

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

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, д.э.н.
доцент

_____ Т.А. Худякова
« ____ » _____ 2020 г.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта открытия
кофейни в г. Челябинск

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ– 38.03.01.2020.30.ПЗ ВКР

Руководитель работы
д.э.н, доцент
_____ Т.А. Худякова
« ____ » _____ 2020 г.

Автор работы
студент группы ЭУ-439
_____ П.С. Игнатъев
« ____ » _____ 2020 г.

Нормоконтролёр,
ст. преподаватель
_____ Н.В. Тихонова
« ____ » _____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Игнатьев П.С. Оценка инвестиционной привлекательности проекта открытия кофейни в г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-439, 83 с., 18 ил., 30 табл., библиогр. список – 77 наим., 1 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки проекта открытия кофейни в г. Челябинск и проведения оценки его эффективности.

Объектом исследования является проект открытия кофейни в г. Челябинск.

В выпускной квалификационной работе рассмотрены теоретические аспекты инвестиционного анализа. Проведен анализ зарубежного, Российского и Челябинского рынка общественного питания. Разработан проект открытия кофейни в г. Челябинск и проведена оценка его эффективности.

Полученные результаты исследования могут быть использованы инвесторами для открытия кофейни в г. Челябинск.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИНВЕСТИЦИОННОМУ АНАЛИЗУ	
1.1 Теоретические основы инвестиционного анализа.....	9
1.2 Теоретико-методические подходы к проведению инвестиционного анализа.....	18
1.3 Анализ инвестиционной привлекательности с учетом рисков	23
2 АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	
2.1 Развитие отрасли ресторанного бизнеса за рубежом	28
2.2 Анализ динамики рынка в России.....	33
2.3 Развитие отрасли в городе Челябинск	41
3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОТКРЫТИЯ КОФЕЙНИ В Г. ЧЕЛЯБИНСК	
3.1 Концепция проекта открытия кофейни	45
3.2 Оценка эффективности проекта	64
3.3 Анализ рисков проекта	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	74
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. График погашения кредита	83

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В настоящий момент рынок общественного питания находится на стадии развития, как в России, так и в мире в целом. Огромную популярность набирают кофейни по типу «кофе с собой» среди населения. Однако, не смотря на растущий спрос, рынок кофеен в городе Челябинск остается малонасыщенным. Особенно это касается таких районов, как Северо-Запад, Ленинский, Чурилово.

Исходя из этого, открытие кофейни в городе Челябинск является целесообразным решением, а данная тема носит актуальный характер.

Цель работы – разработать проект открытия кофейни в г. Челябинск и провести оценку его эффективности.

Задачи работы:

1) провести анализ динамики развития зарубежного, российского и Челябинского рынка общественного питания, в частности формата кофеен «кофе с собой», дать оценку потенциальной целесообразности инвестирования в данную отрасль;

2) разработать концепцию открытия кофейни г. Челябинск;

3) провести оценку эффективности предложенного бизнес-проекта;

4) проанализировать влияние возможных рисков на эффективность проекта.

Объект исследования – проект открытия кофейни в г. Челябинск.

Предмет исследования – бизнес-идея открытия кофейни в г. Челябинск.

Теоретическая база исследования. В процессе написания выпускной квалификационной работы были использованы труды отечественных и зарубежных учёных, таких как В.А. Попов, Р.А. Фархутдинов, Г.В. Савицкая, А.М. Лопарева, Е.Е. Румянцева и других, а также законодательные и нормативные акты РФ.

Информационная база для исследования. В качестве информационной базы исследования выступили материалы периодических изданий по теме исследования, аналитические и информационные материалы, представленные

в компьютерной сети Интернет, справочные материалы, результаты анализа финансового состояния предприятия по выбранной методике.

Методы исследований, применяемые при выполнении данной работы: абстрактно-логический, вербальный, графический и другие.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа структурно состоит из следующих элементов: введение, основная часть, состоящая из трех разделов, заключение, библиографический список, приложения.

В первом разделе рассмотрены теоретические аспекты инвестиционного анализа. Рассмотрены цели, задачи, а так же структура бизнес-плана. Рассмотрены основные методы оценки инвестиционной привлекательности бизнес-плана, а также методы оценки рисков проекта.

Во втором разделе проанализирован зарубежный, Российский и Челябинский рынок общественного питания. Приведена динамика развития данной отрасли, а также было принято решение о целесообразности инвестирования в данную отрасль.

В третьем разделе разработан проект открытия кофейни в г. Челябинск. проведена оценка эффективности данного проекта дисконтированными и не дисконтированными методами. А так же проведен анализ возможных рисков данного проекта.

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные результаты исследования могут быть использованы инвесторами для открытия кофейни в г. Челябинск.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИНВЕСТИЦИОННОМУ АНАЛИЗУ

1.1 Теоретические основы инвестиционного анализа

Инвестиции в современном мире – это очень важный элемент жизни, они становятся все популярнее, ведь это один из предпочтительных способов увеличения человеческих доходов. Экономические науки уделяют пристальное внимание проблемам инвестиционной деятельности [22].

Инвестиции – это вклад собственного актива, такого как, например, деньги или время, который имеет в будущем возможность получить отдачу, то есть приобрести финансовую выгоду [9].

Если рассматривать инвестиции с точки зрения финансов, то это финансовое вложение капитала для последующего извлечения прибыли. Инвестор же, соответственно, лицо, которое и осуществляет вложения [75].

У долгосрочных инвестиций первоочередной задачей является сохранение дохода на постоянном и привычном уровне для человека в течение всей жизни.

Инвестиции характеризуются четырьмя основными параметрами [75]:

- срок инвестиций;
- объем инвестиций;
- доходность инвестиций;
- риск инвестирования.

Существует пять признаков, по которым классифицируются все инвестиции [75].

1. По объектам вложения средств:

– реальные инвестиции – это те вложения средств, которые сделаны в реальные активы (покупка земельных участков, нематериальные и другие активы);

– финансовые инвестиции – вложения средств, которые сделаны в финансовые активы, к таким относят, покупку ценных бумаг.

2. По характеру участия в инвестировании:

– прямые инвестиции. Такие инвестиции, в которых напрямую принимает участие инвестор, то есть выбирает объект инвестирования, а также сумму вложения. Таким видом инвестирования, как правило, занимаются уже опытные инвесторы, которые располагают полной информацией об инвестируемом объекте, а также хорошо знакомы с процессом инвестирования;

– не прямые инвестиции. Это инвестиции, которые осуществляются вкладчиком через лиц, профессионально занимающихся вложениями, например, через инвестиционные фонды.

3. По периоду инвестирования:

– краткосрочные. Такие инвестиционные вложения, которые совершаются на срок – не более одного года;

– долгосрочные. Инвестиционные вложения на период сроком дольше одного года.

4. По формам собственности инвесторов:

– частные инвестиции. Такие вложения, которые осуществляет непосредственное физическое лицо (гражданин страны), а также фирмы и предприятия, которые не имеют государственную форму собственности;

– государственные инвестиции. Вложения, которые совершают органы власти, используя средства бюджетов соответствующих уровней, а также государственные компании, задействуют собственные и заемные средства;

– иностранные инвестиции. Инвестиции, которые производят граждане и юридические лица, а также другие государства;

– совместные инвестиции. Такой тип вложений, которые осуществляют субъекты страны и иностранного государства.

5. По региональному признаку выделяют 2 вида инвестиций, совершаемые в пределах страны и за рубежом [20].

Если рассматривать инвестиции в зависимости от вкладываемого объекта, то их различают два вида – реальные и финансовые (рисунок 1).

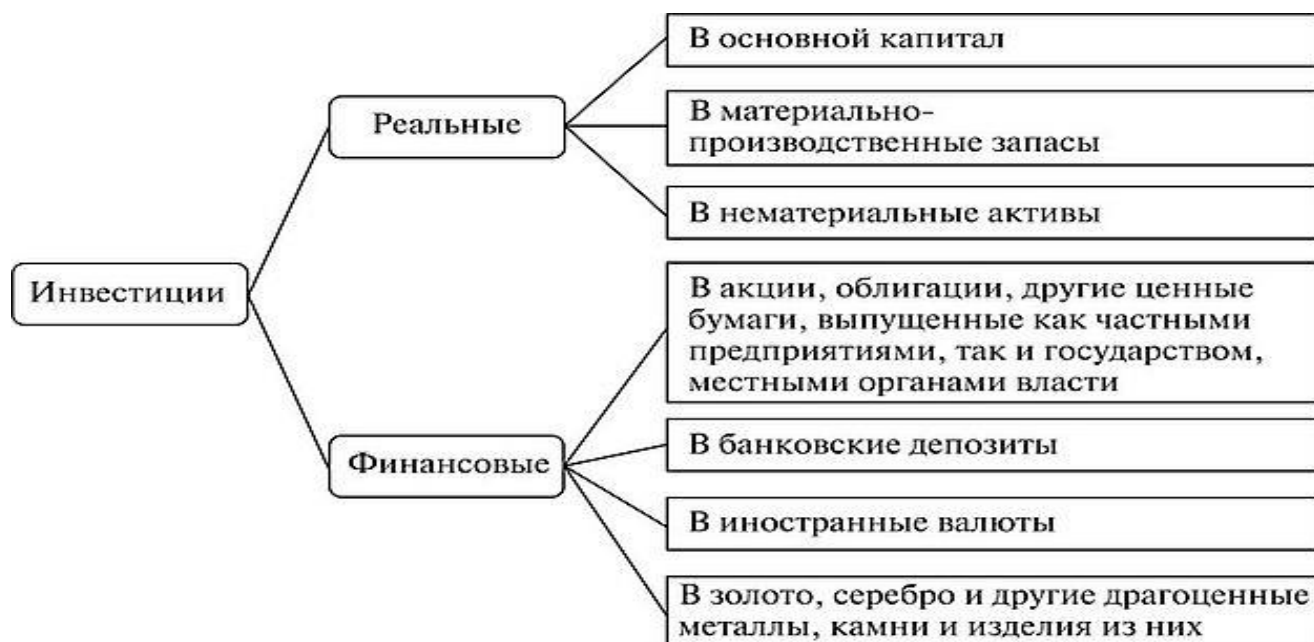


Рисунок 1 – Виды инвестиций в зависимости от объектов вложения

Под инвестиционным анализом понимают объединение всех действий, с помощью которых, можно оценить и понять, эффективны ли были инвестиции в какой-либо проект. С помощью данного анализа можно решать такие задачи как [21]:

- соответствует ли проект целям и задачам, поставленным перед ним инвестирующей компанией;
- анализ потребности в инвестиционных средствах;
- выстроить предпочтительную структуру финансирования;
- выявление возможностей и угроз, которые способны наибольшим образом оказать влияние на проект;
- определяет главные пункты, с помощью которых впоследствии можно будет осуществлять контроль над ключевыми показателями проекта.

Бизнес-планирование – это один из основных механизмов и инструментов, с помощью которых происходит управление предприятие, а также который предопределяет, будет ли работа предприятия эффективной в будущем или нет [14].

Бизнес-план представляет собой документ, с помощью которого обосновывается вся суть предстоящего проекта, а также оценивается

эффективность принимаемых решений. Также, бизнес-план отвечает на вопрос – целесообразно ли вкладывать средства в конкретный проект [15].

Целью разработки бизнес является планирование ведения бизнеса компании в соответствии текущему состоянию рынка, на котором желает работать фирма. Также, помимо основной цели, разработчики бизнес-плана должны отразить в нем следующие цели [21]:

1) социальные цели. Примерами таких целей являются – преодоление кризиса, связанного с продажей товаров и услуг, улучшение экологической обстановки, поддержание благоприятного психологического климата;

2) повышение статуса предпринимателя. К наглядным примерам таких целей можно отнести, рост и укрепление экономических возможностей предпринимателя. Достижение таких целей будет залогом успешного заключение будущих сделок, а также упрочит позиции предпринимателя;

3) иные цели и задачи. К ним можно отнести налаживание контактов, поездки в другие страны, а также, вступление в какие-либо ассоциации и др.

Процесс разработки бизнес план можно разделить на 4 условные части: вводная часть (резюме проекта), раздел аналитики, основной раздел (описание сути проекта) и планирование, связанное с делами внутри компании [64].

Последовательность разработки бизнес-плана представлена в таблице 1.

Бизнес-план дает точные объяснения того, какими методами будет пользоваться руководство компании для управления фирмой, а также, отвечает на вопросы, касающиеся вложенных в проект инвестиций.

Так как экономика отрасли, в которой будет работать фирма, является изменчивой средой, предполагают, что бизнес-план может быть пересмотрен, при каких-либо колебаниях, происходящих в этой области [19].

Таблица 1 – Последовательность разработки бизнес-плана

Последовательность выполнения работ	Раздел бизнес-плана
Сбор и анализ информации о продукции, работах, услуге	Раздел 3. Описание продукции (работ, услуг)
Сбор и анализ информации о рынке сбыта	Раздел 4. Анализ рынка
Анализ состояния конкуренции на рынке сбыта	Раздел 5. Конкуренция
Анализ состояния и возможностей предприятия и перспективности отрасли	Раздел 2. Описание предприятия и отрасли
Разработка стратегии маркетинга, товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики	Раздел 6. План маркетинга
Определение потребности и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и другими ресурсами	Раздел 7. План производства
Расчет требований к капиталу, расчет, анализ и планирование основных финансовых показателей. Определение источников финансирования, направленности и объема проекта, расчет эффективности	Раздел 9. Финансовый план
Разработка организационной структуры, правового обеспечения и графика реализации проекта	Раздел 8. Организационный план
Определение рисков компании	Раздел 10. Потенциальные риски
Составление краткого содержания проекта	Раздел 1. Резюме
Написание аннотации на проект	Аннотация
Оформление титульного листа	Титульный лист

Основные цели бизнес-плана:

- дать инвестору представление о проекте, а именно, стоит ли вкладывать средства в открытие данного бизнеса;
- лица, которые реализуют проект, располагают полной информацией о потенциальной компании;
- предоставить кредитору информацию о проекте, для получения заемщиком кредита.

Структура бизнес-плана[15]:

- резюме бизнес-плана;

- анализ рынка;
- сущность проекта;
- план маркетинга;
- производственный план;
- организационный план;
- финансовый план;
- оценка рисков.

Характеристика разделов бизнес-плана.

1. Резюме проекта. Резюме представляет собой документ, в котором отражено краткое изложение сути инвестиционного проекта, его направлениях развития, а также информация, представляющая интерес для инвестора: уровень потенциальной прибыли компании, инвестиционные риски [50].

Для того, чтобы убедить инвестора в серьезности намерений по поводу открытия бизнеса, в бизнес-плане не следует использовать преувеличения и эмоциональную лексику [73].

Структура резюме [72]:

- 1) наименование проекта, инициатор проекта, местонахождение проекта;
- 2) организационно-правовая форма реализации проекта;
- 3) суть проекта:
 - а) цели, конкурентные преимущества проекта, объема продаж (доли рынка), прибыли (рентабельности), заработает проект после начала его работы;
 - б) тип проекта: модернизация оборудования, реконструкция, новое строительство, научная разработка (новация), инновации и т. п.;
 - в) какими способами будут достигаться цели проекта;
- 4) сроки и этапы реализации проекта, в том числе работы, выполненные по проекту;
- 5) финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта;
- 6) оценка экономической эффективности проекта;
- 7) оценка рисков проекта;

- 8) обеспечение проекта;
- 9) основные препятствия, которые могут помешать реализации проекта.

2. Анализ рынка.

В этом разделе доказывается обоснованность самой сути проекта, насколько целесообразно вложение именно в эту отрасль. В данном разделе стараются привести максимально полные маркетинговые исследования конкретного типа рынка, такие как [15]:

- 1) динамика продаж в отрасли за предыдущие года, а также прогнозные планы продаж и темпы;
- 2) тенденции в ценообразовании;
- 3) полная характеристика конкурентов;
- 4) выделение новых и быстрорастущих фирм в отрасли с характеристикой основных направлений их деятельности и специфики рыночных стратегий;
- 5) характеристика потребителей;
- 6) влияние научно-технического прогресса на проект;
- 7) перспективные возможности рынка.

3. План маркетинга. В данном разделе главная задача состоит в том, чтобы показать, что продукция, выпускаемая компанией, которая описывается в проекте, будет конкурентоспособна на рынке, а также востребована потенциальным потребителем.

План маркетинга включает в себя [44]:

- 1) описание рынков;
- 2) описание потребителей, которые покупают продукцию у фирм конкурентов;
- 3) анализ потенциальных проблем, которые могут возникнуть из-за конкуренции на рынке;
- 4) разработка маркетинговой стратегии, такой программы, в которой будут отражаться все направления деятельности маркетинговых исследований;

5) разработка мер, которые будут контролировать маркетинговые исследования.

4. Производственный план. В производственном плане описывается процесс изготовления продукции, а также потребность в основных средствах, которые будут необходимы предприятию.

План производства должен быть сформирован с учетом плана продаж выпускаемой предприятием продукции или оказываемой услуги [45].

В этом разделе указываются следующие пункты [49]:

1) месторасположение производства товара (услуги) – будет ли этой действующие предприятия или созданное с нуля;

2) описание производственных мощностей;

3) где будет происходить закупка, а так же по какой цене, сырья и материалов, необходимых для изготовления продукции;

4) будет ли производственное объединение с каким-либо предприятием;

5) оборудование необходимой для производства, и в каком месте будет куплена эта аппаратура.

5. Организационный план. Организационный план описывает такие пункты, как:

1) организационно-правовая форма предприятия;

2) основания выбора именно этой формы;

3) структура организации;

4) режим работы [40].

В данном разделе расстраивается система управления предприятием и кадровая политика организации. Структуру организационного плана можно представить следующим образом [36]:

1) организационная структура;

2) управленческий персонал;

3) персонал;

4) политика организации с точки зрения кадровых ресурсов;

- 5) календарный план;
- 6) социальное развитие;
- 7) правовое форма, используемая компанией.

6. Финансовый план. Составление финансового плана является неотъемлемой частью любого бизнес-плана. Финансовый план составляется с целью того, чтобы предоставить инвестору полную информацию о результатах финансовой деятельности предприятия, связанных с реализацией проекта.

Для того, чтобы информация была наиболее полной, при формировании данного раздела необходимо [70]:

- 1) определить при каких условиях прибыль предприятия будет достигать максимально возможных значений;
- 2) провести оптимизацию структуры капитала для того, чтобы он был максимально устойчив;
- 3) обеспечить инвестиционной привлекательности фирмы;
- 4) создать такой механизм управления финансовыми ресурсами, который будет наиболее эффективен для той или иной организации.

С помощью прогноза выявляются перспективы деятельности предприятия, с точки зрения получения прибыли.

В расчетах, которые будут продемонстрированы в финансовом плане, следует отразить долю прибыли инвестора в материальном выражении [70]:

- 1) прогнозируемый финансовый результат основывается на объеме продаж, который запланирован организацией. Объем продаж отражается в ценовых и натуральных показателях. После произведения расчетов по каждому из видов товара или услуг, суммируются все результаты;
- 2) для того, чтобы рассчитать валовую прибыль, необходимо из чистого объема продаж вычесть себестоимость реализованной продукции;
- 3) балансовую прибыль рассчитывают, как разницу между валовой прибылью и суммой операционных затрат (таких как, маркетинг, администрирование) и процентов по кредитам, которые следует заплатить;

4) Для нахождения чистой прибыли нужно из балансовой прибыли вычесть налог на прибыль.

Таким образом, были рассмотрены основные понятия, связанные с инвестиционной деятельностью, а также была рассмотрена структура бизнес-плана.

1.2 Теоретико-методические подходы к проведению инвестиционного анализа

Инвестиционный проект считается эффективным, если по итогу работы, все цели, которые были поставлены перед началом проекта, а также экономические показатели, соответствуют тем, которые были запланированы в бизнес-плане.

Существует две группы методов, которые применяют для того, чтобы оценить эффективность проекта, это динамические и статистические методы.

Срок окупаемости – один из самых главных статистических методов, с помощью него оценивается, насколько проект ликвиден. К недостатку статистических методов относят то, что они не учитывают временной фактор [77].

Так, динамические методы принимают во внимание фактор времени, что позволяет оценивать эффективность инвестиций с точки зрения актуальных, на сегодняшний день, подходов. Высокий уровень инфляции в России позволяет применять такие методы. Также, в силу того, что динамические методы основываются на дисконтировании, их еще называют дисконтными [71].

Но существуют такие допущения как:

- на начало и на конец периода денежные потоки должны быть известны;
- норма дисконта (процентная ставка) является оценкой, согласно которой можно вкладывать средства в проект. В роли такой оценки чаще всего используют процентную ставку для долгосрочного кредита, а также ту норму доходности, которая является приемлемой для вложенных средств. Риск и инфляция – это те значительные факторы, которые оказывают наиболее сильное влияние на величину оценки.

Период окупаемости (PP) и коэффициент эффективности вложенных инвестиций (ARR) – это такие методы оценки эффективности проекта, которые

основаны на оценках без дисконтирования. А к методам, построенным на дисконтированных оценках, относятся такие как, (NPV) – чистый дисконтированный доход, (IRR) – внутренняя норма доходности и (PI) – индекс рентабельности [71].

Для того, чтобы оценить эффективен ли инвестиционный проект используют следующие методы [6].

1. Чистый доход (NV). Это показатель, характеризующий эффективность вложенных в проект инвестиций, не учитывая стоимость денег относительно времени. Данный показатель рассчитывается по формуле (1) [37].

$$NV = \sum_{t=0}^T (TR_t - TC_t) - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (1)$$

где TR_t – выручка за расчётный период, руб.;

TC_t – затраты предприятия за расчётный период, руб.;

I_t – не дисконтированная сумма чистой прибыли предприятия и амортизационных отчислений (денежный поток), руб.;

T – количество периодов, горизонт расчёта, лет;

t – период расчёта инвестиционного проекта, лет.

Проект считается приемлемым, если чистый доход положительный, то есть $NV > 0$.

2. Норма прибыли (ARR). ARR характеризует среднюю величину прибыльности проекта и рассчитывается по формуле (2) [3].

$$ARR = \frac{\overline{Pr}}{I} \cdot 100\%, \quad (2)$$

где \overline{Pr} – среднегодовая прибыль от проекта, руб.;

I – общая стоимость инвестиций, руб.

Этот показатель не имеет критерия, который должен соответствовать нормативному значению, но чем больше значение ARR, тем лучше.

3. Не дисконтированный срок окупаемости (PB). С помощью показателя PB можно определить, какое время нужно для того, чтобы покрыть первоначальные инвестиции, вложенные проект. Рассчитывается по формуле (3).

$$PB = \frac{I}{Pr}, \quad (3)$$

Критерием данного показателя является значение показателя, который называют «горизонт расчета». Если значение показателя PB будет меньше «горизонта расчета», значит показатель не дисконтированного срока окупаемости считается приемлемым. Горизонтом расчета называется то время, на которое изначально рассчитывают эффективность проекта с точки зрения экономических показателей. Принято считать, что значение горизонта расчёта должно быть равно сроку возврата вложенных средств и плюс один год [5].

4. Не дисконтированный индекс доходности (PI). Показатель PI показывает, во сколько раз денежные потоки проекта больше, чем вложенные в него инвестиции, и рассчитывается по формуле (4).

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T TR_t - TC_t}{\sum_{t=0}^T I_t}, \quad (4)$$

Приемлемо значение показателя PI является, $PI > 1$.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта дисконтированным методом. Дисконтированные показатели рассчитываются для того, что оценка инвестиционной привлекательности была более полной и эффективной с помощью них мы сможем увидеть притоки и оттоки денежных средств [30].

Чтобы рассчитать дисконтированные показатели, сначала нужно определить ставку дисконтирования. Ставкой дисконтирования называют такую норму

прибыли, которая отражает иные издержки вложения капитала в какой-либо проект [8].

Ставка дисконтирования рассчитывается по формуле (5).

$$R = r + F + rF, \quad (5)$$

где r – минимальная реальная доходность (ставка рефинансирования), %;

F – уровень инфляции, %;

rF – премия за риск, %.

За минимальную реальную доходность возьмем ставку рефинансирования (ключевую ставку). В мае 2020 ставка ЦБ РФ составляет 5,50%. Реальный уровень инфляции составляет 4,00%.

Разница, которая получается между рентабельностью инвестиционного инструмента и прибылью, которую получают от вложений в без рисковый актив называют премией за риск. Размер рисковой премии зависит от типа проекта. Типы и размер премии представлены в таблице 2 [41].

Таблица 2 – Определение рисковой премии

Типа проекта	Премия за риск, %
Вложения при увеличении производства, используя базу освоенной техники	3 – 5
Повышение объема продаж существующей продукции	8 – 10
Производство, и в последствии, продвижение на рынок нового продукта	13 – 15
Вложения в исследования и инновации	18 – 20

Выделяют следующие дисконтированные показатели.

1. Чистый дисконтированный доход (NPV). Чистый дисконтированный доход отражает, насколько эффективны были вложения в тот или иной инвестиционный проект, то есть показывает, какова величина денежного потока на протяжении всего срока реализации проекта. NPV показывает, какова стоимость будущих

доходов на данный момент без затрат за текущий периода. Данный показатель считается по формуле (6).

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_t \frac{I(t)}{(1+r)^t}. \quad (6)$$

Данный показатель учитывает дисконтированные денежные потоки, для того, чтобы определить, эффективны ли были инвестиции. Если NPV проекта получился больше нуля, то показатель считается приемлемым.

2. Дисконтированный индекс доходности (DPI). Показатель DPI показывает, эффективны ли инвестиции, но в относительных значениях. Он отражает, каков уровень доход на одну единицу затрат. Данный показатель рассчитывается по формуле (7) [41].

$$DPI = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}} = 1 + \frac{NPV}{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}}. \quad (7)$$

Проект является приемлемым, если дисконтированный индекс доходности больше 1.

3. Дисконтированный период окупаемости (DPB). С помощью показателя DPB можно определить то время, которое требуется затратить, для покрытия вложенных инвестиций, за счет использования дисконтированного денежного поток. Рассчитать DPB можно по формуле (8).

$$DBP = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{I(t)}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t}}. \quad (8)$$

Если полученный показатель находится ниже, чем горизонт планирования, то он считается приемлемым.

4. Дисконтированная норма прибыли (внутренняя норма прибыли) (IRR). IRR показывает ставку дисконтирования, при которой проект входит в стадию безубыточности. Также показатель отражает ожидаемую норму доходности, а также, какой будет допустимый относительный уровень расходов, связанных с открытием и реализацией проекта. Формула IRR выглядит следующим образом (формула 9).

$$IRR = \sum_{t=0}^T \frac{CF(t)}{(1+r)^t} - \sum_t \frac{I(t)}{(1+r)^t} = 0, \quad (9)$$

Также, внутреннюю норму доходности можно рассчитать с помощью подбора, то есть проследить, какова зависимость NPV от ставки дисконтирования. Приемлемым значением для IRR будет значение большее, чем ставка дисконтирования.

Таким образом, для оценки эффективности и привлекательности инвестиционной деятельности используют дисконтированные и не дисконтированные показатели.

1.3 Анализ инвестиционной привлекательности с учетом рисков

Анализ рисков проекта включает в себя анализ безубыточности и анализ чувствительности [42].

Риск – это такая ситуация, при которой неизвестными остаются последствий принятия решений, и, которая может привести к аналогичным результатам [36].

Один из основных элементов информации это анализ безубыточности, который используется, когда оценивается эффективность того или иного проекта.

Инвестор, вкладывая средства в проект, стремится узнать, какой объем производства необходим, для того, что проект стал безубыточным. То есть, ниже какой точки организация будет терять доходы, а выше какой точки их получать.

Чтобы рассчитать точку безубыточности, необходимо использовать все виды издержек (постоянные, переменные и общие). Точкой безубыточности называют такое значение выручки от продаж, при котором организация не получает прибыль, но при этом не имеет и убытков. Иными словами, это результат продажи товаров после покрытия переменных издержек [2].

Для определения точки безубыточности в натуральном и стоимостном выражении необходимо рассчитать такие значения как: переменные затраты на единицу продукции, цена, постоянные затраты, выручка [10].

Точка безубыточности в натуральном выражении рассчитывается по формуле (10).

$$Q_{\text{кр.}} = \frac{FC}{P - AVC}, \quad (10)$$

где FC – общие постоянные затраты, руб.;

P – цена услуги, руб.;

AVC – средние переменные затраты, руб.

Точка безубыточности в стоимостном выражении рассчитывается по формуле (11).

$$Q_{\text{кр.}} = \frac{B \cdot FC}{B - VC}, \quad (11)$$

где B – выручка в стоимостном выражении, руб.;

VC – переменные затраты, руб.

На рисунке 2 представлено наглядное изображение графика безубыточности.

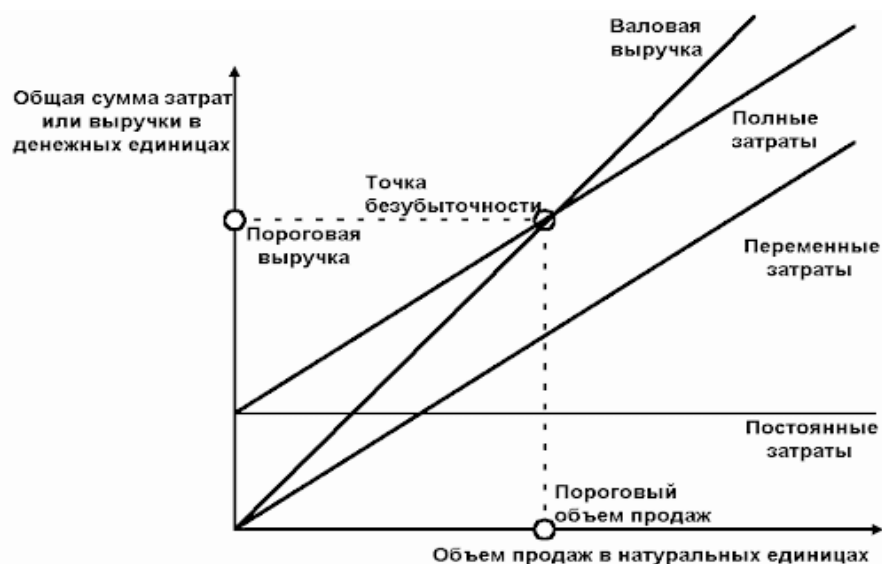


Рисунок 2 – График точки безубыточности

Оценка чувствительности проекта.

Отношение изменения выбранного показателя в процентном выражении по отношению к изменению значения воздействующего фактора на 1 процент, называется показателем чувствительности проекта [6].

Компания не может рассматривать только расчеты оценки финансового состояния предприятия на текущий момент. Организации следует в целом проанализировать ситуации, при которых изменятся условия сбыта и производства. Для получения полных данных по данной ситуации, нужно провести исследование чувствительности результатов к изменению основных показателей [7].

Анализом чувствительность проекта называется оценка того, как влияют изменения начальных данных проекта на его окончательную оценку, как правило, в качестве них используется NPV [67].

Анализ чувствительности проводится по следующему алгоритму:

1. Определение тех значений параметров, которые более всего ожидаемы для проекта.
2. Исходя из данных значений, рассчитываем показатели эффективности проекта.

3. Выбираем суммирующего показателя, который отражает эффективность проекта, и который будет взят за основу для проведения анализа чувствительности. Обычно, для этого используют показатель NPV или IRR, потому как, эти показатели наиболее всего важны на в проекте. Но иногда, также, используют индекс доходности (PI), период возврата инвестиций (PP).

4. После этого, выбирают факторы, для которых и будет проводиться анализ чувствительности относительно выбранного показателя. Затем определяют диапазон их вероятных изменений. Разработчики проекта измеряют диапазон изменений.

5. Рассчитывается изменение суммирующего показателя при изменении одно из факторов, оставшиеся факторы будут оставаться неизменны. Проводится полный расчет всех выбранных факторов.

6. Построение графика чувствительности.

Факторы, которые наиболее сильно влияют на тот или иной показатель эффективности, будут в наибольшей степени критическими для проекта. Это означает, что проект чувствителен к изменению значения именно этого показателя. При разработке проекта эти факторы стоит отнести к тем, к которым стоит уделить повышенное внимание. К примеру, принять такие решения, которые смогут снизить влияние конкретного фактора, а в процессе реализации наблюдать за его изменением [12].

Результаты анализа чувствительности инвестиционного проекта можно увидеть на рисунке 3.

Результаты анализа чувствительности инвестиционного проекта из приведенного выше примера можно визуализировать следующим образом.

С помощью такого графика можно оценить риски, а также определить положение критических точек у этого проекта [4].

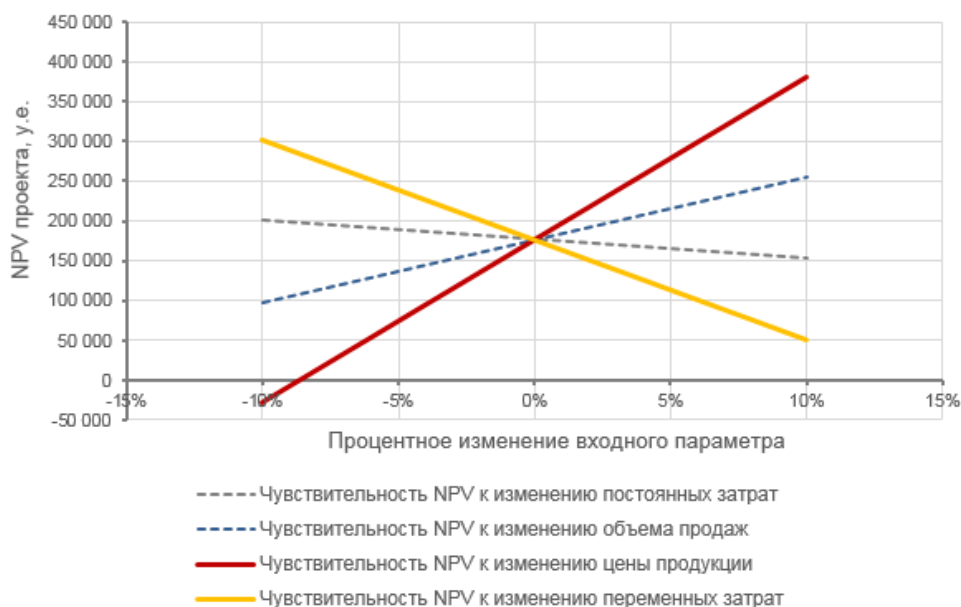


Рисунок 3 – График анализа чувствительности

Таким образом, для анализа рисков проекта используется анализ точки безубыточности и анализ чувствительности проекта.

Выводы по разделу один

Инвестиции в современном мире – это очень важный элемент жизни, они становятся все популярнее, ведь это один из предпочтительных способов увеличения человеческих доходов.

В разделе 1 были проанализированы теоретические аспекты. Также были рассмотрены такие понятия, как инвестиционный анализ, бизнес-план и бизнес планирование. Существует 2 группы методов, которые применяют для того, чтобы оценить эффективность проекта, это динамические и статистические методы. Также была рассмотрена структура бизнес-плана, включающая в себя 8 основным пунктов. Анализ рисков проекта включает в себя анализ безубыточности и анализ чувствительности.

Инвестиционный проект считается эффективным, если по итогу работы, все цели, которые были поставлены перед началом проекта, а также экономические показатели, соответствуют тем, которые были запланированы в бизнес-плане.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2.1 Развитие отрасли ресторанного бизнеса за рубежом

Доля ресторанного бизнеса является одной из крупнейших на потребительском рынке мира. Так, больше всего ресторанный бизнес представлен в странах Европы, США, а также Азии. Специалисты оценивают, что мировые обороты этого бизнеса превышают 2,5 трлн. долларов в год.

Как и у каждой отрасли, в этой также есть свой лидер, у индустрии общественного питания таким лидером является США. Более трети мирового оборота в отрасли общественного питания приходится именно на США. Если посмотреть на рисунок 3, то можно сделать вывод, что рост оборота в сфере ресторанного бизнес в США происходит очень быстро.

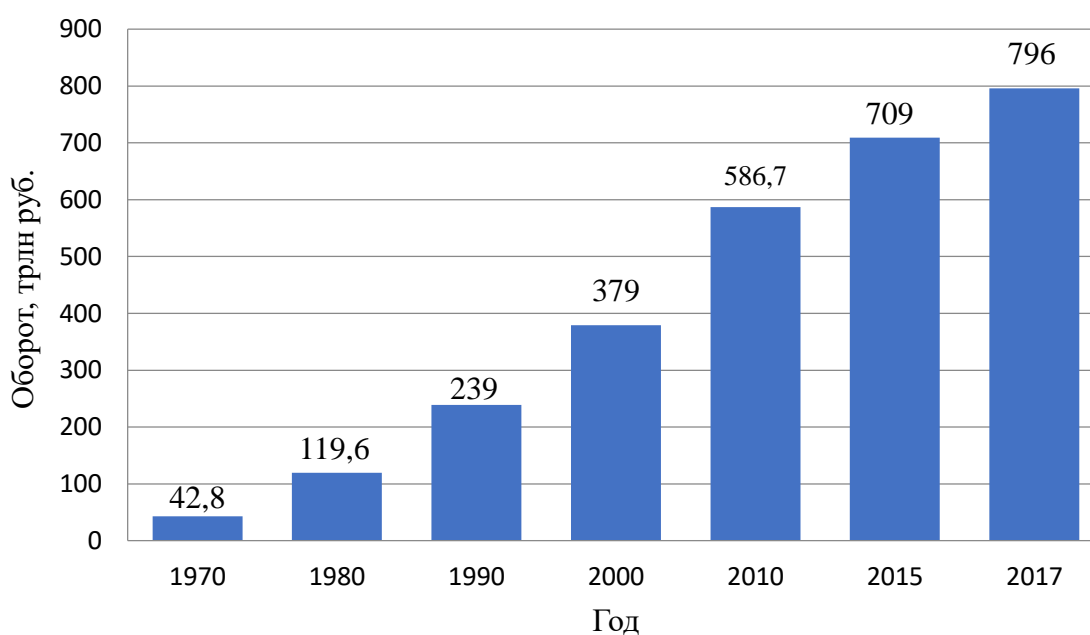


Рисунок 3 – Динамика оборота ресторанного бизнеса в США

Данные НРА (национальная ресторанный ассоциация) гласят, что в США отрасль общественного питания находится на третьем по величине месте, и составляет 4% ВВП.

Отрасль общественного питания, также решает задачу по снижению уровня безработицы в стране. Около 14,5 млн человек в стране, что составляет примерно 10% населения, работает в сфере ресторанного бизнеса. К 2025 году

прогнозируется увеличение числа работников в данной отрасли, с 14,5 млн человек до 16 млн. Можно говорить о том, что отрасль ресторанного бизнеса, наряду с правительством, является одним из крупнейших работодателей в стране.

В 1998 году из 10 ресторанов, открытых в США, 8 являлись независимыми предприятиями, и только оставшиеся 2 представляли собой члена крупной сети ресторанов. Если рассматривать этот рынок на данный момент, то, можно сказать, что эти числа поменялись в пользу крупных сетей ресторанного бизнеса. Стоит отметить, что именно в США появилась такая форма ведения бизнеса в этой отрасли, как сетевая форма. Крупными игроками на этом рынке являются KFC, Starbucks и McDonald's. Их заведения ежегодно открываются за рубежом. Каждая из этих трех сетей имеет в своем владении более тысячи ресторанов.

В 1997 году 8 из 10 ресторанов США представляли собой независимые предприятия, а остальные являлись членами сети ресторанов. В настоящее время это соотношение изменилось в пользу крупных сетей. Также следует отметить, что сетевая форма ведения ресторанного бизнеса впервые появилась в США. Наиболее крупными сетями являются McDonald's, KFC, Subway, Starbucks и т. д. Они имеют более одной тысячи ресторанов в своей сети, активно развиваются и также открывают заведения во многих других странах мира [59].

Европейский рынок отрасли общественного питания за последние десять лет также показывает успешные результаты, с точки зрения темпа роста. Если посмотреть таблицу 1, то можно сделать вывод, что лидерами по обороту в сфере ресторанного бизнеса на европейском рынке являются Великобритания и Франция.

Таблица 3 – Топ-10 стран Европы по обороту в сфере ресторанного бизнеса

№	Страна	№	Страна
1	Великобритания	6	Нидерланды
2	Франция	7	Швейцария
3	Италия	8	Бельгия
4	Германия	9	Швеция
5	Испания	10	Австралия

В сфере общественного питания в Европе, наибольшую долю занимают рестораны быстрого питания (РБП) – 43%. Второе место занимают организации по доставке еды, которые называются «Кейтеринг» – 26%.

Более подробные данные представлены на рисунке 4.

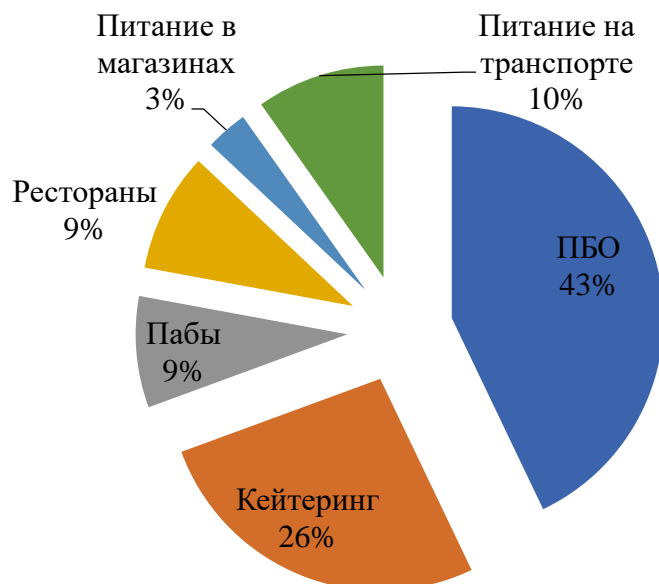


Рисунок 4 – Распределение рынка общественного питания по видам услуг

Каждая страна Европы, привносит в сферу ресторанного бизнеса какую-либо особенность. Отличительные черты европейских стран представлены в таблице 4 [60].

Таблица 4 – Характеристики развития ресторанных рынков по географическому признаку

Страна	Ключевая характеристика рынка
Великобритания	Наиболее сгруппированный европейский рынок
США	Отсутствие огромного числа транснациональных компаний, доминируют рестораны быстрого питания
Франция	Рынок представлен между крупными группами компаний
Германия	Рынок в полной мере не освоен и имеет небольшое число известных брендов
Скандинавские страны	Доминируют операторы, использующие весь спектр каналов сбыта
Страны Восточной Европы	Национальные операторы развиваются более высокими темпами

Кофейни, которые пользуются популярностью по сей день, появились на рынке в 90-е годы прошлого века.

Одним из самых ярких представителей в этой отрасли является McCafe (сеть ресторанов кофейного типа, принадлежащих McDonald's).

Число кофеен в 2018 году в мире выросло на 21%. Рост числа кофеен составляет 21% за 12 месяцев в 2018 году.

Лидирующие позиции на рынке занимают представители пяти стран (Starbucks/США, Tchibo/Германия, Costa Coffee/Великобритания, McCafe/Австралия и Segafredo/Италия).

Starbucks без сомнения является лидером кофейной индустрии. Компания в 2017 году открыла 15 000 кофеен в 50 странах мира, из которых 7 500 кофеен принадлежат корпорации «Starbucks Corporation». Популяризуя кофе сильной обжарки, компания Starbucks зарекомендовала себя как представитель «второй волны» в кофейном бизнесе США, изначально выделив себя из числа прочих кофейных предприятий, сделав ставку на вкус и качество продаваемого кофе, равно как и на качество обслуживания клиентов. С возникновением в США в 2000-х годах «третьей кофейной волны» в области производства кофе, представители которой сделали упор на высокое качество кофейных зёрен, ручной помол и более лёгкую обжарку, Starbucks не отказалась от приготовления эспрессо в автоматических кофеварках из соображений эффективности и безопасности [23].

Абсолютный рост в кофейной отрасли демонстрирует «McCafe», который открыл 250 новых заведений, 184 из которых было открыто на территории Германии.

Лидером абсолютного роста является McCafe с 250 новыми торговыми точками, из которых 184 открылись в Германии. Следом за «McCafe» расположилась Starbucks, который добавил в свое владение 217 новых точек и Costa Coffee (+201 точек).

Costa Coffee – компания, которая была создана в 1985 г. На сегодняшний день, компания находится в собственности холдинга «Whitebread». Число кофеен Costa Coffee по всему миру составляет 936. Китай планирует запустить на рынок данную кофейню. В течение 5 лет, план по открытию кофеен этой сети в Китае составляет около 500 [26].

McCafe. Концепция «магазин в магазине» от McDonald's, рождённая в Австралии и уже появившаяся в 11 европейских странах. Добилась потрясающего успеха в Германии, где в каждом третьем ресторане McDonald's можно найти McCafe [56].

Появление в холдинге «McDonald's» такой компании, как «McCafe» увеличило доходы холдинга в целом.

Доходы McDonald's в целом выросли после появления McCafe. McDonald's может похвастаться более 650 европейскими точками продаж, что говорит о 60% росте за год. Цена на латте маккиато 300 мл составляет, около 2,30 евро, гранд – 400 мл, покупают за 2,70 евро. Средний чек составляет, примерно 3,60 евро. Продажи напитков приносят 65% всей прибыли. Продажа на вынос составляет 28% [69].

Таким образом, можно сделать вывод, что рынок общественного питания за рубежом развивается стремительными темпами. Появляются все новые компании. Также, появляются сетевые организации, которые распространяются по миру.

Число кофеен на мировом рынке в 2018 году выросло на 21%, что свидетельствует положительной динамике развития отрасли. Лидирующие позиции на зарубежном рынке кофеен занимают такие компании как, McCafe, Starbucks, Costa Coffee. Абсолютным же лидером является компания Starbucks. Компания имеет в своем владении свыше 24 000 кофеен по всему миру.

2.2 Анализ динамики рынка в России

Отрасль ресторанного бизнеса в России является молодой сферой. Лишь 20 лет назад началось новое развитие ресторанного бизнеса. Начиная с 2002 года рынок общественного питания в России наблюдается рост рынка услуг питания. В 2017 году объем рынка ресторанной сферы составил чуть более 1,4 трлн. рублей. В потребительском секторе, данный рынок является одним из самых динамично развивающихся, по причине того, что объем, начиная с 2002 года увеличился более чем в 15 раз, данную тенденцию можно увидеть на рисунке 5 [58].

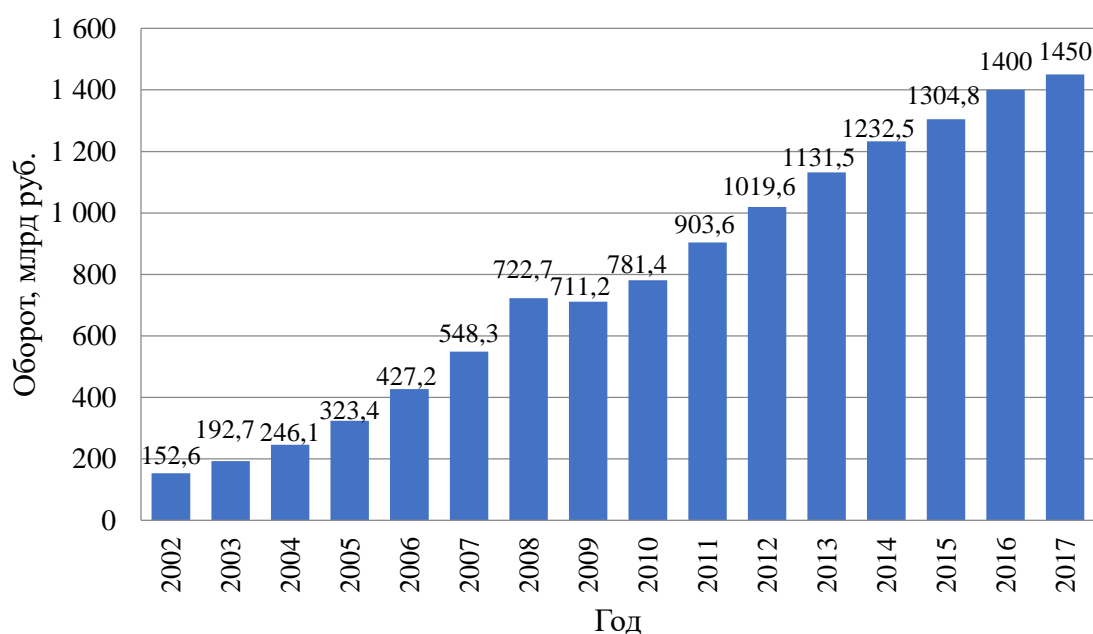


Рисунок 5 – Динамика оборота ресторанного рынка в РФ

Из предыдущего раздела мы выяснили, что оборот ресторанного бизнеса в США за 2017 год составил около 709 трлн руб. В России этот показатель в 2017 году составил 1,5 трлн рублей. Такая большая разница обусловлена следующими двумя причинами:

- 1) относительно невысокий уровень качества жизни россиян, выраженный уровнем заработной платы;
- 2) отсутствие сформировавшейся культуры организации питания вне дома. Эта причина во многом является логическим продолжением первой причины [11].

Ресторанный рынок России имеет высокий потенциал развития и роста, по причине того, что он недостаточно полон и насыщен различного рода компаниями.

С точки зрения оборота в ресторанном бизнесе, можно рассмотреть показатели с позиции территориальной принадлежности. Более 55% оборота по всей стране приходится на такие федеральные округа как, Приволжский, Уральский и Центральный. Данные по остальным федеральным округам можно рассмотреть на рисунке 6.

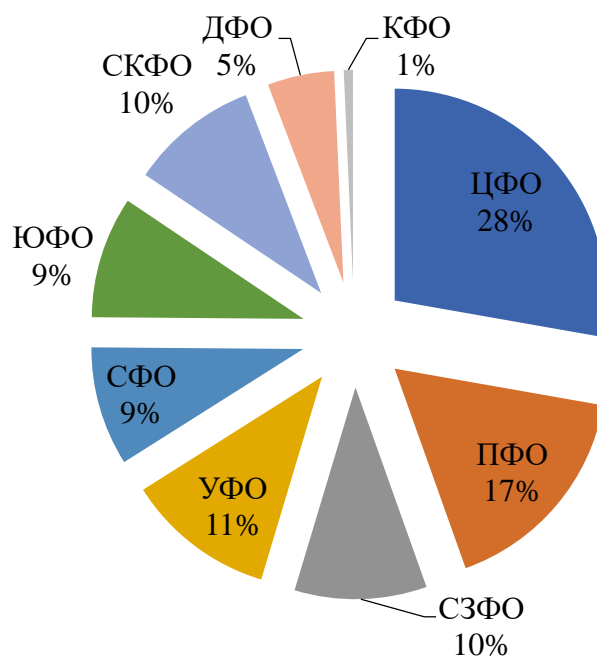


Рисунок 6 – Распределение оборота индустрии общественного питания по федеральным округам

Рассмотрим факторы, влияющие на оборот отрасли общественного питания в округах.

1. Социально-экономическое развитие территории. Так, регионы, в которых сосредоточены денежные потоки, насчитывают большее количество людей с высоким средним доходом на душу населения.

2. Экономическая разница между регионами. Регионы, которые связаны с добычей полезных ископаемых (например, нефти и газа), имеют высокое развитие ресторанной сферы, по причине того, что уровень доходов населения способствует появлению новых компаний и организаций ресторанной отрасли.

3. Граница с другими странами. В пограничных регионах ощущается влияние сопредельных государств: в Хабаровске и Владивостоке находится большое количество недорогих японских ресторанов, а в Калининграде – ресторанов в европейском стиле.

По состоянию на 2018 год в РФ функционирует более 180 тыс. предприятий общественного питания. На рисунке 7 указано деление этих предприятий по типу заведения.

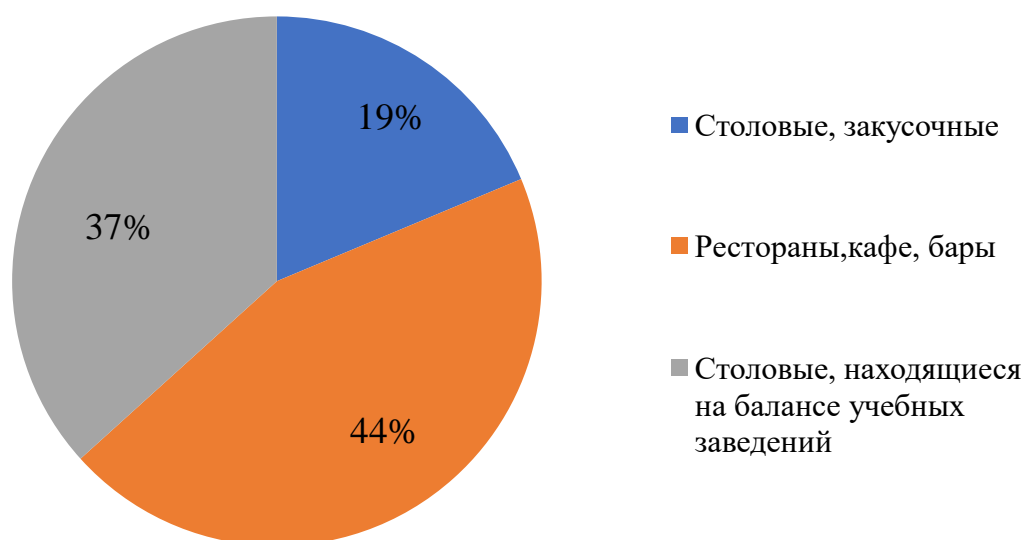


Рисунок 7 – Распределение организаций общественного питания по типу

В настоящий момент российских посетителей все больше обращают внимание на атмосферу, которая создается заведением. Там они общаются с близкими и друзьями отдыхают. Именно поэтому наиболее успешные заведения стараются создать обстановку, в которой было бы комфортно находиться клиенту, развлечь его, сделать так, чтобы это заведение стало для человека «вторым домом» [77].

Состояние ресторанной отрасли в России можно охарактеризовать так:

- 1) развитие отрасли неравномерно;
- 2) требования посетителей заведений постоянно растут;
- 3) представление новых идей, которые будут наиболее эффективно удовлетворять запросы потребителей;

4) компании одиночки занимают большую часть рынка, в отличие от сетевых организаций;

5) ликвидность ресторанного бизнеса в России является одной из самых больших.

Ситуация, при которой, вложенные инвестиции не окупаются, а проекты закрываются, на данный момент встречается очень часто. Статистика указывает нам на то, что из 10 открытых предприятия, по истечении года работы, 7 из них закрывается [57].

Кофе – это напиток, изготавливаемый из жареных зёрен кофейного дерева. По причине того, что этот напиток содержит в себе такой компонент, как кофеин, кофе обладает бодрящим и стимулирующим свойствами [25].

Кофейней называют такое заведение, в котором люди могут устраивать различные деловые, а также досуговые встречи, скрашивая время за чашкой ароматного напитка [31].

В последние годы с рынком кофеен произошли большие изменения, вызванные такими факторами как [24]:

1) кризисы, возникавшие в стране, существенно повлияли на доходы граждан, что не могло не сказаться на затратах россиян на досуговые мероприятия;

2) также, появление различных кофе машин в доступной ценовой категории, в некоторой степени оттолкнули граждан от покупок кофе в предназначенных для этого местах.

В сравнении с 2015 годом, в 2017 году произошел огромный скачок роста количества кофеен в городах России, что привело к росту импорта кофе в Россию, который был больше, чем в 2015 года на 18%. В крупных городах страны появление интереса к кофейням связано с развитием туристического бизнеса [54].

Количество кофеен в крупнейших городах возросло на 16% и составило 4 400 заведений. Посещаемость же кофеен также выросла на 12%. Прогнозируемые данные на 2019 год говорят нам о том, что объем рынка кофеен вырастит еще на 3% и составит 130 млрд рублей.

Кофейни, представляющие собой формат «кофе с собой» пользуются популярностью у студентов, а также сотрудников ближайших офисов. Пиком популярности является утреннее и обеденное время [55].

Кофейни классического типа развиваются недостаточно стабильно, по причине того, что рост кофеин в формате «To Go» набирает все большие обороты. Также, стоит отметить, что развитие отрасли кофеин связано с франчайзами, которые не боятся инвестирования в быстро окупаемые проекты. Одним из самых ярких представителей франчайзинг в этой отрасли является компания «Coffee Like». Лишь за один год, в период с мая 2017 г. по май 2018 г., открылось 107 новых заведений, работающих под франшизой этой компании.

Рынок кофеен «Кофе с собой» достаточно прост для входа, по причине того, что не требует больших финансовых вложений, а также, при грамотном ведении бизнеса, является быстро окупаемым. В связи с этим на этом рынке все чаще можно встретить новые «имена», такие как

- Tusano Coffee;
- Cupncup, Etloncoffee;
- «ЛюдиЛюбят» и другие [38].

На рисунке 8 представлен график открытия кофеен, которые уже давно и твердо утвердились на этом рынке.

«В целом идёт тенденция на то, что большая часть заведений переходит на качественный продукт, это касается и кофе в том числе. Изменился потребитель, его отношение к продукту и ингредиентам, он стал более избирательным.

Мы постепенно вводим альтернативные способы заваривания. Наибольшей популярностью пользуется аэропресс, остальные набирают обороты» [27].

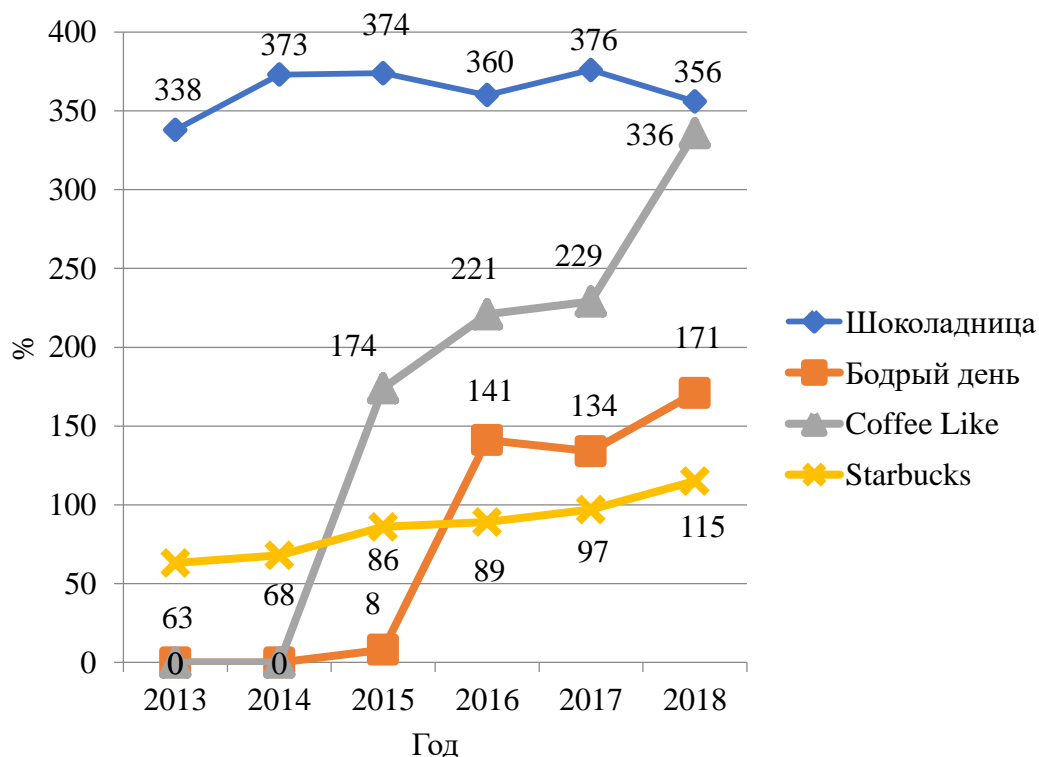


Рисунок 8 – Динамика развития ведущих сетевых кофеен

На Рисунках 9 и 10 собраны статистические данные по объему импорта чая и кофе в Россию.

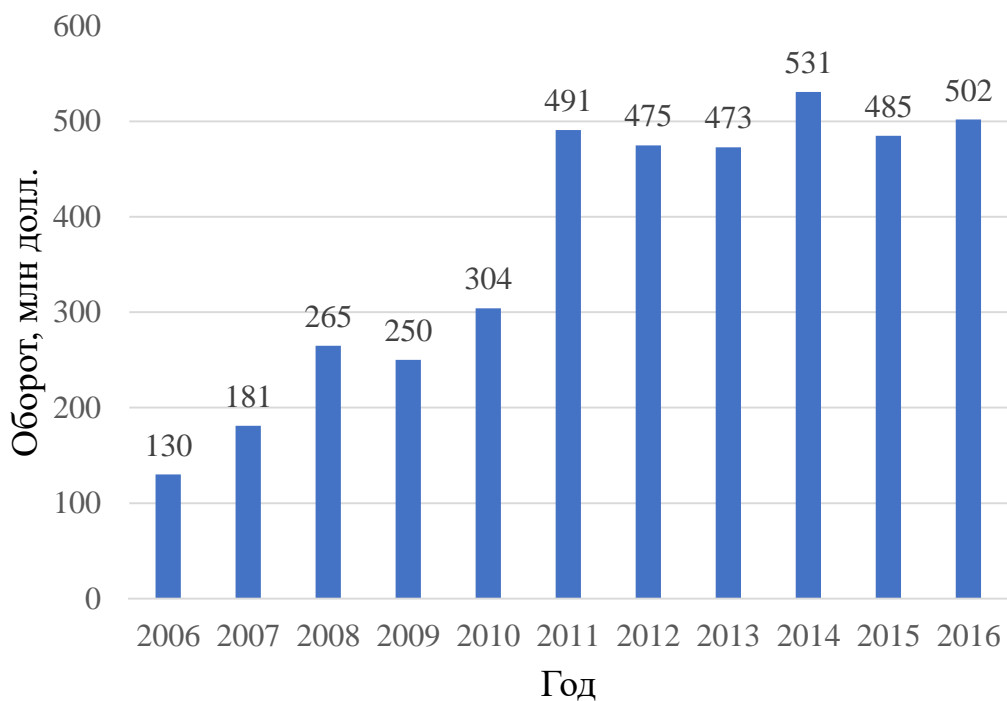


Рисунок 9 – Объем импорта кофе в денежном выражении

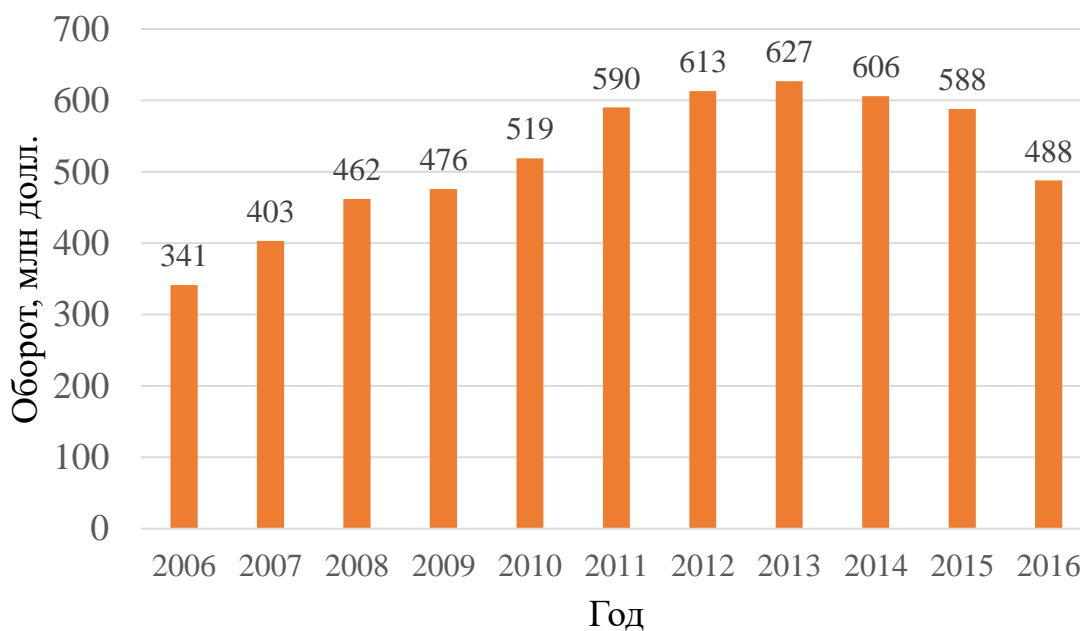


Рисунок 10 – Объем импорта чая в денежном выражении

Если посмотреть на рисунок 9, то можно проследить следующую тенденцию, объем импорта кофе имел стабильный рост до 2009 года, по моему мнению, одной из причин такой закономерности можно считать кризис 2009 года.

Можно, также, увидеть, что по отношению к объему рынка 2008 года, объем рынка в 2009 году упал на 2,1 млрд долл., с 22,4 млрд долл. до 20,3 млрд долл.

Глядя на рисунок 9 и на рисунок 10 видно, что уже к 2016 году объем импорта кофе опередил объем импорта чая, и уверенно закрепился в лидерах в сравнении этих двух рынков.

Популярность спроса на кофе за 10 лет, в период с 2006 по 2016 годы, выросла на «невероятные» 286%, с 130 млн долл. до 502 млн долл. Если рассматривать этот же период с позиции спроса на чай, то здесь объем вырос лишь на 43%. [53].

На рисунке 11 представлен объем ввоза кофе в Россию за период с 2013 по 2018 года.

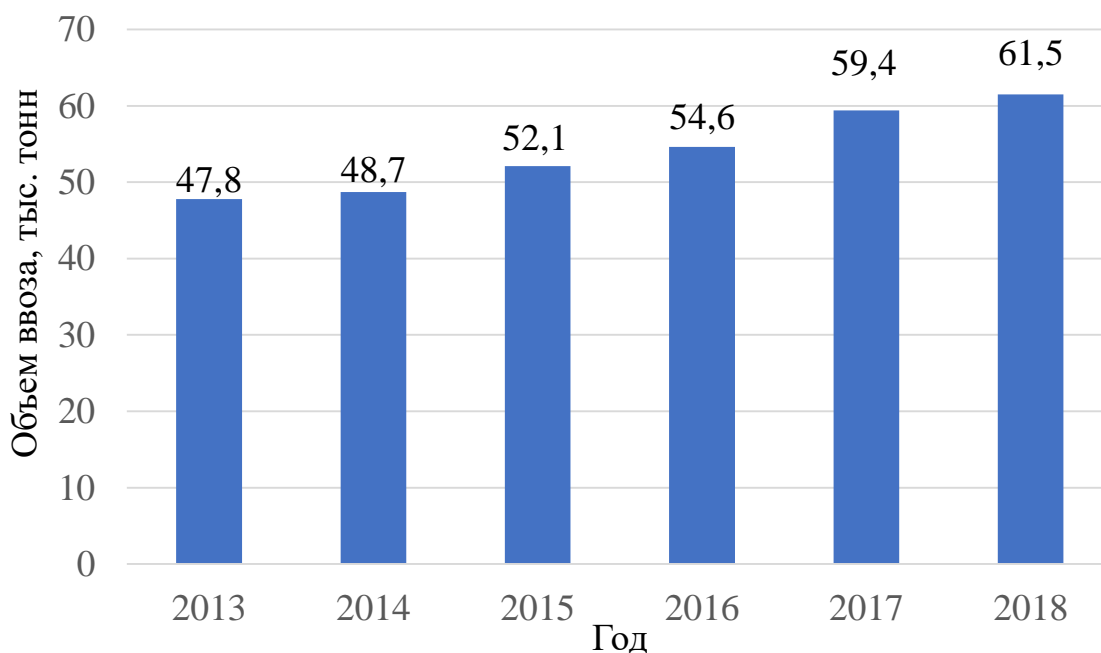


Рисунок 11 – Объем ввоза кофе в Россию за 2013–2018 гг.

Если посмотреть на рисунок 11, то можно отметить, что происходит стабильный рост потребления кофе. Также, следует заметить, что потребители все больше выбирают дешевые сорта кофе, так как их потребительская способность падает, а привычка и нужда в приобретении кофейных напитков нет.

На данный момент в страну более 50% кофе привозят в их натуральном виде, то есть в виде зеленых зерен. Это происходит по причине того, что увеличивается число потребителей, которые являются и становятся любителями свежемолотого кофе.

Также за эти годы с рынком российских кофеен произошли следующие изменения:

- в 2018 году объем рынка кофеен составил 128 млрд. рублей;
- по итогам 2018 года средний чек в многокофейнях 267 руб. за 2 позиции, а в кофейнях классического типа средний чек за 3 позиции составляет 355 руб.;
- по статистике, около 70% покупателей, делают выбор в пользу кофе с молоком
- 50% всех гостей кофеен – это один гость.
- Услугами кофеен классического типа пользуется аудитория, представленная людьми от 35 до 59, а монокофейнями от 18 до 35 лет.

Рынок кофеен в России продолжает стремительный рост. Объем рынка в крупных городах России составил свыше 32 млрд рублей. Стоит отметить, что посещение кофеен для россиян становится привычным делом, что говорит о высоком спросе на открытие кофеен рядом с часто посещаемыми местами.

2.3 Развитие отрасли в городе Челябинск

В июне 2016 года оборот рынка общественного питания Челябинской области составил 1,6 млрд. руб., что в сопоставимых ценах на 5,6% ниже соответствующего периода предыдущего года.

Оборот общественного питания по городским округам и муниципальным районам Челябинской области за 2015 год представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Оборот отрасли общественного питания в Челябинской области за 2015 год

Наименование	Оборот общественного питания, тыс. руб.	Отклонение от предыдущего года, %
Всего по области	5 310 680	94,6
Городские округа: Магнитогорский	1 105 834	105,2
Челябинский	2 371 977	87,5

По статистике, в 2015 году на территории города Челябинска действовало 76 кофеен. За последние 4 года открылись 56 кофеен. По итогу, на момент 2019 года рынок кофеен города Челябинска составлял 135 заведений [52].

Основной причиной такого прироста является спрос города на кофейни формата кофе с собой.

На рисунке 12 представлена карта распределения кофеен в г. Челябинск.

Если посмотреть на рисунок 11, то можно сделать вывод, что наибольшее число кофеен сконцентрированы в центре города, это объясняется наличием пешеходных улиц, а также появлением новых офисных зданий, администрации города, а также учебных заведений.

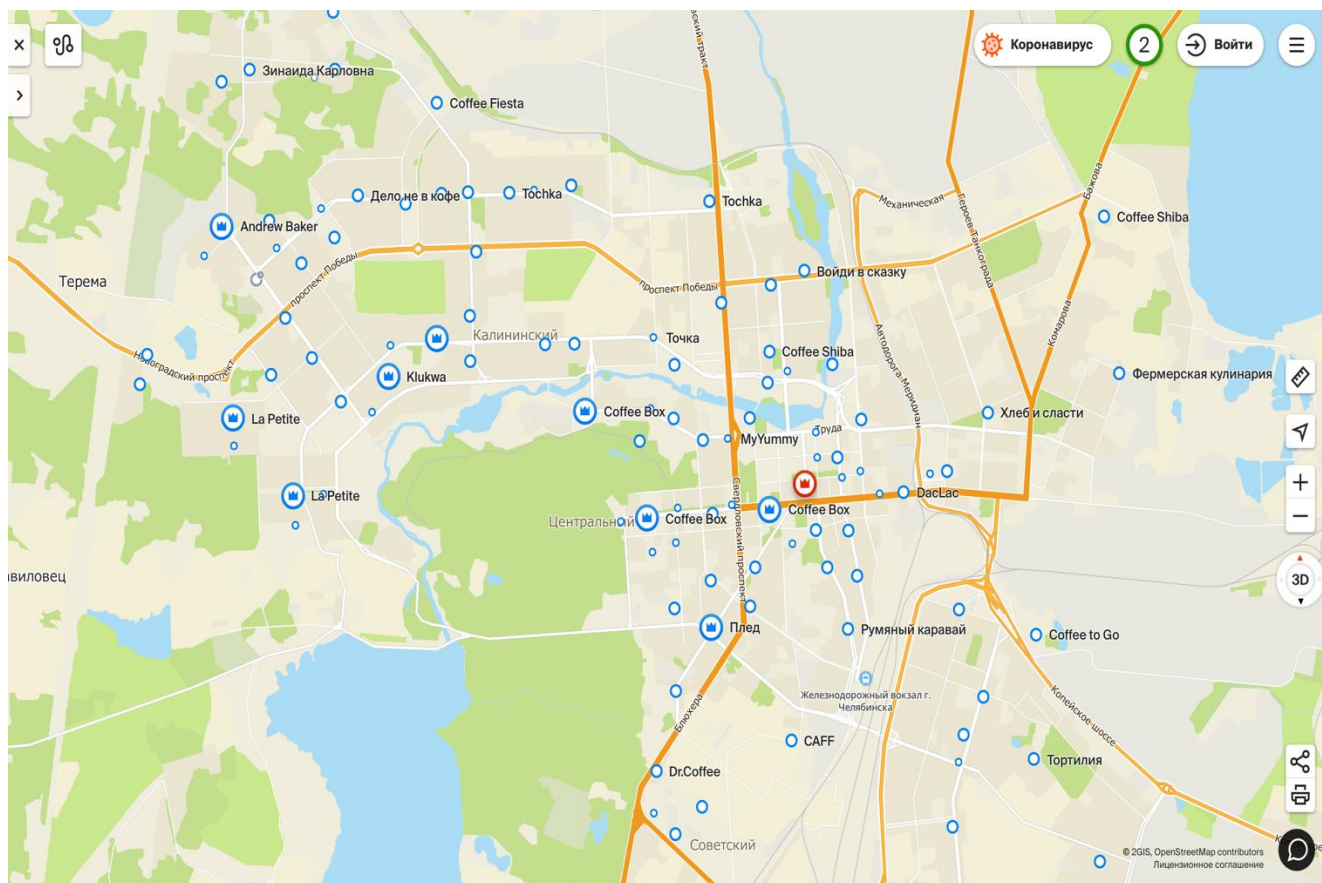


Рисунок 11 – Карта кофеен города Челябинска

Объем рынка кофеен города Челябинска за 2018 год составил 126 млн рублей. В таблице 6 представлены лидирующие игроки на рынке кофе в г. Челябинск. Опираясь на данные таблицы 6, можно сделать вывод, что максимальная цена за 100мл. капучино в кофейнях классического типа составляет 73,33 рубля, а минимальная цена – 25 рублей. Средняя цена здесь составляет 52 рубля.

В формате же кофеен «моно» типа максимальная цена достигает 47 рублей, а минимальная находится на уровне 30 рублей за стакан капучино, объемом 100 мл. В данном случае средняя цена составляет 37,2 рубля.

На рынке данной отрасли действуют кофейни, как федеральной сети, так и международной. Однако на рынке Челябинска, также как в других крупных городах страны, сложилась ситуация, что рынок представлен кофейнями «одиночками».

Таблица 6 – Лидирующие игроки на рынке кофе в городе Челябинске

Название кофейни	Количество точек, шт.	Ассортимент	Средний чек	Стоимость 100 мл Капучино, руб.	Район
Сахар	2	Напитки, десерты, горячие блюда	450	73,33	Центр, северо-запад
Фабрика кофе	5	Напитки, десерты, горячие блюда	250	25	Центр, северо-запад
CoffeeShop Company	2	Напитки, десерты, салаты, сэндвичи, горячие блюда	600	57,5	Центр
DasLac	5	Напитки, десерты	200	40	Центр, северо-запад
Blueberry	3	Напитки, десерты	220	47	Центр
Coffee Box	4	Напитки, десерты	170	43,33	Центр, северо-запад
Кофе и книги	4	Напитки	200	35	Центр, северо-запад
Coffee to Go	4	Напитки	140	30	Центр, северо-запад
Coffee Like	7	Напитки, десерты	200	35	Центр, северо-запад
Cafe Cafe	2	Напитки, десерты	130	30	Центр

Проанализировав рынок кофеен города Челябинска, можно сделать вывод, что наибольшее число кофеен сосредоточено в центральной части города. Такие районы как, Северо-Запад, Ленинский и Чурилово настолько сильно не охвачены

рынком кофеен. Поэтому мы принимаем решение открывать заведение именно в районе – Северо-Запад, в силу таких причин как:

- 1) стремительно развивающийся район, в который все больше переезжают жить люди, что повышает спрос на кофейную продукцию;
- 2) малонасыщенный район кофейными заведениями, поэтому конкуренция с нашей кофейней будет низкой;
- 3) наличие в районе большого количества учебных заведений, а также прогулочных улиц.

Вывод по разделу два

Проанализировав данный рынок, был сделан вывод, отрасль общественного питания, и, в частности, кофейный бизнес находятся на стадии развития. Европейский рынок отрасли общественного питания за последние десять лет показывает успешные результаты, с точки зрения темпа роста. Кофейный бизнес в городе Челябинск, тоже находится в стадии роста. Поэтому вложение в кофейную отрасль является целесообразным решением.

По статистике, в 2015 году на территории города Челябинска действовало 76 кофеен. За последние 4 года открылись 56 кофеен. Проанализировав рынок кофеен города Челябинска, можно сделать вывод, что наибольшее число кофеен сосредоточено в центральной части города. Такие районы как, Северо-Запад, Ленинский и Чурилово настолько сильно не охвачены рынком кофеен. Поэтому было принято решение открывать заведение именно в районе – Северо-Запад.

3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОТКРЫТИЯ КОФЕЙНИ В Г. ЧЕЛЯБИНСК

3.1 Концепция проекта открытия кофейни

В рамках данной выпускной квалификационной работы предполагается разработать инвестиционный проект открытия кофейни в городе Челябинск под названием «Luxury Coffee». Заведение будет ориентироваться на такие категории людей как молодые парни и девушки, семейные пары. Заведение будет осуществлять торговлю горячего кофе, чая и других, сопутствующих им продуктов. Ассортимент продукции периодически будет пополняться с учетом пожеланий клиентов.

В Челябинске насчитывается большое количество кофеен. Очень многие заведения предлагают своим покупателям примерно одинаковый ассортимент продуктов: растворимый кофе, чай, сок, пирожки и, в основном, представляют собой ларьки, куда нельзя войти. Наша кофейня будет предлагать гостям расширенный ассортимент, чтобы они могли почувствовать домашний уют, более теплую обстановку, помещение с уникальным дизайном, где можно отдохнуть, посидеть за барной стойкой и насладиться свежесваренным кофе и свежесваренным чаем. Также немаловажную роль играет возможность зарядить гаджет и выйти бесплатно в сеть Интернет.

Кофейня будет работать с 09:00 до 21:00 без выходных, чтобы привлечь клиентов, которые будут заходить в заведение перед работой на завтрак или после тяжелого рабочего дня. Горизонт планирования – 3 года.

Планируется, что кофейня будет находиться в арендованном помещении площадью 20 м². Стоимость аренды в месяц составит 20 000 рублей (коммунальные платежи включены в стоимость), в год – 240 000 рублей.

В разделе 2.2 был проанализирован рынок кофеен города Челябинск. Исходя из этого, был сделан вывод, что наибольшее количество заведений данного формата сосредоточено в центре города. Также было выявлено, что в квартале между улиц Салавата Юлаева и 40-летия Победы сосредоточено

небольшое количество таких заведений. Именно поэтому было принято решение открыть кофейню по адресу ул. Чичерина, 38в. На рисунке 12 данное местоположение представлено наглядно.

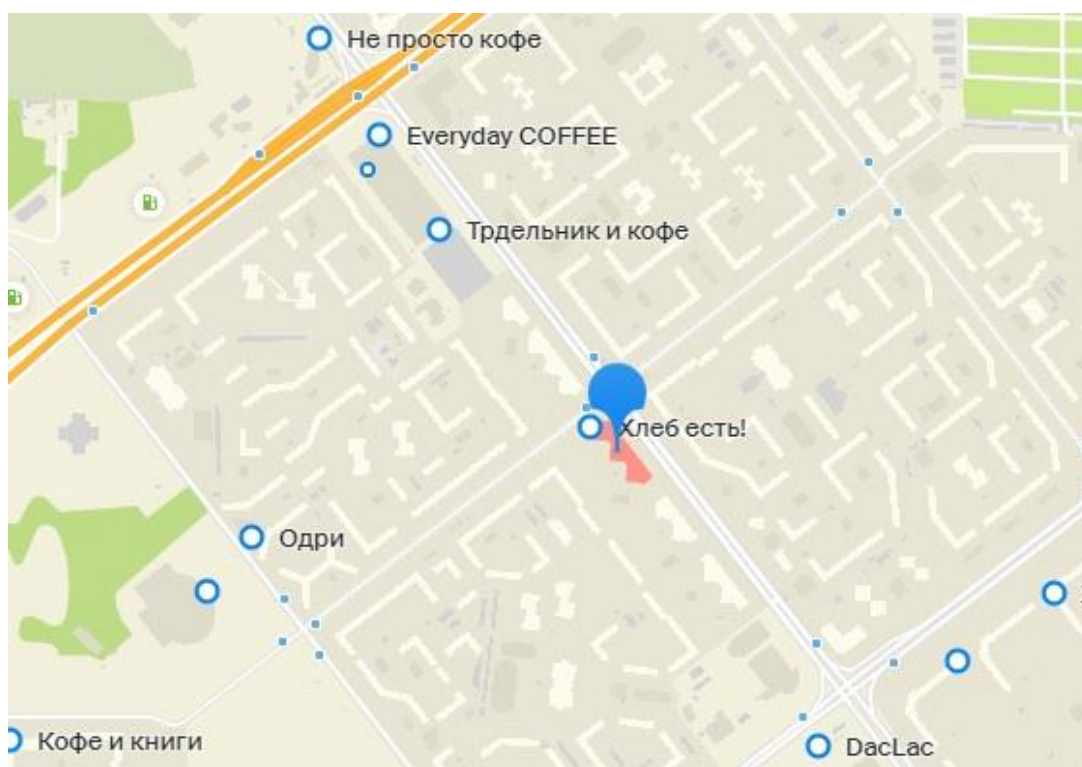


Рисунок 12 – Планируемое местоположение предприятия

Из рисунка 12 видно, что данное местоположение является наиболее оптимальным. Оно находится рядом с остановкой общественного транспорта, что позволяет решить взаимовыгодные для клиентов и владельца кофейни задачи: обеспечивается высокий трафик потенциальных посетителей кофейни, а гости, в ожидании нужного автобуса, могут отогреть душу чашечкой ароматного кофе, отведать сладости.

Напротив кофейни имеется парковка, поэтому посетителями кофейни могут стать не только пассажиры общественного транспорта и пешеходы, но и водители. Помимо этого рядом находятся школы и детские сады, поэтому посетителями кофейни могут стать родители, ожидающие своих детей.

Также из рисунка 5 видно, что рядом с планируемым местоположением нет прямых конкурентов. Однако они есть в радиусе 500 м. В этом же здании находится пекарня «Хлеб есть!», однако она не является нашим прямым

конкурентом, т. к. ее основным видом деятельности является продажа хлебобулочных изделий. Также в данном заведении отсутствуют столики, поэтому перекусить и выпить кофе внутри помещения у посетителей нет возможности. Однако можно отнести данное заведение к косвенным конкурентам.

Соотнесем всех конкурентов с таблицу 7.

Таблица 7 – Основные конкуренты предприятия

Прямые конкуренты	Косвенные конкуренты
1) Everyday COFFEE; 2) YourTime кофе и вафли.	1) Трдельник и кофе; 2) Хлеб есть!
Товарные конкуренты	Неявные конкуренты
Отсутствуют	1) Огни Баку; 2) Dine.

Из таблицы 7 видно, что у предприятия есть три основных прямых конкурента:

- 1) Everyday COFFEE;
- 2) YourTime кофе и вафли.

Проведем анализ прямых конкурентов предприятия в таблице 8.

Из таблицы 8 видно, что основные конкуренты находятся не рядом с нами. Также нашим преимуществом является наличие отдельного входа, близость к школам, детским садам и остановке общественного транспорта. Помимо этого кофейню отличает низкий средний чек (200 руб.), возможность выпить кофе в заведении и высокое качество продукции. Однако в заведении отсутствует свежая выпечка, что является недостатком предприятия. Также данное предприятие является новым, поэтому оно плохо известно среди жителей данного района.

Таблица 8 – Анализ прямых конкурентов предприятия

Критерий	Наш проект	Everyday COFFEE	YourTime
Местоположение	Ул. Чичерина, 38в. Арендванное помещение с отдельным входом, рядом с остановкой общественного транспорта, школой, детским садом.	Ул. Чичерина, 28, ТРК «Космос». Нет отдельного входа. Большая проходимость – посетители ТРК.	Ул. Чичерина, 28, ТРК «Космос». Нет отдельного входа. Большая проходимость – посетители ТРК.
Средний чек, руб.	200	200	250
Возможность выпить кофе в заведении	Да	Нет	Да
Свежая выпечка	Нет	Нет	Да
Качество продукции	Высокое	Среднее	Высокое
Разнообразие кофе	Большое	Среднее	Большое

Проведем количественную оценку конкурентоспособности предприятия. Для этого придадим каждой характеристике вес и расставим баллы для каждого предприятия.

Экспертные оценки для каждого конкурента приведены в таблице 9.

Таблица 9 – Экспертная оценка анализа конкурентов предприятия

Критерий	Вес	Наш проект	Everyday COFFEE	YourTime
Местоположение	0,20	5	5	5
Средний чек	0,25	5	5	4
Возможность выпить кофе в заведении	0,15	5	3	5
Свежая выпечка	0,10	2	2	5
Качество продукции	0,20	5	3	5
Известность	0,10	1	3	5
Итого	1,00	23	21	29

Из таблицы 9 видно, что наибольшее количество баллов принадлежит кофейне «YourTime». Сумма баллов для нее составила 29. Для нашего проекта сумма баллов составила 23. Наименьшее количество баллов по итогам экспертной оценки набрала кофейня «Everyday COFFEE».

Проведем средневзвешенную оценку данных результатов.

В таблице 10 посчитаны средневзвешенные баллы по каждому показателю и для каждого конкурента.

Таблица 10 – Средневзвешенные оценки анализа конкурентов предприятия

Критерий	Вес	Наш проект	Everyday COFFEE	YourTime
Местоположение	0,20	1,00	1,00	1,00
Средний чек	0,25	1,25	1,25	1,00
Возможность выпить кофе в заведении	0,15	0,75	0,45	0,75
Свежая выпечка	0,10	0,20	0,20	0,50
Качество продукции	0,20	1,00	0,60	1,00
Известность	0,10	0,10	0,30	0,50
Итого	1,00	4,30	3,80	4,75

В целом, у предприятия есть как сильные, так и слабые стороны. Главным недостатком предприятия является маленькая известность.

Для того, чтобы предприятие стало узнаваемым на рынке, необходимо провести рекламную кампанию. Данные мероприятия позволят повысить узнаваемость предприятия, что в свою очередь способствует увеличению клиентов.

Исходя из полученных данных, составим лепестковую диаграмму, для более наглядного представления.

Ее графическое изображение представлено на рисунке 13.

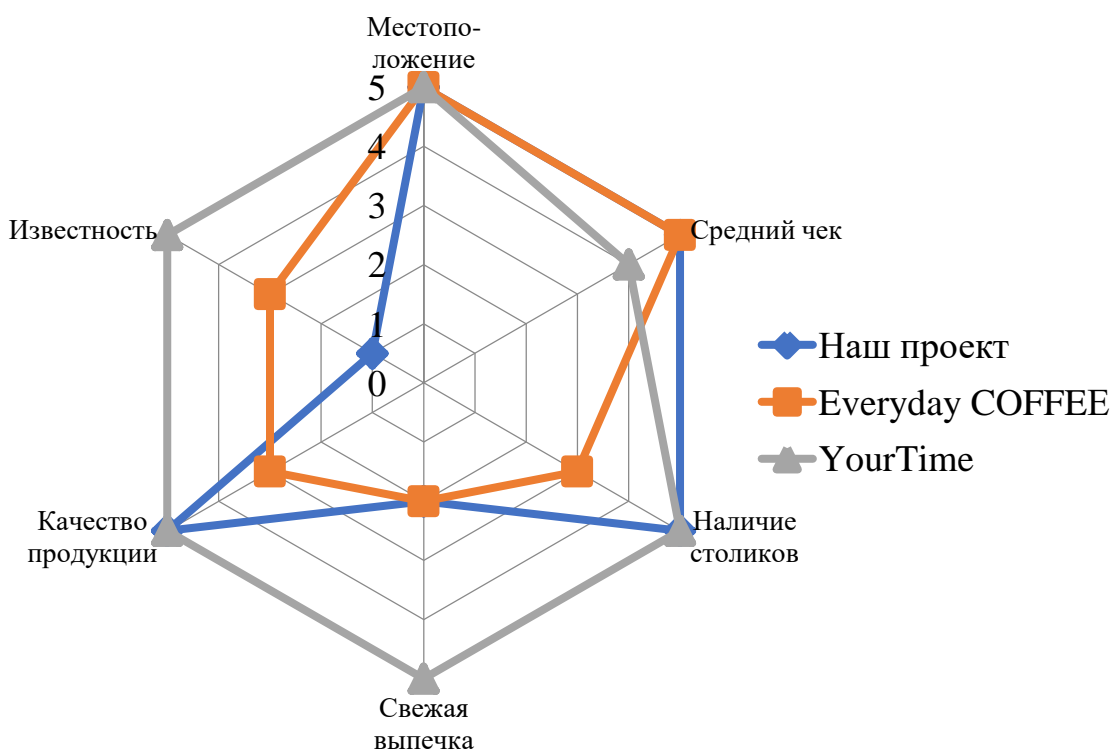


Рисунок 13 – Лепестковая диаграмма

Рекламная политика будет проводиться за счет проведения рекламы в социальных сетях. Планируется создать группу в социальной сети В контакте. В данной социальной сети есть много популярных сообществ жителей Челябинска, куда можно подавать рекламу. Средняя стоимость одной рекламы в таких группах составляет 500 руб. Планируется проводить данную рекламу один раз в неделю, следовательно, в месяц затраты составят 2 000 руб., в год – 24 000 руб.

Помимо этого планируется создать страницу в социальной сети Instagram. В настоящий момент данная социальная сеть набирает большую популярность. Чтобы вызвать интерес у пользователей, на этой странице будет публиковаться основная информация о заведении, процессы приготовления кофе, информация о сотрудниках, а также будут выкладываться акции и скидки.

Для продвижения страницы будем пользоваться официальными способами продвижениями – таргетированной рекламой. Так как наше заведение нацелено на жителей улиц Чичерина и 250 лет победы, то и при рекламе будем охватывать именно этот район. Поэтому затраты на таргетированную рекламу будут небольшими – 10 000 руб. в месяц. Следовательно, в год затраты составят 120 000 руб.

Итоговые затраты на рекламу в социальных сетях представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Затраты на рекламу в социальных сетях

Наименование социальной сети	В месяц, руб.	В год, руб.
В контакте	2 000	24 000
Instagram	10 000	120 000
Итого	12 000	144 000

Помимо рекламы в социальных сетях, предприятие будет рекламироваться путем раздачи листовок прохожим. Планируется каждый месяц раздавать 5 000 листовок. Печать планируется в типографии «Абсолют» (ул. Сони Кривой, 58а). Стоимость за 5 000 шт. односторонних листовок составит 3 660 руб. Следовательно, в год затраты составят 43 920 руб.

Помимо этого потребуется промоутер. Он будет работать по 2 часа один раз в два дня. Средняя стоимость услуг промоутера, на основе данных «Avito», составляет 150 руб./час. Следовательно в день затраты на промоутера составят 300 руб., в месяц – 9 000 руб., в год – 108 000 руб.

Итоговые затраты на продвижение вне социальных сетей представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Затраты на рекламу

Наименование	В месяц, руб.	В год, руб.
Печать листовок	3 660	43 920
Промоутер	9 000	108 000
Итого	12 660	151 920

Для ведения страницы в Instagram необходимо иметь качественные фото. Для этого будем проводить фотосессию в кофейне один раз в месяц. Будем фотографировать продукцию, сотрудников, интерьер. Средняя стоимость фотографа г. Челябинск – 2 500 руб./час. Планируется проводить фотосессию 3 часа. Следовательно, затраты на фотографа в месяц составят 7 500 руб., в год – 90 000 руб.

Итоговые затраты на маркетинг представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Затраты на маркетинг

Наименование	В месяц, руб.	В год, руб.
Реклама в социальных сетях	12 000	144 000
Реклама	12 660	108 000
Фотосессии	7 500	90 000
Итого	32 100	342 000

Из таблицы 13 видно, что итоговые затраты на маркетинг в месяц составят 32 100 руб., в год – 342 000 руб. Так как рекламная политика начнет проводиться за месяц до начала работы кофейни, то включим эти затраты в инвестиционные (32 100 руб.).

Так как площадь магазина до 150 кв. м. и численность сотрудников менее 100 человек, то можем выбрать ведение бизнеса в качестве индивидуального предпринимателя (ИП).

Планируется начать реализацию инвестиционного проекта с подготовки документов для регистрации ИП 01.08.2020 года. Продолжительность подготовительного этапа составит 92 дня. Планируется открыть заведение к 01.11..2020 года.

Более подробные этапы подготовительного процесса представлены на диаграмме Ганта (Рисунок 14).

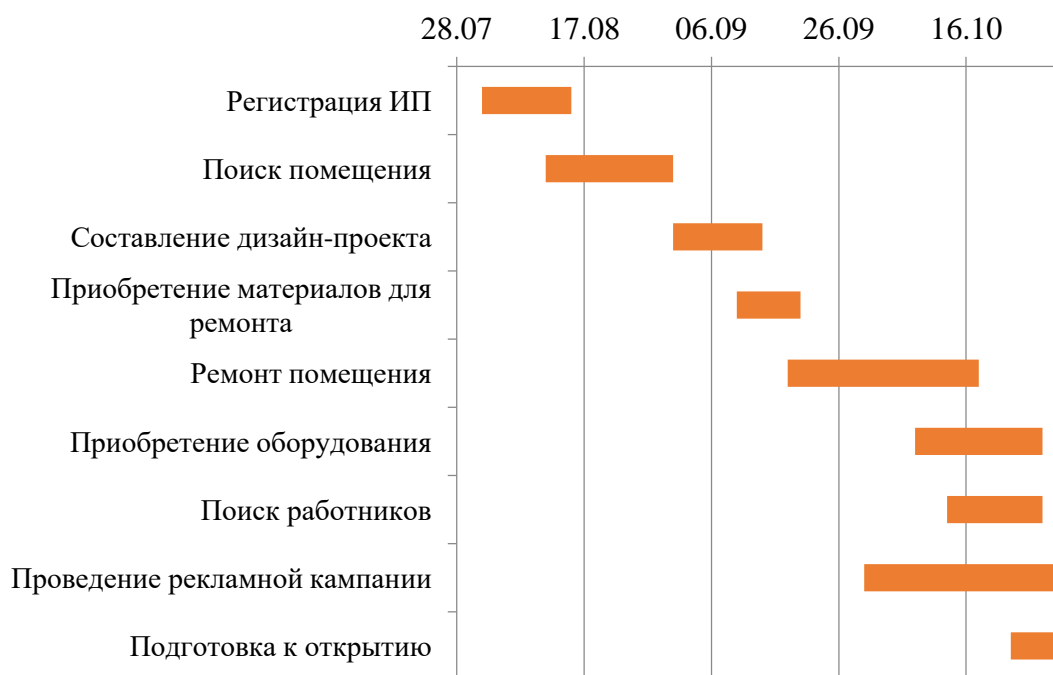


Рисунок 14 – Диаграмма Ганта

В заявлении на регистрацию будет указан код ОКВЭД 56.10.1 «Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания».

Затраты на регистрацию ИП представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Затраты на регистрацию ИП

Регистрация ИП	Сумма, руб.
Государственная пошлина	800
Изготовление печати	800
Итого	1 600

Из таблицы 14 видно, что затраты на регистрацию ИП небольшие. Государственная пошлина – 800 рублей, изготовление печати – 800 рублей.

Для осуществления деятельности предприятию необходимо закупить оборудование для работы. Перечень необходимого оборудования представлен в таблице 15.

Таблица 15 – Основные средства

Наименование	Место приобретения	Цена за единицу, руб.	Итоговая сумма, руб.
Кофемашина BFC Lira-S 2 Gr автомат [33]	www.r-komplekt.ru	308 554	308 554
Кофемолка LA CIMBALI ELECTIVE [34]		183 993	183 993
Питчер 350 мл MVQ 130350 [43]		493	493
Холдер LA CIMBLI 457890060F [74]		7 067	7 067
Шкаф холодильный POLAIR CM107-S [76]		40 375	40 375
Витрина холодильная ROLLER GRILL CD 1200 [17]		158 237	158 237
Кипятильник GASTRORAG DK-WB-10E [29]		18 820	18 820
Денежный ящик 410B [18]		3 100	3 100
Онлайн-касса M-ER ККМ Пионер 114Ф [39]		4 300	4 300
Планшет АТОЛ Optima [46]		20 500	20 500
Кофейная стойка [32]	www.столешницы-и-кофе.рф	99 500	99 500
Барный стул Loft 15, 4 шт. [13]	www.newbar.ru	3 150	12 600
Стол Eames 800, 3 шт. [61]		9 390	28 170
Стул Oden Wood, 10 шт. [65]		2 690	26 900
Посуда	www.ikea.com	–	20 000
Итого	–	–	932 609

Из таблицы 15 видно, что итоговые затраты на основные средства составят 932 609 руб. Данные затраты включим в инвестиционные.

Помимо основных средств в инвестиционные затраты включим:

- 1) аренда помещения за 2 месяца (время ремонтных работ);
- 2) затраты на маркетинг за 1 месяц (проведение рекламной кампании перед открытием);
- 3) затраты на ремонт помещения;
- 4) затраты на вывеску;
- 5) затраты на регистрацию ИП;
- 6) затраты на униформу персонала.

Ремонт будет выполнять компания «РемПро». Стоимость капитального ремонта в данной организации составляет 8 500 руб./м² [70]. В данную стоимость входят материалы, необходимые для ремонта, услуги работников. Площадь нашего помещения составит 20 м². Следовательно, затраты на ремонт составят 170 000 руб.

Итоговые капитальные затраты представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Капитальные вложения

Наименование	Сумма, руб.
Основные средства	932 609
Аренда помещения за 2 месяца	40 000
Реклама	32 100
Ремонт	170 000
Вывеска	5 000
Регистрация ИП	1 600
Униформа	5 000
Итого	1 186 309

Из таблицы 16 видно, то итоговые инвестиционные затраты составят 1 186 309 руб. У ИП нет данной суммы свободных денежных средств, именно поэтому было принято решение взять кредит на 2 года в Сбербанке под 15% в год.

В приложении А представлен график погашения кредита. Следовательно, затраты на погашение основного долга в год составят 593 154 руб., затраты на выплату кредита в первый год составят 136 974 руб., во второй – 48 001 руб.

Процесс реализации данных видов продукции состоит из следующих действий:

- 1) прием заказа;
- 2) обработка заказа;
- 3) приготовление напитка;
- 4) формирование заказа;
- 5) подача заказа.

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 2-3 минуты, от принятия до подачи заказа – 5-7 минут, чашечки чая – 3-5 минут. График работы заведения: с 9:00 до 21:00 ежедневно без перерывов и выходных. Следовательно, в день наше заведение работает 12 часов (720 минут).

Рассчитаем максимальное количество посетителей заведения в день (M) по формуле (12).

$$M = \frac{N \cdot T}{H_{вр}}, \quad (12)$$

где N – количество оборудования, ед.;

T – продолжительность смены, мин.;

$H_{вр}$ – время, необходимое для производства одной единицы продукции, мин.

Так как планируется приобрести 1 кофемашину, а максимальное время для обслуживания одного клиента составляет 7 минут, то

$$M = \frac{1 \cdot 720}{7} \approx 102 \text{ чел.}$$

То есть, исходя из производственной мощности, в день наше заведение может принимать максимум 102 человека в день. Однако на начальных этапах работы кофейню не будет посещать столько людей. В среднем, посещаемость кофейен городов миллионников от 50 до 150 человек. Так как наше заведение новое и малоизвестное среди посетителей, предположим, что в день наше заведение будет посещать 70 человек в день, 2 100 человек в месяц.

Исходя из этого, рассчитаем прогнозную выручку предприятия. Проанализировав конкурентов, был определен средний чек нашего заведения – 200 руб. Следовательно, в первый месяц работы предприятие получит 420 000 руб., в год – 5 040 000 руб. Так как наше предприятие будет активно рекламироваться, то планируется, что выручка будет увеличиваться примерно на 10% каждый год. Прогнозную выручку по годам можно посмотреть в таблице 17.

Таблица 17 – Прогнозируемая выручка

Период	1-й год	2-й год	3-й год
Средний чек, руб.	200	200	200
Количество посетителей, чел.	25 200	27 720	30 492
Выручка, руб.	5 040 000	5 544 000	6 098 400

Для обеспечения функционирования предприятия необходимо учитывать все затраты: постоянные и переменные.

К постоянным затратам отнесем:

- 1) затраты на аренду;
- 2) затраты на заработную плату персонала;
- 3) затраты на отчисления во внебюджетные фонды;
- 4) фиксированные платежи за ИП;
- 5) затраты на рекламу;
- 6) затраты на связь и интернет.

Ранее было определено, что затраты на аренду в год составят 240 000 руб.

Персонал будет состоять из двух бариста и самого ИП. ИП будет заниматься поисками поставщиков, ведением страниц в социальных сетях.

Проанализировав вакансии на сайте «Avito», выявлено, что средняя заработная плата бариста в г. Челябинск составляет 20 000 рублей. Итого заработная плата за двоих бариста в месяц составит 40 000 рублей. В год – 480 000 рублей.

Согласно НК РФ, в 2020 году отчисления во внебюджетные фонды составляют 30% от ФОТ:

- 1) обязательное пенсионное страхование – 22%;
- 2) обязательное социальное страхование – 2,9%;
- 3) обязательное медицинское страхование – 5,1%.

Фондом социального страхования предусмотрены взносы за травматизм. Для нашего случая ставка составит 0,2% [63].

Рассчитаем страховые взносы в таблице 19.

Таблица 19 – Расчет страховых взносов за работников

Наименование внебюджетного фонда	В месяц, руб.	В год, руб.
Пенсионное страхование	8 800	105 600
Социальное страхование	1 160	13 920
Медицинское страхование	2 040	24 480
Взносы за травматизм	80	960
Итого	12 080	144 960

Из таблицы 19 видно, что отчисления во внебюджетные фонды за работников в год составят 144 960 руб.

В таблице 20 представим итоговые затраты на работников.

Таблица 20 – Затраты на заработную плату сотрудников

Наименование	В месяц, руб.	В год, руб.
Заработная плата	40 000	480 000
Страховые взносы	12 080	144 960
Итого	52 080	624 960

Помимо выплат за работников, необходимо выплачивать страховые взносы за ИП. Фиксированный платеж за ИП в 2020 году на обязательное медицинское страхование составляет 8 426 руб. Фиксированный взнос на обязательное пенсионное страхование – 32 448 руб. в год [28].

Фиксированные платежи за ИП составят: $8\,426 + 32\,448 = 40\,874$ руб.

Затраты на рекламу были определены в таблице 12. Затраты на связь составят 1 000 руб. в месяц, 12 000 руб. в год.

Постоянные затраты будут увеличиваться примерно на 10% каждый год.

Итоговые постоянные издержки представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Постоянные издержки предприятия

Наименование	1-й год, руб.	2-й год, руб.	3-й год, руб.
Аренда	240 000	264 000	290 400
Заработная плата персонала	480 000	528 000	580 800
Отчисления во внебюджетные фонды	144 960	159 456	175 402
Фиксированные платежи ИП	40 874	44 961	49 458
Реклама	385 920	424 512	466 963
Затраты на связь	12 000	13 200	14 520
Итого	1 303 754	1 434 129	1 577 542

К переменным затратам отнесем затраты на оборотные средства. Определим потребность в оборотных средствах.

Для работы необходимы следующие оборотные средства:

- 1) стаканчики для чая/кофе с собой;
- 2) трубочки, салфетки, хозтовары;
- 3) кофе;
- 4) молоко;
- 5) готовая продукция на продажу.

В день планируется принимать примерно 70 посетителей. Из них 80% (56 человек) – закажут кофе, 20% (14 человек) – чай. То есть в месяц кофе закажет 1 680 человек, чай – 420 человек.

На одну кружку необходимо 6-8 грамм молотых зерен кофе. Следовательно, из одного килограмма выйдет 125-170 чашек. Возьмем усредненное значение – 150 чашек. Исходя из этого, в месяц нам потребуется 12 кг зернового кофе

(при условии, что в месяц будет продано 1 680 чашек кофе). Кофе планируется закупать в интернет магазине www.kofemart.ru по цене 1 500 руб./кг. Следовательно затраты на покупку кофе в месяц составят 18 000 руб.

Бумажные стаканчики будут закупаться в этом же интернет магазине. Стоимость одного стаканчика с логотипом нашей кофейни составляет 6–10 руб. (в зависимости от объема). Для расчётов возьмем среднее значения – 8 руб. Стоимость крышки для стаканчика – 1,30 руб. Так как стаканчики нужны и для кофе, и для чая, в месяц нам потребуется 2 100 шт. Однако будем покупать их с запасом – 2 300 шт. Следовательно, затраты на стаканчики в месяц составят 18 400 руб., крышки – 2 990 руб.

В среднем на один стакан расходуется 2 стика сахара по 5 г. Следовательно, в месяц нам потребуется – 4 200 стиков. Это 21 000 г сахара. Исходя из этого, необходимо приобрести 21 кг сахара. В том же интернет магазине цена за 1 кг сахара в стиках составляет 120 руб. Следовательно, затраты на сахар в месяц составят 2 520 руб.

Цена за одну палочку для размешивания сахара составляет 0,90 руб., следовательно, затраты на палочки для размешивания в месяц составят 1 890 руб.

Молоко, чай в пакетиках, салфетки, хозтовары и различные сладости будут приобретаться самостоятельно в магазине Ашан (ул. Труда, 203).

На одну чашку кофе в среднем требуется 150 мл молока. Следовательно, 1 л молока хватит на 6 чашек кофе. В месяц потребуется 280 л молока. Цена за 1 л молока – 60 руб. Исходя из этого, затраты на молоко в месяц составят 16 800 руб. Молоко будет закупаться один раз в несколько дней.

В одной пачке чая – 100 пакетиков. Цена за 1 упаковку – 300 руб. В месяц нам потребуется 5 упаковок чая, следовательно, затраты на чайные пакетики в месяц – 1 500 руб.

В среднем, на одного покупателя будет приходиться 3 салфетки. Цена упаковки салфеток из 100 шт. – 15 руб. Следовательно, цена одной салфетки –

0,15 руб., на одного покупателя мы потратим 0,45 руб. Исходя из этого, затраты на салфетки составят 945 руб. (63 упаковки салфеток).

В ассортименте кофейни будут различные сладости: печенье, зефир и т. д. Затраты на приобретение данных товаров в месяц составят 2 500 руб. Так же включим в оборотные средства затраты на транспортные расходы – 14 987 руб.

Затраты на оборотные средства, необходимые для работы представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Потребность в сырье

Наименование	В месяц, руб.	В год, руб.
Кофе	18 000	216 000
Молоко	16 800	201 600
Стаканчики	18 400	220 800
Крышки	2 990	35 880
Палочки для размешивания	1 890	22 680
Салфетки	945	11 340
Сахар	2 520	30 240
Чай в пакетиках	1 500	18 000
Сладости на продажу	2 500	30 000
Транспортные расходы	11 897	142 764
Итого	77 442	929 304

Из таблицы 22 видно, что ежемесячные затраты на оборотные средства будут составлять 77 442 рублей в месяц, 929 304 в год.

Помимо оборотных средств в переменные затраты включим платежи за ИП на доход, превышающий 300 000 руб.

Согласно НК РФ, если годовой доход ИП превысит 300 000 рублей, то ИП обязан перечислить 1% от суммы дохода. Рассчитаем данные выплаты:

- 1) $(5\,040\,000 - 300\,000) \cdot 0,01 = 47\,400$ руб. – выплаты в первый год;
- 2) $(5\,544\,000 - 300\,000) \cdot 0,01 = 52\,440$ руб. – выплаты во второй год;
- 3) $(6\,098\,400 - 300\,000) \cdot 0,01 = 57\,984$ руб. – выплаты в третий год.

Переменные затраты, также как и постоянные, будут увеличиваться каждый год примерно на 10%. Итоговые переменные затраты представлены в таблице 20.

Таблица 23 – Переменные издержки предприятия

Наименование	1-й год, руб.	2-й год, руб.	3-й год, руб.
Оборотные средства	929 304	1 022 234	1 124 458
Платежи за ИП на доход, превышающий 300 000 руб. (1%)	47 400	52 440	57 984
Итого	976 704	1 074 674	1 182 442

Из таблицы 23 видно, что итоговые переменные затраты в первый год составят 976 704 руб., во второй – 1 074 674 руб., в третий – 1 182 442 руб.

Суммарные переменные и постоянные издержки являются себестоимостью продукции. Представим итоговые издержки предприятия в таблице 24.

Таблица 24 – Суммарные издержки предприятия

Наименование	1-й год, руб.	2-й год, руб.	3-й год, руб.
Постоянные издержки	1 303 754	1 434 129	1 577 542
Переменные издержки	976 704	1 074 674	1 182 442
Итого	2 280 458	2 508 804	2 759 984

Из таблицы 24 видно, что итоговые издержки предприятия в первый год составят 2 280 458 руб., во второй – 2 508 804 руб., в третий – 2 759 984 руб. Данные затраты будут являться себестоимостью предприятия. Исходя из этого, определим среднюю себестоимость одной чашки кофе.

Издержки в первый год составят 2 280 458 руб., в месяц заведение будет принимать 2 100 посетителей, в год – 25 200 посетителей. Следовательно, средняя себестоимость одной чашки кофе составит 90 руб.

Рассчитаем планируемую чистую прибыль предприятия. Для этого необходимо рассчитать налоги. Ранее в качестве системы налогообложения кофейни «Luxury Coffee» была выбрана упрощённая система налогообложения (УСН) с процентной ставкой 6% [68].

Один из плюсов УСН «Доходы» в том, что налог можно уменьшить на страховые взносы сотрудников. Однако согласно статье 346.21 НК РФ, если сумма социальных выплат составляет больше 50% налоговой базы, ИП может вычесть только 50% от налоговой базы [68].

Без учета вычета, выплаты по налогу на доход должны составить:

- 1) $5\,040\,000 \cdot 0,06 = 302\,400$ руб. – за первый год;
- 2) $5\,544\,000 \cdot 0,06 = 332\,640$ руб. – за второй год;
- 3) $6\,098\,400 \cdot 0,06 = 365\,904$ руб. – за третий год.

Рассчитаем общую сумму страховых взносов предприятия:

- 1) $144\,960 + 40\,874 + 47\,400 = 233\,234$ руб. – за первый год $> 151\,200$ руб.;
- 2) $159\,456 + 44\,961 + 52\,440 = 256\,857$ руб. – за второй год $> 166\,320$ руб.;
- 3) $175\,402 + 49\,458 + 57\,984 = 282\,843$ руб. – за третий год $> 182\,952$ руб.

Следовательно, выплата налога на доход для предприятия составит:

- 1) 151 200 руб. в первый год;
- 2) 166 320 руб. во второй год;
- 3) 182 952 руб. в третий год.

Рассчитаем прибыль предприятия в таблице 25.

Таблица 25 – Прогнозируемая прибыль

Показатель	0-й год, руб.	1-й год, руб.	2-й год, руб.	3-й год, руб.
Капитальные вложения	1 186 309	–	–	–
Выручка	–	5 040 000	5 544 000	6 098 400
Себестоимость	–	2 280 458	2 508 804	2 759 984
Выплата кредита	–	593 154	593 154	0
Выплата процентов по кредиту	–	136 154	48 001	0
Прибыль до налогообложения	–	2 029 414	2 394 041	3 338 416
Налог, на доход (6%)	–	151 200	166 320	182 952
Чистая прибыль	–	1 878 214	2 227 721	3 155 464

Чистую прибыль будем принимать за CF при оценке эффективности проекта. Следовательно, CF за первый год составит 1 878 214 руб., за второй год – 2 227 721 руб., за третий год – 3 155 464 руб.

3.2 Оценка эффективности проекта

Для принятия инвестиционных решений необходима оценка эффективности, отражающая их привлекательность или непривлекательность для потенциального инвестора. Рассмотрим оценку эффективности инвестиционного проекта с помощью простых и дисконтированных показателей. Расчёт будет производиться на основе данных, полученных в предыдущих пунктах.

Будем рассчитывать дисконтированные и не дисконтированные показатели по формулам из раздела один.

Рассчитаем не дисконтированные показатели.

1. Чистый доход рассчитаем по формуле (1) из раздела один.

$$NV = 1\,878\,214 + 2\,227\,721 + 3\,155\,464 - 1\,186\,309 = 6\,075\,089 \text{ руб.}$$

В результате расчетов чистый доход получился положительным. Это говорит о том, что проект является приемлемым.

2. Норму прибыли рассчитаем по формуле (2) из раздела один.

$$ARR = \frac{(1\,878\,214 + 2\,227\,721 + 3\,155\,464)/3}{1\,186\,309} \cdot 100\% = 204\%.$$

Среднее нормативное значение данного показателя по отрасли ресторанного бизнеса – 20% [75]. В результате расчетов норма прибыли получилась больше среднеотраслевого значения. Следовательно, проект приемлем.

3. Не дисконтированный срок окупаемости рассчитаем по формуле (3) из раздела один.

$$ARR = \frac{1\,186\,309}{(1\,878\,214 + 2\,227\,721 + 3\,155\,464)/3} = 0,49 \cdot 12 \approx 6 \text{ мес.}$$

Так как горизонт планирования 3 года, а не дисконтированный срок окупаемости 6 месяцев, что намного меньше горизонта планирования, то можно сделать вывод, что проект приемлем.

4. Не дисконтированный индекс доходности рассчитаем по формуле (4) из раздела один.

$$PI = 1 + \frac{6\,075\,089}{1\,186\,309} = 6,1.$$

Исходя из полученных расходов видно, что не дисконтированный индекс доходности больше 1. Это говорит о том, что проект приемлем. Также можно сделать вывод, что на каждый рубль вложенных инвестиций приходится 6,1 руб. чистого дохода.

Представим все полученные значения не дисконтированных показателей в таблице 26.

Таблица 26 – Значения не дисконтированных показателей

Показатель	Полученное значение	Нормативное значение
Чистый доход, руб.	6 075 089	NV>0
Норма прибыли,%	204	ARR ≥ среднеотраслевого значения
Не дисконтированный срок окупаемости, мес.	6	PB<T
Не дисконтированный индекс доходности	6,1	PI>1

Из таблицы 26 видно, что все полученные значения соответствуют нормативным значениям. Это говорит о том, что проект является эффективным и его можно реализовывать.

Помимо не дисконтированных показателей, рассчитаем также дисконтированные показатели. Для этого необходимо рассчитать ставку дисконтирования. Для ее расчета воспользуемся сокращенной формулой Фишера из раздела один (формула 5).

Как уже отмечалось в первом разделе данной работы, за минимальную реальную доходность примем ставку рефинансирования – 5,5% [62]. Прогнозируемый уровень инфляции в 2020 году – 4% [48]. Премия за риск при продвижении на рынок нового продукта, согласно методике, изложенной в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при

размещении на конкурсной основе централизованных ресурсов бюджета развития Российской Федерации» находится в пределах от 13% до 15%. Возьмем максимальное значение – 15%.

Исходя из этого, ставка дисконтирования будет равняться:

$$r = 5,5 + 4 + 15 = 24,5\%.$$

Для дальнейших расчетов продисконтируем денежные потоки по годам по ставке 24,5%.

$$CF_1 = \frac{1\,878\,214}{(1 + 0,245)^1} = 1\,508\,605 \text{ руб.};$$

$$CF_2 = \frac{2\,227\,721}{(1 + 0,245)^2} = 1\,437\,216 \text{ руб.};$$

$$CF_3 = \frac{3\,155\,464}{(1 + 0,245)^3} = 1\,313\,366 \text{ руб.}$$

Рассчитаем дисконтированные показатели.

1. Чистый дисконтированный доход рассчитаем по формуле (6) из раздела один.

$$NPV = 1\,508\,605 + 1\,437\,216 + 1\,313\,366 - 1\,186\,309 = 3\,072\,878 \text{ руб.}$$

В результате расчетов чистый дисконтированный доход оказался больше нуля. Это говорит о том, что проект приемлем.

2. Дисконтированный индекс доходности рассчитаем по формуле (7) из раздела один.

$$DPI = 1 + \frac{3\,072\,878}{1\,186\,309} = 3,6.$$

Исходя из расчетов видно, что один рубль вложенных инвестиций предприятию будет приносить 3,6 руб. чистого дисконтированного дохода. Данное значение больше единицы, следовательно, проект приемлем.

3. Дисконтированный срок окупаемости рассчитаем по формуле (8) раздела один.

$$DPB = \frac{1\,186\,309}{(1\,508\,605 + 1\,437\,216 + 1\,313\,366)/3} = 0,84 \approx 10 \text{ мес.}$$

В результате расчетов дисконтированный срок окупаемости получился 11 месяцев. Так как горизонт планирования 3 года, то можно сделать вывод, что проект приемлем.

4. Внутреннюю норму доходности рассчитаем методом подбора. Результаты представлены в таблице 24.

Таблица 27 – Зависимость чистого дисконтированного дохода от ставки дисконтирования

r, %	50	100	166	200	250
NPV, руб.	1 679 233	506 944	0	-273 757	-446 794

Из таблицы 27 видно, что чистый дисконтированный доход равен нулю при ставке дисконтирования равной 162%. Представим данный результат из таблицы 27 графически на рисунке 15.

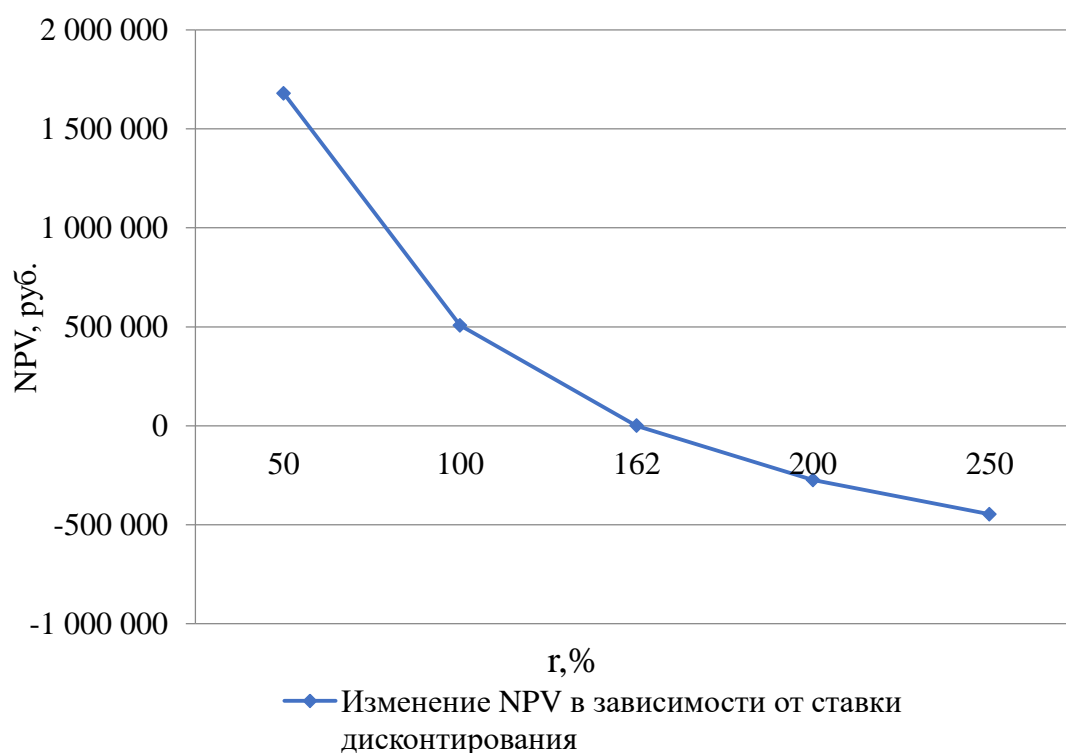


Рисунок 15 – График внутренней нормы доходности

Представим все полученные значения дисконтированных показателей в таблице 28.

Таблица 28 – Значения дисконтированных показателей

Показатель	Полученное значение	Нормативное значение
Чистый дисконтированный доход, руб.	3 072 878	NPV>0
Дисконтированный индекс доходности	3,6	DPI>1
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	10	DPB<T
Внутренняя норма доходности, %	166	IRR>r

Из таблицы 28 видно, что все значения не дисконтированных показателей соответствуют нормативным значениям. Следовательно, проект является эффективным и его можно реализовывать.

Представим все полученные значения не дисконтированных и дисконтированных показателей в сводную таблицу 29.

Таблица 29 – Значения не дисконтированных и дисконтированных показателей

Показатель	Полученное значение	Нормативное значение
Не дисконтированные показатели		
Чистый доход, руб.	6 075 089	NV>0
Норма прибыли, %	204	ARR ≥ среднеотраслевого значения
Не дисконтированный срок окупаемости, мес.	6	PB<T
Не дисконтированный индекс доходности	6,1	PI>1
Дисконтированные показатели		
Чистый дисконтированный доход, руб.	3 072 878	NPV>0
Дисконтированный индекс доходности	3,6	DPI>1
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	10	DPB<T
Внутренняя норма доходности, %	166	IRR>r

Из таблицы 29 видно, что полученные значения дисконтированных и не дисконтированных показателей соответствуют нормативным значениям. Это говорит о том, что данный проект является приемлемым и эффективным. Его можно реализовывать.

3.3 Анализ рисков проекта

Проведем анализ рисков проекта с помощью анализа точки безубыточности и анализа чувствительности.

Для начала рассчитаем точку безубыточности в натуральном выражении по формуле (9) из раздела один.

Средний чек предприятия – 200 руб., постоянные затраты в первый год составили 1 303 754, переменные – 976 704 руб. Планируемое количество постелей кофейни в первый год работы – 25 200 чел.

Найдем средние переменные затраты (AVC):

$$AVC = \frac{976\,704}{25\,200} \approx 39 \text{ руб.}$$

Следовательно, на одну чашку кофе приходится приблизительно 39 рублей переменных затрат.

Рассчитаем точку безубыточности в натуральном выражении.

$$Q_{\text{кр.}} = \frac{1\,303\,754}{200 - 39} = 8\,086 \text{ чел.}$$

Следовательно, для обеспечения безубыточного производства в год кофейню должно посещать минимум 8 086 человек. Рассчитаем точку безубыточность в денежном выражении по формуле (10) из раздела один. При расчете будем учитывать, что выручка за первый год работы составит 5 040 000 руб.

$$Q_{\text{кр.}} = \frac{5\,040\,000 \cdot 1\,303\,754}{5\,040\,000 - 976\,704} = 1\,617\,140 \text{ руб.}$$

Следовательно, при годовой выручке равной 1 617 140 руб. предприятие не будет нести ни прибыли, ни убытков.

Представим точку безубыточности графически на рисунке 16.

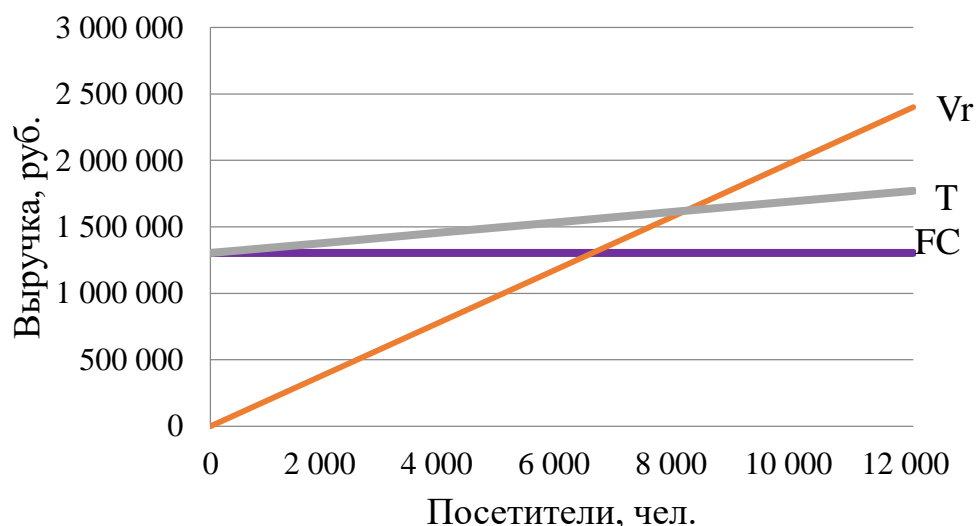


Рисунок 16 – Графическое изображение точки безубыточности за 1-й год работы

Проведем анализ чувствительности проекта к изменению выручки, постоянных и переменных затрат. Расчет представлен в таблице 30.

Таблица 30 – Анализ чувствительности проекта

Изменение фактора	NPV, руб.				
	20%	10%	0%	-10%	-20%
Выручка, руб.	5 044 536	4 058 707	3 072 878	2 087 050	1 101 221
Постоянные затраты, руб.	2 547 073	2 809 956	3 072 878	3 335 781	3 598 664
Переменные затраты, руб.	2 678 882	2 875 880	3 072 878	3 269 877	3 466 875

Результаты, полученные в таблице 30, представим графически на рисунке 17.

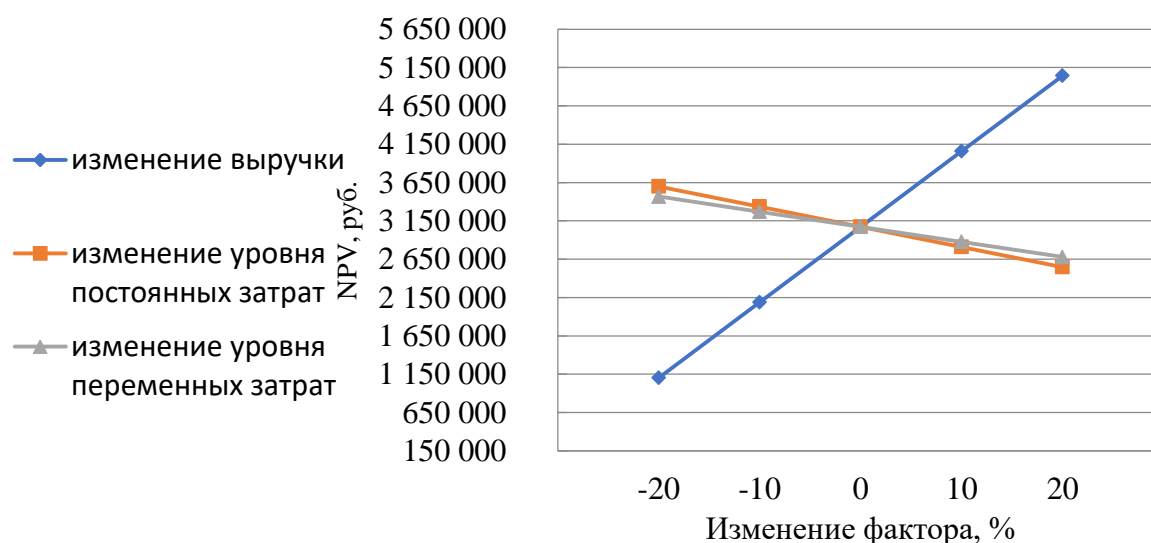


Рисунок 18 – Анализ чувствительности проекта

Из рисунка 18 видно, что проект наиболее чувствителен к изменению уровня выручки. Изменение уровня постоянных и переменных затрат сказывается примерно одинаково на изменении NPV.

Выводы по разделу три

В данном разделе был разработан проект по открытию магазина кофейни в г. Челябинск.

Для реализации данного проекта предприятию необходимы инвестиции в размере 1 186 309 руб. Так как у индивидуального предпринимателя нет необходимой денежной суммы, было решено оформить кредит на 2 года по ставке 15% в год.

В результате была произведена оценка эффективности реализуемого проекта.

Для расчета была использована ставка дисконтирования равная 24,5%, посчитанная по сокращенной формуле Фишера. Чистый дисконтированный доход составил 3 072 878 руб. Расчет срока окупаемости показал, что инвестиции окупятся за 10 месяцев. Также каждый рубль вложенных инвестиций будет приносить предприятию 3,6 рублей дисконтированной прибыли. Ставка, при которой чистый дисконтированный доход будет равен нулю, составила 166%. В результате расчёта дисконтированных показателей, был сделан вывод, что проект является эффективным.

Помимо этого, был проведен анализ рисков проекта с помощью расчета точки безубыточности и проведения анализа чувствительности. Точка безубыточности в натуральном выражении составила 8 086 шт., при этом выручка предприятия составит 1 617 140 руб. Анализ чувствительности показал, что проект наиболее чувствителен к изменению выручки.

В целом, проект по открытию кофейни в г. Челябинск является эффективным и его можно реализовывать.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для успешной реализации любой бизнес-идеи предприятию необходимо тщательно и качественно разработать бизнес-план. Он позволяет определить возможный эффект от реализации бизнес-идеи, а так же просчитать возможные риски проекта.

Цель данной выпускной квалификационной работы заключалась в разработке проекта открытия кофейни в г. Челябинск и оценке ее эффективности. Для этого в первом разделе были разобраны основные теоретический аспекты инвестиционной деятельности. Также были рассмотрены такие понятия, как инвестиционный анализ, бизнес-план и бизнес планирование. Существует 2 группы методов, которые применяют для того, чтобы оценить эффективность проекта, это динамические и статистические методы. Также была рассмотрена структура бизнес-плана, включающая в себя 8 основным пунктов. Анализ рисков проекта включает в себя анализ безубыточности и анализ чувствительности.

Инвестиционный проект считается эффективным, если по итогу работы, все цели, которые были поставлены перед началом проекта, а также экономические показатели, соответствуют тем, которые были запланированы в бизнес-плане.

Во втором разделе был проведен анализ зарубежного, российского и челябинского рынка общественного питания, была выявлена динамика развития данной отрасли. Проведенные исследования показали, что данная отрасль активно развивается. По статистике, в 2015 году на территории города Челябинска действовало 76 кофеен. За последние 4 года открылись 56 кофеен. Проанализировав рынок кофеен города Челябинска, можно сделать вывод, что наибольшее число кофеен сосредоточено в центральной части города. А также существует большой спрос на кофейни по типу «кофе с собой» в г. Челябинск в таких районах, как Северо-Запад, Ленинский, Чурилово. Исследования показали, что инвестирование в данную отрасль является целесообразным решением.

В третьем разделе был разработан проект открытия кофейни в г. Челябинск. Была проведена оценка эффективности данного проекта дисконтированными и

не дисконтированными методами, а также проведена оценка рисков данного проекта.

Для реализации данного проекта предприятию необходимы инвестиции в размере 1 186 309 руб. Так как у индивидуального предпринимателя нет необходимой денежной суммы, было решено оформить кредит на 2 года по ставке 15% в год.

Для расчета была использована ставка дисконтирования равная 24,5%, посчитанная по сокращенной формуле Фишера.

Чистый дисконтированный доход составил 3 072 878 руб. Расчет срока окупаемости показал, что инвестиции окупятся за 10 месяцев. Также каждый рубль вложенных инвестиций будет приносить предприятию 3,6 рублей дисконтированной прибыли. Ставка, при которой чистый дисконтированный доход будет равен нулю, составила 166%. В результате расчёта дисконтированных показателей, был сделан вывод, что проект является эффективным.

Анализ рисков показал, что точка безубыточности в натуральном выражении составила 8 086 шт., при этом выручка предприятия составит 1 617 140 руб. Анализ чувствительности показал, что проект наиболее чувствителен к изменению выручки.

В целом, проект по открытию кофейни в г. Челябинск является эффективным и его можно реализовывать.

Таким образом, задачи выпускной квалификационной работы выполнены, а цель достигнута. Выполненная работа имеет практическую ценность, так как в ней рассмотрен проект, который рекомендован к реализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бернстайн, Л.А. Анализ финансовой отчетности / Л.А. Бернстайн. – М.: – Финансы и статистика, 2016. – 624 с.
2. Дарушин, И.А. Финансовый инжиниринг: инструменты и технологии / И.А. Дарушин. – М.: Проспект, 2017. – 162 с.
3. Ковалева, Т.М. Коммерческая оценка инвестиций / Т.М. Ковалева. – М: КНОРУС, 2017. – 704 с.
4. Лукасевич, И.Я. Инвестиции: Учебник / И.Я. Лукасевич. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2016. – 413 с.
5. Мельников, Р.М. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Р.М. Мельников. – М.: Проспект, 2016. – 264 с.
6. Меренкова, К.А. Вероятностная оценка эффективности и риска проектов инновационного воспроизводства основных средств / К.А. Меренкова. – М.: Дело, 2016. – 171 с.
7. Палеев, А.В. Систематизация показателей формирования и оценки бизнес-плана инвестиционной деятельности / А.В. Палеев. – Сибирская финансовая школа, 2016. – 103 с.
8. Попов, В.А. Основы финансовых вычислений: учебное пособие для студентов / В.А. Попов. – М.: Финансовый университет, 2017. – 178 с.
9. Френкель, А. Экономическое исследование инвестиций: измерение, анализ, прогноз / А. Френкель. – Saarbuckten, LAP Lambert Academic Publishing, 2016. – 112 с.
10. Анализ безубыточности проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.monographies.ru/en/book/section?id=1270>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).
11. Анализ рынка ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1550823/marketing/meropriyatiya_overshenstvovaniyu_marketin

govoy_deyatelnosti_rekordstayl_otsenka_effektivnosti. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

12. Анализ чувствительности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7_%D1%87%D1%83%D0%B2%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8. – (Дата обращения: 25.02.2020 г.).

13. Барный стул [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newbar.ru/barniy-stul-loft-15/> (дата обращения 28.05.2020 г.).

14. Бизнес план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/biznes-plan.html>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

15. Бизнес планирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kartaslov.ru/книги/Бекетова_О_Бизнес-планирование_конспект_лекций. – (Дата обращения: 18.03.2020 г.).

16. Бизнес-план: назначение, структура и содержание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bmanager.ru/articles/biznes-plan-naznachenie-struktura-i-soderzhanie.html>. – (Дата обращения: 18.02.2020 г.).

17. Витрина холодильная ROLLER GRILL [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/vitriny_kholodilnye/vitrina_kholodilnaya_roller_grill_cd_1200/ (дата обращения 28.05.2020 г.).

18. Денежный ящик [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/denezhnye_yashchiki/_410b_epson/ (дата обращения 28.05.2020 г.).

19. Для чего нужен бизнес-план? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.smb24.ru/nachinayuschim_svoj_biznes/razrabotka_biznesplana/dlya_chego_nuzhen_biznesplan. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

20. Инвестиции, инвестиционная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/312559/ekonomika/investitsii_investitsionnaya_deyatelnost. – (Дата обращения: 02.03.2020 г.).
21. Инвестиционный анализ: как провести? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fd.ru/articles/159428-investitsionnyu-analiz-kak-provesti>. – (Дата обращения: 21.02.2020 г.).
22. Инвестирование в современной экономической ситуации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edrj.ru/article/31-05-17>. – (Дата обращения: 22.02.2020 г.).
23. Информация о предприятии Starbucks [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.starbucks.ru/about-us/our-heritage/>. – (Дата обращения: 24.02.2020 г.).
24. Исследование рынка кофеен Москвы в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://business-planner.ru/articles/analitika/issledovanie-rynka-kofeen-moskvy-v-2017-godu.html>. – (Дата обращения: 22.03.2020 г.).
25. История кофейного дела [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economic-definition.com/Other_extractive_materials/Kofe_Coffe__eto.html. – (Дата обращения: 12.03.2020 г.).
26. История Costa Coffee [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.costacoffee.ru/brand.html>. – (Дата обращения: 21.02.2020 г.).
27. Как изменился рынок кофе в России за 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/food/62595-issledovanie-poster-kak-izmenilsya-rynok-kofe-v-rossii-za-2018-god>. – (Дата обращения: 22.03.2020 г.).
28. Как ИП на УСН 6% уменьшить налог на страховые взносы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.regberry.ru/nalogooblozhenie/kak-ip-na-usn-6-umenshit-nalog-na-strahovye-vznosy> (дата обращения 29.05.2020 г.).

29. Кипятильник GASTRORAG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/elektrokipyatilniki/kipyatilnik_gastrorag_dk_wb_10e/ (дата обращения 28.05.2020 г.).

30. Коммерческая оценка инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://altrc.ru/library/9/kommercheskaya-otsenka-investitsionnykh-proektov/>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

31. Кофейные напитки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zuykov.com/ru/trademarks/online-search/products/10/>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

32. Кофейная стойка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://xn-----mlcmbbncftc9anx4ak5a1d.xnp1ai/catalog/korpusnaya_mebel/mebel_dlya_biznesa/torgovyue_ostrovki/kofeynaya_stoyka_coffee_break.html (дата обращения 28.05.2020г.).

33. Кофемашина BFC Lira-S 2 Gr автомат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/kofemashiny_traditsionnye/kofemashina_bfc_lira_s_2_gr_avtomat/ (дата обращения 28.05.2020г.).

34. Кофемолка LA CIMBALI ELECTIVE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/kofemolki/_la_cimbali_elective/ (дата обращения 28.05.2020г.).

35. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/11113plan.html>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

36. Методы анализа и оценки рисков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.info/7-78566.html>. – (Дата обращения: 12.04.2020 г.).

37. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finance-place.ru/finansovjy-analiz/investicionnye-proekty/ocenka-effektivnosti.html>. – (Дата обращения: 12.03.2020 г.).

38. Обзор российского рынка кофеен и кафе-кондитерских [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current?article=2559>. – (Дата обращения: 21.03.2020 г.).

39. Онлайн-касса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/fiskalnye_registratory_1/_m_er_114_ethernet_/ (дата обращения 28.05.2020 г).

40. Организационный план в бизнес-плане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://icqinfo.ru/raznoe/organizacionnyj-plan-v-biznes-plane-primer-organizacionnyj-plan-biznes-plana-struktura-soderzhanie-primery.html>. – (Дата обращения: 15.04.2020 г.).

41. Оценка инвестиций с учетом фактора времени [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://manager.by/ocenka-investicij-po-vremeni/>. – (Дата обращения: 21.04.2020 г.).

42. Оценка эффективности инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.reglament.net/bank/credit/2008_6/get_article.htm?id=544. – (Дата обращения: 27.03.2020 г.).

43. Питчер NVQ 130350 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/aksessuary_dlya_barista/pitcher_350ml_mvq_130350/ (дата обращения 28.05.2020 г).

44. План маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fenplan.ru/structure-marketing.php>. – (Дата обращения: 12.02.2020 г.).

45. План производства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tambov-rosnou.ru/business_planning/Sheets/4.5.html. – (Дата обращения: 22.04.2020 г.).

46. Планшет АТОЛ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/terminaly_na_baze_planeshtov/planshet_atol_optima_2gb_ram_32gb_ssd/ (дата обращения 28.05.2020 г).

47. Премия за риск в инвестиционных проектах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smfanton.ru/nuzhno-znat/premiya-za-risk.html>. – (Дата обращения: 24.05.2020 г.).

48. Прогнозируемый уровень инфляции в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20190826/1557929316.html> (дата обращения 24.05.2020г).

49. Производственный план как неотъемлемая часть бизнес-плана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cfin.ru/business-plan/prod_plan.shtml. – (Дата обращения: 21.03.2020 г.).

50. Резюме инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mir-investicyj.ru/investicyonnye-proekty/rezume-investicyonnogo-proekta/>. – (Дата обращения: 28.02.2020 г.).

51. Рентабельность ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://restcon.ru/index.php?section=article&article_id=863 (дата обращения 30.05.2020г).

52. Розничная торговля, услуги населению, туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/23457>. – (Дата обращения: 12.02.2020 г.).

53. Рынок кофе в Европе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/outlook/30010000/102/coffee/europe#market-arpu>. – (Дата обращения: 14.03.2020 г.).

54. Рынок кофеен продолжает рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cre.ru/analytics/72860>. – (Дата обращения: 15.04.2020 г.).

55. Рынок кофеен растет на 3% в год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.horeca-magazine.ru/article/6729/>. – (Дата обращения: 15.04.2020 г.).

56. Сеть кофеен McCafe обновила логотип и фирменный стиль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adindex.ru/news/design/2019/08/15/274503.phtml>. – (Дата обращения: 15.04.2020 г.).

57. Создание и организация ресторанного бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://apinnov.ru/sozдание-i-organizatsiya-restorannogo-biznesa-v-rossii/>. – (Дата обращения: 18.03.2020 г.).

58. Состояние и тенденции развития российского рынка общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.vvsu.ru/get/?url=http://www.vvsu.ru/latest/article/10801594/sostoyanie_i_tendencii_razvitiya/. – (Дата обращения: 18.04.2020 г.).

59. Состояние мирового и российского ресторанного рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/306332/turizm/sostoyanie_mirovogo_rossiyskogo_restorannogo_rynka. – (Дата обращения: 11.04.2020 г.).

60. Состояние мирового ресторанного рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/306332/turizm/sostoyanie_mirovogo_rossiyskogo_restorannogo_rynka. – (Дата обращения: 12.03.2020 г.).

61. Стол Eames [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newbar.ru/stol-eames-800/> (дата обращения 28.05.2020 г.).

62. Ставка рефинансирования ЦБ на сегодня в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.26-2.ru/art/355149-stavka-refinansirovaniya-tsb-rf-na-segodnya-v-2020-godu-tablitsa> (дата обращения 30.05.2020 г.).

63. Страховые взносы за индивидуального предпринимателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn77/ip/in_premip/ (дата обращения 29.05.2020 г.).

64. Структура и последовательность разработки бизнес-плана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/4079627/page:25/>. – (Дата обращения: 10.04.2020 г.).

65. Стул Oden Wood [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Компания по ремонту и отделке помещений РемПро [Электронный ресурс] // <https://rem-74.ru/otdelka-kafe> (дата обращения 28.05.2020 г.).

66. Тарифы страховых взносов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/a3f603ffd57b1431ed51e1693ba710093347235d/ (дата обращения 29.05.2020 г.).

67. Точка безубыточности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://auditit.ru/index.php/terms/analysis/tochka_bezubytochnosti.html?route=finanaliz/terms/analysis/tochka_bezubytochnosti.html. – (Дата обращения: 21.02.2020 г.).

68. УСН «Доходы» в 2020 году: как отчитываться и сколько платить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-kontur.ru/enquiry/46> (дата обращения 29.05.2020 г.).

69. Факты о «Макдоналдс» в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mcdonalds.ru/pages/page/mcdonalds_in_russia/30_facts_about_mcdonalds_in_Russia.pdf. – (Дата обращения: 15.04.2020 г.).

70. Финансовый план в бизнес-плане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://psyera.ru/finansovyy-plan-v-biznes-plane_7138.html. – (Дата обращения: 20.03.2020 г.).

71. Финансовый план в структуре бизнес-плана: рекомендации по составлению [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vseproip.com/biznes-ip/biznes-plany/finansovyj-plan.html>. – (Дата обращения: 20.03.2020 г.).

72. Формирование резюме бизнес-плана проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/304212/menedzhment/formirovanie_rezyume_biznes_plana_proekta. – (Дата обращения: 13.03.2020 г.).

73. Характеристика разделов бизнес-плана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/article/74829/>. – (Дата обращения: 13.03.2020 г.).

74. Холдер для кофемашины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://r-komplekt.ru/catalog/la_cimbali_zip/_457890060f_2_la_cimbali_m24/ (дата обращения 28.05.2020 г.).

75. Что такое инвестиции? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investorschool.ru/chto-takoe-investicii>. – (Дата обращения: 15.03.2020 г.).

76. Шкаф холодильный POLAIR CM107-S [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://rkomplekt.ru/catalog/shkafy_kholodilnye_s_glukhoy_dveryu/shkaf_kholodilnyy_s_glukhoy_dveryu_polair_cm107_s/ (дата обращения 28.05.2020г).

77. Эволюция ресторанного бизнеса в России как отражение объективных тенденций развития предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-restorannogo-biznesa-v-rossii-kak-otrazhenie-obektivnyh-tendentsiy-razvitiya-predprinimatelskoy-deyatelnosti>. – (Дата обращения: 14.03.2020 г.).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

График погашения кредита

Таблица А.1 – График погашения кредита

Месяц	Основной долг	Погашение основного долга	Погашение процентов	Платеж
1	1 136 879,46	49 429,54	15 113,25	64 542,79
2	1 087 449,92	49 429,54	13 081,90	62 511,44
3	1 038 020,38	49 429,54	13 853,81	63 283,35
4	988 590,84	49 429,54	12 797,51	62 227,05
5	939 161,30	49 429,54	12 594,38	62 023,92
6	889 731,76	49 429,54	11 578,70	61 008,24
7	840 302,22	49 429,54	11 334,94	60 764,48
8	790 872,68	49 429,54	10 705,22	60 134,76
9	741 443,14	49 429,54	9 750,49	59 180,03
10	692 013,60	49 429,54	9 445,78	58 875,32
11	642 584,06	49 429,54	8 531,67	57 961,21
12	593 154,52	49 429,54	8 186,34	57 615,88
13	543 724,98	49 429,54	7 556,63	56 986,17
14	494 295,44	49 429,54	6 256,56	55 686,10
15	444 865,90	49 429,54	6 297,19	55 726,73
16	395 436,36	49 429,54	5 484,65	54 914,19
17	346 006,82	49 429,54	5 037,75	54 467,29
18	296 577,28	49 429,54	4 265,84	53 695,38
19	247 147,74	49 429,54	3 778,31	53 207,85
20	197 718,20	49 429,54	3 148,59	52 578,13
21	148 288,66	49 429,54	2 437,62	51 867,16
22	98 859,12	49 429,54	1 889,16	51 318,70
23	49 429,58	49 429,54	1 218,81	50 648,35
24	0	49 429,58	629,72	50 059,30