**Федеральное агентство по образованию и науки**

**Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский инженерно-экономический университет»**

**Филиал Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета в г. Чебоксары**

**кафедра экономики и менеджмента в туризме и гостиничном хозяйстве**

**Курсовая работа**

на тему: **Разработка бизнес – плана предприятия общественного питания**

**(Восточное кафе “Habibi”)**

по дисциплине: планирование на предприятии

**Выполнила:**

**Студентка гр. 13-04**

**Фомина Людмила Валерьевна**

**Проверила:**

**Овчинникова Г. И.**

**Чебоксары, 2008**

**Содержание:**

Введение……………………………………………………………………4

Глава 1. Состояние отрасли общественного питания…………………..6

* 1. Развитие отрасли общественного питания в России……..…………6
	2. Специфика организации питания иностранных туристов…………11

Глава 2 Разработка бизнес-плана восточного кафе «Habibi»………….15

2.1 Резюме, цели и задачи………………………………………………..15

2.2 Производственный план……………………………………………...23

2.3 Финансовый план и бюджет предприятия…………………………..28

Заключение………………………………………………………………..37

Список литературы……………………………………………………….39

Contents:

Introduction……………………………………………………………….4

Part 1. A condition of branch of public catering…………………………..6

* 1. Development of branch of public catering in Russia………………….6
	2. Specificity of catering services of foreign tourists……………………11

Part 2. Working out of the business plan of east cafe "Habibi"……………15

2.1 Resumes, the purposes and problems…………………………………..15

2.2 Production plan………………………………………………………....23

2.3 Financial plan and the enterprise budget………………………….........28

Conclusion………………………………………………………………...37

Bibliography………………………………………………………………39

Appendix

**Глава 2. Разработка бизнес-плана восточного кафе “Habibi”.**

* 1. **Резюме, цели и задачи.**

**Описание отрасли**

**Кредит**

 Учредители в количестве двух лиц. Предполагается оформить кредит в размере 500000 руб. в Сбербанке на внесение первоначальной годовой арендной платы, на отделку помещения, на приобретение мебели и оборудования, а так же на рекламную раскрутку нашего кафе.

Требования банка к обеспеченности кредита:

 Кредиты с обеспечением в виде поручительства физических лиц:

2-х поручительств - по кредитам в сумме от 300 000 рублей (или эквивалента этой суммы в иностранной валюте) до 750 000 рублей (или эквивалента этой суммы в иностранной валюте) включительно.

В качестве обеспечения кредита для Сбербанк России оформляем:

* поручительства граждан Российской Федерации, имеющих постоянный источник дохода (на поручителей распространяется возрастной ценз, установленный для заемщика);
* поручительства юридических лиц;
* залог недвижимого имущества
* залог незавершенного строительством недвижимого имущества
* залог транспортных средств
* залог ценных бумаг.

В стандартный перечень документов на кредит предоставляется:

* заявление – анкету;
* паспорт заемщика, его поручителя
* документы, подтверждающие финансовое состояние заемщика и его поручителей - справку предприятия, на котором работает заемщик и его поручитель за последние 6 месяцев по форме 2-НДФЛ или справку по форме Сбербанка, за аналогичный период. Во избежание волокиты и недоразумений, лучше представить справку, по форме Сбербанка.
* все документы на имущество, передаваемое в залог (свидетельство о праве собственности, договор купли-продажи, документы об оплате и т. д. – в зависимости от вида залога).

А погашение кредита производится ежемесячно за счет средств, вырученных в процессе деятельности кафе.

**План маркетинга.**

**Маркетинговое исследование рынка.**

**Точка безубыточности**

**Точка безубыточности** — минимальный объем производства и реализации продукции, при котором [расходы](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B) будут компенсированы [доходами](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4), а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать [прибыль](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C). Точку безубыточности можно определить в единицах продукции, в денежном выражении или с учётом ожидаемого размера прибыли.

Точку безубыточности рассчитывают по формуле:

где

BEP ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) [*break-even*](http://en.wikipedia.org/wiki/Break-even) *point*) — точка безубыточности,

TFC ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *total* [*fixed costs*](http://en.wikipedia.org/wiki/Fixed_Costs)) — величина [постоянных издержек](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B),

VC ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *unit* [*variable cost*](http://en.wikipedia.org/wiki/Variable_cost)) — величина [переменных издержек](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B) на единицу продукции,

P ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *unit sale price*) — стоимость единицы продукции (реализация),

C ([англ.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) [*unit contribution margin*](http://en.wikipedia.org/wiki/Contribution_margin)) — [прибыль](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C) с единицы продукции без учета доли постоянных издержек (разница между стоимостью продукции (P) и [переменными издержками](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B) на единицу продукции (VС)).

**TFC— величина** [**постоянных издержек**](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B)**:**

З/П персонала 89460р.

Амортизация 20775р.

Арендная плата 25200р.

**VC величина** [**переменных издержек**](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B)**:**

На рекламу 41500р.

На сырье 96776р.

Прочие расходы 2000р.

**P – стоимость реализованной продукции** 500000р.

BEP = \_\_\_89460+20775+25200\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ = \_\_135436\_\_\_\_\_ = 135436 = 188104р

 (500000-(41500+96776+2000)) / 500000 359724 / 500000 0,72

Из этого можно сделать вывод, что кафе “Habibi” реализуя продукцию, на производство которой затратили 188104р., будет иметь доход равный нулю, т.е. точку безубыточности (затраты будут равны доходу).

 **Организационный план.**

Подбор персонала планируется осуществлять перед пуском производства с учетом следующих требований:

1. наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
2. наличие опыта работы на аналогичных предприятиях общественного питания;
3. коммуникабельность, умение работать с клиентами;
4. знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и общественного питания.

Организационная структура

Подбор персонала планируется осуществлять перед пуском производства с учетом следующих требований:

1. наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
2. наличие опыта работы на аналогичных предприятиях общественного питания;
3. коммуникабельность, умение работать с клиентами;
4. знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и общественного питания.

**Штатное расписание.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Должность | Кол.(чел) | руб./1 чел | Зарплата с ЕСН на 1 чел. | руб. на общ. Число работников с ЕСН |
| Директор  | 1 | 13000 | 16380 | 16380 |
| Гл.бухгалтер | 1 | 9000 | 11340 | 11340 |
| администратор | 1 | 8000 | 10080 | 10080 |
| Бармен | 2 | 7000 | 8820 | 17640 |
|  Повар | 2 | 7000 | 8820 | 17640 |
| Официант | 4 | 5000 | 6300 | 25200 |
|  Уборщица | 1 | 5000 | 6300 | 6300 |
|  Кухонный работник | 2 | 5000 | 6300 | 12600 |
| **ИТОГО** | **14** |  |  | **89460** |

 **Анализ риска.**

Потенциальные риски Восточного кафе «Habibi» представлены производственными рисками, коммерческими рисками, финансовыми рисками и рисками, связанными с форс-мажорными обстоятельствами.

**Производственные риски**, связанные с различными нарушениями в производственной процессе или в процессе поставок сырья, материалов и комплектующих изделий.

Мерами по снижению производственных рисков являются действенный контроль над ходом производственного процесса и усиление влияния на поставщиков путем их дублирования.

**Коммерческие риски** связаны с реализацией продукции на товарном рынке (уменьшение размеров и емкости рынка, снижение платежеспособного спроса, появление новых конкурентов и т.п.)

Мерами по снижению коммерческих рисков являются:

Систематическое изучение конъюнктуры рынка;

Создание дилерской сети

Рациональная ценовая политика

Создание сети сервисного обслуживания

Реклама и т.д.

**Финансовые риски** вызываются инфляционными процессами, всеобъемлющими неплатежами, колебаниями курса рубля и т.п. Они могут быть снижены путем создания системы финансового менеджмента на предприятии, работе с дилерами и потребителями на условиях предоплаты и т.д.

**Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами**, - это риски, обусловленные непредвиденными обстоятельствами (стихийные бедствия, смена политического курса страны, забастовка и т.п.). Мерой по их снижению служит работа предприятия с достаточным запасом финансовой прочности.

**2.3 Финансовый план и бюджет предприятия.**

# Финансовый план: Для финансовых расчетов были приняты следующие исходные данные:

Дата начала проекта: 01.11.2008

Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные, до даты начала проекта 4 мес.

Основная валюта проекта: руб.

Для финансирования проекта планируется взять льготный кредит в сумме 500 000 рублей сроком на 12 месяцев под 11% годовых. Выплаты процентов по кредиту планируется осуществлять ежемесячно. Погашение кредита одной суммой, через 12 месяцев с момента действия кредитного договора.

Кредитные средства планируется израсходовать на покупку оборудования, ремонт помещения и запуск производства.

В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ:

1. получить кредит;
2. заключить договор на аренду помещения;
3. закупить необходимое для организации производственного процесса оборудование;
4. произвести доделку и дооборудованние помещения;
5. закупить мебель;
6. произвести подбор персонала;
7. заключить договора на поставку сырья и расходных материалов;
8. получить разрешения на продажу продуктов питания, спиртных напитков и оказание услуг в сфере общественного питания.

Порядок, длительность и стоимость этапов отражены в календарном плане.

 **Календарный план мероприятий по открытию предприятия.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование этапа | Длительность(дней) | Дата начала | Дата окончания | Стоимость этапа(руб.) |
| 1. | Оформление кредита | 15 | 03.11.08 | 17.11.08 |  |
| 2. | Заключение договора аренды | 5 | 18.11.08 | 22.11.08 |  |
| 3. | Покупка кофе-автомата | 120 | 18.11.08 | 01.12.08 | 23000 |
| 4. | Покупка оборудования | 7 | 18.11.08 | 24.11.08 | 25 000 |
| 5. | Покупка мебели | 7 | 18.11.08 | 24.11.08 | 25 000 |
| 6. | Отделка помещения | 15 | 18.11.08 | 02.12.08 | 15 000 |
| 7. | Заключение договоров на поставку сырья | 7 | 26.11.08 | 02.12.08 |  |
| 8. | Получение разрешений | 7 | 26.11.08 | 02.12.08 |  |
| 9. | Производство |  | 03.12.08 |  |  |

Длительность 3-го этапа “Покупка кофе-автомата” составляет 120 дней ввиду того, что Кофе-автомат покупается с рассрочкой платежа по следующей схеме:

1. авансовый платеж в размере 12000 руб.
2. поставка кофе-автомата в 14-дневный срок после поступления аванса на расчетный счет поставщика
3. выплата остальной суммы в течение 4-х месяцев после поставки равными ежемесячными платежами.

**Метод сетевого планирования (Восточное кафе «Habibi»).**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Работа | Продолжительность работ (дн.) |
| 1 | А. отделка интерьера здания | 40 |
| 2 | Б. отделка экстерьера здания | 45 |
| 3 | В. маркетинговая компания | 50 |
| 4 | Г. закупка мебели | 48 |
| 5 | Д. подбор, отбор и найм персонала | 52 |
| 6 | Е. регистрация в налоговых органах | 42 |
| 7 | Ж. закупка техники и установка | 55 |
| 8 | З. презентация кафе жителям и гостям города | 45 |

L б/о = 377 дней

L1 = 0-1-4-5 = 130 дней

L2 = 0-2-4-5 = 139 дней

L3 = 0-3-4-5 = 148 дней

L4 = 0-4-5 = 95 дней

Lоптимизация = 148 дней

tр=max{tр(i)+t(i;j)}

 tn=min{tn(j)-t(i;j)}

Ri=tn-tр

tn(0)=0

tр(1)=0+40=40

tр(2)=tр(0)+t(0;2)=0+42=42

tр(3)=0+48=48

tр(4)=max{tр(1)+t(1;5);tр(2)+t(2;5);tр(3)+t(3;5);tр(0)+t(0;5)}=max{40+45;42+52;103;0+50}=max{95;94;103;50}=103

tр(5)=tр(5)+t(5;6)=103+45=148

tn(5)=148

tn(4)=tn(5)-t(4;5)=148-45=103

tn(3)=tn(4)-t(3;4)=103-55=48

tn(2)=tn(5)-t(2;4)=148-52=96

tn(1)=tn(5)-t(1;4)=148-50=98

tn(0)=min{tn(1)-t(0;1);tn(2)-t(0;2);tn(3)-t(0;3);tn(5)-t(0;5)}=min{98-40;96-42;48-48;103-50}=min{48;54;0;53}

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № события | tр | tn | R |
| 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1 | 40 | 98 | 58 |
| 2 | 42 | 96 | 54 |
| 3 | 48 | 48 | 0 |
| 4 | 103 | 103 | 0 |
| 5 | 148 | 148 | 0 |

 **Вывод:** благодаря оптимизации работ по открытию кафе удалось сократить сроки на организацию проекта с 377 дней до 148 дней.

В результате выявлены резервы времени в работах по отделке интерьера и экстерьера здания, что позволяет использовать скользящие графики работ людей и механизмов, а также работы по подбору, отбору и найму персонала. Что позволит более ответственно подойти к выбору сотрудников предприятия для работы в кафе. Более точно и полно собрать информацию. Также оптимизация во времени ускорит сроки начала работы в кафе, что создаст благоприятные условия для досрочного погашения кредита.

 **Определение будущих результатов деятельности предприятия.**

Интенсивность посещения клиентами кафе зависит от условий погоды, времени суток и т.д. Соответственно, во время дождей и в холодную, ветреную погоду посещаемость ожидается намного больше, чем в остальные дни. Высокое количество клиентов ожидается во время праздников и фестивалей, так как кафе предоставляет услуги проведения мероприятий и организует различные развлекательные программы.

Прибыль также можно ожидать от текущей деятельности, которая также не всегда бывает стабильной и варьируется от погоды.

Ср. чек в пер. половину дня

Кофе

чашка

 6,00

Овощи в лаваше

шт.

 8,00

 8,00

 Салаты

порция

 17,00

 Пахлава

порция

 14,00

 Чорба (турецкий суп)

порция

 28,00

 ИТОГО 84 руб.

В течение первой половины дня (10-16 часов) ожидается заполняемость примерно в 50 чел.

Ср.доход от текущей деятельности в теч. первой пол. дня = 50\*84=4200

Ср. чек во вторую полов. дня

Кофе

чашка

 6,00

 Коктейли

250г

 12,00

 Шаурма

порция

 30,00

 Шампанское

бутылка

 105,00

 Салаты

порция

 17,00

ИТОГО 165 руб.

Среднее число клиентов, ожидаемое во второй половине дня = 60 чел.

Ср.доход в теч. второй полов. дня = 60\*165= 9900

Ср. дох. от текущей деятельности за 1 день = 9900+4200=14100

Ср. дох от тек. деят. за 1 мес. = 14100\*30=423000

Учитывая возможные риски потери клиентов, по не зависящим от нас обстоятельств, Ср.дох. от тек. деят. за 1 мес. будет считать 400000

Интенсивность посещения клиентов кафе «Habibi» можно просмотреть в следующей таблице.

Табл. 5. Интенсивность посещения кафе.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Месяц** | **Доход** | **Всего** |
| **Проведение мероприятий** | **Кейтеринг** | **Текущая деятельность** |
| 12/08 | 60000 | 40000 | 400000 | 500000 |
| 1/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 2/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 3/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 4/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 5/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 6/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 7/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 8/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 9/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 10/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| 11/09 | 30000 | 70000 | 490000 | 590000 |
| **ИТОГО** | **6990000** |

 **Определение текущих затрат предприятия**

Таблица по представленным затратам (которые указаны ниже) показывает, сколько и в каком месяце предприятию требуется денежных средств, а также во что их нужно вложить. Из нижеследующей таблицы мы видим, что в первый месяц нам необходимо больше средств, чем в последующие, т.к. в первом месяце нужно выделить больше денег для рекламы кафе. В последующие же месяцы реклама будет только для распространения листовок и т.д.

Также в табл.4 можно увидеть, что заработная плата, амортизация и арендная плата во все месяцы одинакова. Изменяются только затраты на сырье, которые приобретаются ежедневно или еженедельно. Эти затраты зависят от интенсивности посещения кафе.

Прочие затраты включают в себя расходы на: офисные принадлежности(бумага, ручки, карандаши, скобы, папки); телефонные переговоры и др. непредвиденные мелкие расходы.

Табл. 6. Затраты.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Месяц** | **Затраты** | **Всего** |
| **Проч.****Расх.** | **На рекламу** | **З/п с ЕСН** | **Арендная плата** | **На сырье** | **Амортизация** |  |
| 12/08 | 2000 | 41500 | 89460 | 25200 | 96776 | 20775 | 251436 |
| 1/09 | 2000 | 10000 | 89460 | 25200 | 104664 | 20775 | 250099 |
| 2/09 | 2000 | - | 89460 | 25200 | 105660 | 20775 | 241095 |
| 3/09 | 2000 | 9000 | 89460 | 25200 | 106663 | 20775 | 251098 |
| 4/09 | 2000 | - | 89460 | 25200 | 107672 | 20775 | 243107 |
| 5/09 | 2000 | 8000 | 89460 | 25200 | 108697 | 20775 | 252132 |
| 6/09 | 2000 | - | 89460 | 25200 | 109725 | 20775 | 245160 |
| 7/09 | 2000 | 5000 | 89460 | 25200 | 110768 | 20775 | 251203 |
| 8/09 | 2000 | - | 89460 | 25200 | 111818 | 20775 | 247253 |
| 9/09 | 2000 | 10000 | 89460 | 25200 | 112883 | 20775 | 258318 |
| 10/09 | 2000 | - | 89460 | 25200 | 113950 | 20775 | 249385 |
| 11/09 | 2000 | 15000 | 89460 | 25200 | 115031 | 20775 | 265466 |
| **ИТОГО** |  | **3005752** |

 **Определение амортизационных отчислений.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **оборудование** | **Количество** | **Балансовая стоимость** | **Срок амортизации****(лет)** | **Норма амортиз.** | **Сумма АО (руб.)** |
| 1 | стулья | 60 | 1800 | 2 | 50% | 9000 |
| 2 | столы | 15 | 9000 | 3 | 33% | 247,5 |
| 3 | Кофе-автомат | 1 | 23000 | 5 | 15% | 4600 |
| 4 | Микроволновая печь | 2 | 4800 | 5 | 10% | 800 |
| 5 | холодильник | 2 | 20000 | 5 | 15% | 2200 |
| 6 | плита | 2 | 14000 | 5 | 5% | 1400 |
| 7 | Разделочное оборудование |  | 3000 | 3 | 5% | 300 |
| **ИТОГО** | **20775** |

 **График окупаемости.**

## График окупаемости показывает в течение какого периода данный инвестиционный проект окупится и начнет приносить прибыль.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Месяц** | **Непогашенная сумма кредита на н.м.** | **Доходы в месяц** | **Затраты в месяц** | **Прибыль до налого-облажения** | **Налог на прибыль 24%** | **ЧП** |
| 12/08 |  -500000 | 500000 | 251436 | 248564 | 59655,36 | 188908,64 |
| 01/09 |  -311091,36 | 590000 | 250099 | 339901 | 81576,24 | 258324,76 |
| 02/09 |  -52766,6 | 590000 | 241095 | 348905 | 83737,2 | 265167,8 |
| 03/09 | **+212401,2** |  |  |  |  |  |

Вычислим ЧП на 12/08

ПР = Дох.-Затр. = 500000-251436 = 248564

Нал. на ПР = (248564\*24)/100 = 59655,36

ЧП = ПР- Нал. на ПР = 248564-59655,36 = 188908,64

Непог. Сумма кредита = сумма кредита-ЧП = 500000-188908,64 =

= -311091,36

Вычислим ЧП на 01/09

ПР = 590000-250099 = 339901

Нал. на ПР = (339901\*24)/100 = 81576,24

ЧП = 339901-81576,24 = 258324,76

Непог. Сумма кредита = -311091,36 + 258324,76 = -52766,6

Вычислим ЧП на 02/03

ПР = 59000-241095 = 348905

Нал. на ПР = (349805\*24)/100 = 83737,2

ЧП = 348905-83737,2 = 265167,8

Непог. Сумма кредита = -52766,6+265167,8 = +212401,2

## Из графика видно, что срок окупаемости кафе «Habibi» составляет 3 месяца.

## Заключение.

В настоящее время ресторанный бизнес развивается достаточно высокими темпами, и кафе всегда будут пользоваться популярностью, т.к. это не только предприятие общественного питания, но и место для отдыха с семьей, друзьями и т.п.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли.

В Юго-западном районе г. Чебоксары по верхним улицам (Гражданская, Мате-Залка) не имеется кафе, в которых можно было бы вкусно пообедать, поужинать, или просто попить чашечку кофе и пообщаться с друзьями в уютной атмосфере. Поэтому мое кафе будет пользоваться большим успехом у жителей этого района и не только.

Так же в этой отрасли существует перспектива развития. При финансовой эффективности этого проекта, существует возможность открытия восточного ресторана высшего класса, или открытия сети подобных кафе по Чувашии.

Проведенный анализ рынка говорит о том, что сегмент, на который ориентирована деятельность создаваемого кафе, на сегодняшний день, в данном районе города практически свободен, что позволяет рассчитывать на то, что продукция создаваемого предприятия будет пользоваться устойчивым спросом, с тенденцией роста по мере развития деятельности и расширения номенклатуры оказываемых услуг. В целом можно сказать, что данный проект инвестиционной привлекательностью, т.к. предполагается, что год от года кафе будет расширяться, открывать новые точки, увеличивать ассортимент, вводить новые услуги, а, следовательно, увеличатся и объемы продаж и возрастет прибыль, что является главным для инвестора.

Данный проект хорош тем, что в отличие от конкурентов кафе «Habibi» предлагает низкие цены на свою продукцию, высокое качество и оригинальное меню, а также использует высокотехнологичное оборудование, которое позволяет ускорить процесс приготовления блюд, что во многом экономит время занятых покупателей. Настоящий проект является еще и выгодным, т.к. объем затрат данной фирмы не большой и сумма результатов по проекту значительно больше, чем сумма вложенных средств.

Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа кафе.

Основными преимуществами проектируемого кафе являются: возможность снижения себестоимости и цен, повышение производительности за счет использования нового оборудования, расширения ассортимента услуг.

Разработав данный бизнес-план, я хочу показать, что открытие кафе и занятие ресторанным бизнесом является весьма прибыльным делом, и реализация проекта по открытию кафе «Habibi» является экономически целесообразным.

Высокий уровень прироста собственного капитала говорит о высокой оборачиваемости средств.

В результате расчетов получены следующие интегральные показатели эффективности проекта:

1. Срок окупаемости: PBP = 3 мес.
2. Индекс рентабельности = 32%

Проведенный финансово-экономический анализ проекта позволяет говорить о том, что представленный проект может быть реализован с высокой эффективностью.

**Список литературы:**

1. ГОСТ Р 51764-95 «Услуги Общественного питания. Общие требования».
2. ГОСТ Р 50763-95 «Общественное питание кулинарных продуктов реализуемых населению. Общие технические условия».
3. ГОСТ Р 50762-98 «Общественное питание, классификация предприятия».
4. ОСТ Р 28-1-95 «Требования к производственному персоналу».
5. СанПин 2.3.2. 560-96 «Гигиенические требования к качеству и безопасности продуктов сырья и пищевых продуктов».
6. Кристофер Энертон Томас «ресторанный бизнес»- М, Росконсульт, 2005.
7. Мэскон М. «основы менеджмента» издательство Дело, М.: 2000
8. Назаров О.А. Как "раскрутить ресторан". – М.: Энциклопедия ресторатора. – 2004. – 510 с.
9. Нормы технического оснащения доготовочных предприятий общественного питания часть 2-ая Москва: 1989.
10. Патти Д. Шок, Джон Т. Боуэн, Джон М. Стефанелли. Маркетинг в ресторанном бизнесе. – М. – Издательский дом «Ресторанные ведомости». – 2003. – 370с.
11. Т.Т. Никуленкова, Ю.И. Лаврененко, Г.Н. Ястина, «Проектирование предприятий общественного питания». Москва, «Экономика»-2005г.
12. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий. Москва, «Экономика»-1983г.
13. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий. Москва: «Хлебпродинформ», 1и 2 части 1996, 1997 г.
14. Сборник нормативных и технических документов, регламентирующих производство кулинарной продукции», 2-ая часть, Москва: «Хебпродинформ»-2001г.
15. Сборник рецептур национальных блюд и кулинарных изделий, Москва: «Хлебпродинформ», 5-я часть 2001г.
16. Уткин Э.А. Стратегическое планирование. М., 2005

15. [www.business-idea.ru](file:///C%3A%5Cwww%5Cdoc2html%5Cwork%5Cbestreferat-318297-14002243575395%5Cinput%5Cwww.business-idea.ru)

16. [www.tourbus.ru](file:///C%3A%5Cwww%5Cdoc2html%5Cwork%5Cbestreferat-318297-14002243575395%5Cinput%5Cwww.tourbus.ru%5C)

17. [www.RATA-news.ru](http://www.RATA-news.ru)

18. [www.turist.rbc.ru](http://www.turist.rbc.ru)

19. [www.bankirsha.com](http://www.bankirsha.com)

20. [www.new.sbrf.ru](http://www.new.sbrf.ru)

Bibliography:

1. **GOST 51764-95 “Uslugi Objestvennogo pitaniya. Objie trebovania”.**
2. **GOST P 50763-95 “Objestvennoe pitanie kulinarnih produktov realizuemih naseleniyu”.**
3. **GOST P 50762-98 “Objestvennoe pitanie, klassifikacia predpriyatiya”.**
4. **OST P 28-1-95 “Trebovaniya k proizvodstvennomu personalu”.**
5. **SANPIN 2.3.2. 560-96 “Gigienicheskie trebovaniya k kachestvu pijevih produktov”.**
6. **Kristofer Enerton Tomas “Restoranniy biznes” – M,Roskonsult,2005**
7. **Meskon M. “Osnovi menedgmenta”, Delo. M.: 2000**
8. **Nazarov O.A. Kak raskrutit restoran. – M.: 2004.-510s**
9. **Normi tehnicheskogo osnajeniya dogotovochnih predpriyatiy, M.:1989**
10. **Patti D., Shok. Marketing v restorannom bisnese.M.: 2003.-370s.**
11. **T.T. Nikulenkova Proektirovanie predpriyatiy objestvennogo pitania, M.: 2005**
12. **Sbornik receptur I kulinarnih izdeliy. M.:Economica.-1983**
13. **Sbornik receptur I kulinarnih izdeliy “Hlebprodinform, chast 1,2 1996,1997”**
14. **Sbornik normativnih tehnicheskih dokumentov, chast 2, M.: “Hlebprodinform”, 2001**
15. **Sbornik receptur nacionalnih blud I kulinarnih izdeliy, M.: “Hlebprodinform”, 5 chast, 2001**
16. **Utkin E.A. Strategicheskoe planirovanie, M.: 2005**

17. [www.business-idea.ru](file:///C%3A%5Cwww%5Cdoc2html%5Cwork%5Cbestreferat-318297-14002243575395%5Cinput%5Cwww.business-idea.ru)

18. [www.tourbus.ru](file:///C%3A%5Cwww%5Cdoc2html%5Cwork%5Cbestreferat-318297-14002243575395%5Cinput%5Cwww.tourbus.ru%5C)

19. [www.RATA-news.ru](http://www.RATA-news.ru)

20. [www.turist.rbc.ru](http://www.turist.rbc.ru)

21. [www.bankirsha.com](http://www.bankirsha.com)

22. [www.new.sbrf.ru](http://www.new.sbrf.ru)