



Маркет  
Аналитика

**БИЗНЕС-ПЛАН  
ОТКРЫТИЯ КАФЕ  
ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

**Москва, февраль 2010**



## **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

### **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

### **СПИСОК ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ**



## КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

### Идея проекта

Создание и открытие кафе среднего (бизнеса) класса, оказывающего полный спектр услуг общественного питания

**Место реализации проекта** – г. Москва

**Расположение** - в пределах Третьего Транспортного Кольца

**Необходимая площадь** – ... кв.м.

**Этажность** – 1 этаж

**Права собственности на помещения** – долгосрочная аренда

**Режим работы** – с 9:00 до 24:00

**Штат** – ... человек

**Предлагаемое меню** – первые блюда, вторые блюда, салаты, закуски (горячие и холодные), десерты – в сокращенном для кафе ассортименте, а также чай, кофе, алкогольные и безалкогольные напитки.

### Экономика проекта

**Расчетный срок проекта** – ... года

**Необходимый объем инвестиций** – ... \$

**Срок окупаемости проекта** – ... месяцев

**Средний чек** - \$28,3

**Объем продаж, 1 месяц** – \$...

**Внутренняя норма рентабельности IRR, год** – 98,7%

**Внутренняя норма рентабельности IRR, месяц** – 5,9%



## ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

### Оценка рынка общественного питания в РФ

По данным Федеральной Службы Государственной Статистики, на начало 2009 года в России насчитывалось около 34,2 тыс. заведений общественного питания, рост по сравнению с началом 2008 года составил около 20%. По оценкам экспертов, после окончания экономического кризиса, в крупных городах России может быть реализован потенциал увеличения рынка до 300-500%<sup>1</sup>.

...

По данным Росстата, ресторанный рынок в этом году вырастет на 26%, достигнув оборота в \$... млрд. До кризиса аналитики рынка прогнозировали, что следующие три года рынок будет расти ежегодно в среднем на 22%, а расходы россиян на питание в общественных местах вырастут с \$77 в 2006-м до \$292 в 2011 году<sup>2</sup>. Сейчас очевидно, что прогнозы будут пересмотрены в сторону понижения.

...

### Ценовая сегментация на рынке

Ценовая политика заведения зависит от нескольких факторов:

- Типа заведения (ресторан, бар, фаст-фуд, кафе, столовая и так далее);
- Уровня обслуживания;
- Места расположения;
- Другие факторы.

Показателем ценовой политики заведений общественного питания является уровень среднего чека. В последнее время рынок общественного питания принято делить на пять основных ценовых сегментов:

- Street food со средним чеком 100 рублей

---

<sup>1</sup> [http://www.pitportal.ru/market\\_research/6638.html](http://www.pitportal.ru/market_research/6638.html)

<sup>2</sup> <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1048584>



- Fast food (QSR) со средним чеком 250 рублей
- Quick&Casual (Fast Casual) со средним чеком 600 рублей
- Casual Dining со средним чеком 500-1000 рублей
- Fine Dining со средним чеком свыше 1000 рублей

...

### Конкурентный анализ

В настоящее время рынок сильно фрагментирован, значительную долю на нем занимают одиночные заведения общественного питания. Согласно результатам исследования «РосБизнесКонсалтинг», в 2008 году в крупнейших городах России работало 393 российских и международных сетей заведений общественного питания (объединяющих под одним брендом 3 и более точки), а на 10 крупнейших сетей приходилось около 30% от общего количества сетевых заведений общественного питания, работающих на территории России<sup>3</sup>.

Крупнейшими сетями **российского сегмента Casual Dining** являются:

- ...

Крупнейшими сетями **российского сегмента Fast Casual** являются:

- ...

...

### Сравнительная характеристика игроков рынка

...

...

---

<sup>3</sup> <http://www.rosinvest.com/news/457494/>



### **Описание потребителей рынка кафе**

...

Частота посещения ресторанов во многом зависит от цены. Таким образом, наибольшая доля населения (19,1%) приходится на людей с уровнем дохода 10 000 -15 000 рублей в месяц. Средняя сумма чека в ресторанах Москвы выше (относительно заработной платы) суммы чека в ресторанах Европы и тем более Юго-Восточной Азии. За последнее время поток в ресторанах упал на 20-50%. Хотя в фаст-фуде падения потока не произошло, скорее даже небольшое увеличение.

...

### **Тенденции развития рынка**

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

- Рост цен на рынке общественного питания с середины 2008 года.
- Ненасыщенность рынка общественного питания, наличие высокого потенциала роста в особенности в сегменте Fast Food, Fast Casual и Casual Dining.
- ...

#### **Тенденции на конкурентном поле:**

- ...

#### **Тенденции в потребительском сегменте:**

- ...



Маркет  
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)

## Риски и барьеры при выходе на рынок

...



## КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

### Общие сведения

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

Основные цели проекта разделены согласно этапам развития проекта.

### Краткосрочные цели

- ...
- ...

**Таблица 1. План увеличения загрузки кафе**

Месяц	Процент загрузки
1-3	0%
4	25%
5	...
6	...
...	100%

### Распределение площади объекта

Помещение для нового кафе должно быть подобрано на одной из оживленных улиц в пределах Третьего Транспортного кольца, в той части города, где находится большое количество государственных учреждений и офисов, банки, учебные заведения и объекты культурного назначения. В случае если кафе будет располагаться в районе концентрации офисных и административных зданий, значительная доля клиентов будет обеспечена за счет сотрудников располагающихся поблизости офисов, которые и являются целевой аудиторией проекта.

**Таблица 2. Распределение площадей кафе**

Помещение	Площадь, кв.м.
Зал	...
Кухня	...
...	...
<b>Итого</b>	...





### Виды услуг

Настоящий проект предполагает создание кафе среднего класса. Следовательно, клиентам будет оказываться определенный набор услуг общественного питания по каждому из ключевых направлений. Детализация блюд, входящих в каждую категорию, определяется при создании конкретного объекта. Список основных услуг представлен ниже.

- Первые блюда
- Вторые блюда
- ...

### Стоимость услуг

Цены на услуги кафе будут рассчитываться на основе конкурентного метода ценообразования, с учетом себестоимости оказания услуг. Преимуществом такой стратегии является то, что данная цена оптимальна для получения прибыли в условиях конкуренции на рынке.

...

**Таблица 3. Цена на различные категории блюд в кафе, долл. США**

Направление	Усредненная цена 1 порции
Первые блюда	...
Вторые блюда	...
...	...
...	...

Номенклатура блюд по каждому типу в меню составляет от 3 до 12 наименований.

Ориентировочно средний счет будет составлять порядка \$28,3 (в дневное время – \$11,7, в вечернее - \$45). Обозначенный средний чек соответствует общерыночному в выбранном ценовом сегменте.

...

### Позиционирование услуг



Рынок услуг общественного питания характеризуется высоким уровнем конкуренции и возросшей культурой потребления. Следовательно, позиционирование лишь одного уникального преимущества кафе не сможет обеспечить долгосрочный успех.

Основываясь на приведенном выше описании ключевых игроков рынка кафе, представляется возможным выделить основные характеристики объекта общественного питания, которые могут выделять ее на фоне других конкурентов. К ним относятся:

- Удобное месторасположение
- Высокий уровень сервиса
- ...

### Концепция рекламной и PR кампаний

**Таблица 4. Коммуникационная стратегия продвижения кафе**

Этап	Сроки	Бюджет	Цель	Способы продвижения
1. Подготовительный	2 месяца до открытия кафе	\$7 000	- Подготовить проект к запуску - Информировать потенциальных потребителей о ближайшем открытии кафе	- ...
...	...	...	...	...

...



## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

### **Организационный план реализации проекта**

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

1. Регистрация фирмы
2. Формирование уставного капитала
3. ...

На дальнейших этапах, после запуска и открытия, кафе функционирует в полном объеме.

### **Производство услуг**

Производственный процесс функционирования кафе изображен на схеме 1.

### **Схема 1. Технологическая схема организации производства**

## **ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА**

### **Формирование штата сотрудников**

Подбор персонала планируется осуществлять непосредственно перед открытием кафе (кроме управляющего и бухгалтера, прием на работу которых осуществляется в самом начале проекта)

Общими требованиями ко всем сотрудникам кафе при приеме являются:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
- ...

### **Штат сотрудников и его функционал**

Полноценное функционирование кафе предполагает открытие в ней следующих штатных единиц:

- Управляющий – ...
- Администратор – ...
- ...



Перечислим основные должностные обязанности каждой категории сотрудников кафе.

### Управляющий

- Общее руководство административно-хозяйственной и экономической деятельностью кафе
- Определение концептуальной направленности кафе
- Организация работы персонала кафе
- ...

### Администратор

- ...

...

### Организационно-управленческая структура компании

Поскольку численность персонала небольшая, для планируемого проекта кафе наиболее приемлема линейная структура управления.

### Схема 2. Организационно-управленческая структура кафе

#### Формирование фонда оплаты труда

Таблица 5. Фонд оплаты труда, 1 месяц, доллары США

Должность	Кол-во	Зарплата	Сумма
Управляющий	...	...	...
Администратор	...	...	...
...	...	...	...
<b>Итого</b>	...		...

## ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### Объем вложений



На реализацию проекта создания и открытия кафе на 50 посадочных мест площадью ... кв.м. понадобится не менее ... долларов США.

### **Затраты на открытие кафе**

Основные категории затрат инвестиционного периода функционирования кафе рассмотрены в таблице 7.



**Таблица 6. Единовременные затраты на открытие кафе, долл. США**

Статья затрат	Сумма
Регистрация фирмы	...
Формирование уставного капитала	...
...	...
<b>Итого затрат на открытие</b>	...

...

**Таблица 7. Затраты на покупку технологического оборудования для кухни, доллары США**

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Моечная ванна	...	...	...
Водонагреватель	...	...	...
...	...	...	...

В таблице 9 указаны категории мебели и посуды для кухни, необходимые для функционирования кафе.

**Таблица 8. Затраты на покупку мебели и посуды для кухни, доллары США**

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Кухонный стеллаж	...	...	...
Рабочий стол	...	...	...
...	...	...	...

Перечень оборудования и мебели для зала представлен в Таблице 10.

**Таблица 9. Затраты на покупку оборудования и мебели для зала, доллары США**

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Стол	...	...	...
Стул	...	...	...
...	...	...	...

**Таблица 10. Затраты на покупку барного оборудования, доллары США**



Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Кофемашина	...	...	...
Кофемолка	...	...	...
...	...	...	...

Основные наименования офисного оборудования представлены в таблице 12.



**Таблица 11. Затраты на покупку офисного оборудования и мебели, доллары США**

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Компьютер	...	...	...
Телефон	...	...	...
...	...	...	...

### Текущие месячные затраты

Ежемесячная сумма расходов, включающая как постоянные, так и переменные затраты, составляет ... долларов США. Как видно из таблицы 13, основными категориями текущих месячных затрат являются аренда помещений и фонд оплаты труда.

**Таблица 12. Постоянные и переменные месячные затраты, доллары США**

Статья затрат	Сумма
<b>Постоянные затраты</b>	
Аренда	...
Фонд оплаты труда	...
...	...
<b>Итого постоянных затрат</b>	...
<b>Переменные затраты</b>	
Сервисное обслуживание оборудование, охранных систем, кассовых аппаратов, компьютеров и непредвиденные расходы	...
...	...
<b>Итого переменных затрат</b>	...

Переменные расходы рассчитываются исходя из следующего. Доля выручки, приходящаяся на напитки, составляет ...%, на остальные блюда меню приходится ...% выручки. Доля себестоимости алкогольных напитков в цене – около ...%, затраты на приобретение продуктов для блюд составляют порядка ...% от стоимости блюд.

### План продаж

Первые 3 месяца предусмотрены для проведения подготовительных работ по открытию кафе, а продажа услуг общественного питания начинается только со 2 квартала первого года проекта.

**Таблица 13. Основные показатели продаж кафе, доллары США**

Показатель	Значение
Средний чек в дневное время	...





Средний чек в вечернее время	...
Средний чек	...
Ежедневная выручка	...
<b>Ежемесячная выручка</b>	...
Количество посетителей в день	...
Количество посетителей в месяц	...

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**

Сводная таблица по соотношению выручки от предоставляемых услуг, общих затрат также представлена на первые два года проекта. Полная окупаемость проекта происходит спустя ... месяцев функционирования кафе.



**Таблица 14. 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	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<i>Переменные расходы</i>	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<i>Накладные постоянные расходы:</i>	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Аренда	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Фонд оплаты труда	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
<b>Финансовый результат (прибыль)</b>	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Налог на прибыль (20%)	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Прибыль после налогообложения	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

### График окупаемости проекта

Окупаемость проекта происходит на ... месяце функционирования проекта.

**Таблица 15. График окупаемости проекта, доллары США**

Месяц	Расходы	Доходы	Налог	Итого	Прибыль до налогов
1	...	...	...	...	...
2	...	...	...	...	...
3	...	...	...	...	...
4	...	...	...	...	...
5	...	...	...	...	...
6	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...

Согласно показателям, приведенным в Таблице 16, проект создания и открытия кафе можно охарактеризовать как высокодоходный, с умеренным уровнем риска, высокой рентабельностью текущей деятельности и низким сроком окупаемости.



### Показатели эффективности проекта

Таблица 16. Основные показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Срок окупаемости проекта	... месяцев
Внутренняя норма рентабельности IRR, год	98,7%
Внутренняя норма рентабельности IRR, месяц	5,8%



## **ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

### **Нормативно-правовая документация для открытия кафе**

### **Нормативная база, регулирующая деятельность кафе**

## **СПИСОК ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Количество человек, приходящееся на одно заведение общественного питания в городах России и за рубежом в 2008 году

Диаграмма 2. Динамика рынка общественного питания за период с 2000-2008 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 3. Динамика рынка общественного питания за период январь-март с 2000-2009 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 4. Ценовая сегментация рынка кофеен (по размеру среднего чека), в % от числа заведений

Таблица 1. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка общественного питания в демократичном сегменте

Диаграмма 5. Частота посещения ресторанов, клубов и других подобных заведений, в состав которых входят точки общественного питания, в зависимости от пола

Диаграмма 6. Частота посещения ресторанов, клубов и других подобных заведений, в состав которых входят точки общественного питания, в зависимости от возраста

Диаграмма 7. Наиболее популярные места питания в обеденный перерыв, в % от числа опрошенных

Диаграмма 8. Основные цели посещения торгово-развлекательных центров, % от числа ответов

Диаграмма 9. Изменение в расходах семейных бюджетах на общественное питание с начала кризиса, в % от числа опрошенных

Таблица 2. План увеличения загрузки кафе

Таблица 3. Распределение площадей кафе

Таблица 4. Цена на различные категории блюд в кафе, долл. США



Таблица 5. Коммуникационная стратегия продвижения кафе

Схема 1. Технологическая схема организации производства

Схема 2. Организационно-управленческая структура кафе

Таблица 6. Фонд оплаты труда, 1 месяц, доллары США

Диаграмма 10. Распределение инвестиций проекта по категориям

Таблица 7. Единовременные затраты на открытие кафе, долл. США

Таблица 8. Затраты на покупку технологического оборудования для кухни, доллары США

Таблица 9. Затраты на покупку мебели и посуды для кухни, доллары США

Таблица 10. Затраты на покупку оборудования и мебели для зала, доллары США

Таблица 11. Затраты на покупку барного оборудования, доллары США

Таблица 12. Затраты на покупку офисного оборудования и мебели, доллары США

Таблица 13. Постоянные и переменные месячные затраты, доллары США

Таблица 14. Основные показатели продаж кафе, доллары США

Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках, доллары США

Таблица 16. График окупаемости проекта, доллары США

Таблица 17. Основные показатели эффективности проекта

*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](mailto:info@marketanalitika.ru)***

***[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)***