____ И.А. Баев
« ____ » _____ 2019г.

Разработка бизнес-плана проекта Кафе-кондитерской
«Кафе кондитерское MonTresor»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
ЮУрГУ – 38.04.08.2019.359.ВКР

Руководитель работы, д.э.н., профессор

_____ М.С. Кувшинов
« ____ » _____ 2019 г.

Автор
студент группы ВШЭУ – 359

_____ Г.А.Мартиросян
« ____ » _____ 2019г.

Нормоконтролёр, ст. преподаватель

_____ Е.Ю. Куркина
« ____ » _____ 2019г.

АННОТАЦИЯ

Мартиросян Г.А. Разработка бизнес плана проекта Кафе-кондитерской «MonTresor». Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУз-359, 120 с., 28табл., 7рис., 7приложений, библиограф.список-26наим., 2прил.

Актуальность работы заключается в том, что правильно разработанный бизнес-план предприятия позволяет спланировать и оптимизировать ресурсы для получения наилучшего финансового результата.

Цель работы – Разработать бизнес-план «Кафе-кондитерская» «MonTresor» в г.Москва

Предмет исследования – Бизнес-план предприятия «Кафекондитерская «MonTresor»

Объект исследования – Кафе-кондитерская «MonTresor».

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- 1 Проанализировать теоретические основы бизнес-планирования.
- 2 Выявить преимущества малого бизнеса и рассмотреть новые льготы для его поддержки.
- 3 Разработать бизнес-проект предприятия общественного питания «Кафе-кондитерская «MonTresor» в г. Москва
- 4 Разработать мероприятия, направленных на развитие кафекондитерской «MonTresor».

Работа выполнена в текстовом редакторе Microsoft Word 2016 и представлена на диске CD-R (в конверте на обороте обложки).

ANNOTATION

Martirosyan G. A. Development of the business plan of the project of cafe-confectionery "MonTresor".

Chelyabinsk: SUSU, Wseas-359, 120 S.,

28 tables., 7 ris., 7 applications,

bibliographer.list-26 names., 2 pri

Keywords: planning, small business, business-plan, public catering enterprise, cafe-confectionery, revenue, clean profit.

The urgency of the work lies in the fact that the correctly designed business-plan of the enterprise allows you to plan and optimize resources for obtaining the best financial result.

The purpose of the work is to develop a business-plan «Cafe-confectionery «MonTresor» in Moscow .

Subject of the research – Business plan of the company «Cafeconfectionery «MonTresor»

Object of the study – Cafe-confectionery «MonTresor»

To achieve the goal it is necessary to solve the following tasks:

- 1 Analyze the theoretical basis of business-planning.
- 2 Identify the advantages of small business and consider new benefits for its support.
- 3 Develop a business-project for a public catering enterprise of the «CafeConfectionery «MonTresor» in Moscow.
- 4 Develop events, directional for development of the cafe-confectionery «MonTresor» .

The work was done in the text editor Microsoft Word 2016 and is presented on the CD-R (in the envelope on the back cover)

Содержание

| | |
|--|----|
| Введение | 2 |
| 1 БИЗНЕС-ПЛАН КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ..... | 3 |
| 1.1 Общая характеристика бизнес-плана: основные виды, цели, задачи и функции..... | 3 |
| 1.2 Структура и рекомендации по написанию бизнес плана..... | 10 |
| 1.3 Кафе-кондитерская как объект финансового управления..... | 16 |
| 1.4 Малый бизнес в России. Меры поддержки со стороны государства..... | 21 |
| 2 КАФЕ-КОНДИТЕРСКАЯ «MONTRESOR» КАК ПРЕДМЕТ ПРОЕКТА..... | 30 |
| 2.1 Характеристика кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 30 |
| 2.2 Методы исследования | 33 |
| 2.3 Описание продукции, услуг кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 38 |
| 3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА «MONTRESOR»..... | 41 |
| 3.1 Резюме кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 41 |
| 3.2 Анализ рынка конкурентов и потребителей в городе Москва..... | 43 |
| 3.3 Производственный и организационный план кафе кондитерской «MonTresor»..... | 49 |
| 3.4 Маркетинговый план кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 65 |
| 3.5 Финансовый план кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 63 |
| 3.6 Риски кафе-кондитерской «MonTresor»..... | 78 |
| 3.7 Разработка мероприятий, направленных на развитие кафе кондитерской «MonTresor»..... | 80 |
| 4 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ | 89 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 94 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ..... | 97 |

ВВЕДЕНИЕ

Данная выпускная квалификационная работа посвящена теме «Разработка бизнес-плана открытия кафе-кондитерской «MonTresor» в г.Москва».

Деятельность любого предприятия начинается с планирования, без организации которого невозможно добиться позитивных результатов.

Планирование – это неотъемлемая составная часть менеджмента, позволяющая предвидеть цели, ресурсы и итоги деятельности предприятия, которые необходимы для достижения намеченных целей. Как показала практика, планирование отражает будущее предприятия и содержит ответы на следующие вопросы: на каком рынке будет действовать предприятие; кто будут основные конкуренты; как будет осуществляться конкурентная борьба; какие ценности может предложить организация потенциальным потребителям; насколько прибыльной будет компания [1].

Важным элементом процесса планирования на предприятии является составление бизнес-плана. Бизнес-план – это документ, который отображает новые аспекты будущей организации, рассматривает все проблемы, с которыми может столкнуться предприятие, а также рассматривает эффективность принятых решений, планируемых мероприятий. Готовый бизнес-план помогает ответить на вопрос, стоит ли инвестировать денежные средства в данный бизнес-проект. Таким образом, составление бизнес-плана актуально для предприятия, поскольку позволяет спланировать и оптимизировать ресурсы для получения наилучшего финансового результата организации. На сегодняшний день общественное питание играет все более возрастающую роль в жизни современного общества, так как главной задачей данной отрасли является удовлетворение потребностей человека.

Выбирая сферу, в которой можно успешно реализовать бизнес-проект, многие отдают предпочтение сфере общественного питания. Открыть кафе – это отличный способ начать предпринимательскую деятельность. Причин, делающих подобный бизнес популярным, среди молодых предпринимателей, целый ряд: рост денежных средств жителей города; старание вести современный образ жизни; общения с друзьями и родными в уютной и комфортной обстановке; празднование торжеств, семейных мероприятий.

Цель работы – Разработать бизнес-план «Кафе-кондитерская «MonTresor» в г.Москва».

Предмет исследования – Бизнес-план предприятия «Кафекондитерская «MonTresor»

Объект исследования – Кафе-кондитерская «MonTresor».

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- 1 Проанализировать теоретические основы бизнес-планирования.
- 2 Выявить преимущества малого бизнеса и рассмотреть новые льготы для его поддержки.
- 3 Разработать бизнес-проект предприятия общественного питания «Кафе-кондитерская «MonTresor» в г. Москва».
- 4 Разработать мероприятия, направленных на развитие кафекондитерской «MonTresor».

Пояснительная записка выполнена в текстовом редакторе MicrosoftWord 2016. Данная выпускная квалификационная работа предусматривает создания предприятия общественного питания «Кафе-кондитерская «MonTresor». В ходе реализации проекта планируется удовлетворить потребности жителей города Москвы в услугах предприятия общественного питания.

1 БИЗНЕС-ПЛАН КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

1.1 Общая характеристика бизнес-плана: основные виды, цели, задачи и функции

Бизнес-план – это комплексный документ, отражающий основные аспекты и показатели деятельности предприятия, дающие полное объективное представление о проекте. Представляет собой сжатое, понятное и достоверное описание предполагаемого бизнеса. Бизнес-план позволяет управлять предприятием, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент планирования и как руководство для исполнения и контроля [2].

Бизнес-план охватывает период от трех до пяти лет, причем в его финансовой части первый планируемый год следует расписать ежемесячно или поквартально.

Бизнес-план необходим для:

- определения конечных целей организации бизнеса;
- реализации функции планирования;
- четкого формулирования функций и предназначения будущей продукции;
- определения целевой категории, для которой предназначена предлагаемая продукция;
- анализа ситуации на рынке;
- изучения конкурентов и способов борьбы с ними;
- определения способов продвижения на рынке конкретного товара;
- расчета финансовых затрат;
- получение инвестиций для организации бизнеса.

Прежде чем приступить к разработке бизнес-плана, необходимо определить цели данной разработки. И уже на основании этого оценивать бизнес-план по различным критериям, что позволит четко организовать процесс планирования с наименьшими затратами. Схема планирования бизнес-плана представлена на рисунке 1.

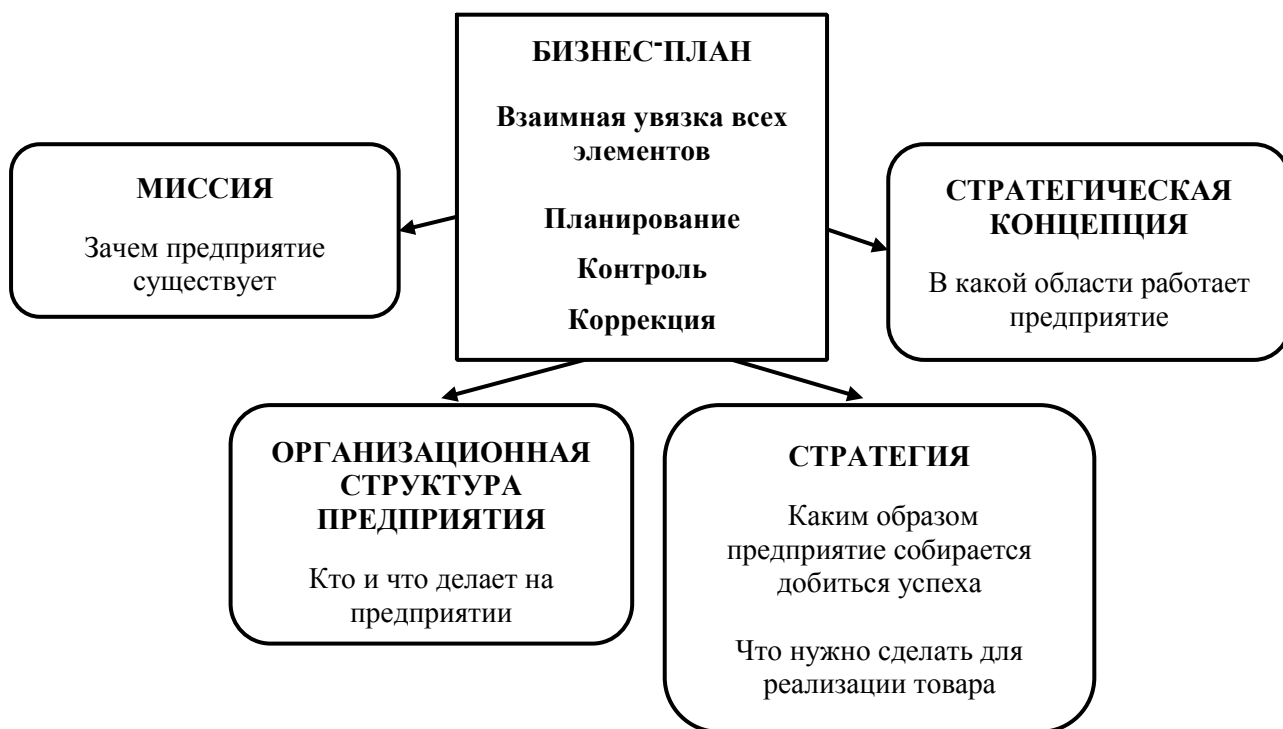


Рисунок 1 – Схема бизнес-плана

В настоящее время существует следующие виды бизнес-планов, которые классифицируются по следующим критериям:

–По целям разработки бывают: инвестиционные; для планирования деятельности предприятия; для финансового оздоровления действующего предприятия; для выработки стратегии развития предприятия.

–По объекту планирования бывают: предприятия в целом (нового или действующего); объединений (группы) предприятий; инвестиционного проекта (направления бизнеса).

–По конечным потребителям: для внутреннего пользования самого предпринимателя или руководства предприятия (как средство самоорганизации); инвесторам, банкам, акционерам; региональной администрации; бизнес-партнерам (покупателям, спонсорам, лизингодателям).

–По продолжительности решаемых задач: стратегические (долгосрочные); тактические (среднесрочные); оперативные (краткосрочные).

–По сложности проекта различают проекты: простые; сложные; очень сложные.

–По условиям конфиденциальности: официальный; рабочий.

–По гибкости планов различают планирование: директивное (статическое); индикативное.

–По стадии развития организации различают: масштабные; нечеткие и небольшие.

–По стадии развития проекта на момент составления бизнес-плана различают: идею, эскизный проект, рабочий проект, опытная партия, действующее производство.

–По объему различают: сжатые и развернутые бизнес-планы.

–По особенностям оформления бывают: с приложениями и без них.

–По подходу к разработке может разрабатываться: наемной группой специалистов, а инициаторы проекта участвуют в подготовке исходных

данных; инициаторами проекта, а методические рекомендации получают у специалистов (банкиров, юристов, аудиторов), возможных потребителей, инвесторов.

–По используемой программе финансового моделирования: Project Expert; AltInvest; ТЭО-Инвест; COMFAR Expert; ИНЭК-Аналитик; расчеты на базе Excel.

Общая цель создания бизнес-плана – это планирование хозяйственной деятельности предприятия в краткосрочной и в долгосрочной перспективе. Цели создания бизнес-плана условно можно разделить на две группы: внешние цели и внутренние.

Внешние цели:

–обоснование потребности предприятия в привлечении средств и инвестиций;

–презентация проекта;

–привлечение внимания со стороны инвесторов и банка к проекту.

Наиболее часто, бизнес-планы составляются для достижения двух внешних целей: привлечение инвестиций и получение кредита в банке.

Внутренние цели:

–убедить персонал предприятия в реальности достижения поставленных перед организацией качественных и количественных показателей;

–определить перспективные рынки сбыта продукции и оценить, какое место на них занимает создаваемое предприятие;

–оценить затраты предприятия на производство и сбыт продукции;

- детально проанализировать и оценить финансово-материальное положение предприятия;

- определить, с какими рисками может быть связана реализация бизнес-плана.

Помимо внешних и внутренних целей, выделяют и другие:

- социальные цели, с помощью них происходит расширение деловых контактов и международных связей, создание новых духовных и культурных ценностей, преодоление дефицита товаров и услуг, оздоровление экологической обстановки, улучшение психологического климата в стране;

- повышение статуса предпринимателя, служит условием и залогом возможности успешного проведения последующих сделок, гарантиями высокого качества товаров и услуг, повышения престижа предпринимателя;

- иные цели, с помощью которых осуществляется развитие контактов, зарубежных поездок, вхождение в различного рода ассоциации и другое[3].

Для успешной реализации проекта и получения денежных средств необходима информационная база, которой является бизнес-план. В процессе сбора исходной информации и подготовки бизнес-проекта необходимо ориентироваться на решение конкретных задач, а это:

- сбор исходной информации о реализуемом проекте;

- технико-экономические расчёты;

- анализ положения дел в отрасли по рассматриваемому направлению;

- маркетинговые исследования;

–оценка финансовых перспектив проекта.

Проанализировав различные источники, можно выделить пять основных функций бизнес-плана:

–разработка стратегии развития бизнеса (данная функция необходима в период создания предприятия или при выработке новых направлений деятельности, например, полное или частичное

перепрофилирование предприятия на выпуск новых видов продукции);

–планирование (определяет жизнеспособность предприятия в условиях конкуренции, контролирует процесс внутри нее, то есть производит оценку затрат, связанных с изготовлением и сбытом продукции, и прогнозирует величину прибыли);

–учет возможных рисков и минимизация затрат;

–привлечение инвестиций (подготовка заявок для получения кредитов (через банки, инвесторов) и экономических ресурсов, технологий инвесторов и/или партнеров, которые пожелают вложить в производство собственные ресурсы или имеющуюся у них технологию);

–вовлечение всех сотрудников в процесс составления бизнес-плана (это создаст условия для информированности всех сотрудников о предстоящих действиях, распределит обязанности, скоординирует усилия и повысит их мотивацию по достижению цели) [4].

1.2 Структура и рекомендации по написанию бизнес-плана

Федеральный фонд поддержки малого бизнеса требует оформлять бизнес-планы в соответствии с рекомендациями международных стандартов ЮНИДО. При подготовке проекта необходимо придерживаться определенных рекомендаций:

– бизнес-план должен быть структурирован и разделен на разделы, быть убедительным и кратким;

– в бизнес-плане информация должна быть предоставлена в доступной для понимания форме;

– бизнес-план не должен быть перегруженным техническими подробностями и статистическими данными (для лучшего восприятия информации нужно использовать схемы, графики, таблицы, диаграммы);

– бизнес-план должен иметь объективную оценку, необходимо ознакомить с ним весь персонал, который непосредственно участвует в разработке и выполнении проекта, чтобы избежать ошибок и недочетов;

– в бизнес-плане должна быть использованная информация только из проверенных источников;

– в приложениях бизнес-плана должен быть представлен весь список основных участников бизнес-проекта и их контактная информация, чтобы была возможность уточнить или подтвердить исходные данные.

Структура бизнес-плана – это письменное описание того или иного проекта, суммы и сроки его реализации. Такой план характеризует целесообразность его существования. Структура и содержание бизнес-плана

играет важную роль в начале деятельности предприятия. Единой структуры при составлении проекта не существует, каждое предприятие включает разделы исходя из своих целей и задач. Структура бизнес-плана представлена на рисунке 2.

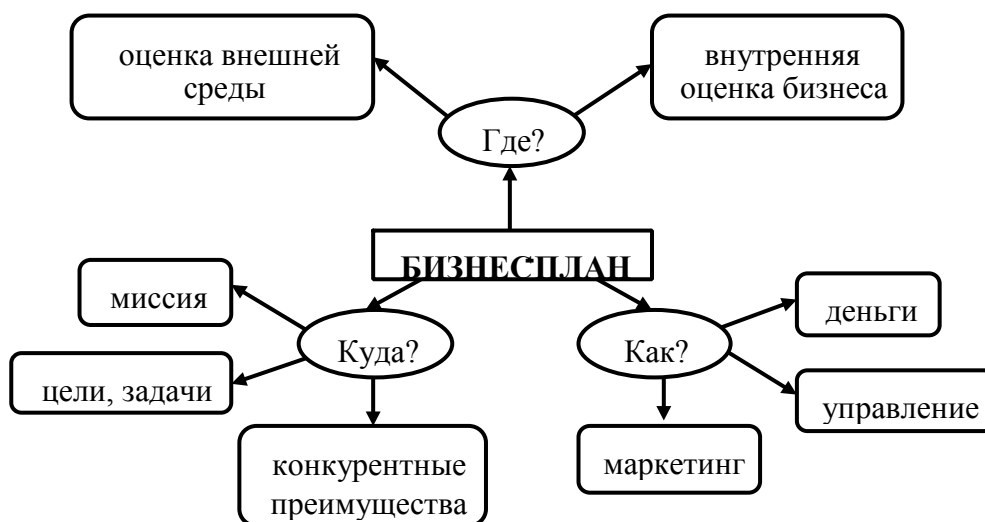


Рисунок 2 – Схема структуры бизнес-плана

Структура бизнес-плана включает в себя ряд элементов, каждый из которых имеет собственную важность.

Раздел 1 – Титульный лист.

На нём отражается название предприятия, место расположения, номер телефона, дата и время составления бизнес-плана. Если бизнес-план планируется преподнести инвестору или кредитной организации, то необходимо указать потребность в финансовой части и отметить, через сколько времени проект окупится.

Раздел 2 – Резюме.

Данный раздел имеет рекламный характер, а также он способствует выявлению интереса у того, кому будет адресован бизнес-план. Этот раздел

должен быть оформлен грамотно, так как от него исходит первое впечатление инвесторов о бизнес-плане. В данном разделе необходимо изложить весь бизнес-план в краткой форме, при этом раскрыть сущность проекта. Основой для написания является информация, которая содержится во всех разделах. В целом структура резюме может быть следующей: описание, обеспеченность ресурсами, как будет реализовываться, в чём заключается уникальность проекта, сумма инвестиций, прогноз прибыли, как будут возвращаться займы инвесторам и эффективность проекта.

Раздел 3 – Описание товаров, услуг.

В данном разделе идёт описание товаров и услуг, которые будут предоставлены на рынке в ходе реализации проекта. Этот раздел имеет следующую структуру: описание и наименование продукта, область его применения и основное назначение, описание характеристик, конкурентные преимущества, авторские права (если таковые имеются), сертификат качества, гарантии, экологичность продукта, эксплуатация и сервис.

Раздел 4 – Характеристика предприятия.

В данном разделе перечисляются виды деятельности организации. Описывается правовая форма предприятия, учредители и персонал. Далее следует ряд данных: основные экономические показатели деятельности организации, адрес предприятия, тип помещения, специфика работы предприятия – часы, дни и недели.

Раздел 5 – Анализ рынка конкурентов и потребителей.

В данном разделе приводятся результаты анализа рынка конкурентов и потребителей.

Раздел 6 – Производственный план.

В данном разделе описываются все процессы, связанные с производством товара. Определяется количество потребителей и количество выпускаемой продукции. Здесь же рассматривается вся ситуация с помещениями, а также с их оборудованием и грамотным расположением. На производственном предприятии описываются производственные помещения, склады и цеха, а также пути, по которым товар перемещается внутри предприятия.

Раздел 7 – Организационный план.

В данном разделе рассматриваются некоторые организационные вопросы, такие как тип организационной структуры на предприятие, штатное расписание, расчет заработной платы.

Раздел 8 – Маркетинговый план.

В данном разделе рассматриваются мероприятия, которые направлены на привлечение клиентов. Маркетинг начинается с создания бренда предприятия. Это и фирменный стиль, и концепция внутренней коммуникации. Маркетинг включает в себя название предприятия, логотип, внутренний дизайн, а также оформление визиток, вывески и меню. Иначе говоря, это создание общей концепции, в рамках которой проводятся все рекламные кампании.

Раздел 9 – Финансовый план.

Его необходимо осуществлять посредством рассмотрения и составления основных финансовых документов. Они включают в себя план доходов и расходов, сроки реализации проекта, план движения денежных средств и так далее. В данном разделе проводятся инвестиционные вложения, например, на приобретение оборудования или на строительные работы, а также на создание оборотных средств. Также осуществляется

планирование источников, откуда будет братья финансирование проекта, продумывается схема возврата кредитных денежных средств.

Завершение раздела по финансовому планированию осуществляется посредством анализа эффективности проекта, и для этих целей используется методика проектного анализа. Раздел имеет примерно следующую структуру: отчёт о получении прибыли, структура налоговых платежей, отчёт о движении средств, потребность в инвестировании, затраты на обслуживание кредита, эффективность проекта и её описание. Здесь же указывается цена и прогнозируемый объём продаж. Проводится расчёт рентабельности и срока окупаемости проекта.

Раздел 10 – Анализ риска.

Каждый проект содержит в себе риски и сталкивается с определёнными трудностями на своём пути. Эти трудности несут угрозу для осуществления проекта, поэтому данные трудности необходимо предвидеть и разработать стратегии по их преодолению. Также очень важно учесть степень риска и рассмотреть основные проблемы. Основные моменты, которые имеют связь с риском проекта, должны описываться достаточно просто и объективно, а также необходимо учитывать тот факт, что основная угроза может идти от основных конкурентов. Важно не делать собственных просчётов в области маркетинга, а также в политике производства. Не стоит делать ошибок во время выбора кадров для руководящей должности.

Риск может быть оценен объективно путём проведения качественного анализа, который подразумевает под собой определение факторов и областей риска. Данная работа проводится экспертным путём на основании опыта работы в таком направлении. Также может

осуществляться и количественный анализ, который играет важную роль в оценке всех рисков. Раздел 11 – Приложения.

Этот раздел содержит в себе все необходимые приложения, а также основные документы, которые не принимают участие в процессе планирования [5].

При правильном подходе к составлению основных разделов бизнесплана можно привлечь внимание со стороны инвесторов и при этом получить средства на финансирование идеи. Однако для того, чтобы бизнес-план получился максимально грамотным и привлекательным во множестве аспектов, необходимо уделить внимание множеству элементов. Очень важно чётко соблюдать структуру и описывать все действия с точки зрения эффективности. Необходимо соблюдать порядок составления [5].

1.3 Кафе-кондитерская как объект финансового управления.

Согласно ГОСТ Р 30389-2013, предприятие общественного питания – это имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в том числе изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг [6].

Согласно ГОСТ Р 30389-2013, кафе – это предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары [6].

Кафе различают:

–По ассортименту реализуемой продукции: неспециализированные и специализированные (кафе-шашлычная, кафе-пиццерия, кафе-пекарня, кафекондитерская, кафе-мороженое, кафе-молочная, кафе-чайная и другие).

–По интересам потребителей и месторасположению: арт-кафе, кафекараоке, кафе-клуб, интернет-кафе, офисное, кафе-кабачок, кафе молодежное, детское и другие.

–По методам и формам обслуживания: с полным самообслуживанием, с полным обслуживанием официантами, с частичным самообслуживанием, с частичным обслуживанием официантами.

–По местонахождению: в жилых зданиях, в общественных зданиях, в том числе, в отдельно стоящих зданиях.

–По времени функционирования: сезонные и постоянно действующие [6].

Таким образом, планируется написание бизнес-плана по открытию молодежного кафе-кондитерская в жилом здании, с полным обслуживанием официантами, постоянно действующие.

Для кафе существуют определенные требования к структуре помещений. В кафе-кондитерской должен быть производственный цех, обязательно комната для хранения сырья и готовой продукции, санузел с умывальником, торговая зона для выставки товара и для размещения потребителей. Состав и площади помещений определяются по строительным нормам и правилам для предприятий общественного питания.

Перед тем как открыть предприятие, нужно не забыть согласовать проект с санэпидемстанцией и пожарной службой.

Основные требования санэпидемстанции:

- наличие принудительной вытяжки;
- разделения производственного зала от торгового;
- наличие отдельных моек: мойка для рук и мойка для посуды.

Основные требования пожарных:

- наличие огнетушителей в помещении;
- наличие дополнительного выхода из производственного помещения;
- план эвакуации из кондитерской должен быть обозначен стрелками.

Общие требования предъявляемые к предприятиям общественного питания по ГОСТ Р 30389-2013. Предприятие должно:

–соответствовать нормативным документам, действующим на территории государства;

–соответствовать требованиям строительных правил по уровню шума, вибрации и соблюдать требования звукоизоляции;

–иметь удобные подъездные пути и пешеходные доступы к входу, необходимые справочно-информационные указатели;

–организовать правильное размещение и планировку производственных помещений и оборудования в этих помещениях, таким образом, чтобы обеспечивать поточность технологических процессов производства и реализации продукции и соответствовать требованиям нормативных документов;

–обеспечивать безопасность жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества;

–предоставить потребителю информацию о государственной регистрации предприятия, перечень предлагаемых услуг, цены и условия оплаты услуг, сведения о выходе готовых блюд, книгу отзывов и предложений.

На каждом предприятии должен быть закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей».

Предприятия общественного питания должны обеспечивать стилевое единство интерьера зала, мебели и сервировки и отражать специализацию предприятия.

Кафе-кондитерская «MonTresor» будет предназначено для отдыха посетителей, где в непринужденной обстановке можно расслабиться и насладиться не только вкусной едой, но и атмосферой. Поэтому интерьер зала был тщательно продуман. Яркая вывеска так же играет большую роль для предприятия. В кафе-кондитерской это название «MonTresor». Оно написано объемными буквами и будет светиться в темное время суток.

Примерный полный цикл открытия кондитерской можно представить в виде совокупности шагов, осуществляемых в следующем порядке:

- регистрация бизнеса, выбор формы собственности и системы налогообложения;
- подбор помещения и заключение договора аренды;
- создание концепции кафе-кондитерской, разработка дизайн проекта;
- ремонт и отделка помещения согласно нормам санэпидемстанции;
- инженерное проектирование заведения: проверка соответствия требованиям к системе вентиляции, водоснабжения, канализации, электроснабжения;
- покупка производственного оборудования;
- технологическое проектирование: расстановка и подключение оборудования;
- закупка и поставка мебели, посуды, предметов интерьера;
- получение разрешительных документов;
- подбор персонала: кондитеры, официанты, бухгалтер-кассир, уборщик производственных помещений;
- разработка меню, составление технико-технологических карт;
- закупка необходимого количества сырья в кондитерский цех и в бар;
- установка кассового аппарата;
- проведение рекламной кампании открытия;
- начало работы заведения.

1.4 Малый бизнес в России. Меры поддержки со стороны государства

Малый бизнес в России за последние годы стал важнейшим сектором экономики. Он оказывает существенное влияние на социально-экономическую ситуацию в стране. Именно в этом секторе создаются новые рабочие места.

Кто относится к малому бизнесу? Согласно Федеральному закону «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ, выделяет несколько категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- ИП;
- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- хозяйственные общества;
- хозяйственные партнерства;
- производственные кооперативы;
- сельскохозяйственные потребительские кооперативы[7].

Разделение на категории малого и среднего бизнеса проводится по двум основным критериям: количеству работников и получаемому доходу.

Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Категории малого и среднего бизнеса

| Категория | Количество работников | Предельная выручка за год |
|---------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Микропредприятие | до 15 человек | 120 млн. рублей |
| Малое предприятие | до 100 человек | 800 млн. рублей |
| Среднее предприятие | до 250 человек | 2 млрд. рублей |

Из анализа таблицы 1 видно, что выделяют 3 категории малого и среднего бизнеса – это микро, малое и среднее предприятие. Для микропредприятия характерно количество сотрудников до 15 человек с предельной выручкой за год 120 млн. рублей, для малого предприятия характерно количество сотрудников до 100 человек с предельной выручкой за год 800 млн. рублей и для среднего предприятия характерно количество сотрудников до 250 человек с предельной выручкой за год 2 млрд. рублей.

Поправки, внесенные в закон № 209-ФЗ, позволили с 2016 года относить к малому бизнесу (в том числе, к микропредприятиям) большее количество бизнесменов:

–лимит годовой выручки от реализации товаров и услуг для малых предприятий увеличился с 400 до 800 млн рублей, а для микропредприятий – с 60 до 120 млн рублей;

–выросла разрешенная доля участия других коммерческих организаций (не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства) в уставном капитале малого предприятия – с 25% до 49%;

–средняя численность работников осталась прежней – не более 15 человек для микробизнеса и не более 100 человек для малого предприятия;

–увеличен период, в течение которого бизнесмен относится к этой категории, даже если он превысил лимит по выручке или численности работников – с двух до трех лет. Так, если лимит был превышен в 2015 году, то компания утратит право считаться малой только в 2018 году.

Что касается индивидуальных предпринимателей, то для них действуют те же самые критерии разделения на малый и средний бизнес: по доходам и количеству работников.

Малый бизнес имеет большое значение для развития экономики страны. В отличие от крупных предприятий он с легкостью может оперативно реагировать на запросы рынка, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Проявляет свою гибкость и мобильность. Так же малый бизнес выполняет социально-экономическую функцию. Она заключается в создании новых рабочих мест. На малых предприятиях относительно небольшой персонал и микроклимат в коллективе более благоприятный и дружный по сравнению с крупными предприятиями. Это еще более усиливает трудовую мотивацию и положительно сказывается на результатах труда компании. Таким образом, малое предпринимательство создает новые рабочие места и обеспечивает быструю мобильность в условиях рынка.

На развитие малого бизнеса влияет ряд факторов. Главными являются административные и экономические барьеры со стороны государства.

Во-первых, самыми распространенными проблемами на начальном этапе становления бизнеса являются чисто технические, связанные с регистрацией предприятия, открытием банковских счетов, получением лицензий, сбором справок и другими административными барьерами. Во-вторых, в России достаточно сложное и объемное законодательство, которое к тому же крайне часто изменяется. При этом полноценного информирования о происходящих изменениях нет, а пользоваться услугами профессиональных юристов в малом бизнесе накладно. В результате предприниматели часто допускают ошибки и нарушают законодательство,

вследствие чего платят высокие штрафы и закрываются. Число зарегистрированных и прекративших свою деятельность индивидуальных предпринимателей в России представлено на рисунке 3.

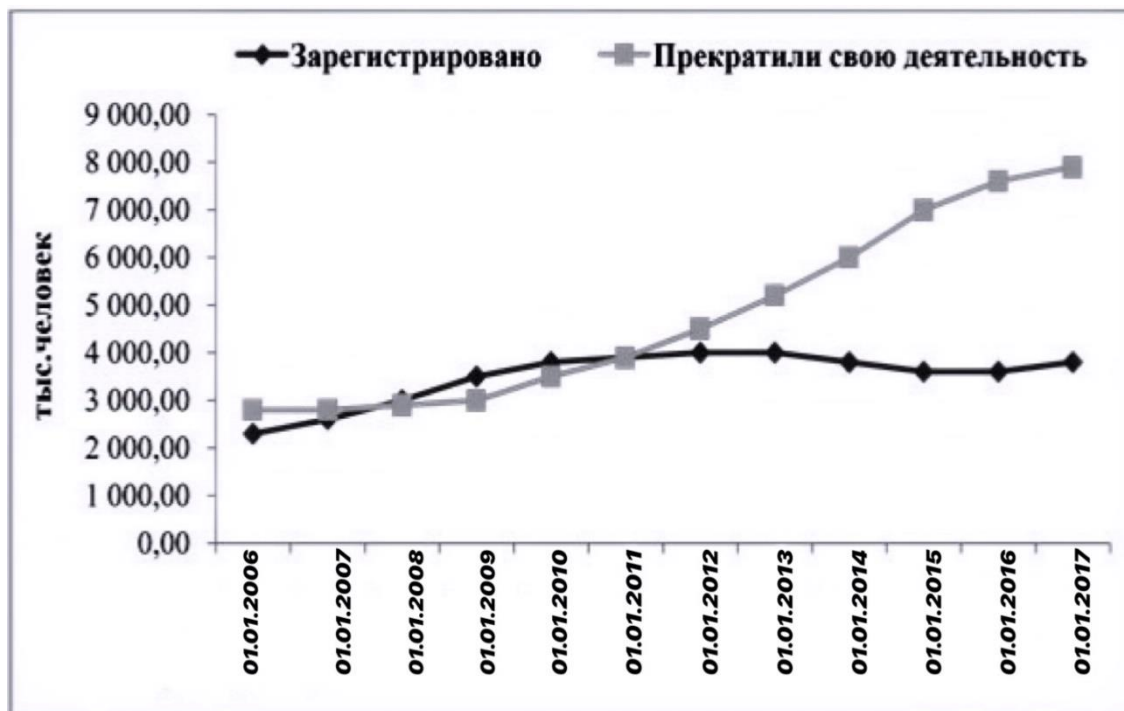


Рисунок 3 – График числа зарегистрированных и прекративших свою деятельность индивидуальных предпринимателей в России

Анализируя график можно сделать вывод, что начиная с 2012 года, число ИП прекративших свою деятельность гораздо больше, чем число зарегистрированных. По данным Федеральной налоговой службы на апрель 2016 года в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей зарегистрировано 3,5 млн. ИП, а прекратили свою деятельность за все время 7,7 млн. человек.

Малый бизнес в России не может сформироваться без государственной поддержки. Поэтому видя такое большое сокращения индивидуальных предпринимателей, государство разработало определенные налоговые льготы, которые направлены на их поддержку.

Льготы для малого бизнеса – это преимущества, которые государство предоставляет определенным категориям предпринимателей, чем ставит их в более выгодное положение по сравнению с остальными субъектами бизнеса. Льготный режим деятельности индивидуальных предпринимателей, микропредприятий и предприятий малого бизнеса снижает поступление в бюджет налогов и взносов, но зато решает другие вопросы государственной значимости:

- обеспечение самозанятости;

- создание новых рабочих мест и снятие с государства бремени по содержанию безработных;

- снижение социальной напряженности в обществе за счет роста благосостояния населения;

- развитие новых видов деятельности и организация небольших инновационных производств, которые хоть и не гарантируют большой прибыли, но зато не требуют крупных финансовых вложений.

Самое главное преимущество налоговых льгот для малого бизнеса в том, что они напрямую снижают сумму налогов, которые бизнесмен должен перечислить в бюджет. В России существует четыре специальных системы налогообложения с низкими налоговыми ставками, воспользоваться которыми могут только субъекты малого бизнеса:

- УСН– лимит годовой выручки в 2017 году – не более 150 млн. рублей, численность работников – не более 100 человек;

- ПСН– на этом режиме могут работать только индивидуальные предприниматели, разрешенное количество работников – всего 15 человек,

причем, по всем видам деятельности ИП в совокупности. Лимит годовых доходов для предпринимателя на патенте – 60 млн. рублей;

–ЕНВД– лимит годовой выручки не установлен, но количество работников тоже не должно превышать 100 человек;

–ЕСХН– лимит годовой выручки не установлен, однако доля дохода от реализации сельскохозяйственной продукции должна составлять не менее 70% от всего дохода. Количество работников имеет ограничение (не более 300 человек) только для ИП и рыбохозяйственных организаций и индивидуальных предпринимателей. Для сельскохозяйственных организаций такого ограничения нет.

В период с 2015 г. по 2020 г. впервые зарегистрированные индивидуальные предприниматели вправе в течение двух налоговых периодов (максимум – двух лет) после регистрации работать в рамках «налоговых каникул».

«Налоговые каникулы» – это полное или частичное освобождение от уплаты налогов определенного круга ИП в начале своей деятельности.

Согласно Федеральному закону №447-ФЗ, налогоплательщикам – индивидуальным предпринимателям, которые впервые зарегистрированы после вступления в силу данного закона, могут воспользоваться налоговой ставкой в размере 0%. Для этого надо будет удовлетворять ряду условий:

–быть впервые зарегистрированным в статусе ИП после вступления в действие регионального закона о налоговых каникулах;

–выбрать налоговый режим УСН или ПСН;

–осуществлять деятельность, указанную в региональном законе о налоговых каникулах[1].

Таким образом, налоговые льготы малому бизнесу в 2017 году позволяют начать свое дело, вкладывая большую часть получаемого дохода в дальнейшее развитие бизнеса.

Финансовые льготы для малого бизнеса в 2017 году. Здесь речь идет не об улучшения условий для ведения бизнеса, а о льготах предприятиям малого бизнеса в виде прямой финансовой поддержки, например, субсидий:

- на возмещение части затрат по договорам лизинга;
- на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам и займам;

- на возмещение части затрат, связанных с участием в конгрессновыставочных мероприятиях;

- для начинающих предпринимателей (до 500 тыс. рублей).

Безвозмездные субсидии и гранты предоставляются малому бизнесу в рамках Федеральной программы и действуют до 2020 года[9].

Как бы точно ни рассчитывал бизнесмен предстоящие изменения рыночной среды, невозможно абсолютно верно предугадать то, что случится в будущем. Во всем мире постоянно происходят изменения. Меняется жизнь общества, предпочтения потребителей, клиентов, партнеров. Поэтому одной из первостепенных задач любого предпринимателя является максимальное сохранение предприятия от воздействия рисков. Чтобы выполнить эту задачу, необходимо знать всю информацию о рисках, окружающих бизнес.

Риски предприятия подразделяются на несколько видов:

– Политические риски (это один из немногих рисков, последствий которого избежать невозможно, в таком случае можно только постараться минимизировать потери от воздействия риска).

– Социальные риски (для того, чтобы выгодно вложить свои материальные, трудовые ресурсы и избежать воздействия социальных рисков, необходимо учитывать изменения, происходящие в целевой аудитории предприятия, то есть среди тех потребителей, которые заинтересованы в приобретении товаров или услуг конкретного предприятия).

– Экономические риски малого бизнеса (риски связаны с изменением экономической ситуации в стране, а также внешнеэкономической деятельности).

– Экологические риски (такие риски возникают из-за неопределенности природно-климатических условий, вероятности стихийных бедствий и прочих факторов).

– Климатические риски (к таким рискам относятся сезонность, резкое изменение погодных условий; таких рисков очень трудно избежать, поэтому следует заранее тщательно продумывать стратегию деятельности предприятия).

– Производственные риски предприятия (если ресурсы предприятия распределяются неправильно, то это обязательно отразится на деятельности предприятия, это может привести к вынужденному снижению объемов производства, цены продукции, объемов реализации, а также повысить затраты на материалы, которые были использованы в результате

неправильного их применения; влияние этих рисков зависит от деятельности, знаний и опыта предпринимателя).

–Коммерческие риски (риски предполагают решение проблем, связанных с выделением дополнительных денежных средств).

–Отраслевые риски (изменения в отрасли и наличие конкурентов, несомненно, скажутся на деятельности предприятия, для этого необходима оригинальная бизнес-идея; занять лидирующие позиции не так уж просто, потребуется вложить достаточно сил и материальных затрат).

–Информационные риски (они представляют собой неточности, неполноту предоставляемой информации, ошибочные данные и прочее) [10].

Таким образом, предпринимателю необходимо предугадывать возможные риски бизнеса и найти пути преодоления трудностей, связанных с ними. Иными словами, умение прогнозировать возможные неблагоприятные варианты развития событий поможет удержать бизнес на плаву в сложных ситуациях.

На основании рассмотренного теоретического материала по бизнеспланированию было установлено следующее, что бизнес-план или, иными словами, проект развития предприятия, план предпринимательского начинания или концепция бизнеса отражают исходную стратегическую ситуацию и перспективу развития предприятия. Он должен учитывать все факторы, которые оказывают на него непосредственное влияние и формируют риски недостижения целевых показателей. Это позволяет предпринимателю не только обосновать необходимость разработки того или иного проекта, но и оценить возможность его реализации в данных рыночных условиях. Составление бизнес-плана является одним из первых и

ключевых действий, осуществляемых в ходе выполнения проекта. Вместе с тем следует отметить, что нет универсальной или стандартной формы бизнес-плана, пригодного на все случаи жизни, как нет и универсальных источников средств. Тем не менее, существуют общие рекомендации по подготовке бизнес-плана, они касаются как структуры документа, так и содержания некоторых ключевых его разделов.

Малый бизнес имеет большое значение для развития экономики страны. В отличие от крупных предприятий он с легкостью может оперативно реагировать на запросы рынка, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, проявляет свою гибкость и мобильность. Льготный режим деятельности индивидуальных предпринимателей, микропредприятий и предприятий малого бизнеса снижает поступление в бюджет налогов и взносов, но зато решает другие вопросы государственной значимости: обеспечение самозанятости; создание новых рабочих мест и снятие с государства бремени по содержанию безработных; снижение социальной напряженности в обществе за счет роста благосостояния населения; развитие новых видов деятельности и организация небольших инновационных производств, которые хоть и не гарантируют большой прибыли, но зато не требуют крупных финансовых вложений.

В ходе работы планируется написание бизнес-плана по открытию молодежного кафе-кондитерская в городе Москва в жилом здании, с полным обслуживанием официантами и постоянно действующие.

2 КАФЕ-КОНДИТЕРСКАЯ «MONTRESOR» КАК ПРЕДМЕТ ПРОЕКТА

2.1 Характеристика кафе-кондитерской «MonTresor»

Мир не стоит на месте. Ежедневно появляются новые тренды, вещи и приспособления, которые полностью меняют нашу жизнь или же просто делают её ярче и веселее. Все больше людей начинают серьезно задумываться о пище, которую они употребляют. В связи с этим большую популярность получили натуральные кондитерские изделия.

Как правило, при изготовлении и оформлении кондитерской продукции, все чаще стали отдавать предпочтения натуральности и природным мотивам. Только свежие или сушёные фрукты, ягоды, орехи, семечки, мёд – словом, всё то, что даёт нам природа.

Открыть свое кафе мечтает каждый третий предприниматель. Это неудивительно, поскольку — это интересное и рентабельное дело. Кафekonдитерская отличается от других заведений общественного питания своим широким выбором кондитерских изделий и напитков собственного производства.

Основной целью при создании кафе-кондитерской являлось организовать уютное пространство для отдыха потребителей. Оставляя всю лишнюю суету, потребитель получает возможность насладиться ароматным напитком и вкусным десертом в приятной компании. Именно этому способствует неповторимый интерьер предприятия. Упор так же делается не на скорость, а на качество обслуживания клиентов. Официанты будут являться отличными консультантами по всем предлагаемым напиткам и блюдам.

Концепция кафе-кондитерской соответствует всем последним требованиям. Современное оформление зала в эко-стиле, использование

натуральных продуктов и приготовление кондитерских изделий по последним новинкам. Мода на здоровую пищу началась несколько лет назад и не собирается сдавать позиции. Это будет являться конкурентным преимуществом для создания данного бизнеса.

Реализовать проект, по открытию кафе-кондитерской «MonTresor» в городе Москва, планируется без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности. Поэтому проект будет реализован путем открытия ИП Мартиросян Г.А.

Полное наименование предприятия: Кафе-кондитерская «MonTresor»

Директор: Мартиросян Гегине Арсеновна.

Дата создания предприятия: 01.09.2019 г.

Юридический адрес: Россия, г. Москва ул. Новокосинская 37

Время работы предприятия: с 10⁰⁰ – 21⁰⁰ без обеда и выходных.

Вид деятельности предприятия: производство, реализация, организация потребления продукции общественного питания, оказание разнообразных услуг.

Услуги заведения будут оказываться по двум направлениям:

–обслуживание внутри заведения – основная услуга;

–предоставление «еды на вынос» – дополнительная услуга.

Основной код по ОКВЭД на 2017 год:

–Код ОКВЭД 55.30 – Деятельность ресторанов и кафе. Эта группировка включает: изготовление, реализацию и организацию потребления кулинарной продукции.

Дополнительные коды по ОКВЭД на 2017 год:

–Код ОКВЭД 15.81 – Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения. Эта группировка включает: производство мучных кондитерских изделий недлительного хранения: пирожных, тортов, пирогов и так далее.

–Код ОКВЭД 52.24– Розничная торговля хлебом, хлебобулочными и кондитерскими изделиями.

–Код ОКВЭД 56.30– Подача напитков. Эта группировка включает: изготовление и продажу напитков для непосредственного употребления внутри заведений.

Миссия предприятия – создать комфортную атмосферу в сочетании с качественной продукцией и отличным обслуживанием.

Деятельность кондитерской «MonTresor» направлена на оказание услуг в сфере общественного питания и рассчитана на контингент со средним уровнем дохода.

2.2 Методы исследования

Планирование – это определение содержания и последовательности конкретных действий для достижения поставленных целей. Оно позволяет заглянуть в будущее бизнеса, разработать стратегию и тактику производственно-хозяйственной деятельности предприятия и, как следствие, приводит к намеченной цели с более эффективным результатом.

В рыночной экономике планирование осуществляется через бизнеспланирование, которое реализуется в бизнес-плане и должно придерживаться следующих принципов:

- научности;
- системности (единство);
- координации;
- интеграции;
- точности.

С помощью плана можно выявить всевозможные трудности и проблемы, предусмотреть направления и меры, позволяющие устранить, преодолеть или минимизировать последствия неблагоприятных событий.

Бизнес план или, иными словами, проект развития предприятия, план предпринимательского начинания или концепция бизнеса отражают исходную стратегическую ситуацию и перспективу развития дела, фирмы, предприятия или его подразделения.

В бизнес-плане представлены во взаимосвязи друг с другом:

- бизнес-идея;
- философия предприятия;

- специфика положения предприятия на рынке;
- стратегические цели предприятия и разработанный на их основе план развития предприятия [2].

Разрабатывая план, руководство предприятия должно систематически продумывать, а затем логично и четко излагать свои идеи и представления. На основе бизнес-плана можно, например, сделать выводы о качестве и компетентности руководства, о шансах и рисках предприятия, а также о его возможной прибыльности.

Бизнес-план решает главную задачу экономики в рамках конкретного предприятия: выбор наиболее эффективного способа распределения факторов производства с одновременным решением проблемы ограниченности ресурсов в целях максимального удовлетворения общественных потребностей. Дает объективное представление о развитии предприятия и отвечает на основные вопросы: «Стоит ли вкладывать деньги в этот проект?» и «Принесет ли этот проект доход, который не только окупит затраты, но и принесет прибыль?».

Целью любого бизнес-плана является желаемый результат деятельности, достигнутый на данном пространстве в пределах некоторого интервала времени, то есть «здесь» и «сейчас».

В зависимости от главных целей или основных подходов используемой информации, нормативной базы, применяемых путей получения и согласования тех или иных конечных плановых показателей принято различать следующие методы исследования: экспериментальные, нормативные, балансовые, расчетно-аналитические, программно-целевые, отчетно-статистические, экономико-математические и другие.

Предметом исследования является – бизнес-план предприятия «Кафе-кондитерская «MonTresor». Объектом исследования – кафе-кондитерская «MonTresor».

Для составления бизнес-плана кафе-кондитерской использовались следующие методы исследования:

–расчетно-аналитический метод – основан на расчленении выполняемых работ и группировке используемых ресурсов по элементам и взаимосвязи, анализе условий наиболее эффективного их взаимодействия и разработке на этой основе проектов планов;

–отчетно-статистический метод – состоит в разработке проектов планов на основе отчетов, статистики и иной информации, характеризующей реальное состояние и изменение характеристики деятельности предприятия;

–метод экономического анализа – позволяет расчленить экономические процессы (явления) на отдельные составные части, исследовать их содержание и взаимодействие между собой, а также влияние в целом на весь бизнес-процесс. Определяются факторы, влияющие на решение основных задач бизнес-плана, в результате чего разрабатываются мероприятия, позволяющие достичь основных целей организации;

–нормативный метод – строится на использовании норм и нормативов, с помощью которых количественно обосновывают плановые показатели. Поэтому достоверность расчетов в бизнес-плане напрямую зависит от качества разработки нормативной базы данной организации;

–экономико-математический метод – базируется на применении теории вероятности, сетевого планирования, линейного программирования и других математических методов;

–прогнозный метод планирования – основывается на прогнозировании. Результаты прогнозов не могут восприниматься как достоверная и гарантированная информация. Но от реалистичности прогноза исходных данных, используемых при составлении бизнес-плана, зависит дальнейшее существование бизнеса хозяйствующего субъекта.

В рыночной экономике планирование осуществляется через бизнес-планирование, которое реализуется в бизнес-плане. Он содержит исчерпывающую, четкую и понятную информацию о бизнес идее, предпринимательской стратегии, правовой и долеговой структуре, начальном финансировании, о профиле предприятия и услуг, а также о рыночных шансах и рисках. Поэтому бизнес-план представляет собой основу для достижения предприятием поставленных целей.

Разрабатывая бизнес план, руководство фирмы должно систематически продумывать, а затем логично и четко излагать свои идеи и представления. Руководство должно так представлять свое предприятие финансовым учреждениям, инвесторам и другим адресатам в бизнес-плане, чтобы была видна динамика его развития. На основе бизнес-плана можно, например, сделать выводы о качестве и компетентности руководства, о шансах и рисках предприятия, а также о его возможной прибыльности.

Объектом исследования в работе будет являться кафе-кондитерская «MonTresor». При написании были использованы следующие методы исследования: расчетно-аналитический, отчетно-статистический, метод

экономического анализа, нормативный, экономико-математический и прогнозный метод.

Реализован проект, по открытию кафе-кондитерской «MonTresor» в городе Москва, будет путем открытия ИП Мартиросян Г.А. Вид деятельности предприятия: производство, реализация, организация потребления продукции общественного питания, оказание разнообразных услуг. Кафе-кондитерская

«MonTresor» рассчитано на контингент со средним уровнем дохода.

2.3 Описание продукции, услуг кафе-кондитерской «MonTresor»

Коммерческий успех предприятия зачастую зависит от наличия современного, высококачественного и выгодного для потребителя продукта или услуги.

Сегодня NakedCake (открытый торт) – это актуальный тренд. Таким тортом спокойно можно угостить детей, не волнуясь за их здоровье. Натуральность – главное правило NakedCake. В качестве красителей используются соки ягод, фруктов и овощей. Главная особенность такого угощения в его оформлении, все слои выставлены на показ. Потребители легко могут рассмотреть, из чего сделан торт и чем он пропитан. Возможно, по виду такие торты сильно отличаются от классических, однако это и делает их особенными и новаторскими.

Не стоит забывать о таких популярных изделиях как Pancake (американские блинчики), Cupcake (мини-кекс), Popscake (маленький тортик на палочке), Pushcake (бисквитное «канапе»), краффины и вновь вошедшие на пик популярности – эклеры.

Ещё одна новинка в кулинарном искусстве – это гранулированное мороженое. В производстве такого мороженого используют только натуральные продукты: коровье молоко, сливочное масло, ароматизаторы и красители натурального происхождения. Содержит минимальное количество жира и сахара, очень легкое и низкокалорийное.

Все эти модные тренды представлены в меню со свободным выбором в кафе-кондитерской «MonTresor», которое в своем производстве использует натуральные продукты, а так же готовит напитки собственного производства. Например, смузи или лимонады. В них содержится большое количество

витаминов, минералов и полезных веществ. Меню представлено в приложении А.

Спокойная, непринужденная музыка создаст приятную атмосферу для неспешного общения с друзьями и родными. Режим работы кафекондитерской «MonTresor» с 10⁰⁰ – 21⁰⁰ без обеда и выходных.

Основными чертами интерьера «MonTresor» стали открытость и легкость. Идея объединения с природой поддержана использованием лаконичных форм и светлых тонов. Стены выкрашены в серые и зеленые оттенки, переходы которых даже незаметны. Полы выложены ламинатом «ёлочкой» с имитацией дерева (ясень). Кроме естественного освещения, которое характерно для эко-стиля, в зале предусмотрено дополнительное. Оно создается за счет персиково-розовых светильников, свисающих с потолка. Для того чтобы подчеркнуть объединение с природой на подоконниках расставлены живые цветы в горшках.

Согласно ГОСТ Р 31984-2012, услуга общественного питания – это деятельность предприятий по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания, в создании условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров, в проведении досуга и в других дополнительных услугах.

Виды услуг, предоставляемые потребителем в кафе-кондитерской «MonTresor»:

- услуги по изготовлению кондитерских изделий и напитков;
- реализации кондитерских изделий в кафе-кондитерской;
- услуги по организации потребления;

–изготовления изделий на заказ (например, изготовление букетов из капкейков – свадебные или тематические);

–«еда на вынос»;

–бесплатный Wi-Fi;

–подарочные сертификаты;

–скидка именинникам.

Расчет и аналитика. В данной выпускной квалификационной работе разработан бизнес-проект предприятия общественного питания «Кафе-кондитерская «MonTresor» – «Позволь себе сладкое удовольствие!».

Кондитерская будет заниматься производством, реализацией и организацией обслуживания города Москвы района Новокосино кондитерскими изделиями.

3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА «MONTRESOR»

3.1 Резюме кафе-кондитерской «MonTresor»

Данный проект предусматривает создания предприятия общественного питания «Кафе-кондитерская «MonTresor». В ходе реализации проекта планируется удовлетворить потребности жителей города Москвы в услугах предприятия общественного питания.

«MonTresor» — это современная кондитерская, которая будет идти в ногу с новыми направлениями и тенденциями в мире кондитерского ремесла. Мы будем ежедневно совершенствоваться, повышать качество продукции и обслуживания, предлагая нашим гостям холодные напитки собственного производства и десерты, приготовленные по последним трендам.

Нашей единственной задачей является создание вкуснейших сладостей из натуральных продуктов, не содержащих красителей. Прекрасным дополнением станет чашка ароматного чая или кофе, с заботой приготовленное для Вас официантами заведения. Кафе-кондитерская «MonTresor» предлагает еще одну модную тенденцию для Вашего праздника – это создание кенди-баров для торжества.

Для нас «MonTresor» это образ жизни – философия, которая объединяет людей, ценящих простоту, качество и атмосферу, и конечно же любовь к сладостям.

Принципы кафе-кондитерской «MonTresor»

– качество;

– забота;

– общение.

Дата начала реализации проекта – 01.09.2019 г.

Валюта проекта – Российский рубль.

Источники финансирования проекта – Собственные средства в размере 1 500 000 рублей.

Форма ведения предпринимательской деятельности – ИП. Полная стоимость реализации проекта – 1 453 705 рублей.

Продолжительность описания в документе – 2 года.

Продолжительность деятельности – постоянно. Срок окупаемости – 11 месяцев.

В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 6 %, во второй 25%.

3.2 Анализ рынка конкурентов и потребителей в Москве

Конкуренция является ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений. Это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по установлению цен и объемов предложения товаров на рынке и потребителям – по формированию цен и объема спроса на рынке.

В настоящее время на территории Новокосино существует большое количество предприятий общественного питания, которые реализуют хлебобулочные и мучные кондитерские изделия. Но, специализированное кафе в этом районе только одно. Это кондитерская, которая находится на улице Суздельская 18 в старой части района. Поэтому, конкурентом в данной области для кафе-кондитерской «MonTresor» является «ИП Друзик Г.В.».

Анализ конкурентоспособности предприятия по 5 бальной шкале, проведенный путем опроса жителей Новокосино (50 человек), представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ конкурентоспособности «Montresor»

| Сравнительная характеристика | Кафе-кондитерская «ИП Друзик Г.В.» | Кафе-кондитерская «Montresor» |
|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| Месторасположение | старая часть города (5 баллов) | - кафе будет находиться в 3 микрорайоне, где проживает большая часть молодежи; - рядом 4 микрорайон, где живут молодые семьи с детьми, детский сад №40 и №42; - в зимнее время рядом с кафе работает каток (5 баллов) |
| Объём продаж | высокий (5 баллов) | средний (4 баллов) |
| Занимаемая доля рынка | 70% (5 баллов) | 30% (2 баллов) |
| Уровень цены | высокий (4 баллов) | средний (5 баллов) |
| Уровень обслуживания | высокий (5 баллов) | высокий (5 баллов) |
| Качество продукции | высокое (5 баллов) | высокое (5 баллов) |
| Особенность производимой продукции | - (0 баллов) | изготовление кондитерских изделий по последним трендам (5 баллов) |
| Рекламная кампания | -реклама на ТВ; - реклама на радио (4 баллов) | -реклама на ТВ; -реклама на радио; -страничка в социальной сети «Одноклассники», «В контакте» и «Instagram» (5 баллов) |
| Наличие карты постоянного покупателя | - (0 баллов) | скидкой 5% (при покупке свыше 500 рублей в подарок карта постоянного покупателя) (5 баллов) |
| Привлекательность внешнего вида заведения | для организации потребления выделена маленькая площадь, без проработки интерьера (3 баллов) | интерьер тщательно продуман, есть свободная и комфортная зона для отдыха, с приятной музыкой и вежливым обслуживанием официантов (5 баллов) |
| ИТОГО | 36 | 46 |

Анализ полученных результатов из таблицы 2 показал, что максимальную оценку 46 баллов получило кафе-кондитерская «MonTresor» которое будет являться более конкурентоспособным по сравнению с «ИП Друзик Г.В.» Из таблицы видно, что основными преимуществами «MonTresor» будут являться изготовление кондитерских изделий по последним трендам и наличие карт постоянного покупателя. Кондитерская «MonTresor» рассчитана на людей со средним уровнем дохода [11].

Так как внешняя и внутренняя среда кафе изменяются под воздействием различных факторов, а это экономические, технологические, международные, рыночные, политические, социальные, конкурентные, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятия с помощью метода SWOT-анализа.

В таблице 3 приведен SWOT-анализ, сильных и слабых сторон зависящих от внутренних и внешних факторов.

Таблица 3 – SWOT-анализ для кафе-кондитерской «MonTresor»

| Внутренний фактор | |
|--|--|
| Потенциальные сильные стороны предприятия | Потенциальные слабые стороны предприятия |
| 1 | 2 |
| <ul style="list-style-type: none"> - удобное и выгодное месторасположение в городе; - индивидуальный поход к каждому клиенту; - качественная продукция; - быстрое обслуживание; - средняя цена; - высококвалифицированные кондитеры; - модный интерьер, создающий неповторимую атмосферу. | <ul style="list-style-type: none"> - нет опыта предпринимательской деятельности; - на начальном этапе небольшой ассортимент предлагаемой продукции; - возможность проведения неудачных акций и маркетинговых кампаний; - снижение качества работы персонала. |
| Внешний фактор | |
| Потенциальные возможности для предприятия | Потенциальные угрозы для предприятия |
| <ul style="list-style-type: none"> - привлечение инвесторов, постоянных поставщиков; - возможность расширения деятельности, открытия новых точек в других городах; - взаимодействие со СМИ с целью повышения узнаваемости бренда. | <ul style="list-style-type: none"> - рост инфляции; - неблагоприятная налоговая политика; - высокая конкуренция на рынке; - повышение цен на продукты; - снижение покупательной способности населения. |

Анализ таблицы 3 показал, что сильными сторонами кафекондитерской «MonTresor» являются: выгодные месторасположение, качественная продукция, средняя цена. Все это является немаловажным для потенциальных потребителей. Одной из слабых сторон является отсутствие опыта предпринимательской деятельности, который будет в дальнейшем нарабатываться. Исходя из проведенного SWOT-анализа, необходимо работать над снижением влияния внешних угроз и использованием благоприятных возможностей рынка.

Большая часть работы над бизнес-планом предполагает длительное и подробное изучение клиентов. Успех во многом зависит от того, насколько хорошо известны потребители.

При выборе места для кафе-кондитерской «MonTresor» был сделан акцент на близость расположения учебных заведений и торговых комплексов. Таким образом, кафе-кондитерской «MonTresor» располагается в оживленном районе, где проходит большой поток потенциальных потребителей. В целом, это молодежь с достатком от 10 000 рублей и выше. Так же можно провести более узкую сегментацию потребителей:

–родители с детьми, могут заглянуть в любое время с 10⁰⁰ до 21⁰⁰ часов (рядом расположено два детских сада);

–школьники, основной поток клиентов из данной категории приходится примерно с 14⁰⁰ до 18⁰⁰, могут заглянуть после занятий (рядом находится школа №8);

–молодежь, основной поток клиентов из данной категории может заглянуть в любое время с 10⁰⁰ до 21⁰⁰;

–жители близлежащих домов, их посещаемость с 10⁰⁰ до 21⁰⁰;

–иная категория потребителей, которые просто пришли в кафекондитерскую с друзьями, чтобы расслабиться и отвлечься от повседневных забот. Их посещаемость возрастает с 18⁰⁰ до 21⁰⁰.

В вечернее время в кафе приходят люди из всех вышеперечисленных категорий. А случайный прохожий, желающий выпить чашечку кофе или чая

с ароматной выпечкой или взять с собой, может заглянуть в кондитерскую «Mon Tresor» в любое время.

Для того чтобы охватить максимальное количество сегментов потребителей, необходимо поддерживать средний уровень цен, а также регулярно вводить специальные предложения.

3.3 Производственный и организационный план кафекондитерской «MonTresor»

При проектировании предприятий общественного питания осуществляется целый ряд технологических расчетов: разрабатывается производственная программа; производятся расчеты расхода продуктов, численности производственных рабочих; всех видов оборудования. Технологические расчеты заканчиваются определением площадей отдельных помещений, входящих в состав предприятия.

Разработка производственной программы кафе-кондитерской «MonTresor» осуществляется в следующем порядке: определяют количество потребителей, общее количество блюд и количество блюд по группам в ассортименте.

Определение количества потребителей.

Для того чтобы определить количество потребителей для кафекондитерской «MonTresor», обслуживаемых за 1 час, необходимо воспользоваться формулой 1:

$$N_{\text{ч}} = (\phi * K * P) / 100, \quad (1)$$

где $N_{\text{ч}}$ – количество потребителей, обслуживаемых за 1 ч.; ϕ

– оборачиваемость места в зале в течении данного ч.; K

– загрузка зала в данный ч., %;

P – вместимость зала (количество мест).

Данные расчета сводятся в таблицу 4.

Анализ таблицы 4 показал, что средний расчет потребителей в день с учетом времени работы кафе, оборачиваемости места за 1 час и среднего процента загрузки зала, составит 105 человек.

Таблица 4 – Определение количества потребителей для кафе-кондитерской «MonTresor» на 30 мест за день

| Часы работы кафе-кондитерской | Оборачиваемость места за 1 ч | Средний процент загрузки зала, % | Количество потребителей за 1ч, чел |
|-------------------------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 10 – 11 | 1 | 10 | 3 |
| 11 – 12 | 1 | 10 | 3 |
| 12 – 13 | 1 | 15 | 4,5 |
| 13 – 14 | 1 | 20 | 6 |
| 14 – 15 | 1 | 20 | 6 |
| 15 – 16 | 1 | 20 | 6 |
| 16 – 17 | 1 | 25 | 7,5 |
| 17 – 18 | 1 | 50 | 15 |
| 18 – 19 | 1 | 50 | 15 |
| 19 – 20 | 1 | 65 | 19,5 |
| 20 – 21 | 1 | 65 | 19,5 |
| ВСЕГО | | | 105 |

Определение количества блюд.

На основании полученных данных далее определяется примерное количество выпускаемых и реализуемых кафе-кондитерской изделий и покупных товаров за день.

Для предприятий со свободным выбором блюд расчет количества порций производится по формуле 2:

$$n_d = N_d * m,$$

(2) где n_d – количество блюд, выпускаемых за день; N_d – количество посетителей за день; m – коэффициент потребления блюд.

Коэффициент потребления блюд выбирается в соответствии с типом предприятия. Так для кафе-кондитерской «MonTresor» он составит $m = 1,5$. Таким образом, количество блюд, выпускаемых за день составит: $n_d = 105 * 1,5 = 158$ порций.

Далее необходимо определить количество блюд каждого наименования по процентной разбивке. Данные расчета сводятся в таблицу 5.

Таблица 5 – Определение количества блюд каждого наименования для кондитерской «MonTresor»

| Наименование группы блюд, блюда | Количество блюд от общего количества | | Количество блюд от данного вида | |
|---|--------------------------------------|------|---------------------------------|------|
| | % | блюд | % | блюд |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Сладкие блюда | 20 | 32 | | |
| Мороженое гранулированное «Баблгам» | - | - | 20 | 7 |
| Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный» | - | - | 20 | 6 |
| Мороженое гранулированное «Мятный шоколад» | - | - | 20 | 6 |
| Мороженое гранулированное «Крембрюле» | - | - | 20 | 6 |
| Мороженое гранулированное «Соленая карамель» | - | - | 20 | 7 |
| Горячие напитки | 40 | 63 | | |
| Чай «Английский» черный с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Чай «Английский» зеленый с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Чай из цветов ромашки с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Чай травяной из шиповника и гибискуса с сахаром | - | - | 6 | 3 |
| Чай красный «Горные травы» с сахаром | - | - | 6 | 3 |
| Чай с ягодами смородины с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Чай с ягодами малины с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Чай с ягодами облепихи с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Кофе «Эспрессо» с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Кофе «Капучино» с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Раф-кофе с сахаром | - | - | 7 | 4 |
| Кофе «Мокко» с сахаром | - | - | 6 | 4 |
| Кофе «Латте» с сахаром и корицей | - | - | 6 | 4 |
| Кофе с шоколадом и маршмеллоу | - | - | 7 | 4 |
| Какао с молоком и маршмеллоу | - | - | 7 | 4 |
| Шоколад горячий с маршмеллоу | - | - | 7 | 5 |
| Мучные кондитерские изделия | 40 | 63 | | |
| Конфеты «Трюфель» | - | - | 3 | 3 |
| Конфеты «Грильяж» из сухофруктов с орехами в шоколаде | - | - | 3 | 3 |

| | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|
| Nakedcake «Имбирный» | - | - | 1 | 1 |
| Nakedcake «Классика» | - | - | 1 | 1 |
| Nakedcake «Стендаль» | - | - | 1 | 1 |
| Nakedcake «Творожный рай» | - | - | 1 | 1 |
| Nakedcake «Шоколадный с вишней» | - | - | 1 | 1 |
| Чизкейк «Лайм» | - | - | 1 | 1 |
| Чизкейк «Нью-Йорк» | - | - | 1 | 1 |
| Тирамису в стаканчике | - | - | 2 | 1 |
| Баноффи в стаканчике | - | - | 2 | 1 |
| Popscake шоколадный | - | - | 3 | 2 |
| Popscake с вишней и фундуком | - | - | 4 | 2 |
| Popscake ванильный | - | - | 4 | 2 |
| Pushcake шоколадный | - | - | 5 | 3 |
| Pushcake ягодный | - | - | 5 | 3 |
| Pushcake ореховый | - | - | 5 | 3 |
| Сирсак ванильный | - | - | 5 | 3 |
| Сирсак шоколадный | - | - | 5 | 3 |
| Продолжение таблицы 5 | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Сирсак лимонный | - | - | 5 | 3 |
| Рупсак с медом | - | - | 5 | 3 |
| Рупсак с ягодным сиропом | - | - | 5 | 2 |
| Гофры с мёдом | - | - | 5 | 3 |
| Гофры с ягодным сиропом | - | - | 5 | 3 |
| Эклер с соленой карамелью | - | - | 4 | 3 |
| Эклер с малиновым ганашем | - | - | 4 | 3 |
| Эклер с шоколадным ганашем | - | - | 4 | 3 |
| Краффин с ванильным кремом | - | - | 5 | 2 |
| Булочка «Синнабон» | - | - | 5 | 2 |

Анализ полученных результатов из таблицы 5 показал примерный расчет количества блюд каждого наименования на один день (план-меню) для кафе-кондитерской «MonTresor», который составил 158 порций, в том числе сладких – 32, горячих напитков – 63 и мучных кондитерских изделий-63

Расчет количества холодных напитков для кафе-кондитерской «MonTresor» сведен в таблицу 6.

Таблица 6 – Определение количества напитков для кафе-кондитерской «MonTresor»

| Наименование напитков | Ед. из. | Норма на 1 человека | Общее кол-во |
|--|---------|---------------------|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Холодные напитки (покупные) | л | 0,075 | 8 |
| В том числе: | | | |
| Вода негазированная «BonAqua» | л | 0,002 | 0,3 |
| Вода газированная «BonAqua» | л | 0,002 | 0,3 |
| Сок абрикосовый | л | 0,002 | 0,2 |
| Сок апельсиновый | л | 0,003 | 0,3 |
| Сок виноградный | л | 0,002 | 0,3 |
| Сок персиковый | л | 0,002 | 0,2 |
| Сок яблочный | л | 0,002 | 0,2 |
| Холодные напитки (собственного производства) | | | |
| Лимонад «Ягодный» | л | 0,005 | 0,6 |
| Лимонад «Витаминный» | л | 0,005 | 0,6 |
| Лимонад «Классика» | л | 0,015 | 2 |
| Лимонад «Апельсинка» | л | 0,005 | 0,6 |
| Смузи «Бодрящий» | л | 0,015 | 0,6 |
| Смузи «Бананово-малиновый» | л | 0,005 | 0,6 |
| Смузи «Освежающий яблочный» | л | 0,005 | 0,6 |
| Смузи «Кофейно-шоколадный» | л | 0,005 | 0,6 |

Анализ полученных результатов из таблицы 6 показал примерный расчет количества холодных напитков для кафе-кондитерской «MonTresor» который составил 8 литров в день.

План производства и реализации продукции в натуральном выражении (штуках) для кафе-кондитерской «MonTresor» представлен в приложении Б.

Из приложения Б по плану производства и реализации продукции в натуральном выражении (штуках) видно, что каждый квартал количество порций увеличивается на 50 штук. За год будет продано 91 500 шт. продукции, во второй год 105 225шт. Объем продукции во второй год увеличиться на 15%.

Подборка необходимого оборудования для кафе-кондитерской «MonTresor» представлена в таблице 7.

Таблица 7 – Оборудование для кафе-кондитерской «MonTresor»

| Оборудование | Кол-во | Цена за шт. (руб.) | Итого цена (руб.) |
|---|--------|-----------------------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Тепловое оборудование для кондитерского цеха | | | |
| Плита электрическая, ПЭП-0,34М | 1 | 23 350 | 23 350 |
| Шкаф электропекарский, ЭШ-3К-П | 1 | 55 000 | 55 000 |
| Вафельница, Redmond | 1 | 2 490 | 2 490 |
| Холодильное оборудование для цеха и бара | | | |
| Шкаф холодильный, POLAIR ШХ-0,5 ДС (DM105-S, стеклянная дверь) – для цеха | 2 | 34 011 | 68 022 |
| Шкаф холодильный, POLAIR ШХ-0,5 (CM105S, глухая дверь) – для цеха | 1 | 32 999 | 32 999 |
| Шкаф холодильный, POLAIR (DP102-S) – для бара | 1 | 22 491 | 22 491 |
| Технологическое оборудование для цеха и бара | | | |
| Весы электронные, ВЭ ШТРИХ-Слим 200М 6-1.2 – для цеха | 1 | 5 850 | 5 850 |
| Весы электронные, Polaris – для бара | 1 | 560 | 560 |
| Миксер планетарный, ТЕКНО 40 | 1 | 51 800 | 51 800 |
| Миксер, Polaris – для цеха | 1 | 1 490 | 1 490 |
| Кофемашина, GaggiaSynchronyLogic | 1 | 31 250 | 31 250 |
| Блендер, Philips Daily Collection HR2102/00-длябара | 1 | 2 999 | 2 999 |
| Чайник, Vitek – для бара | 1 | 1 490 | 1 490 |
| Раковина для мытья рук, РМ-400 | 1 | 4 590 | 4 590 |
| Продолжение таблицы 7 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ванна моечная двухсекционная, ВМ 2 (для обработки яиц) | 1 | 10 300 | 10 300 |
| Стол производственный, СП Atesy-1200 | 5 | 1 281 | 6 405 |
| Полки настенные, ПН 4 | 4 | 1 650 | 6 600 |
| Стеллаж кухонный производственный передвижной, СКП-600/800 | 2 | 900 | 1 800 |
| Стеллажи, ЕХНО-ТТ СТР-316/800 | 3 | 6 420 | 19 260 |
| Вентиляция | | | |
| Сплит-система, Scarlett RRI 09-M3G8 – для зала | 1 | 15 690 | 15 690 |

| | | | |
|--|----|--------|---------|
| Приточно-вытяжная вентиляция, Electrolux EPVS-200 – для цеха | 1 | 35 700 | 35 700 |
| Кухонная посуда и инвентарь | | | |
| Кондитерский инвентарь | - | 80 000 | 80 000 |
| Посуда и столовые приборы для гостей | - | 50 000 | 50 000 |
| Оборудование для моечного отделения | | | |
| Ванна моечная трехсекционная, ВМ 3 | 1 | 10 780 | 10 780 |
| Стеллажи для хранения посуды, ЕХНО-ТТ СТР314/600 | 2 | 8 437 | 16 874 |
| Оборудование для административно-бытового помещения | | | |
| Шкаф для одежды персонала, ШР 24 600 | 1 | 8 790 | 8 790 |
| Ноутбук, Lenovo – для бухгалтера/кассира/директора | 2 | 20 000 | 40 000 |
| Принтер, Samsung SL-M2020 – для бухгалтера/кассира/директора | 1 | 4 900 | 4 900 |
| Стул, офисный – для бухгалтера/кассира/директора | 2 | 2 200 | 4 400 |
| Стол, КСТ-11.1 компьютерный (СОКОЛ) со шкафом – для бухгалтера-кассира/директора | 2 | 6 290 | 12 580 |
| Оборудование для складского помещения | | | |
| Шкаф морозильный, HF200 | 1 | 16 700 | 16 700 |
| Стеллажи, ЕХНО-ТТ СТР-314/600 | 4 | 6 500 | 26 000 |
| Барное оборудование | | | |
| Барная стойка с витриной | 1 | 50 000 | 50 000 |
| Кассовый аппарат + ПО + Заключение договора с оператором фискальных данных | 1 | 26 000 | 26 000 |
| Ноутбук, Lenovo+ колонки | 1 | 15 350 | 15 350 |
| Оборудование для зала | | | |
| Вешалки напольная, Пико «5» | 2 | 1 690 | 3 380 |
| Стулья, «Парма» | 20 | 1 560 | 31 200 |
| Диваны, «SW» | 2 | 30 150 | 60 300 |
| Стол, «Лесной массив» | 7 | 7 500 | 52 500 |
| Светильники, «Easylight» | 6 | 1 650 | 9 900 |
| Санузел | | | |
| Раковина с тумбой, Акватон МИРА Н 45 | 1 | 3 260 | 3 260 |
| Унитаз, Rosa Стандарт Вн УНБ36 | 1 | 3 055 | 3 055 |
| Туалетный инвентарь | - | 5 000 | 5 000 |
| ИТОГО | | | 914 315 |

Анализ таблицы 7 показал, что затраты на покупку оборудования для кафе-кондитерской «MonTresor» составят 914 315 рублей. Оборудование для «MonTresor» будет закупаться в специализированном магазине для общепита «Клён» (г. Новосибирск).

Для того чтобы производительность труда была высокая, нужно правильно подобрать оборудование и грамотно организовать технологическую линию. Технологическая линия – это комплекс оборудования, взаимосвязанного и работающего согласовано с заданным ритмом по единому технологическому процессу. Рабочие места размещаются в соответствии с последовательностью технологического процесса. Таким образом, была выстроена технологическая линия по замесу и выпечки теста, которая представлена в приложении В.

Определение количества работников для кафе-кондитерской «MonTresor»

Численность работников определяется исходя из запланированного объёма выпуска и норм выработки продукции.

Численность работников по норме времени определяется по формуле 3:

$$N_1 = \frac{n * t}{3600 * T * \lambda},$$

(3) где N_1 – численность производственных рабочих непосредственно в процессе производства, чел; n – количество изготавливаемых изделий за день, шт, кг;

$3600T$ – продолжительность рабочего дня;

λ – коэффициент, учитывающий рост производительности труда; $\lambda = 1$, если работы выполнялись вручную; $\lambda = 1,14$, если используются средства механизации; t – норма времени на изготовление единицы изделия, с. Норма времени определяется по формуле 4:

$$t = K * 100,$$

(4) где K – коэффициент трудоёмкости;

100 – норма времени, с.

Определение численности рабочих для торгового зала, с учетом нормы времени для приготовления напитков и с учетом обслуживания в зале клиентов, сводится в таблицу. Таблица в приложении 8.

Общая численность рабочих определяется с учетом выходных и праздничных дней по формуле 5:

$$N_1 = N_2 * K_1,$$

(5) где N_1 – общая численность рабочих, чел;

N_2 – численность рабочих без учета выходных и праздничных дней, чел;

K_1 – коэффициент, учитывающий выходные и праздничные дни.

Тогда $N_1 = 0,736 * 1,59 = 1,17$ чел.

Анализируя таблицу 8 можно сделать вывод, что для работы в торговом зале с учетом нормы времени для приготовления напитков и с учетом обслуживания в зале клиентов, для работы в смену нужно принять 1 бармена-официанта на полную ставку.

Численность работников по нормам выработки для кондитерского цеха определяется по формуле 6:

$$N_1 = \frac{n}{\sum H_v * \lambda}$$

(6) где N_1 – численность производственных рабочих непосредственно в процессе производства, чел;

H_v – норма выработки 1 рабочего места за рабочий день, шт/см; n

– количество изготавливаемых изделий за день, шт, кг; λ –

коэффициент, учитывающий рост производительности труда;

$\lambda = 1$, если работы выполнялись вручную; $\lambda = 1,14$, если

используются средства механизации.

Определение численности рабочих кондитерского цеха сводится в таблицу 9.

Таблица 9 – Определение численности рабочих кондитерского цеха

| Наименование блюд | Кол-во сырья, п/ф | Норма выработки за смену шт/см | Численность рабочих, чел |
|---|-------------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Конфеты «Трюфель» | 0,3 | 495 | 0,0063 |
| Конфеты «Грильяж» из сухофруктов с орехами в шоколаде | 0,3 | 495 | 0,0063 |
| Nakedcake «Имбирный» | 1 | 42 | 0,0313 |
| Nakedcake «Классика» | 1 | 42 | 0,0313 |
| Nakedcake «Стендаль» | 1 | 42 | 0,0313 |
| Nakedcake «Творожный рай» | 1 | 42 | 0,0313 |
| Nakedcake «Шоколадный с вишней» | 1 | 42 | 0,0313 |
| Чизкейк «Лайм» | 1 | 71 | 0,0124 |
| Чизкейк «Нью-Йорк» | 1 | 71 | 0,0124 |
| Тирамису в стаканчике | 2 | 71 | 0,0247 |
| Баноффи в стаканчике | 2 | 71 | 0,0247 |
| Рорскейк шоколадный | 2 | 35 | 0,0501 |
| Рорскейк с вишней и фундуком | 3 | 35 | 0,0752 |

| | | | |
|--------------------------------------|---|-----|--------|
| Popscake ванильный | 3 | 35 | 0,0752 |
| Pushcake шоколадный | 3 | 35 | 0,0752 |
| Pushcake ягодный | 3 | 35 | 0,0752 |
| Pushcake ореховый | 3 | 35 | 0,0752 |
| Супсake ванильный | 3 | 75 | 0,0351 |
| Супсake шоколадный с кофейным кремом | 3 | 75 | 0,0351 |
| Супсake лимонный | 2 | 75 | 0,0234 |
| Рупсake с медом | 3 | 355 | 0,0752 |
| Рупсake с ягодным сиропом | 3 | 355 | 0,0752 |
| Гофры с мёдом | 3 | 355 | 0,0752 |
| Гофры с ягодным сиропом | 3 | 355 | 0,0752 |
| Эклер с соленой карамелью | 3 | 75 | 0,0351 |
| Эклер с малиновым ганашем | 2 | 75 | 0,0234 |
| Эклер с шоколадным ганашем | 2 | 75 | 0,0234 |
| Краффин с ванильным кремом | 1 | 890 | 0,0110 |
| Булочка «Синнабон» | 1 | 890 | 0,0110 |
| ИТОГО: | | | 1,1675 |

Анализ таблицы 9 показал, что общая численность рабочих кондитерского цеха составит 1,1675 человек.

С учетом выходных и праздничных дней для работы в цехе в смену нужно 2 человек на полную ставку ($N_1=1,1675*1,59=1,856$ чел).

Таким образом, для кафе-кондитерской «MonTresor» нужно 4 кондитера и 2 бармена-официанта в разные смены, одного бухгалтера-кассира и уборщика производственных помещений. Директор предприятия будет совмещать должность управляющего и техника-технолога производства.

На основе данных расчета составляется штатное расписание и определяется заработная плата каждого работника в месяц. Данные сводятся в таблицу 10.

Таблица 10 – Штатное расписание кафе-кондитерской «MonTresor»

| Должность | Количество | Заработная плата, руб. в месяц |
|---|------------|-----------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Директор (управляющий, техник-технолог) | 1 | 15 000 |
| Бухгалтер-кассир | 1 | 12 000 |
| Кондитер | 4 | 48 000 |
| Бармен-официант | 2 | 20 000 |
| Уборщик производственных помещений | 1 | 7 500 |
| Итого | 9 | |
| Общий фонд заработной платы | | 102 500 |

Из таблицы 10 видно, что для работы в кафе-кондитерской «MonTresor» будет принято 9 человек. Общий фонд заработной платы в месяц, без отчислений, составит 102 500 рублей. Расчет заработной платы и отчислений для наемных работников представлен в таблице 11.

Расчет отчислений от заработной платы для наемных рабочих определяется по формуле 7:

$$O = A * 30,4\%,$$

(7) где O – отчислений от заработной платы (ПФР = 22%, ФСС = 2,9 % ФФОМС = 5,1 %, ФСС НС = 0,4%), %;

A – заработная плата, руб.

Расчет общей суммы платежей в месяц на одного работника определяется по формуле 8:

$$OC = O + A,$$

(8) где OC – общая сумма платежей в месяц на 1 работника, руб.

Расчет затрат в год на работников определяется по формуле 9:

$$Z = OC * 12мес.,$$

(9) где Z – затраты в год на 1 работника, руб.

Таблица 11 – Расчет заработной платы и отчислений для наемных работников

| Персонал | Кол-во рабочих мест | Оклад одного работника в месяц, руб. (А) | Отчисления от заработной платы, руб. 30,4% (О) | Общая сумма платежей в месяц на 1 работника, руб. (ОС) | Затраты в год на работников, руб. (З) |
|------------------------------------|---------------------|--|--|--|---------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Бухгалтер-кассир | 1 | 12 000 | 3 648 | 15 648 | 187 776 |
| Кондитер | 4 | 12 000 | 3 648 | 15 648 | 751 104 |
| Бармен-официант | 2 | 10 000 | 3 040 | 13 040 | 312 960 |
| Уборщик производственных помещений | 1 | 7 500 | 2 280 | 9 780 | 117 360 |
| ИТОГО | 9 | | | | 1 369 200 |

Анализируя таблицу 11 можно сделать вывод, что затраты в год на наемных работников с отчислениями в фонды составят 1 369 200рублей. Расчет процента отчислений от несчастных случаев на производстве был произведен по 3 классу профессионального риска и составил 0,4%. Оклад работникам будет оплачиваться не менее 2-х раз в месяц.

Расчет заработной платы для ИП с фиксированным размером страховых взносов представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Расчет заработной платы для ИП с фиксированным размером страховых взносов

| Персонал | Количество рабочих мест | Заработная плата одного работника в месяц, руб. | Фиксированный размер страховых взносов в год, руб. | Затраты в год, руб. |
|----------|-------------------------|---|--|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 6 |
| Директор | 1 | 15 000 | 36 682,56 | 216 682,56 |
| ИТОГО | 1 | | | 216 682,56 |

Анализируя таблицу 12, можно сделать вывод, что затраты в год для самого предпринимателя с фиксированным размером страховых взносов составят 216 682,56 рублей, в том числе фиксированный платеж в ФФОМС составит 6 903,36 рублей (11 280 руб. (МРОТ)*12 мес.*5,1%) и фиксированный платеж в ПФР составит 29 779,20 рублей (11 280 руб. (МРОТ)*12 мес.*22%).

В кафе-кондитерской «MonTresor» будет линейный тип организационной структуры, который представлен на рисунке 4.

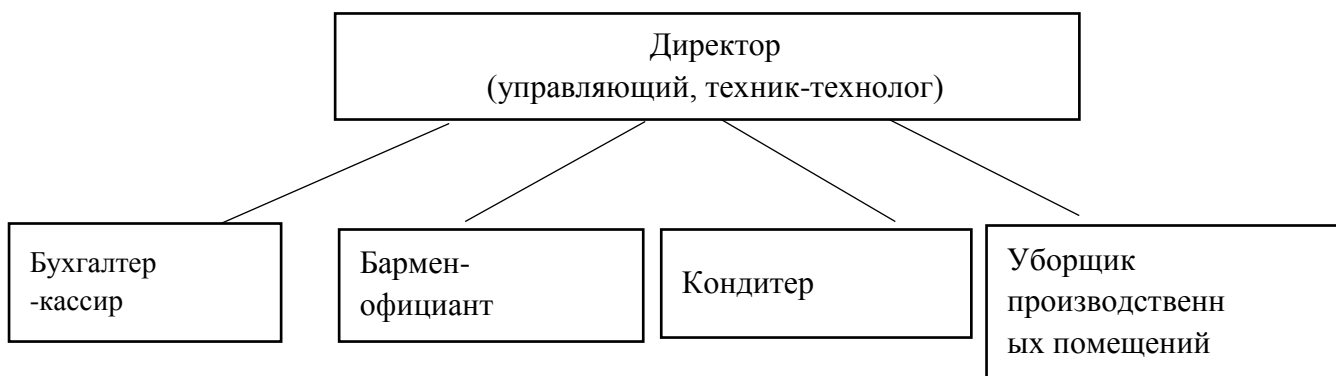


Рисунок 4 – Схема организационной структуры кафе-кондитерской «MonTresor»

Плюсы линейного типа организационной структуры:

- четкая система взаимосвязей типа «начальник – подчиненный»;
- явно выраженная ответственность;
- быстрая реакция на прямые приказания;
- простота построения самой структуры;
- высокая степень «прозрачности» деятельности всех структурных единиц.

Основные должностные обязанности работников «MonTresor»:

–Директор – оформляет документы, необходимые для осуществления деятельности по оказанию услуг общественного питания; осуществляет организацию, планирование и координацию деятельности предприятия. Изучает спрос потребителей на продукцию кафе. Ведет переговоры и заключает договоры на поставку сырья. Принимает на работу и руководит работниками кафе-кондитерской. Директор должен знать: Закон РФ «О защите прав потребителей», Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов», иные федеральные законы, касающиеся общественного питания; постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся организации общественного питания; правила производства и реализации продукции (услуг) общественного питания; санитарногигиенические и технологические требования, сборники рецептов блюд и кулинарных изделий и так далее.

–Управляющий – организует работу торгового зала, контролирует выполнение обязанностей барменов-официантов. Следит за слаженной работой цеха и зала, своевременной отдачей блюд. Занимается обучением барменов-официантов, разработкой маркетинговых акций.

–Техник-технолог – организует работу цеха, обучает кондитеров, разрабатывает новые фирменные блюда/сезонные предложения, следит за выполнением технологического процесса, проводит контроль качества блюд, обеспечивает производство технологическими карточками и другой технической документацией, осуществляет приемку сырья.

–Бухгалтер-кассир – ведет документооборот, сдает отчеты в контролирующие органы, снимает кассовые остатки, начисляет и выдает заработную плату работникам.

–Бармен-официант – следить за чистотой в зале, занимается приготовлением горячих и холодных напитков, обслуживает и рассчитывает потребителей.

–Кондитер – отвечает за приготовление всех кондитерских изделий в необходимом количестве, согласно технологическому процессу; на работу будут приняты кондитеры с 4 или 5 разрядом.

–Уборщик производственных помещений – несет ответственность за поддержание чистоты в зале, служебных помещениях, на кухне, при входе в кафе-кондитерскую.

3.4 Маркетинговый планкафе-кондитерской «MonTresor»

Маркетинг начинается с создания бренда предприятия. Это и фирменный стиль, и концепция внутренней коммуникации. Маркетинг включает в себя название предприятия, логотип, внутренний дизайн, а также оформление визиток, вывески и меню. Иначе говоря, это создание общей концепции, в рамках которой проводятся все рекламные кампании кафе.

Выбор ценовой стратегии напрямую зависит от конкурентов. Так как кондитерская располагается в районе, где не имеет по своей специализации конкурентов, то можно выбрать стратегию среднерыночных цен – выпуск новых товаров по среднеотраслевой цене. Маркетинговая цель – использование существующего положения. Покупатель – сегмент целевого рынка со средним доходом.

Маркетинг в кафе-кондитерской включает в себя все мероприятия, которые направлены на привлечение клиентов. В него входит и создание концепции кафе, и проработка интерьерных решений, и планирование рекламных мероприятий.

Реклама о новых акциях/десертах будет распространяться в кафекондитерской «MonTresor» через интернет путем публикации информации на страничке в социальной сети «Одноклассники», «В контакте» и «Instagram». На сегодня такая реклама наиболее актуальна и ее цели направлены на: поддержание коммуникации со своими клиентами; создание on-line клиентской базы; повысить узнаваемость производимых товаров и услуг.

Кончено, самой лучшей рекламой для кафе-кондитерской «MonTresor» будет – «сарафанное радио». Довольные посетители с большой

долей вероятности поделится информацией о заведении со своими друзьями или, например, выложат фотографии в социальные сети.

Упаковка изделий в «MonTresor» будет осуществляться под брендом кафе. Так же, будут предоставляться подарочные сертификаты на суммы 300, 500, 1000 рублей. Для именинников (при предъявлении паспорта) будет действовать скидка 10%. При покупке изделий свыше 500 рублей потребителю будет вручена карта постоянного покупателя со скидкой 5%.

Возле барной стойки будут находиться рекламные листы с подробным описанием каждого изделия (которые можно будет взять с собой).

Будет действовать самая популярная акция, которая проводится во многих заведениях – акция «Шестой лимонад/смузи в подарок». Суть акции: при покупке 5 стаканчиков лимонада/смузи, шестой – достается в подарок. Цель акции: сделать клиента постоянным покупателем. Срок проведения акции не ограничен.

Организация сбыта в «MonTresor» будет проходить непосредственно в самой кафе-кондитерской.

Перед открытием кафе-кондитерской «MonTresor» в районе Новокосино будут проведены мероприятия, которые направлены на привлечение потенциальных потребителей. За неделю до открытия будет создана страница «MonTresor» в социальной сети, где подробно будет описано место и время открытия кафе. Так же будет запущена реклама на ТВ/радио, и осуществлена раздача листовок.

Данные по проведению маркетинговых мероприятий для открытия кафе-кондитерской представлены в таблице 13.

В таблице 13 – Маркетинговый план для открытия кафе-кондитерской «MonTresor»

| Мероприятия | Стоимость одного заказа | Количество заказов | Затраты 1 месяца руб. |
|--|---|------------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Размещение рекламы в интернете: «Одноклассники», «В контакте» «Instagram» | бесплатно | бесплатно | бесплатно |
| Размещение рекламы на ТВ (ТНТ) (доска объявления) | 1 день – 750 руб. (15 выходов в сутки) | 5 дней (75 выходов) | 3 750 |
| Размещение рекламы на ТВ (ТНТ) (ролик, 120 сек.) | 1 сек. – 60 руб. (19 выходов в сутки) | 3 дня (57 выходов) | 21 600 |
| Продолжение таблицы 13 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Размещение рекламы на радио «Dfm» (30 сек.) | 1 сек. – 36 руб. (12 выходов в сутки) | 5 дней (60 выходов) | 5 400 |
| Печать листовок | 1 шт. А5 = 5.50 руб. | 1000 шт. | 5 500 |
| Печать визиток | 1 шт. = 2 руб. | 1000 шт. | 2 000 |
| Печать карт постоянного покупателя | 1 шт. = 5 руб. | 250 шт. | 1 250 |
| Печать меню кафе-кондитерской | 1 меню = 250 руб. | 7 шт. | 1 750 |
| Изготовление вывески кафекондитерской «MonTresor» <u>изготовление:</u> Буква объемная без подсветки, (ПВХ 5-8мм, пленка ORACAL 641) <u>монтаж:</u> 20% от стоимости вывески | за 1 см высоты – 45 руб. | 1 шт. | 19 850 |
| ИТОГО | | | 61 100 |

Из таблицы 13 видно, затраты маркетинга на первоначальном этапе составят 61 100 рублей. Заказ печати визиток, листовок, карт, меню будет оформлен через «Типографию». Заказ и монтаж вывески будет оформлен через Рекламное агентство «Алекс» в Москве.

3.5 Финансовый план кафе-кондитерской «MonTresor»

Финансовое планирование – это планирование всех денежных потоков, доходов и расходов предприятия для обеспечения его развития. Цель финансового планирования – увязка доходов с необходимыми расходами, сбалансированное движение финансовых ресурсов предприятия, оптимальное сочетание прибыльности и ликвидности компании.

Каждое предприятие общественного питания устанавливает наценку на продукцию собственного производства и покупных товаров. Наценка выражается в процентах к покупной цене для покрытия издержек, чтобы получить прибыль. Для установления розничной цены на продукцию кафекондитерской «MonTresor» были составлены калькуляционные карточки по форме № ОП – 1. Одна из калькуляционных карточек представлена в таблице 14

Таблица 14 – Расчёт цены на продукцию кафе-кондитерской «MonTresor» на примере «Сирсаке ванильный»

| Наименование продукта | Норма, кг | Цена за 1 кг | Сумма, руб. |
|--|-----------|--------------|-------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Масло сливочное | 1,04 | 300-00 | 312-00 |
| Мука пшеничная | 0,73 | 30-00 | 21-90 |
| Сахар | 0,7 | 50-00 | 35-00 |
| Яйцо куриное | 0,26 | 125-00 | 32-50 |
| Молоко | 0,8 | 35-00 | 28-00 |
| Сода | 0,01 | 60-00 | 0-60 |
| Соль | 0,005 | 25-00 | 0-13 |
| Сливки 35% | 0,6 | 300-00 | 180-00 |
| Сыр маскарпоне | 0,65 | 700-00 | 455-00 |
| Сахарная пудра | 0,3 | 100-00 | 30-00 |
| Ванильная эссенция | 0,001 | 600-00 | 0-06 |
| Клубника свежая | 0,5 | 275-00 | 87-50 |
| Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд | | | 1183-25 |
| Сумма с наценкой (200%) | | | 3549-75 |

| | |
|---------------------------------|-------|
| Продажная цена 1 блюда | 35-00 |
| Выход в готовом виде 1 блюда, г | 50 |

Анализируя таблицу 14 можно сделать вывод, что калькуляционная карточка составляется на основе технологической карты, где прописаны нормы закладки сырья. Для определения продажной цены нужно учитывать наценку на блюдо (для каждого типа предприятия существует своя торговая надбавка). Так продажная цена одного изделия в кафе-кондитерской «MonTresor» составит 35 рублей. Пример технико-технологической карты и схемы на блюдо «Сирсаке ванильный» представлен в приложении Г и Д.

Реализация продукции собственного производства, а также покупных товаров непосредственно потребителям через обеденные залы, буфеты, кулинарные магазины составляет розничный товарооборот предприятия питания.

Товарооборот – количественный показатель, характеризующий объем продаж. Выручка общественного питания выражает экономические отношения, возникающие при реализации собственной продукции, покупных товаров, оказания услуг по организации питания. Расчет выручки в кафекондитерской «MonTresor» поквартально, за первый и второй год представлен в приложении Е.

Анализируя приложение Е по планируемому объему продаж продукции в кафе-кондитерской «MonTresor» видно, что товарооборот за год составит 6 581 100 рублей, во второй год выручка возрастет на 15% и составит 7 568 265 рублей. Тогда средняя выручка в месяц составит 548 425 рублей, а средняя цена в кафе – 72 рублей за одно изделие.

Затраты начального периода для открытия кафе-кондитерской «MonTresor» представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Затраты начального периода в первый месяц кафекондитерской «MonTresor»

| Наименование затрат | Всего, руб. |
|--|-------------|
| 1 | 2 |
| Оборудование | 914 315 |
| Регистрация ИП: | |
| - госпошлина | 800 |
| - печать | 500 |
| Регистрация бренда кафе | 12 000 |
| Покупка основных стройматериалов на ремонт помещений: | |
| - ламинат в торговый зал | 31 740 |
| - плитка для пола (санузел) | 2 950 |
| - плитка для стен (санузел) | 5 800 |
| - плитка для пола (цех, склад) | 18 700 |
| - линолеумом (для кабинета бухгалтера-кассира/директора) | 9 900 |
| - обои (для кабинета бухгалтера-кассира/директора) | 2 000 |
| - обои для торгового зала | 18 000 |
| - краска под обои для торгового зала | 4 400 |
| - краска для цеха, склада | 3 000 |
| - дверь входная | 28 500 |
| - двери межкомнатные | 32 000 |
| Оплата за ремонт | 100 000 |
| Канцелярские товары | 5 000 |
| Форма для персонала | 4 700 |
| Закупка продуктов | 150 000 |
| ИТОГО | 1 344 305 |

Анализируя таблицу 15, можно сделать вывод, что затраты начального периода в «MonTresor» составят 1 344 305 рублей.

Расчет аренды, коммунальных платежей и интернета для кафекондитерской «MonTresor» представлен в таблице 16.

Таблица 16 – Расчет аренды, коммунальных платежей и интернета в кафекондитерской «MonTresor»

| Виды затрат | Затраты в месяц, руб. | Затраты в год, руб. |
|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Арендная плата (80 м ²) | 32 000 | 384 000 |

| | | |
|----------------------|--------|---------|
| Коммунальные платежи | 15 000 | 180 000 |
| Интернет | 1 300 | 15 600 |
| ИТОГО | 48 300 | 579 600 |

Анализируя таблицу 16 можно сделать вывод, что плата за аренду, коммунальные платежи и интернет составит в год 579 600 рублей. За 1 м² аренды «MonTresor» будет платить 400 рублей.

Данные инвестиций по проекту представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Инвестиции по проекту

| Статьи затрат | Всего, руб. (за первый месяц) |
|--|-------------------------------|
| 1 | 2 |
| Затраты начального периода | 1 344 305 |
| Аренда, коммунальные платежи, интернет | 48 300 |
| Маркетинг | 61 100 |
| ИТОГО | 1 453 705 |

Анализируя таблицу 17 можно сделать вывод, что инвестиции по проекту составят 1 453 705 рублей. На основании всех полученных данных составляется финансовый план кафе-кондитерской «MonTresor», который представлен в таблице 18.

Анализируя таблицу 18 можно сделать вывод, что чистая прибыль за первый год работы составит 361 827 рублей. Из финансового плана видно, что срок окупаемости проекта составит 11 месяцев. Индекс прибыльности составит 5,42. «MonTresor» в течение двух налоговых лет не будет платить налог УСН, так как воспользуется льготой «Налоговые каникулы». Основные требования прописаны в Законе от 06.05.2015 № 32-ОЗ «Об установлении налоговой ставки в размере 0 % для налогоплательщиков – индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, патентную систему налогообложения».

Таблица 18 – Финансовый план кафе-кондитерской «MonTresor»

| Квартал | 1 квартал | | | 2 квартал | | | 3 квартал | | | 4квартал | | | Итого за 1-ый год | Итого за 2-ой год |
|---|-----------|--------|--------|-----------|--------|--------|-----------|--------|--------|----------|--------|--------|-------------------------|-------------------------|
| Месяц | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| Показатель | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 14 | 15 |
| Доходы от реализации (выручка) | 395550 | 395550 | 395550 | 497467 | 497467 | 497467 | 599383 | 599383 | 599383 | 701300 | 701300 | 701300 | 6581100 | 7567720 |
| Расходы на сырье | 150000 | 150000 | 150000 | 191333 | 191333 | 191333 | 230532 | 230532 | 230532 | 269731 | 269731 | 269731 | 2524788 | 2903506 |
| Расходы на аренду | 32000 | 32000 | 32000 | 32000 | 32000 | 32000 | 32000 | 3200 | 32000 | 32000 | 32000 | 32000 | 384000 | 437760 |
| Расходы на коммунальные платежи (электроэнергия, отопление, вода, интернет) | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 16300 | 195600 | 222984 |
| Затраты на покупку оборудования | 914315 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 914315 | - |
| Ремонт и амортизация оборудования (1,2%) | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 10970 | 131640 | 131640 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Расходы на рекламу | 61100 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 9150 | 161750 | 115800 |
| Затраты начального периода | 279990 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 279990 | - |
| Непредвиденные расходы | 10000 | - | 10000 | - | - | 10000 | - | - | 10000 | - | - | 10000 | 50000 | 60000 |
| Фонд заработной платы наемных работников с учетом отчислений | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 114100 | 1369200 | 1506120 |
| Фонд заработной платы для ИП с фиксированным размером страховых взносов | 15000 | 15000 | 21998 | 15000 | 15000 | 21998 | 15000 | 15000 | 21997 | 15000 | 15000 | 21997 | 207990 | 228789 |
| Чистая прибыль | - 1208225 | - 1160195 | - 1129163 | - 1020549 | -91135 | - 820319 | - 648988 | - 477657 | - 323323 | -89274 | 144775 | 361827 | 361827 | 1961121 |

В дальнейшем «MonTresor» будет платить УСН 15% (когда объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов).

Итоговая финансовая характеристика проекта представлена в таблице 19.

Таблица 19 – Финансовые характеристики проекта

| Показатели | Единица измерения | Размер |
|------------------------------|-------------------|-----------|
| 1 | 2 | 3 |
| Стоимость проекта | рублей | 1 453 705 |
| Срок окупаемости | месяцев | 11 |
| Выручка за первый год | рублей | 6 581 100 |
| Чистая прибыль за первый год | рублей | 361 827 |

Рентабельность – относительный показатель экономической эффективности. Он характеризует процентное отношение суммы прибыли к одному из показателей и отражает взаимосвязь прибыли с другими показателями.

Рентабельность кафе-кондитерской определяется по формуле 10:

$$P = \text{ЧП} / \text{В} * 100\%, \quad (10) \text{ где } P \text{ – рентабельность, \%}; \text{ ЧП –}$$

чистая прибыль, руб.; В – выручка, руб.

Рентабельность в первый год работы составит $= 361\,827 / 6\,581\,100 * 100 = 6\%$.

Рентабельность во второй год работы составит $= 1\,961\,121 / 7\,567\,720 * 100 = 25\%$.

Анализируя таблицу 19 можно сделать вывод, что проект окупиться через 11 месяцев. Рентабельность в первый год работы предприятия составит 6 %. Такая маленькая рентабельность говорит о том, что за первый год работы предприятию нужно вернуть все свои первоначальные затраты. Хорошую динамику можно наблюдать на втором году, когда рентабельность составит 25 %, что является хорошей нормой для предприятий общественного питания.

Безубыточность работы предприятия зависит от многих факторов, в том числе от выбора оптимального объёма производства и целесообразных темпов развития предприятия. Для анализа безубыточности необходимо определить точку безубыточности (самоокупаемости) предприятия [14].

Точка безубыточности (критический объём производства, продаж) – это такой объём реализации, при котором полученные доходы обеспечивают возмещение всех затрат, но не дают возможности получать прибыль, иначе говоря, это нижний предельный объём выпуска продукции, при котором прибыль равна нулю. Для расчёта показателей точки безубыточности (на год) целесообразно исходные данные для расчёта свести в таблицу 20.

Средние переменные издержки определяются по формуле 11:

$$СП_{\text{ерИ}} = \text{ПерИ} / V_{\text{реал}}, \quad (11)$$

где $СП_{\text{ерИ}}$ – средние переменные издержки, руб.;

ПерИ – суммарные переменные издержки, включая стоимость сырья и материалов руб.;

$V_{\text{реал}}$ – суммарный объём реализации, шт.

Таблица 20 – Исходные данные для расчёта точки безубыточности (на год)

| Показатели | В рублях |
|---|-----------|
| 1 | 2 |
| Выручка от реализации продукции | 6 581 100 |
| Суммарные переменные издержки, включая стоимость сырья и материалов | 4 123 988 |
| Суммарные постоянные издержки | 900 980 |
| Суммарный объём реализации, шт. | 91 500 |
| Средняя цена единицы продукции | 72 |
| Средние переменные издержки | 45 |

К переменным издержкам кафе-кондитерской «MonTresor» относятся: заработная плата наемных работников, коммунальные платежи, непредвиденные расходы.

Они составят – 1 599 200 рублей.

К постоянным издержкам кафе-кондитерской «MonTresor» относятся: амортизационные отчисления, зарплата управляющего персонала, расходы на рекламу, интернет, аренду.

Они составят – 900 980 рублей.

Таким образом, были произведены необходимые расчеты для построения точки безубыточности.

Точка безубыточности характеризуется следующими показателями:

–Критический объем реализации рассчитывается по формуле 12:

Критический объём реализации, шт. = Суммарные постоянные издержки, руб. / (Среднюю цену единицы продукции, руб. – Средние переменные издержки на единицу продукции, руб.) (12)

Критический объём реализации = $900\,980 / (72 - 45) = 34\,653$ шт.

–Порог рентабельности рассчитывается по формуле 13:

Порог рентабельности, руб. = Критический объём реализации, шт. * Среднюю цену единицы продукции, руб. (13)

Порог рентабельности = $34\,653 * 72 = 2\,495\,016$ руб.

–Запас финансовой прочности рассчитывается по формуле 14:

Запас финансовой прочности, руб. = Выручка от реализации, руб. – Порог рентабельности, руб. (14)

Запас финансовой прочности = $6\,581\,100 - 2\,495\,016 = 4\,086\,084$ руб.

–Маржа безопасности рассчитывается по формуле 15:

Маржа безопасности, шт. = Суммарный объём реализации, шт. – Критический объём реализации, шт. (15)

Маржа безопасности = $91\,500 - 34\,653 = 56\,847$ шт.

Таким образом, при объеме реализации 34 653 порций и выручке от реализации 2 495 016 рублей предприятие возмещает все затраты и расходы полученными доходами, при этом прибыль предприятия равна нулю. Запас финансовой прочности при этом составляет 4 086 084 рублей, маржа безопасности 56 847 порций. На основании полученных данных строится график точки безубыточности, который представлен в приложении Ж.

3. 6 Риски кафе-кондитерской «MonTresor»

Как бы точно ни рассчитывал предприниматель предстоящие изменения рыночной среды, невозможно абсолютно верно предугадать то, что случится в будущем. Во всем мире постоянно происходят изменения. Поэтому одной из первостепенных задач любого руководителя является максимальное сохранение предприятия от воздействия рисков. Чтобы выполнить эту задачу, необходимо знать всю информацию о рисках, окружающих бизнес.

Риски для кафе:

–Риск изменение законодательства (как-то обезопасить себя невозможно, но стоит помнить, что всегда могут оказать помощь юристы).

–Риск роста конкуренции (важно работать с клиентской базой, пополнять ее, предлагать своим постоянным клиентам скидки, акции, бонусы).

–Риск роста себестоимости (связан он будет с ростом цен на сырье и арендную плату; обезопасить себя можно, заключив долгосрочные договоры на аренду помещения и поставку сырья).

–Риск задержки поставок (обезопасить себя можно, заключив договор с поставщиками).

–Технологические риски (поломка оборудования, как-то обезопасить себя невозможно, но стоит помнить, что всегда могут оказать помощь специалисты в данной области).

–Риск уменьшения числа посетителей в сравнении с планируемым (устраняется путем расширения маркетинговой стратегии, увеличением предлагаемого ассортимента).

–Финансовый риск (нужно разработать финансовую стратегию, целью которой является попадание в зону прибыльного функционирования).

3.7 Разработка мероприятий, направленных на развитие кондитерской «MonTresor»

Продвижение кафе – это комплекс маркетинговых мероприятий, целью которых является стимулирование спроса клиентов, увеличение прибыли предприятия и улучшение имиджа бренда. Продвижение товаров и услуг предприятия направлено на увеличение доли кафе на рынке, повышение его узнаваемости, привлечение новых клиентов и сохранение лояльности существующих, повышение доверия к бренду.

Основной целью деятельности кафе-кондитерской «MonTresor» является – получение прибыли с положительным темпом её прироста.

Мероприятия, направленные на стабилизацию и увеличение прибыли кондитерской «MonTresor»:

- повышение квалификации персонала;
- проведение мероприятий направленных на привлечение клиентов (акции, мастер-классы); –создание сайта и мобильного приложения для заказа кондитерских изделий в «MonTresor».

1Повышение квалификации персонала.

Чтобы качество продукции было на высшем уровне, нужно не только закупать свежие продукты, но и повышать мастерство кондитера. На втором году работы, когда предприятие возместит свои первоначальные затраты, 2 кондитера из разных смен будут отправлены на курсы по повышению квалификации. Курсы будут проходить в «Кондитерской студии Веры Никандровой», где кондитеров «MonTresor» в течение 10 дней будут обучать приготовлению супер-модных муссовых тортов. Затраты на курсы представлены в таблице 21.

Анализируя таблицу 21 можно сделать вывод, что затраты на обучение кондитеров «MonTresor» составят 51 600 рублей.

Таблица 21 – Затраты на обучение кондитеров «MonTresor»

| Должность | Количество | Стоимость обучения 1 кондитера, руб. | Всего затраты на обучение, руб. | Командировочные расходы (суточные), руб. | Стоимость проезда, руб. | Стоимость проживания, руб. | Итого затрат, руб. |
|-----------|------------|--------------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Кондитер | 2 | 12 000 | 24 000 | $10 \cdot 2 \cdot 300 = 6\ 000$ | $800 \cdot 2 = 1\ 600$ | $10 \cdot 2 \cdot 1\ 000 = 20\ 000$ | 51 600 |

После обучения, сотрудники кафе-кондитерской «MonTresor» наберутся опыта, повысят свою квалификацию, привезут новые рецепты блюд, которые будут введены в меню. Таким образом, повысится интерес среди потребителей к новой продукции, что повлечет за собой увеличение выручки предприятия. Расчет выручки с продажи новой продукции представлен в таблице 22.

Таблица 22 – Расчеты выручки с продажи новой продукции в кафекондитерской «MonTresor»

| Наименование продукции | Ед. из. | Цена за ед. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | Выручка за год, руб. |
|----------------------------------|---------|-------------|--------|--------|--------|--------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Муссовый торт «Таинственный лес» | кг | 550 | 24 750 | 24 750 | 24 750 | 24 750 | 99 000 |
| Муссовый торт «Дыхание весны» | кг | 650 | 29 250 | 29 250 | 29 250 | 29 250 | 117 000 |
| Муссовый торт «Три шоколада» | кг | 750 | 33 750 | 33 750 | 33 750 | 33 750 | 135 000 |
| ИТОГО | | | 87 750 | 87 750 | 87 750 | 87 750 | 351 000 |

Анализируя таблицу 22 можно сделать вывод, что после введение в меню муссовых тортов появился интерес со стороны потребителей. В месяц примерно будет продаваться по 15 штук каждого вида, тогда за год выручка

будет составлять 351 000 рублей. Таким образом, чистая прибыль за год составит 99 600 рублей. Затраты на обучение составили 51 600 рублей, следовательно, они окупятся примерно через 7 месяцев. В среднем в месяц можно увеличивать чистую прибыль на 8 300 рублей.

По возможности, сотрудники будут участвовать в кулинарных соревнованиях. Если кондитер займет призовое место, данной информацией можно поделиться в социальных сетях. Распространение положительных новостей о сотруднике не только повысит «боевой дух» остальных членов команды, но и уровень заведения.

2 Проведение мероприятий направленных на привлечение клиентов (акции, мастер-классы).

На сегодня наиболее актуальная реклама – это реклама в социальных сетях, где потребителю можно сообщить о новинках в меню, событиях, акциях и хороших новостях. Такая реклама не требуют финансовых затрат и поэтому являются наиболее эффективной для кафе-кондитерской «MonTresor». Клиенты ценят заведение, когда у него есть свое собственное лицо и имя.

Например, в «Instagram» фото десертов пользуются небывалой популярностью. Эффектная подача блюд поможет быстро раскрутить бренд: фото вызывают не только аппетит, но и бурные обсуждения. Множество людей захотят попробовать новый красивый десерт, увидев его в своей ленте. Обратная связь с клиентами очень важна для раскрутки бизнеса. Поэтому на страничках «В контакте» и «Одноклассниках» будут размещаться анкеты для потребителей, чтобы узнать, что они думают о новых десертах, или чтобы они хотели бы увидеть в меню кондитерской. Что может быть лучше перемен на основе получаемых отзывов и пожеланий клиентов?

Страницы в социальных сетях являются удобным инструментом для того, чтобы сообщать посетителям о предстоящих акциях или мероприятиях. К тому же, можно проводить акции онлайн. Например, в «MonTresor» можно проводить акции раз в неделю на выигрыш блюда дня «Акция – везунчик!». Конкурс будет проведен среди подписчиков группы и выбран генератором случайных чисел. Это повысит интерес к продукции в заведении и поможет привлечь потенциальных клиентов. На втором году работы, когда предприятию не нужно возмещать первоначальные затраты, можно проводить подобные мероприятия. Данные расчета затрат на проведение онлайн акции «Акция – везунчик!» представлены в таблице 23.

Таблица 23 – Расчет затрат на проведение онлайн акции «Акция – везунчик!»

| Наименование продукции | Ед. из. | Цена за ед. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | Выручка за год, руб. |
|--|---------|-------------|-------|-------|-------|-------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Муссовый торт «Таинственный лес» (1 кг) | кг | 550 | 1 650 | 1 650 | 1 650 | 1 650 | 6 600 |
| Тирамису (набор 4 шт.) | шт. | 70 | 630 | 630 | 630 | 630 | 2 520 |
| Сирсаке лимонный (набор 6 шт.) | шт. | 30 | 840 | 840 | 840 | 840 | 3 360 |
| Эклеры с малиновым ганашем (набор 6 шт.) | шт. | 45 | 540 | 540 | 540 | 540 | 2 160 |
| ИТОГО | | | 3 660 | 3 660 | 3 660 | 3 660 | 14 640 |

Анализ таблицы 23 показал, что затраты на проведение акции составят 14 640 рублей в год. Данная акция дополнительно сможет привлечь примерно 70 клиентов в месяц. При покупке изделий по средней цене 72 рубля в заведении можно получить дополнительную выручку за месяц – 5 040 рублей, тогда за год – 60 480 рублей. Таким образом, чистая прибыль за год составит 17 380 рублей. Затраты на проведение онлайн акции «Акция –

везунчик!» окупятся через 10 месяцев и каждый месяц в среднем чистая прибыль будет увеличиваться на 1 450 рублей.

Полученный опыт на курсах по повышению квалификации, кондитеры будут передавать своим клиентам. В «MonTresor» планируется проводить раз в месяц мастер-классы по приготовлению кондитерских изделий. Группа будет состоять из 10 человек (цена будет варьироваться в зависимости от количества продуктов входящих в состав изделия). Данные расчета затрат на проведение мастер-классов представлены в таблице 24, по получению потенциальной выручки с мастер-классов представлены в таблице 25.

Таблица 24 – Расчет затрат на проведение мастер-классов

| Наименование | Колво, чел. | Кол-во занятий в месяц | Затраты на занятие, руб. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | Сумма за год, руб. |
|-----------------------|-------------|------------------------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|--------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Взрослый мастер-класс | 10 | 1 | 250 | 7 500 | 7 500 | 7 500 | 7 500 | 30 000 |
| Детский мастер-класс | 10 | 1 | 150 | 4 500 | 4 500 | 4 500 | 4 500 | 18 000 |
| ИТОГО | 20 | | | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 48 000 |

Таблица 25 – Расчет выручки с проведения мастер-классов

| Наименование | Колво, чел. | Кол-во занятий в месяц | Стоимость занятия, руб. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | Выручка за год, руб. |
|-----------------------|-------------|------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Взрослый мастер-класс | 10 | 1 | 500 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 60 000 |
| Детский мастер-класс | 10 | 1 | 300 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 36 000 |
| ИТОГО | 20 | | | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 96 000 |

Анализ таблицы 24 показал, что затраты на проведение акции составят 48 000 рублей в год. Из таблицы 25 видно, что выручка за год с проведения мастер-классов составит 96 000 рублей. Таким образом, за год можно увеличить прибыль на 27 830 рублей. Затраты на проведение мастерклассов окупятся через 21 месяцев и каждый месяц в среднем чистая прибыль будет увеличиваться на 2 320 рублей.

3 Создание сайта и мобильного приложения для заказа кондитерских изделий в «MonTresor»

Для кафе-кондитерской «MonTresor» будет разработан веб-сайт и мобильное приложение для заказа кондитерских изделий на дом.

Разработка собственного мобильного приложения и его предложение потенциальным клиентам, откроет широкий ряд возможностей для решения следующих целей:

- повышения узнаваемости бренда;
- увеличения лояльности и доверия аудитории к предприятию;
- построения долгосрочных отношений с заказчиками;
- получения постоянной связи с клиентами вне зависимости от их текущего места положения;
- расширения географии представительства службы доставки (есть возможность выхода на рынок близлежащих городов);
- обеспечения потенциальным клиентам быстрого доступа к контактной информации предприятия;
- оперативного оповещения целевой аудитории о новых

предложениях и специальных акциях;

–сбора статистической информации о клиентах и их интересах для повышения эффективности работы.

Затраты на разработку сайта и мобильного приложения составят 40 000 рублей, но в дальнейшем такие траты окупят себя. Выручка с доставки кондитерских изделий на дом представлена в таблице 26.

Таблица 26 – Выручка с доставки кондитерских изделий на дом

| Наименование заказа | Кол-во заказов в день | Стоимость доставки, % | Средняя цена одного заказа, руб. | Сумма от заказов в день, руб. | Выручка за год, руб. |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| «Мини» до 500 рублей | 1 | 15 | 495 | 570 | 171 000 |
| «Медиум» свыше 500 рублей | 1 | 10 | 600 | 660 | 198 000 |
| «Макси» свыше 1000 рублей | 1 | 5 | 1 100 | 1 155 | 346 500 |
| ИТОГО | | | | 2 385 | 715 500 |

Анализируя таблицу 26, можно сделать вывод, что средняя цена за изделие, с курьерской доставкой кондитерских изделий на дом, в день составит 795 рублей. Если в месяц будет в среднем 25 заказов каждого вида, тогда потенциальная выручка составит 19 875 рублей. Следовательно, за год можно получить дополнительной чистой прибыли 73 850 рублей. Затраты на разработку сайта и мобильного приложения окупятся через 7 месяцев и каждый месяц в среднем чистая прибыль будет увеличиваться на 6 070 рублей.

Данные расчета от проведения мероприятий, направленных на получение дополнительной прибыли, представлены в таблице 27.

Таблица 27 – Расчет экономической эффективности от проведения мероприятий за год

| Название мероприятия | Затраты на мероприятие, руб. | Примерная выручка по результатам мероприятий, руб. | Примерная чистая прибыль по результатам мероприятий, руб. |
|--|------------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Курсы повышения квалификации кондитера | 51 600 | 351 000 | 99 600 |
| Проведение акции «Акция – везунчик!» | 14 640 | 60 480 | 17 380 |
| Проведение мастер-классов | 48 000 | 96 000 | 27 830 |
| Разработка сайта и мобильного приложения | 40 000 | 238 500 | 73 850 |
| ИТОГО | 154 240 | 745 980 | 218 660 |

Анализ таблицы 27 показал, что экономическая эффективность от проведения мероприятий, направленных на получение дополнительной прибыли, составит 218 660 рублей в год, что полностью оправдывает их проведение.

В заключение можно подвести итог, что вышеперечисленные мероприятия для кафе-кондитерской «MonTresor» смогут принести дополнительную прибыль и дадут успешные результаты.

Бизнес-план является важным и необходимым документом для любого предприятия. Уже сейчас большинство предпринимателей стали осознавать необходимость планирования текущей и будущей деятельности, поскольку это позволит увеличить эффективность бизнеса и значительно снизить его риски. Разработка бизнес-плана даст возможность трезво оценить предприятие, выявить его слабые и сильные стороны, определить, что потребуется для осуществления его деятельности, оценить открывающиеся перспективы, предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьезную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения.

Финансово-экономический анализ проекта по организации кондитерской «MonTresor» позволяет заключить, что данный бизнес-план можно реализовать с высоким уровнем эффективности. Если кафе будет удовлетворять качественные и эмоциональные запросы клиентов, это позволит рассчитывать на постоянное их посещение, что повлечет увеличение прибыли заведения.

При наличии необходимых для реализации проекта инвестиций, умелом руководстве, правильно подобранном персоналом и расположении кафе, и некоторых других факторов, которые в полном объеме рассмотрены в описании проекта, организация кондитерской «MonTresor» представляет собой доходное предприятие, имеющее высокие перспективы для дальнейшего развития. Таким образом, считаю кондитерскую экономически выгодным и целесообразным.

Выручка в первый год работы в кондитерской «MonTresor» составит 6 581 100 рублей, чистая прибыль – 361 827 рублей, срок окупаемости проекта – 11 месяцев.

Источником финансирования проекта являются собственные средства в размере 1 500 000 рублей. Полная стоимость реализации проекта составит 1 453 705 рублей. В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 6 %, во второй 25%.

4 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В результате проведенных исследований было выявлено, что целями проекта по созданию кафе-кондитерской «MonTresor» являлись: создание доходного предприятия, организация получения стабильной прибыли, удовлетворение рынка потребления кондитерскими изделиями, организация новых рабочих мест.

На основании рассмотренного теоретического материала по бизнеспланированию было установлено следующее, что бизнес-план – это документ, на основе которого осуществляется планирование предпринимательской деятельности. Он представляет краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса.

Составление бизнес-плана является одним из первых и ключевых действий, осуществляемых в ходе выполнения проекта. Вместе с тем следует отметить, что нет универсальной или стандартной формы бизнес-плана, пригодного на все случаи жизни, как нет и универсальных источников средств. Примерная структура состоит из титульного листа, резюме, описание товаров/услуг, характеристика предприятия, анализ рынка конкурентов/потребителей, описание производственного, организационного, маркетингового, финансового плана, анализ рисков.

Малый бизнес имеет большое значение для развития экономики страны. В отличие от крупных предприятий он с легкостью может оперативно реагировать на запросы рынка, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям, проявляет свою гибкость и мобильность.

Льготный режим деятельности индивидуальных предпринимателей, микропредприятий и предприятий малого бизнеса снижает поступление в бюджет налогов и взносов, но зато решает другие вопросы государственной

значимости: обеспечение самозанятости; создание новых рабочих мест и снятие с государства бремени по содержанию безработных; снижение социальной напряженности в обществе за счет роста благосостояния населения. В ходе изучения мер поддержки со стороны государства было выявлено, что в России существует четыре специальных системы налогообложения с низкими налоговыми ставками, воспользоваться которыми могут субъекты малого бизнеса. В период с 2015 г. по 2020 г. впервые зарегистрированные ИП вправе в течение двух налоговых периодов (максимум – двух лет) воспользоваться налоговой ставкой в размере 0%, при соблюдении требований прописанных в законе. Такая льгота называется «Налоговые каникулы» и полностью подходит для создаваемого проекта по открытию кафе-кондитерской «MonTresor» в Москве

Реализован проект путем открытия ИП Мартиросян Г.А. Вид деятельности предприятия: производство, реализация, организация потребления продукции общественного питания, оказание разнообразных услуг.

Объектом исследования в работе являлось кафе-кондитерская «MonTresor». При написании были использованы следующие методы исследования: расчетно-аналитический, отчетно-статистический, метод экономического анализа, нормативный, экономико-математический и прогнозный метод.

Концепция кафе-кондитерской «MonTresor» соответствует всем последним требованиям. Современное оформление зала в эко-стиле, использование натуральных продуктов и приготовление кондитерских изделий по последним новинкам[11].

В результате проведение анализа конкурентов в районе Новокосино было установлено, что специализированное кафе-кондитерская в городе только одно. Поэтому конкурентом в данной области для «MonTresor» будет кондитерская «ИП Друзик Г.В.».

Анализ конкурентов показал, что основной контингент для кондитерской «MonTresor» будет молодежь со средним уровнем дохода. Так же при выборе места расположения был сделан акцент на близость учебных заведений и торговых комплексов. Таким образом, «MonTresor» располагается в оживленном районе, где проходит большой поток потенциальных потребителей.

В результате исследований было установлено, что на начальном этапе работы в среднем за день в кафе может зайти 105 человек. На основании этого, было составлено план-меню, с планируемой реализацией 200 порций за день. Средняя цена в заведении составит 72 рубля.

На основании план-меню был произведен расчет производственного персонала, который необходим для реализации блюд. Таким образом, для кондитерской «MonTresor» нужно 4 кондитера и 2 бармена-официанта в разные смены. Так же потребуется один бухгалтера-кассира и уборщик производственных помещений. Директор предприятия будет совмещать должность управляющего и техника-технолога производства.

На основании финансового плана развития кафе-кондитерской «MonTresor» можно составить структуру затрат в первый год работы предприятия, которая представлена в виде диаграммы на рисунке 5.



Рисунок 5 – Диаграмма затрат в первый год работы предприятия

Анализ рисунка 5 показал, что больше всего расходов приходится на покупку сырья (41%), оборудования (15%) и прочие расходы (7%), которые связаны с ремонтом помещения. Выручка за первый год работы предприятия составит 6 581 100 рублей, при этом чистая прибыль – 361 827 рублей. Это говорит о том, что предприятие будет окупать свои затраты в течение 1 месяца.

Структура затрат во второй год работы предприятия представлена в виде диаграммы на рисунке 6.

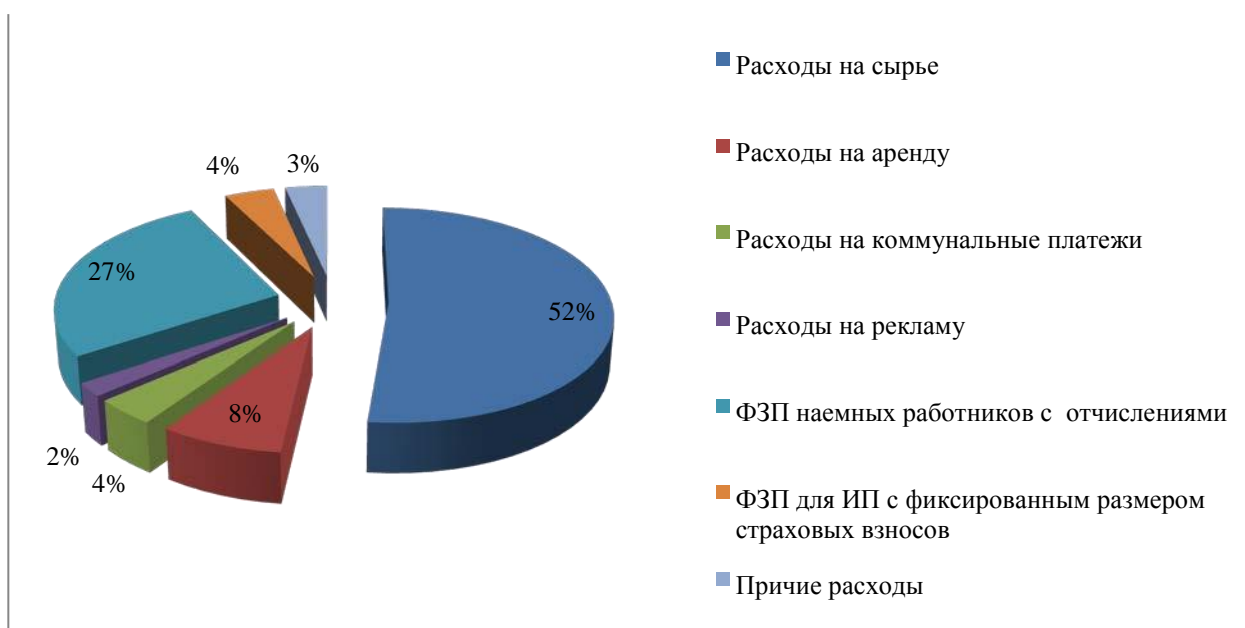


Рисунок 6 – Диаграмма затрат во второй год работы предприятия

Анализ рисунка 6 показал, что во втором году работы больше всего расходов будет связано с покупкой сырья (52%), что говорит об увеличении объемов производства. Выручка составит 7 567 720 рублей, чистая прибыль при этом 1 961 121 рублей. Если сравнить диаграмму с прошлым годом работы, то можно увидеть увеличение заработной платы наемных рабочих с 22% до 27% и небольшой рост коммунальных платежей с 3% до 4%. Уменьшились прочие расходы с 7% до 3%, так как предприятию не надо покрываться первоначальные затраты, как было в первый год работы. В целом наблюдается положительная динамика чистой прибыли, которая в дальнейшем будет только увеличиваться.

Источником финансирования проекта являются собственные средства в размере 1 500 000 рублей. Полная стоимость реализации проекта составит 1 453 705 рублей. В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 6 %, во второй 25%.

Расчет экономической эффективности от проведения мероприятий, которые направлены на стабилизацию и увеличение прибыли в кафе-кондитерской «MonTresor», представлен в таблице 28.

Таблица 28 – Расчет экономической эффективности от проведения мероприятий за год

| Название мероприятия | Затраты на мероприятие, руб. | Примерная выручка по результатам мероприятий, руб. | Примерная чистая прибыль по результатам мероприятий, руб. |
|--|------------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Курсы повышения квалификации кондитера | 51 600 | 351 000 | 99 600 |
| Проведение акции «Акция – везунчик!» | 14 640 | 60 480 | 17 380 |
| Проведение мастер-классов | 48 000 | 96 000 | 27 830 |
| Разработка сайта и мобильного приложения | 40 000 | 238 500 | 73 850 |
| ИТОГО | 154 240 | 745 980 | 218 660 |

Анализ таблицы 28 показал, что экономическая эффективность от проведения мероприятий, направленных на получение дополнительной прибыли, составит 218 660 рублей в год, что полностью оправдывает их проведение.

Результаты выполнения работы – возможность использования бизнесплана для открытия кафе-кондитерской «MonTresor».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате анализа теоретических основ бизнес-планирования, можно сделать вывод, что бизнес-план – это документ, который описывает все основные аспекты будущего предприятия.

Бизнес-план должен:

- показать, что продукт или услуга найдут своего потребителя,
- установить емкость рынка сбыта и перспективы его развития;

–оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, предоставления на рынке работ или услуг;

–определить прибыльность будущего производства и показать его эффективность работы.

Основной целью при создании кафе-кондитерской являлось организовать уютное пространство для отдыха потребителей. Концепция заведения соответствует всем последним требованиям. Современное оформление зала в эко-стиле, использование натуральных продуктов и приготовление кондитерских изделий по последним новинкам. Мода на здоровую пищу началась несколько лет назад и не собирается сдавать позиции. Это будет являться конкурентным преимуществом для создания данного бизнеса.

Анализ рынка конкурентов показал, что в настоящее время на территории г. Москва в районе Новокосино существует большое количество предприятий общественного питания, которые реализуют хлебобулочные и мучные кондитерские изделия. Но, специализированное кафе в городе только одно. Эта кондитерская «ИПМартиросян Г.А.». У создаваемого предприятия есть преимущества перед конкурентом в ценовой политике, возможность предоставлять скидки клиентам, а так же планируется проведение хорошей рекламной компании.

Выручка в первый год работы в кафе-кондитерской «MonTresor» составит 6 581 100 рублей, чистая прибыль – 361 827 рублей. Выручка за второй год работы составит 7 567 720 рублей, чистая прибыль – 1 961 121 рублей.

Источником финансирования проекта являются собственные средства в размере 1 500 000 рублей. Полная стоимость реализация проекта составит 1

453 705 рублей. Срок окупаемости – 11 месяцев. В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 6 %, во второй 25%.

На втором году работы предприятие будет проводить мероприятия, которые направлены на увеличение дохода. Экономическая эффективность от мероприятий составит – 218 660 рублей в год.

В результате реализации мероприятий в кафе-кондитерской «MonTresor» повысится эффективность деятельности, что будет способствовать дальнейшему успешному развитию в сфере данного бизнеса. Так же следует расширять ассортимент блюд, улучшать качество обслуживания, что приведет к привлечению новых клиентов. Благодаря дополнительному стимулированию сотрудников повысится качество обслуживания и стремление к достижению более высоких качественных и количественных показателей.

В кафе-кондитерской будут соблюдены все меры по обеспечению безопасности жизнедеятельности на предприятии и охраны окружающей среды в соответствии с законодательством РФ.

В заключении можно сказать, что поставленные задачи выполнены, цель достигнута. Считаю разработанный бизнес-план по открытию кафекондитерской «MonTresor» экономически выгодным и целесообразным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Бизнес-планирование: Учебник для бакалавров / П.И. Орлова. – М.: ИТК «Дашков и К⁰», 2016. – 288 с.
- 2 Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование. Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.
- 3 Байкалова А.И. Бизнес-планирование. Учебное пособие. – Томск, 2014.
- 4 Лудольф Ф., Лихтенберг С. Бизнес план. Профессиональное составление и убедительная презентация. – М.: ОЛМА ПРЕСС, 2014. – 224 с.
- 5 Бизнес-планирование. Конспект лекций / О.Н. Бекетова, В.И. Найденов. – М.: ЭКСМО, 2012. – 160 с.
- 6 Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. – М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2014. –250 с.
- 7 Романова М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. – М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. – 240 с.
- 8 ГОСТ Р 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования», 2016. – 15 с.
- 9Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
- 10 Федеральный закон от 29.12.2014 № 477-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса РФ».
- 11 Разработка бизнес-плана
<http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/38975/1/TPU372464.pdf>

12 Льготы для малого бизнеса в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.regberry.ru/malyu-biznes/lgoty-dlya-malogo-biznesa-v2017-godu> – Загл. с экрана.

13 Близкий Р.С., Бедрачук И.А., Лебединская Ю.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 151 с.

14 ГОСТ Р 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования», 2015. – 16 с.

15 Методические рекомендации к выполнению дипломной работы для специальности 260502 «Технология продукции общественного питания» (ТПОП), 2012. – 72 с.

16 Закон Кемеровской области о «налоговых каникулах» от 06.05.2015 № 32-ОЗ «Об установлении налоговой ставки в размере 0 процентов для налогоплательщиков – индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, патентную систему налогообложения».

17 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.04.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 07.04.2017)

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/d29da7b903e5cc351e08a2f10414csee3c12bad/ – Загл. с экрана.

18 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)[Электронный ресурс].

– Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/78f36e7afa535cf23e1e865a0f38cd3d230eecf0/– Загл. с экрана.

- 18 ГОСТ 12.0.003-74 «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация». – М.: Издательство стандартов, 2004. – 3 с.
- 19 ГОСТ 30494-2011 «Параметры микроклимата в помещениях», 2013. – 15 с.
- 20 СанПин 2.2.4.548-96. 2.2.4 «Физические факторы производственной среды. Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений. Санитарные правила и нормы».
- 21 СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение».
- 22 СН 2.2.4/2.1.8.562-96 «Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки».
- 23 Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы «СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03».
- 24 Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об охране окружающей среды».
- 25 ГОСТ 12.1.004-91 «Пожарная безопасность. Общие требования», 2006. – 68 с.
- 26 Руководство по выполнению и защите выпускной квалификационной работы магистерской: Методические указания для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.08 «финансы и кредит» профиль подготовки / Д.Н. Нестерук, В.И. Марчук., 2016. – 32 с.

Приложение А
 Меню кафе-кондитерской «MonTresor»
 (рекомендуемое)

| Наименование | Выход, г | Цена, |
|--|-----------|-------|
| Мороженое гранулированное | | |
| Мороженое гранулированное «Бабл-гам» | 100 | 80 |
| Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный» | 100 | 80 |
| Мороженое гранулированное «Мятный шоколад» | 100 | 80 |
| Мороженое гранулированное «Крем-брюле» | 100 | 80 |
| Мороженое гранулированное «Соленая карамель» Горячие напитки | 100 | 80 |
| Холодные напитки | | |
| Чай «Английский» черный с сахаром | 200/15 | 30 |
| Чай «Английский» зеленый с сахаром | 200/15 | 30 |
| Чай из цветов ромашки с сахаром | 200/15 | 40 |
| Чай травяной из шиповника и гибискуса с сахаром | 200/15 | 40 |
| Чай красный «Горные травы» с сахаром | 200/15 | 40 |
| Чай с ягодами смородины с сахаром | 200/15 | 35 |
| Чай с ягодами малины с сахаром | 200/15 | 35 |
| Чай с ягодами облепихи с сахаром | 200/15 | 35 |
| Кофе «Эспрессо» с сахаром | 200/15 | 30 |
| Кофе «Капучино» с сахаром | 200/15 | 45 |
| Раф-кофе с сахаром | 200/15 | 50 |
| Кофе «Мокко» с сахаром | 200/15 | 50 |
| Кофе «Латте» с сахаром и корицей | 200/15/5 | 45 |
| Кофе с шоколадом и маршмеллоу | 200/10/20 | 55 |
| Какао с молоком и маршмеллоу | 200/20 | 65 |
| Шоколад горячий с маршмеллоу | 200/20 | 95 |
| Холодные напитки | | |
| Лимонад «Ягодный» | 200 | 90 |
| Лимонад «Витаминный» | 200 | 80 |
| Лимонад «Классика» | 200 | 30 |

| | | |
|-------------------------------|-----|----|
| Лимонад «Апельсинка» | 200 | 35 |
| Смузи «Бодрящий» | 200 | 60 |
| Смузи «Бананово-малиновый» | 200 | 50 |
| Смузи «Освежающий яблочный» | 200 | 50 |
| Смузи «Кофейно-шоколадный» | 200 | 70 |
| Сок абрикосовый | 200 | 30 |
| Сок апельсиновый | 200 | 30 |
| Сок виноградный | 200 | 30 |
| Сок персиковый | 200 | 30 |
| Сок яблочный | 200 | 30 |
| Вода негазированная «BonAqua» | 200 | 15 |
| Вода газированная «BonAqua» | 200 | 25 |

Продолжение приложения А

| | | |
|---------------------------------|-------|-----|
| | Торты | |
| Nakedcake «Имбирный» | 1000 | 380 |
| Nakedcake «Классика» | 1000 | 450 |
| Nakedcake «Стендаль» | 1000 | 500 |
| Nakedcake «Творожный рай» | 1000 | 550 |
| Nakedcake «Шоколадный с вишней» | 1000 | 600 |
| Чизкейк «Лайм» | 1000 | 450 |
| Чизкейк «Нью-Йорк» | 1000 | 400 |

| | | |
|---|---------|----|
| | Десерты | |
| Конфеты «Трюфель» | 100 | 65 |
| Конфеты «Грильяж» из сухофруктов с орехами в шоколаде | 100 | 85 |
| Тирамису в стаканчике | 100 | 70 |
| Банюффи в стаканчике | 100 | 70 |
| Popscake шоколадный | 50 | 35 |
| Popscake с вишней и фундуком | 50 | 45 |
| Popscake ванильный | 50 | 35 |
| Pushcake шоколадный | 50 | 30 |
| Pushcake ягодный | 50 | 30 |
| Pushcake ореховый | 50 | 40 |
| Cupcake ванильный | 50 | 35 |
| Cupcake шоколадный с кофейным кремом | 50 | 45 |
| Cupcake лимонный | 50 | 30 |
| Puncake с медом | 50 | 45 |
| Puncake с ягодным сиропом | 50 | 30 |
| Гофры с мёдом | 75/20 | 55 |
| Гофры с ягодным сиропом | 75/20 | 45 |
| Эклер с соленой карамелью | 75 | 35 |
| Эклер с малиновым ганашем | 75 | 45 |
| Эклер с шоколадным ганашем | 75 | 40 |
| Краффин с ванильным кремом | 75 | 50 |
| Булочка «Синнабон» | 65 | 50 |

Директор _____ Г.А. Мартиросян

Бухгалтер-кассир _____ И.В. Махлинская

Приложение Б

План производства и реализации продукции

для кафе-кондитерской «MonTresor»

(обязательное)

Таблица 1 – План производства кафе-кондитерской «MonTresor»

| Наименование продукции | Ед. из. | Цена за ед. | Реализовано поквартально | | | | Всего ед. за 1-й год | Всего ед. за 2- год |
|---|---------|-------------|--------------------------|------------|------------|------------|----------------------|---------------------|
| | | | 1 кв. (ед) | 2 кв. (ед) | 3 кв. (ед) | 4 кв. (ед) | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Мороженое гранулированное «Бабл-гам» | шт. | 80 | 630 | 680 | 730 | 780 | 2820 | 3243 |
| Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный» | шт. | 80 | 540 | 590 | 640 | 690 | 2460 | 2829 |
| Мороженое гранулированное «Мятный шоколад» | шт. | 80 | 540 | 590 | 640 | 690 | 2460 | 2829 |
| Мороженое гранулированное «Крем-брюле» | шт. | 80 | 540 | 590 | 640 | 690 | 2460 | 2829 |
| Мороженое гранулированное «Соленая карамель» | шт. | 80 | 630 | 680 | 730 | 780 | 2820 | 3243 |
| Чай «Английский» черный с сахаром | шт. | 30 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Чай «Английский» зеленый с сахаром | шт. | 30 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Чай из цветов ромашки с сахаром | шт. | 40 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |

| | | | | | | | | |
|---|-----|----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| Чай травяной из шиповника и гибискуса с сахаром | шт. | 40 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Чай красный «Горные травы» с сахаром | шт. | 40 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Чай с ягодами смородины с сахаром | шт. | 35 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Чай с ягодами малины с сахаром | шт. | 35 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Чай с ягодами облепихи с сахаром | шт. | 35 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |

Продолжение приложения Б таблица 1

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|----------------------------------|-----|----|-----|-----|------|------|------|------|
| Кофе «Эспрессо» с сахаром | шт. | 30 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Кофе «Капучино» с сахаром | шт. | 45 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Раф-кофе с сахаром | шт. | 50 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Кофе «Мокко» с сахаром | шт. | 50 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Кофе «Латте» с сахаром и корицей | шт. | 45 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Кофе с шоколадом и маршмеллоу | шт. | 55 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Какао с молоком и маршмеллоу | шт. | 65 | 360 | 410 | 460 | 510 | 1740 | 2000 |
| Шоколад горячий с маршмеллоу | шт. | 95 | 450 | 500 | 550 | 600 | 2100 | 2415 |
| Лимонад «Ягодный» | шт. | 90 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Лимонад «Витаминный» | шт. | 80 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Лимонад «Классика» | шт. | 30 | 900 | 950 | 1000 | 1050 | 3900 | 4485 |
| Лимонад «Апельсинка» | шт. | 35 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Смузи «Бодрящий» | шт. | 60 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Смузи «Банановомалиновый» | шт. | 50 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Смузи «Освежающий яблочный» | шт. | 50 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Смузи «Кофейношоколадный» | шт. | 70 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |

| | | | | | | | | |
|---|----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| Конфеты «Трюфель» | г | 65 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Конфеты «Грильяж» из сухофруктов с орехами в шоколаде | г | 85 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Nakedcake «Имбирный» | кг | 380 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Nakedcake «Классика» | кг | 450 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Nakedcake «Стендаль» | кг | 500 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Nakedcake «Творожный рай» | кг | 550 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Nakedcake «Шоколадный» | кг | 600 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Чизкейк «Лайм» | кг | 450 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Чизкейк «НьюЙорк» | кг | 400 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |

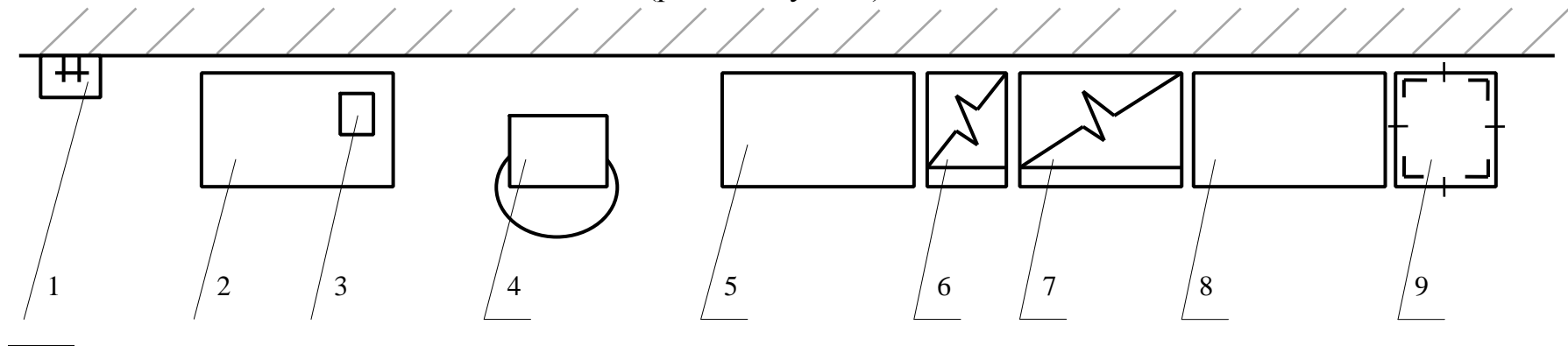
| Продолжение приложения Б таблица 1 | | | | | | | | |
|--|-----|----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Тирамису в стаканчике | шт. | 70 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Банoffee в стаканчике | шт. | 70 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Popscake шоколадный | шт. | 35 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Popscake с вишней и фундуком | шт. | 45 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Popscake ванильный | шт. | 35 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Pushcake шоколадный | шт. | 30 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Pushcake ягодный | шт. | 30 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Pushcake ореховый | шт. | 40 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Cupcake ванильный | шт. | 35 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Cupcake шоколадный с кофейным кремом | шт. | 45 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Cupcake лимонный | шт. | 30 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Cupcake с медом | шт. | 45 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Cupcake с ягодным сиропом | шт. | 30 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Гофры с мёдом | шт. | 55 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Гофры с ягодным сиропом | шт. | 45 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----|----|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Эклер с соленой карамелью | шт. | 35 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Эклер с малиновым ганашем | шт. | 45 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Эклер с шоколадным ганашем | шт. | 40 | 270 | 320 | 370 | 420 | 1380 | 1587 |
| Краффин с ванильным кремом | шт. | 50 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Булочка «Синнабон» | шт. | 50 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Вода негазированная «ВонАqua» | шт. | 15 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Вода газирования «ВонАqua» | шт. | 25 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Сок абрикосовый | шт. | 30 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Сок апельсиновый | шт. | 30 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Сок виноградный | шт. | 30 | 180 | 230 | 280 | 330 | 1020 | 1173 |
| Сок персиковый | шт. | 30 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| Сок яблочный | шт. | 30 | 90 | 140 | 190 | 240 | 660 | 759 |
| ИТОГО | | | 18000 | 21250 | 24500 | 27750 | 91500 | 105225 |

Приложение В

Технологическая линия по замесу и выпечки теста

(рекомендуемое)



- 1 РМ–400 – раковина для мытья рук;
- 2 СП Atesy–1200 – стол производственный для подготовки продуктов к взбиванию;
- 3 ВЭ ШТРИХ–Слим 200М 6–1.2 – весы электронные для взвешивания продуктов;
- 4 ТЕКНО 40 – миксер планетарный для приготовления различного вида теста;
- 5 СП Atesy–1200 – стол производственный для подготовки теста к выпечке;
- 6 ПЭП–0,34М – плита электрическая производственная двухконфорочная для приготовления заварного теста;
- 7 ЭШ–3К–П – шкаф электропекарский для выпечки мучных кондитерских изделий;
- 8 СП Atesy–1200 – стол производственный для охлаждения изделий;
- 9 СКП–600/800 – стеллаж кухонный производственный передвижной для охлаждения выпеченных п/ф.

Приложение Г

Технико-технологическая карта на блюдо «Сурсаке ванильный»

(рекомендуемое)

УТВЕРЖДАЮ

Директор кафе-кондитерской
«MonTresor»

_____ Е.А. Яковенко

«_____» _____ 2019 г.

ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА № 1

На блюдо «Сурсаке ванильный»

1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящая технико-технологическая карта распространяется на блюдо «Сурсаке ванильный» вырабатываемое в кафе-кондитерской.

2 ТРЕБОВАНИЯ К СЫРЬЮ

Продовольственное сырье, пищевые продукты и полуфабрикаты, используемые для приготовления блюда «Сурсаке ванильный» должны соответствовать требованиям действующих нормативных и технических документов, иметь сопроводительные документы, подтверждающие их безопасность и качество (сертификат соответствия, санитарно-эпидемиологическое заключение, удостоверение безопасности и качества).

3 РЕЦЕПТУРА

| Наименование сырья и продуктов | Расход сырья и продуктов на 1 порцию, г | |
|--------------------------------|---|-------|
| | брутто | нетто |
| Тесто: | | |
| Масло сливочное | 10,4 | 10,2 |
| Сахар | 7 | 7 |
| Яйцо куриное | 1/15шт | 2,6 |
| Молоко | 8 | 8 |
| Мука пшеничная | 7,3 | 7,3 |
| Сода | 0,1 | 0,1 |
| Соль | 0,05 | 0,05 |
| Масса теста | - | 35 |
| Масса готового изделия | - | 30 |
| Крем: | | |
| Сливки 35% | 6 | 6 |

| | | |
|--------------------|------|------|
| Сыр маскарпоне | 6,5 | 6,5 |
| Сахарная пудра | 3 | 3 |
| Ванильная эссенция | 0,01 | 0,01 |
| Масса крема | - | 15 |
| Клубника | 6 | 5 |
| ВЫХОД | - | 50 |

Продолжение приложения Г
4 ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

Подготовка сырья производится в соответствии с рекомендациями Сборника технологических нормативов для предприятий общественного питания и технологическими рекомендациями для импортного сырья.

Тесто: взбить до пышной консистенции масло сливочное и сахар, добавить яйца и соль, снова хорошо взбить. Добавить просеянную муку, перемешанную с содой, залить молоко, взбить миксером до однородной консистенции. Тесто должно получиться нежное, без комочков. Выложить в бумажные стаканчики для выпечки кексов, наполнив

0 их

тестом на 1/3. Выпекать при температуре 175 С 30 минут.

Крем: взбить в пышную массу сахарную пудру со сливками, добавляя сливочный сыр и ванильную эссенцию. Готовый крем отсадить из кондитерского мешка с фигурной насадкой на капкейк и украсить свежей клубникой.

5 ОФОРМЛЕНИЕ, ПОДАЧА, РЕАЛИЗАЦИЯ И ХРАНЕНИЕ

Правила подачи: подают в бумажных стаканчиках, украшено кремом из взбитых сливок и свежей клубникой.

Температура подачи: 14 С.

Срок реализации: 6 ч.

6 ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ

Органолептические показатели блюда:

Внешний вид – пропеченное изделие без закала и следов непромеса, верх украшен взбитыми сливками и свежей клубникой.

Консистенция – имеет пористый пропеченный мякиш без следов непромеса.

Запах – свойственный изделию, без постороннего запаха.

Вкус – свойственный изделию, сливочно-ванильный, без постороннего привкуса.

Микробиологические показатели:

Микробиологические показатели на блюдо «Сурсаке ванильный» соответствовать

требованиям СанПиН 2.3.2.1078-01, индекс 1.9.15.21.

7 ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ блюда «Сурсаке ванильный» в 50 г

| Белки | Жиры | Углеводы | Энергетическая ценность, ккал/кДЖ |
|-------|-------|----------|-----------------------------------|
| 1,58 | 13,09 | 8,86 | 181,5 |

Ответственный

разработчик:

Мартирисян

Г

Приложение Е

Планируемый объем продаж продукции в

кафе-кондитерской «MonTresor»

(обязательное)

Таблица 2 – Планируемый объем продаж продукции в рублях

| Наименование продукции | периодам реализации проекта | | | | Всего за 1-й год | Всего за 2-й год |
|---|-----------------------------|-------|-------|-------|---------------------|---------------------|
| | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Мороженое гранулированное «Бабл-гам» | 50400 | 54400 | 58400 | 62400 | 225600 | 259440 |
| Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный» | 43200 | 47200 | 51200 | 55200 | 196800 | 226320 |
| Мороженое гранулированное «Мятный шоколад» | 43200 | 47200 | 51200 | 55200 | 196800 | 226320 |
| Мороженое гранулированное «Крем-брюле» | 43200 | 47200 | 51200 | 55200 | 196800 | 226320 |
| Мороженое гранулированное «Соленая карамель» | 50400 | 54400 | 58400 | 62400 | 225600 | 259440 |
| Чай «Английский» черный с сахаром | 10800 | 12300 | 13800 | 15300 | 52200 | 60000 |
| Чай «Английский» зеленый с сахаром | 10800 | 12300 | 13800 | 15300 | 52200 | 60000 |
| Чай из цветов ромашки с сахаром | 14400 | 16400 | 18400 | 20400 | 69600 | 80000 |
| Чай травяной из шиповника и гибискуса с сахаром | 10800 | 12800 | 14800 | 16800 | 55200 | 63480 |
| Чай красный «Горные травы» с сахаром | 10800 | 12800 | 14800 | 16800 | 55200 | 63480 |
| Чай с ягодами смородины с сахаром | 12600 | 14350 | 16100 | 17850 | 60900 | 70000 |
| Чай с ягодами малины с сахаром | 12600 | 14350 | 16100 | 17850 | 60900 | 70000 |
| Чай с ягодами облепихи с сахаром | 12600 | 14350 | 16100 | 17850 | 60900 | 70000 |
| Кофе «Эспрессо» с сахаром | 10800 | 12300 | 13800 | 15300 | 52200 | 60000 |
| Кофе «Капучино» с сахаром | 16200 | 18450 | 20700 | 22950 | 78300 | 90000 |

| | | | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Раф-кофе с сахаром | 18000 | 20500 | 23000 | 25500 | 87000 | 100000 |
| Кофе «Мокко» | 18000 | 20500 | 23000 | 25500 | 87000 | 100000 |

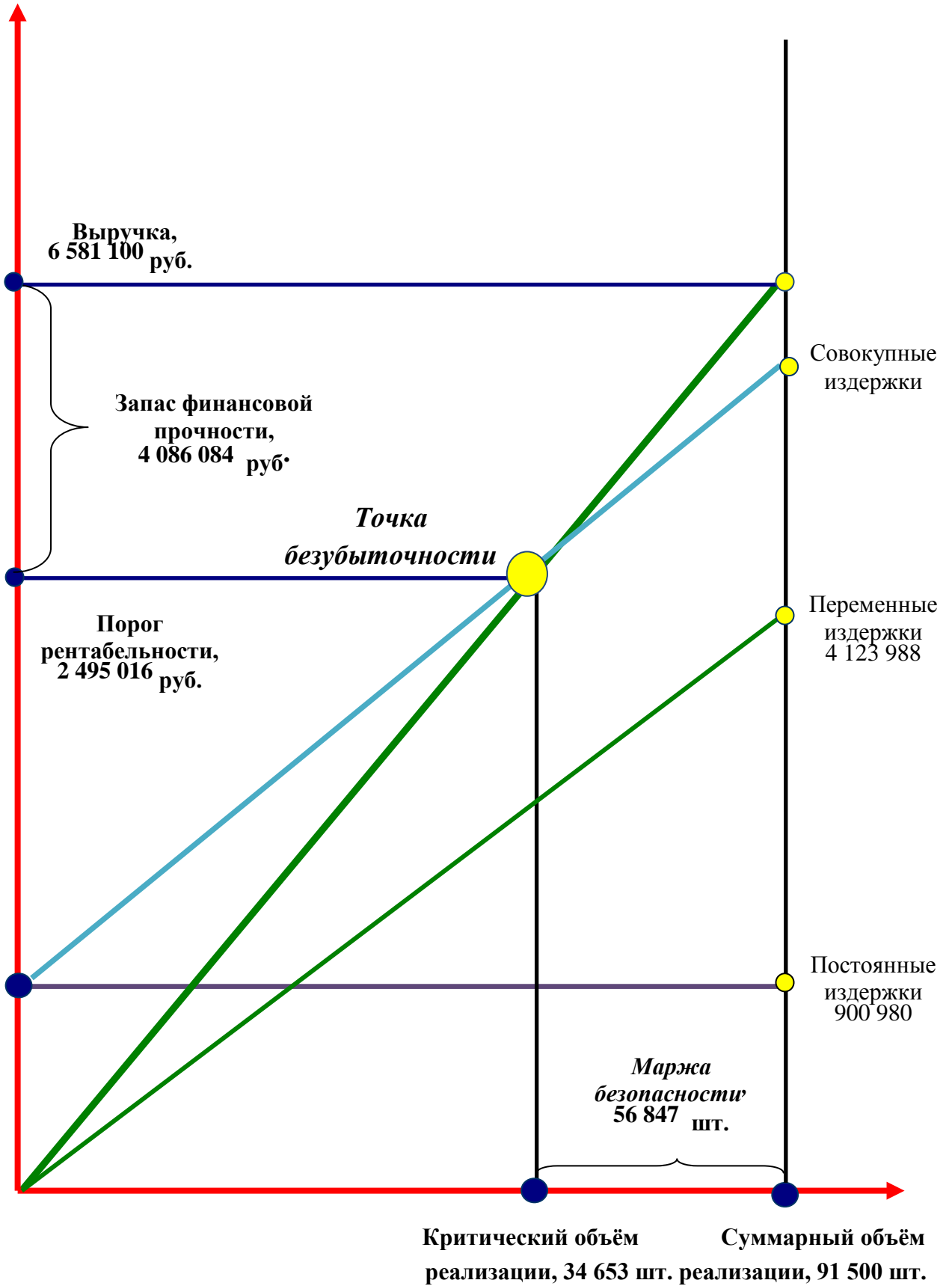
| Продолжение приложения Е таблица 2 | | | | | | |
|---|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Кофе «Латте» с сахаром и корицей | 16200 | 18450 | 20700 | 22950 | 78300 | 90000 |
| Кофе с шоколадом и маршмеллоу | 19800 | 22550 | 25300 | 28050 | 95700 | 110000 |
| Какао с молоком и маршмеллоу | 23400 | 26650 | 29900 | 33150 | 113100 | 130000 |
| Шоколад горячий с маршмеллоу | 42750 | 47500 | 52250 | 57000 | 199500 | 229425 |
| Лимонад «Ягодный» | 24300 | 28800 | 33300 | 37800 | 124200 | 142830 |
| Лимонад «Витаминный» | 21600 | 25600 | 29600 | 33600 | 110400 | 126960 |
| Лимонад «Классика» | 27000 | 28500 | 30000 | 31500 | 117000 | 134550 |
| Лимонад «Апельсинка» | 9450 | 11200 | 12950 | 14700 | 48300 | 55545 |
| Смузи «Бодрящий» | 16200 | 19200 | 22200 | 25200 | 82800 | 95220 |
| Смузи «Банановомалиновый» | 13500 | 16000 | 18500 | 21000 | 69000 | 79350 |
| Смузи «Освежающий яблочный» | 13500 | 16000 | 18500 | 21000 | 69000 | 79350 |
| Смузи «Кофейношоколадный» | 18900 | 22400 | 25900 | 29400 | 96600 | 111090 |
| Конфеты «Трюфель» | 17550 | 20800 | 24050 | 27300 | 89700 | 103155 |
| Конфеты «Грильяж» из сухофруктов с орехами в шоколаде | 22950 | 27200 | 31450 | 35700 | 117300 | 134895 |
| Nakedcake «Имбирный» | 34200 | 53200 | 72200 | 91200 | 250800 | 288420 |
| Nakedcake «Классика» | 40500 | 63000 | 85500 | 108000 | 297000 | 341550 |
| Nakedcake «Стендаль» | 45000 | 70000 | 95000 | 120000 | 330000 | 379500 |
| Nakedcake «Творожный рай» | 49500 | 77000 | 104500 | 132000 | 363000 | 417450 |
| Nakedcake «Шоколадный с вишней» | 54000 | 84000 | 114000 | 144000 | 396000 | 455400 |
| Чизкейк «Лайм» | 40500 | 63000 | 85500 | 108000 | 297000 | 341550 |
| Чизкейк «Нью-Йорк» | 36000 | 56000 | 76000 | 96000 | 264000 | 303600 |
| Тирамису в стаканчике | 6300 | 9800 | 13300 | 16800 | 46200 | 53130 |
| Баноффи в стаканчике | 6300 | 9800 | 13300 | 16800 | 46200 | 53130 |

| | | | | | | |
|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Popscake шоколадный | 6300 | 8050 | 9800 | 11550 | 35700 | 41055 |
| Popscake с вишней и фундуком | 8100 | 10350 | 12600 | 14850 | 45900 | 52785 |
| Popscake ванильный | 6300 | 8050 | 9800 | 11550 | 35700 | 41055 |
| Pushcake шоколадный | 8100 | 9600 | 11100 | 12600 | 41400 | 47610 |
| Pushcake ягодный | 8100 | 9600 | 11100 | 12600 | 41400 | 47610 |
| Pushcake ореховый | 10800 | 12800 | 14800 | 16800 | 55200 | 63480 |
| Cupcake ванильный | 9450 | 11200 | 12950 | 14700 | 48300 | 55545 |
| Продолжение приложения Е таблица 2 | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Cupcake шоколадный | 12150 | 14400 | 16650 | 18900 | 62100 | 71415 |
| Cupcake лимонный | 8100 | 9600 | 11100 | 12600 | 41400 | 47610 |
| Puncake с медом | 12150 | 14400 | 16650 | 18900 | 62100 | 71415 |
| Puncake с ягодным сиропом | 5400 | 6900 | 8400 | 9900 | 30600 | 35190 |
| Гофры с мёдом | 14850 | 17600 | 20350 | 23100 | 75900 | 87285 |
| Гофры с ягодным сиропом | 12150 | 14400 | 16650 | 18900 | 62100 | 71415 |
| Эклер с соленой карамелью | 9450 | 11200 | 12950 | 14700 | 48300 | 55545 |
| Эклер с малиновым ганашем | 12150 | 14400 | 16650 | 18900 | 62100 | 71415 |
| Эклер с шоколадным ганашем | 10800 | 12800 | 14800 | 16800 | 55200 | 63480 |
| Краффин с ванильным кремом | 9000 | 11500 | 14000 | 16500 | 51000 | 58650 |
| Булочка «Синнабон» | 9000 | 11500 | 14000 | 16500 | 51000 | 58650 |
| Вода негазированная «BonAqua» | 2700 | 3450 | 4200 | 4950 | 15300 | 17595 |
| Вода газирования «BonAqua» | 4500 | 5750 | 7000 | 8250 | 25500 | 29325 |
| Сок абрикосовый | 2700 | 4200 | 5700 | 7200 | 19800 | 22770 |
| Сок апельсиновый | 5400 | 6900 | 8400 | 9900 | 30600 | 35190 |
| Сок виноградный | 5400 | 6900 | 8400 | 9900 | 30600 | 35190 |
| Сок персиковый | 2700 | 4200 | 5700 | 7200 | 19800 | 22770 |
| Сок яблочный | 2700 | 4200 | 5700 | 7200 | 19800 | 22770 |
| ИТОГО | 1186650 | 1492400 | 1798150 | 2103900 | 6581100 | 7568265 |

Приложение Ж

График безубыточности кафе-кондитерской «MonTresor»

(рекомендуемое)



Приложение 3

Таблица– Определение численности производственных рабочих для торгового зала

| Наименование блюд | Кол-во блюд за смену | Норма времени, с | Численность рабочих, чел |
|---|----------------------------|------------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Мороженое гранулированное «Бабл-гам» | 7 | 30 | 0,005 |
| Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный» | 6 | 30 | 0,004 |
| Мороженое гранулированное «Мятный шоколад» | 6 | 30 | 0,004 |
| Мороженое гранулированное «Крем-брюле» | 6 | 30 | 0,004 |
| Мороженое гранулированное «Соленая карамель» | 7 | 30 | 0,005 |
| Чай «Английский» черный с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Чай «Английский» зеленый с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Чай из цветов ромашки с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Чай травяной из шиповника и гибискуса с сахаром | 3 | 20 | 0,001 |
| Чай красный «Горные травы» с сахаром | 3 | 20 | 0,001 |
| Чай с ягодами смородины с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Чай с ягодами малины с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Чай с ягодами облепихи с сахаром | 4 | 20 | 0,002 |
| Кофе «Эспрессо» с сахаром | 4 | 500 | 0,049 |
| Кофе «Капучино» с сахаром | 4 | 500 | 0,049 |
| Раф-кофе с сахаром | 4 | 500 | 0,049 |
| Кофе «Мокко» с сахаром | 4 | 500 | 0,049 |
| Кофе «Латте» с сахаром и корицей | 4 | 500 | 0,049 |
| Кофе с шоколадом и маршмеллоу | 4 | 500 | 0,049 |
| Какао с молоком и маршмеллоу | 4 | 10 | 0,001 |
| Шоколад горячий с маршмеллоу | 5 | 200 | 0,024 |
| Лимонад «Ягодный» | 3 | 500 | 0,037 |
| Лимонад «Витаминный» | 3 | 500 | 0,037 |
| Лимонад «Классика» | 10 | 500 | 0,122 |
| Лимонад «Апельсинка» | 3 | 500 | 0,037 |
| Смузи «Бодрящий» | 3 | 500 | 0,037 |
| Смузи «Бананово-малиновый» | 3 | 500 | 0,037 |
| Смузи «Освежающий яблочный» | 3 | 500 | 0,037 |
| Смузи «Кофейно-шоколадный» | 3 | 500 | 0,037 |
| Вода негазированная «BonAqua» | 2 | 10 | 0,000 |
| Вода газированная «BonAqua» | 2 | 10 | 0,000 |
| Сок абрикосовый | 1 | 10 | 0,000 |
| Продолжение таблицы 8 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Сок апельсиновый | 2 | 10 | 0,000 |
| Сок виноградный | 2 | 10 | 0,000 |

| | | | |
|----------------|---|----|-------|
| Сок персиковый | 1 | 10 | 0,000 |
| Сок яблочный | 1 | 10 | 0,000 |
| ИТОГО: | | | 0,736 |