



Маркет
Аналитика

Информационно-аналитический
центр «Маркет Аналитика»
г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20, стр. 1

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
БИЗНЕС-ПРОЕКТ
ОТКРЫТИЯ КАФЕ**

Москва, июль 2013



СОДЕРЖАНИЕ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

Идея проекта

Экономика проекта

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка рынка общественного питания в РФ

Ценовая сегментация на рынке

Конкурентный анализ

Описание потребителей рынка кафе

Тенденции развития рынка

Риски и барьеры при выходе на рынок

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Общие сведения

Распределение площади объекта

Виды услуг

Стоимость услуг

Позиционирование услуг

Концепция рекламной и PR кампаний

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта



Производство услуг

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Штат сотрудников и его функционал

Организационно-управленческая структура компании

Формирование фонда оплаты труда

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем вложений

Затраты на открытие кафе

Текущие месячные затраты

План продаж

Отчет о прибылях и убытках

График окупаемости проекта

Показатели эффективности проекта

ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативно-правовая документация для открытия кафе

Нормативная база, регулирующая деятельность кафе



КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

Идея проекта

.....

Экономика проекта

.....



ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка рынка общественного питания в РФ

.....

Диаграмма. Количество человек, приходящееся на одно заведение общественного питания в городах России и за рубежом в 2011 году

.....

В 2010 году рынок общественного питания вырос на *% и составил по оценкам разных агентств от ... млрд. руб. до ... млрд. руб. По оптимистическим прогнозам, по итогам 2011 года объем рынка общественного питания России превзойдет уровень 2008 года, а к 2012 году объем рынка может превысить ... млрд. рублей.

Диаграмма. Динамика оборота общественного питания в 2004 – 2012 годах, млрд. руб. (в ценах января 2012 года)

.....

источник данных -

.....

Диаграмма. Динамика рынка общественного питания за период январь-декабрь с 2005-2013 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

.....

источник данных:

Результаты исследований свидетельствуют, что на посещение ресторанов, баров, кафе и прочих заведений общественного питания российское население тратит *-***% своих потребительских расходов. В то же время на образование россиянами в среднем расходуется менее *% средств, на здравоохранение - до ***%, на услуги связи *-*%.

.....

Ценовая сегментация на рынке

-



Согласно оценкам экспертов Intesco Research Group, почти каждый третий ресторан Москвы имеет средний чек от ... до ... руб. Около ****% ресторанов работает в ценовом диапазоне от ... до ... руб. В каждом пятом заведении можно поесть на ... - ... руб. Средний чек в ****% ресторанах составляет от ... до ... руб. Более чем в ... руб. на человека обходится посещение **% заведений ресторанного типа.

Таким образом, наименее популярными среди ресторанов столицы являются диапазоны цен «до ... руб.» и «свыше ... руб.».

Согласно данным исследований, более **% российского рынка принадлежит фаст-фуду, немногим меньше (около **%) – стрит-фуду и более **% – кофейням. Остальную долю занимают пиццерии, кафе, рестораны японской кухни и другие подобные организации.

Диаграмма. Доли предприятий общественного питания в структуре сетевого сегмента

.....

Источник:

Однако наиболее динамично развивался сектор фаст-фуда, а его рост в 2006-2008 гг. по оценкам маркетингового агентства Discovery Research Group составлял **-%. Одновременно, сегмент элитных ресторанов замедлил темпы роста до ** % в год.

.....

Объем среднего чека в ходе кризиса 2008-2009 гг. претерпел наименьшее изменение:

- в сегменте fast-food средний чек уменьшился на * %;
- средний сегмент - casual dining - сократился на ** %;
- в сегменте ресторанов премиум-класса обороты упали на ** %.

Однако уже в 2010-2012 годах в этом направлении наметилась стабилизация и увеличение объема среднего чека на **-% от уровня 2008-2009 годов.

Диаграмма. Уровень среднего чека в сегментах рынка общественного питания в до- и послекризисный периоды в России

.....



Таким образом, наиболее популярными в настоящий момент заведениями являются заведения со средним чеком до ... рублей (настоящий проект предполагает средний чек на уровне ... рублей).

Конкурентный анализ

.....



Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка общественного питания в демократичном сегменте

Название сети	Управляющая компания	Направления и бренды компании	Год основания сети	География распространения сети	Ассортимент блюд	Дополнительные услуги	Места расположения и формат расположения	Продажа франшизы	Планы по развитию
Сегмент Casual Dining									
IL Patio	«Росинтер Ресторантс Холдинг»								
«Планета суши»									
TGI Friday's									
«Тануки»	Ресторанный холдинг Lite Life								
«Кружка»	«Кружка»								
«Якитория»	«Вест-центр интернешнл»								
«Корчма «Тарас Бульба»	«Корчма «Тарас Бульба»								
Сегмент Quick&Casual / Fast Casual									
«Сбарро»	«Бразерс и Компании»								
«Вилка-Ложка»	ООО «Фуд-мастер»								
«Печки-Лавочки»									



«Елки-Палки»	ЗАО «ЛАНЧ»								
«Му-Му»	Ресторанный Дом А. Деллоса								
«Грабли»	«Грабли»								
«Едок»	Торгово-финансовый холдинг «Синтагма групп»								
Сегмент кофеен									
Сеть кофеен «Шоколадница»	«Шоколадница»								
«Кофе Хауз»	«Кофе Хауз»								
Starbucks	«Монэкс трейдинг»								

Источник:



.....

По оценкам маркетологов из Discovery Research Group, на Москву приходится около **% оборота всех предприятий общепита России. При этом доля сетевых предприятий на рынке Москвы оценивается как **% от общего числа предприятий питания. По оценкам этой компании, в 2009 году объем российского рынка общественного питания превысил ... млрд. руб., а московского — ... млрд. руб. Но что стоит за этими цифрами? Как определить грамотность целевого вхождения на этот рынок, как оценить его в системе более тонких настроек? Давайте попытаемся посмотреть на него с изнанки, прежде всего.

.....

Описание потребителей рынка кафе

.....

На диаграмме видно, насколько отличается рост численности населения Москвы от других крупных городов мира в период с 1990 по 2000 год. В процентном отношении, численность Парижан в черте города увеличилась за 10 лет — на **%, жителей Нью-Йорка почти на **%, жителей Лондона на **%, а вот население Москвы выросло на **%. По официальным данным, конечно, так как по неофициальным данным, с учетом нелегальной миграции, эти цифры гораздо больше. Мы умышленно опускаем слово москвичей, так как в основном количество жителей увеличилось за счет приезжих как из регионов РФ, так и из стран СНГ.

.....

Диаграмма. Оборот общественного питания на душу населения, миллион рублей

.....

Примерно ** % ресторанов, кафе и баров Москвы находятся в пределах Садового кольца или в зонах непосредственно близости к нему. На окраинах точек общественного питания значительно меньше, классических же ресторанов среди них еще меньше.

.....



Диаграмма. Частота посещения ресторанов, клубов и других подобных заведений, в состав которых входят точки общественного питания, в зависимости от пола

.....

Источник:

.....

Диаграмма. Основные предпочтения при выборе заведения с учетом причины посещения кафе

.....

Исследование показало, что, несмотря на старания рекламщиков убедить людей, что рестораны с самообслуживанием сейчас в моде, посетители в основной своей массе - консерваторы и предпочитают, чтобы в ресторане их обслуживали официанты. Человек идет в ресторан, чтобы расслабиться и поесть в комфортных условиях. И любой вид самообслуживания, в этом смысле, предполагает нарушение желаемого комфорта.

Диаграмма. Типы обслуживания кафе с точки по привлекательности и с точки зрения гостей, %

.....

Сейчас практически каждый ресторан, предлагает те или иные дополнительные услуги, чтобы увеличить приток посетителей.

Диаграмма. Преимущества услуг для посетителей из числа опрошенных, %.

.....

Диаграмма. Частота посещения ресторанов, клубов и других подобных заведений, в состав которых входят точки общественного питания, в зависимости от возраста

.....

Наиболее частыми посетителями баров, ресторанов, ночных клубов и казино являются люди в возрасте от ... до ... лет. При этом можно наблюдать тенденцию снижения частоты посещений заведений общественного питания и развлечений с увеличением возраста.



.....

В настоящее время порядка ** % российского населения питаются в столовой, или приносят еду из дома, посещают кафе или предприятия быстрого обслуживания ** % человек, покупают готовую еду в близлежащих магазинах ** %. Выбор в пользу небольших кафе поблизости от работы сделали менее ** % сотрудников.

.....

Диаграмма. Организация питания работающего российского населения во время трудового дня

.....

Идея позиционирования торгового центра как места проведения свободного времени становится популярной в России. Развлекательная составляющая присутствует в **% и **% торговых центров Москвы и Санкт-Петербурга соответственно. Доля развлечений по объему торговых площадей в торговых центрах Москвы и Санкт-Петербурга составляет **% и **% соответственно.

Диаграмма. Основные цели посещения торгово-развлекательных центров, % от числа ответов

.....

Источник:

.....

По данным агентства РБК.Research, ****% россиян одной из основных причин питания «вне дома» называют возможность провести время с друзьями, коллегами или родственниками. Для ****% респондентов заведения общепита – это место, куда они ходят обедать, для ****% рестораны и кафе позволяют сэкономить время, поскольку им не нужно готовить дома. Однако многие посетители заведений общественного питания по-прежнему приходят туда только для того, чтобы отметить какое-либо событие. Количество посетителей кофеен наиболее велико в городах Новосибирск и Санкт-Петербург. По данным компании РБК.Research, почти **% жителей Новосибирска и около **% петербуржцев посещали кофейни в ноябре 2011 – апреле 2012 года. В Москве значение аналогичного показателя несколько ниже и составляет ****%, а в других городах - «миллионниках» – ****%. Значительное количество посетителей кофеен



наблюдается в городах Омск, Казань, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Челябинск, где показатели частоты посещения кофеен среди опрошенных жителей превосходят среднее по России в целом значение.

Диаграмма. Доля посетителей кофеен в городах России в ноябре 2011 – апреле 2012 годов, %

.....

источник данных -

По еще одному примечательному показателю – доле расходов домохозяйств на общественное питание Россия занимает «высокое» седьмое место с показателем в ***% от совокупных потребительских расходов. Только в шести странах расходы семей на общественное питание занимают более незначительную долю бюджетов, чем в России. Наихудший показатель у украинцев – ***%. Недалеко от них поляки – *% и литовцы – ***%. Впрочем, исходя из национального состава аутсайдеров, можно предположить, что в мотивах их пренебрежения общепитом немалую роль мог сыграть и ментальный фактор.

.....

Тенденции развития рынка

Перечислим тенденции рынка общественного питания в целом и в сегменте кафе, в частности:

.....

Тенденции на конкурентном поле:

-

Тенденции в потребительском сегменте:

-

Риски и барьеры при выходе на рынок

Среди барьеров для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....



КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Общие сведения

Концепция данного проекта предполагает создание и открытие кафе среднего класса площадью 200 кв.м. на 50 посадочных мест.

Основные цели проекта разделены согласно этапам развития проекта.

Краткосрочные цели

-

Среднесрочные цели

-

Долгосрочные цели

-

Распределение площади объекта

Общая площадь помещений нового кафе составит ... квадратных метров. Рекомендуемая площадь зала – ... кв.м., что соответствует нормам Санэпидемстанции и составляет ... посадочных мест.

Таблица. Распределение площадей кафе

Помещение	Площадь, кв.м.

Виды услуг

.....

Стоимость услуг



Стоимость отдельного блюда будет покрывать расходы на его приготовление и включать наценку, которая обеспечит доход предприятию. Средняя наценка на блюда и алкоголь будет составлять ***-***%.

Продуктовая составляющая не должна превышать **% от выручки.

В рамках данного проекта, на основе мониторинга цен основных конкурентных объектов, была рассчитана цена, исходя из усредненной цены ... порции блюда в каждой из представленных категорий.

Таблица. Цена на различные категории блюд в кафе, долл. США

Направление	Усредненная цена 1 порции

Номенклатура блюд по каждому типу в меню составляет от ... до ... наименований.

Ориентировочно средний счет будет составлять порядка \$... (в дневное время – \$..., в вечернее - \$...). Обозначенный средний чек соответствует общерыночному в выбранном ценовом сегменте.

Позиционирование услуг

.....

Концепция рекламной и PR кампаний

.....

Общая сумма расходов на рекламные мероприятия при открытии кафе составляет порядка \$.... Постоянные ежемесячные затраты на рекламу и изготовление полиграфической продукции будут составлять порядка \$....



Таблица 1. Коммуникационная стратегия продвижения кафе

Этап	Сроки	Бюджет	Цель	Способы продвижения

.....

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта

В течение первых 3-х месяцев работы над проектом решаются следующие задачи:

1.

Производство услуг

Схема. Технологическая схема организации производства

.....

-

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

-

Штат сотрудников и его функционал

Полноценное функционирование кафе предполагает открытие в ней следующих штатных единиц:

.....

Управляющий

-

Администратор

-



Бухгалтер

-

Шеф-повар / Повар

-

Официант

-

Бармен-кассир

-

Уборщица

.....

Организационно-управленческая структура компании

Схема. Организационно-управленческая структура кафе

.....

Формирование фонда оплаты труда

.....

Ежемесячный фонд оплаты труда до взимания единого социального налога составляет ...
долларов США или ... рублей.

Таблица. Фонд оплаты труда, 1 месяц, доллары США

Должность	Кол-во	Зарплата	Сумма	ЕСН	Итого



ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем вложений

На реализацию проекта создания и открытия кафе на ... посадочных мест площадью ... кв. м. понадобится не менее ... долларов США.

Диаграмма. Распределение инвестиций проекта по категориям

.....

Основная часть расходов инвестиционного этапа приходится на проведение ремонтно-отделочных работ (****%), аренду помещения до старта работы кафе (****%) и закупку и монтаж технологического и мебельного оборудования (****%).

Затраты на открытие кафе

.....

План продаж

Первые ... месяца предусмотрены для проведения подготовительных работ по открытию кафе, а продажа услуг общественного питания начинается только со ... квартала первого года проекта.

Таблица. Основные показатели продаж кафе, долл. США

Показатель	Значение

Основываясь на отмеченных ранее в целях проекта уровнях загрузки кафе в первые месяцы ее функционирования, максимальный объем продаж (... долларов США) может быть достигнут в четвертом квартале первого года существования проекта. Кафе-бар с



девятого месяца выходит на полную производственную мощность и способен обслуживать более ... человек в день.

-

Отчет о прибылях и убытках

.....



Таблица. Отчет о прибылях и убытках, доллары США

Показатели	1 год					2 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего	
Выручка от предоставления услуг											
Общие затраты											
Переменные расходы											
Накладные постоянные расходы:											
Аренда											
Фонд оплаты труда											
Отчисления в пенсионный фонд											
Интернет, телефон, коммунальные расходы											
Канцелярские и хозяйственные товары											
Обслуживание системы сигнализации											
Реклама и продвижение											
Амортизация											
Финансовый результат (прибыль)											
Налог на прибыль (15%)											
Прибыль после налогообложения											

График окупаемости проекта

Окупаемость проекта происходит на ... месяце функционирования проекта.

Таблица. График окупаемости проекта, долл. США

\$	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв
Инвестиции								
Доходы								
Чистая прибыль								
Рентабельность								

.....

Показатели эффективности проекта

Таблица. Основные показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Срок окупаемости проекта	
Внутренняя норма рентабельности IRR, год	
Внутренняя норма рентабельности IRR, месяц	



ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативно-правовая документация для открытия кафе

В настоящее время для открытия предприятия общественного питания необходимо:

1.

Нормативная база, регулирующая деятельность кафе

.....



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

*По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований и бизнес-планов
компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.*

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU