

## Оглавление

1. Титульный лист (резюме)	3
2. Вводная часть	4
3. Анализ положения дел в отрасли (рынка сбыта)	5
4. Существо предлагаемого проекта (продукты и услуги)	7
5. Производственный план	11
6. Маркетинговый план	19
7. Организационный план	26
8. Вывод	30

## **1. Титульный лист (резюме).**

ООО кафе «Блинная» в городе Иваново по адресу Ф.Энгельса-18 создается с целью быстрого и качественного обслуживания посетителей, с максимальным вниманием к нему и предложением наиболее качественных изделий, которые ничем не отличаются от блинчиков домашнего приготовления.

В настоящее время изменился темп жизни и многие хозяйки все реже и реже имеют возможность и время для приготовления по-настоящему вкусных аппетитных, ароматных блинчиков с разнообразной начинкой. Многие из нас вспоминают с легкой грустью в душе блинчики, которые готовили для нас наши бабушки и мамы. Кафе «Блинная» даст возможность вернуть прежние воспоминания с чашечкой горячего чая или стаканом молока и восхитительными, как у любимой бабушки, блинчиками.

Наш ассортимент поначалу будет не особенно широк, однако это ни в коем случае отрицательно не отразится на качестве изделия. Все блюда будут приготовлены только из натуральных продуктов. В дальнейшем предполагается расширить ассортимент блюд.

Суть данного проекта заключается в том, чтобы обеспечить население хорошими, качественными, вкусными и всегда свежими блинчиками с начинкой.

Для реализации проекта с учетом всех возможных капитальных затрат необходимо осуществить привлечение денежных средств в размере 210 тыс. руб.

## **2. Вводная часть.**

Наше предприятие будет заниматься производством и реализацией блинной продукции и сопутствующих товаров. Изделия будут всегда качественными и свежими.

В начале ожидается небольшой спрос на продукцию, но сделав ставку на качество и великолепный вкус продукции, и проведя рекламную кампанию, мы можем ожидать привлечение новых посетителей. В итоге мы выйдем на постоянный уровень спроса, т.к. наши изделия найдут своего постоянного покупателя.

В будние дни основными посетителями нашего кафе будут студенты, школьники, работники различных организаций. В выходные и праздничные дни наше кафе прекрасно будет подходить для отдыха всей семьей.

Также в нашем кафе можно будет отметить памятные вам и вашим друзьям и знакомым даты и праздники.

Мы считаем, что наше кафе будет пользоваться успехом на потребительском рынке, т.к. уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшие блинчики создадут прекрасную, незабываемую атмосферу, и посетителям захочется еще не однажды посетить нашу «Блинную».

### **3. Анализ положения дел в отрасли (рынка сбыта).**

На сегодняшний день проблема общественного питания в центральных районах города достаточно актуальна. Особенно остро это ощущается, так как данный район является административным, деловым и культурным центром города. В нем расположено большинство государственных учреждений, банков, офисов крупных и средних фирм, крупных предприятий торговли, высшие учебные заведения, гостиницы, объекты культурного назначения (театры, парки, скверы и другие места отдыха горожан и гостей города).

Существующие на сегодняшний день в этом районе предприятия общественного питания можно условно разделить на два типа: крупные и мелкие предприятия.

К первым можно отнести рестораны и кафе. Их отличительной особенностью является высокий сервис и качество обслуживания при достаточно высокой цене (средний обед обходится примерно в 3000 рублей и выше), то есть они ориентированы на людей с высоким уровнем дохода (например, ресторан в «Парк Отель Шереметев»).

Ко вторым относятся небольшие закусочные и бары. Их условно можно разделить еще на два типа:

1. дорогие фирменные закусочные и бары (например, «Макдоналдс» сеть ресторанов фаст-фуд), которые отличаются высоким качеством обслуживания и достаточно высокими близкими к крупным предприятиям общественного питания ценами.
2. небольшие закусочные типа пирожковых, которые предлагают хотя и дешевую, но не всегда качественную продукцию, а также у этих предприятий ограниченный ассортимент выпускаемой продукции, что вызвано небольшими размерами занимаемых им помещений.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что действующие в центре города предприятия общественного питания не могут в полной мере удовлетворить существующий на данном рынке спрос и существует реальная

потребность в кафе с широким ассортиментом предлагаемой продукции, высоким сервисом и качеством обслуживания и сравнительно не высокими ценами.

Данный проект предусматривает создание предприятия, которое должно занять пустующую на сегодняшний день нишу на рынке общественного питания в данном районе (на улице Ф.Энгельса).

Значительных сезонных колебаний спроса не предполагается, так как в рабочие дни основными потребителями будут люди, работающие в близлежащих зданиях, а также школьники и студенты, а в вечернее время и выходные дни - люди приезжающие из других районов для культурного отдыха и гости города.

Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода.

Так как внешняя и внутренняя среда кафе изменяются под воздействием различных факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны нашего кафе.

Сильные стороны: современное оборудование, удобное географическое положение, качественная продукция, быстрое обслуживание, индивидуальный подход к клиенту.

Слабые стороны: недостаточный управленческий опыт, не сформировавшийся имидж кафе, небольшой начальный ассортимент предлагаемой продукции.

Возможности: введение дополнительных услуг, привлечение инвесторов, постоянные поставщики.

Угрозы: неблагоприятные демографические изменения, рост инфляции, снижение общего уровня покупательной способности, неблагоприятная налоговая политика.

В силу того, что предприятий общественного питания подобного уровня в данном районе нет, и ниша, на которую будет ориентировано кафе, практически свободна, серьезной конкурентной борьбы не предполагается.

#### **4. Существо предлагаемого проекта (продукты и услуги).**

Наше предприятие будет заниматься производством и реализацией блинной продукции и сопутствующих товаров. Изделия будут всегда качественными и свежими. Предлагаемый продукт – блинчики трех видов:

- «Русские блины»
- «Украинские блины»
- «Блины по-царски»

Первое время ассортимент и объемы производства будут невелики. Но впоследствии, по мере завоевания потребителя, первое и второе будет расширяться.

Кафе «Блинная» планирует предоставлять следующие виды услуг:

- 1) выпечка и реализация блинов и оладий;
- 2) предоставление услуги «товары в дорогу»;
- 3) ассортимент кафе будут включены горячие, холодные закуски, первые, вторые блюда, карта вин будет предоставлена в полном объеме;
- 4) проведение праздников, банкетов, юбилеев, торжеств.

Планируется также предоставление сервисных услуг: заказ через Интернет, по телефону, доставка товаров на дом и в офисы.

В связи с тем, что в настоящее время существует огромное количество конкурентов в сфере обслуживания, пристальное внимание следует обратить на месторасположение будущего кафе «Блинная».

Необходимые условия: нужно, чтобы месторасположение было как можно более удобным для жителей и гостей города – будущих посетителей, но, в то же время, необходимо учитывать и месторасположение конкурентов, а также стоимость и наличие необходимых площадей в данном районе.

С целью выявления наиболее удачного месторасположения «Блинной» были оценены преимущества и недостатки месторасположения будущего кафе на нескольких центральных улицах города.

Было выявлено, что наиболее выгодным месторасположением будет являться центр города, наиболее оживленные улицы: Ленина, Ф.Энгельса.

Наше кафе будет располагаться по улице Ф.Энгельса 18. На наш взгляд это выгодное место, так как в непосредственной близости находятся высшие и средние учебные заведения, магазины одежды и обуви, гостиницы. Недостатком такого размещения является непосредственная близость от конкурентов.

Предполагается взять в аренду помещение размером 90 кв.м., договор аренды предусматривает выполнение капитального ремонта помещения, наружного ремонта здания и годовую арендную плату в размере 756 тыс. руб. Необходимая производственная площадь 20 кв.м. (включая складское помещение), 50 кв. м. – под торговый зал, 20 кв. м. прихожую и санитарный узел. Договор заключается сроком на 5 лет.

Предприятие зарегистрировано как общество с ограниченной ответственностью с уставным капиталом 210 тыс. руб.

Необходимый персонал:

- Директор;
- Бухгалтер;
- Технолог;
- Водитель;
- Бармен (2человека);
- Официант (2 человека);
- Повар (4 человека);
- Уборщица.

Планируется использовать следующее оборудование:

- блинница TEFAL;
- кассовый аппарат;
- компьютер;
- холодильное оборудование;
- кондиционер;
- мебель;

- посуда;
- барная стойка;
- музыкальный центр (телевизор);
- люстры;
- миксер;
- чайник;
- микроволновая печь;
- плита.

Основным преимуществом планируемого кафе «Блинная» будет являться возможность снижения себестоимости и цен, повышение качества, расширение ассортимента услуг (товаров).

Нашу «Блинную» отличают следующие важные особенности:

- высокое качество;
- традиционная рецептура;
- свежесть;
- прекрасные вкусовые качества;
- низкая цена;

Производимые нашей «Блинной» изделия должны пользоваться довольно большой популярностью среди потребителей, т. к., несмотря на огромное количество всевозможных кафе, закусочных и прочих заведений подобного рода, блины практически отсутствуют в предлагаемых ими меню.

Блины всегда были на Руси традиционным блюдом, поэтому наши потребители с легкостью определяют, что наши блины очень высокого качества. При изготовлении блинов и сопутствующих товаров не будут использованы консерванты и концентраты. Всегда, в любое время года – только свежие, качественные продукты!

В настоящее время потребители стали очень разборчивы. И на это качество мы будем опираться, открывая «Блинную». Несмотря на все препятствия, мы считаем, что наше предприятие добьется успеха.



У «Блинной» будет удобный режим работы, построенный таким образом, что уже с 8 часов утра вы сможете полакомиться нашими блинчиками и выпить чашечку – другую горячего кофе или чаю.

Производство в данный момент находится на стадии разработки (составлен бизнес-план), что подразумевает:

- уточняется технология производства;
- налаживаются связи и заключаются договоры с поставщиками сырья.

## 5. План производства.

Производственный процесс выпечки блинов состоит из следующих действий (операций):

- 1) прием заказа;
- 2) замешивания теста;
- 3) контроль качества;
- 4) непосредственного изготовления блинов;
- 5) оформление и подача заказа.

Выпечка блинов занимает от 1,5 до 3 минут в зависимости от выбранного наименования и количества заказанного.

Технология производства: тесто на блины будет изготавливаться с применением миксеров. Позже при увеличении объемов производства будет приобретена тестомесильная машина.

Необходимое основное и вспомогательное оборудование:

Наименование оборудования	Количество единиц, шт.	Цена за единицу, руб.
Основное оборудование		
Холодильник	2	50000
Кондиционер	1	27000
Блинница	6	2400
Миксер	2	1500
Чайник	2	600
Микроволновая печь	1	4500
Плита	1	20000
Вспомогательное оборудование		
Кассовый аппарат	1	5000
Компьютер	1	20000
Барная стойка	1	30000
Мебель	-	30000
Муз. центр (телевизор)	1	3000
Люстры	10	2500
ИТОГО:	-	273100 руб.

В соответствии с планом производства и реализации продукции первоначальная потребность в оборудовании будет несколько меньше.

Поставщики:

Кассовый аппарат будет приобретаться у ООО «Торговое оборудование», холодильное оборудование приобретаются у ООО ПКФ «РусьХолод».

Потенциальные поставщики сырья:

1) поставщики основных ингредиентов:

- Агропромышленное объединение «МАКФА» для поставки муки;
- ООО «АГРОТЕХ» для поставки сахара;
- ОАО «ЯРОСЛАВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ» для поставок молочной продукции;

2) прочие продукты будут приобретаться на городских рынках.

План производства и расчет выпуска продукции:

С целью упрощения расчетов мы рассмотрим четыре вида товаров: блины “пуховые”, блины по-царски, русские блины и прочие блины.

Расчеты производились исходя из средних цен на продукты и товары у предполагаемых поставщиков на момент разработки бизнес-плана.

Таблица 1. Цены на основное сырье.

Наименование	Цена за 1 кг, руб.
Мука	12,00
Молоко	16,00
Сметана	28,00
Сливки	20,00
Сливочное масло	40,00
Растительное масло	35,00
Яйца	22,00
Дрожжи	35,00
Сахар	28,00
Соль	6,00

Планируемый суточный объем выпуска:

Блины по-царски:

Предположим, что средний объем продажи в сутки будет 20 порций, количество блинов в порции 2 штуки, тогда в сутки будем производить 40 блинов этого вида.

Одна порция стоит 29,64 руб. (одна порция – два блина).

Блины “пуховые”:

Средний объем продажи блинов этого вида будет 60 порций, т.е. объем выпуска блинов этого вида в сутки составит 120 штук.

Одна порция стоит 29,92 руб. (одна порция – два блина).

### Русские блины:

Средний объем продаж составит 80 порций, следовательно, в сутки мы будем производить 160 штук блинов этого вида.

Одна порция стоит 28,30 руб. (одна порция – два блина).

Так как на остальную продукцию приходится 20% от всего производства блинов, то в сутки должно быть продано блинных изделий на сумму не меньше 6500 руб. Всего выручка в сутки в среднем должна составлять около 11500 руб. (не менее 15% от всех продаж в день должно приходиться на продукцию, представленную в баре).

Количество обслуживающего персонала 2 человека в смену, количество поваров - 2 человека в смену. Работа в 2 смены - 15 часов.

Режим работы «Блинной» с 8 утра до 22 вечера.

Себестоимость продукции:

Таблица 2. Расчет расхода продуктов для «Блинов по-царски».

Наименование	Цена за 1 кг, руб.	Количество продуктов, расходуемое на 5 порций	Стоимость продуктов на 5 порций, руб.
Мука	12,00	0,1	1,2
Сливки	20,00	0,1	2
Сливочное масло	40,00	0,05	2
Яйца	22,00/дес.	0,2 дес.	4,4
Сахар	28,00	0,05	1,4
Соль	6,00	0,0015	0,009
ИТОГО	128,00 руб.		11,02

Выход продукции 500г - 5 порций (10 блинов), стоимость продуктов на 1 порцию – 2,20 руб. Суточный выпуск блинов по-царски 20 порций.

1. Стоимость суточных расходов на сырье 44,10 руб.(на 20 порций)
2. Расход электроэнергии 40 кВт/ч за смену (15 часов). Ее стоимость при тарифе 1,87 руб./кВт/ч – 2244 руб. Доля блинов по-царски 10 % от всего натурального объема в сутки. Стоимость электроэнергии в сутки 74,80 руб.
3. Зарплата повара- 7500 руб. в месяц, официанта- 5000руб., уборщицы – 3000руб., суточная зарплата рабочих - 833 руб. + з/п уборщицы 200 руб.

Доля блинов по-царски 10 % от всего объема в сутки. Зарплата производственных рабочих составляет 103,3 руб. в сутки.

Зарплата административно-управленческого персонала в месяц составляет 33000 руб., за день их зарплата составит 1100 руб., доля блинов по-царски 10%, зарплата административно-управленческого персонала составит 110 руб.

4. Затраты на топливо в месяц составляют 2000 руб., т.к. доля блинов по-царски составляет 10%, то затраты на бензин составят 200 руб. в месяц, следовательно в сутки 16,60руб.

5. Арендная плата за помещение – 2100 руб. в сутки. Доля блинов по-царски 10 % от всего объема в сутки. Арендная плата за помещение 210 руб. в сутки.

Таблица 3. Расчет себестоимости «Блинов по-царски».

<i>Элементы затрат</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Оплата труда	213,30
Материальные затраты	
<i>в том числе:</i>	<i>44,10</i>
<i>сырье и материалы (на 20 порций)</i>	
<i>топливо</i>	<i>16,60</i>
<i>электроэнергия и т.д.</i>	<i>74,80</i>
Арендная плата	210
Полная себестоимость (на 20 порций)	592,9
Полная себестоимость (на 1 порцию)	29,64

Итого себестоимость блинов по-царски, выпускаемых в сутки: 592,9 руб.

При суточной выпечке 20 порций себестоимость одной порции составит 29,64 руб.

Таблица 4. Расчет расхода продуктов для приготовления ”Пуховых” блинов.

Наименование	Цена за 1 кг.	Количество продуктов, расходуемое на 5 порций	Стоимость продуктов на 5 порций, руб.
Молоко	16,00	0,1	1,6
Пшено	12,00	0,05	0,6
Гречневая мука	20,00	0,05	1
Сливочное масло	40,00	0,025	1
Яйца	22,00	0,2	4,4
Дрожжи	35,00	0,0015	0,0525
Сахар	28,00	0,02	1,6
Соль	6,00	0,005	0,03
Сметана	28,00	0,05	1,4
ИТОГО	207		11,68

Выход продуктов 500г - 5 порций (10 блинов), расход продуктов на 1 порцию 2,34 руб. Суточный выпуск «украинских блинов» 60 порций.

1. Стоимость суточных расходов на сырье 141,4 руб. (на 60 порций).
2. Расход электроэнергии 40 кВт/ч за смену (15 часов). Ее стоимость при тарифе 1,87 руб./кВт/ч – 2244руб. Доля «украинских блинов» 30 % от всего натурального объема в сутки. Стоимость электроэнергии в сутки 336,6 руб.
3. Зарплата повара- 7500 руб. в месяц, официанта- 5000, уборщицы – 3000, суточная зарплата рабочих - 833 рублей + з/п уборщицы 200 руб. Доля «украинских блинов» 30 % от всего объема в сутки. Зарплата производственных рабочих составляет 309,9 руб. в сутки.  
Зарплата административно-управленческого персонала в месяц составляет 33000 руб., за день их зарплата составит 1100 руб., доля «украинских блинов» 30 % от всего объема в сутки, зарплата административно-управленческого персонала составит 330 руб.
4. Затраты на топливо в месяц составляют 2000 руб., т.к. доля «украинских блинов» составляет 30% от всего объема, то затраты на бензин составят 600 руб. в месяц, следовательно в сутки 50 руб.
5. Арендная плата за помещение – 2100 руб. в сутки. Доля «украинских блинов» 30 % от всего объема в сутки. Арендная плата за помещение 630 руб. в сутки.

Таблица 5. Расчет себестоимости «Украинских блинов».

<i>Элементы затрат</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Оплата труда	639,9
Материальные затраты	
<i>в том числе:</i> <i>сырье и материалы (на 60 порций)</i>	<i>141,4</i>
<i>Топливо</i>	<i>50</i>
<i>электроэнергия и т.д.</i>	<i>336,6</i>
Арендная плата	360
Полная себестоимость (на 60 порций)	1795,70
Полная себестоимость (на 1 порцию)	29,92

Итого себестоимость «Украинских блинов», выпускаемых в сутки: 1795,70 руб. При суточной выпечке 60 порций себестоимость одной порции составит 29,92 руб.

Таблица 6. Расчет расхода продуктов для приготовления «Русских блинов».

Наименование	Цена за 1 кг	Количество продуктов, расходуемое на 5 порций	Стоимость продуктов на 5 порций, руб.
Мука	12,00	0,1	1,2
Молоко	16,00	0,1	1,6
Растительное масло	35,00	0,005	0,175
Сахар	28,00	0,03	0,84
Яйца	22,00	0,01	0,22
Соль	6,00	0,0015	0,009
ИТОГО	119		4,14

Выход продукции 350г – 5 порций (10 блинов), расход продуктов на одну порцию составляет 0,83 руб.

Суточный выпуск «русских блинов» 80 порций.

1. Стоимость суточных расходов на сырье 66,40 руб. (на 80 порций)
2. Расход электроэнергии 40 кВт/ч за смену (15 часов). Ее стоимость при тарифе 1,87 руб./кВт.ч – 2244 руб. Доля «русских блинов» 40 % от всего натурального объема в сутки. Стоимость электроэнергии в сутки 448,8 руб.
3. Зарплата повара- 7500 руб. в месяц, официанта- 5000, уборщицы – 3000, суточная зарплата рабочих - 833 руб. + з/п уборщицы 200 руб. Доля «русских блинов» 40 % от всего объема в сутки. Зарплата производственных рабочих составляет 413,2 руб. в сутки.

Зарплата административно-управленческого персонала в месяц составляет 33000 руб., за день их зарплата составит 1100 руб., доля «русских блинов» 40 % от всего объема в сутки, зарплата административно-управленческого персонала составит 440 руб.

4. Затраты на топливо в месяц составляют 2000 руб., т.к. доля «русских блинов» составляет 40% от всего объема, то затраты на бензин составят 66,60 руб. в сутки.

5. Арендная плата за помещение - 2100 руб. в сутки. Доля «русских блинов» 40 % от всего объема в сутки. Арендная плата за помещение 840 руб. в сутки.

Таблица 7. Расчет себестоимости «Русских блинов».

<i>Элементы затрат</i>	<i>Сумма, руб.</i>
Оплата труда	853,2
Материальные затраты	
<i>в том числе:</i>	<i>66,40</i>
<i>сырье и материалы (на 80 порций)</i>	
<i>Топливо</i>	<i>66,60</i>
<i>электроэнергия и т.д.</i>	<i>448,8</i>
Арендная плата	840
Полная себестоимость (на 80 порций)	2265,4
Полная себестоимость (на 1 порцию)	28,30

Итого себестоимость «русских блинов», выпускаемых в сутки: 2265,40 руб.

При суточной выпечке 80 порций себестоимость одной порции составит 28,30 руб.

С одной стороны мы, конечно, хотим получать максимальную прибыль, с другой стороны мы не хотим привлекать на наш сегмент рынка конкурентов и терять клиентуру. Перед нами стоит задача получить максимальную прибыль, но с тем расчётом, чтобы цена товара была приемлемой для наших потребителей, и они не ушли бы от нас к нашим конкурентам. Поэтому, учитывая поставленную задачу, мы будем определять цену методом «средней издержки плюс прибыль», но не будем также забывать об уровне текущих цен.

Учитывая темпы инфляции, цены на нашу продукцию будут меняться, на момент составления бизнес-плана они составили:



Таблица 8. Расчет цены.

«Блины по-царски»	
Себестоимость	29,64
Наценка	20%
Цена без НДС	35,56
НДС	18%
<b>Цена</b>	<b>42,00</b>
«Украинские блины»	
Себестоимость	29,92
Наценка	20%
Цена без НДС	35,90
НДС	18%
<b>Цена</b>	<b>43,00</b>
«Русские блины»	
Себестоимость	28,30
Наценка	20%
Цена без НДС	33,96
НДС	18%
<b>Цена</b>	<b>40,00</b>

## **6. План маркетинга.**

Составление плана маркетинга очень сложная и объемная задача при составлении бизнес плана, поэтому часто эту процедуру поручают фирмам, специализирующимся в этой области.

В современное время рынок общественного питания активно развивается, появляется много новых предприятий. Предприятия пробуют и экспериментируют с созданием новых видов блюд.

Предполагаемый товар, а именно блины, востребован среди всех слоев населения, мы их любим независимо от возраста и пола.

Спрос на данный вид продукции со стороны населения остается стабильным и снижение спроса не предвидится.

Мы уверены, что именно наша продукция привлечет покупателей своей новизной, необычностью, вкусовыми ощущениями, а также своей приемлемой ценой.

Данная отрасль производства представлена в Ивановской области достаточно большим перечнем предприятий, которые имеют достаточно широкий ассортимент и дистрибьюторов похожей продукции, но мы будем делать ставку на уникальность нашего товара, на его качество и вкус.

Список основных конкурентов:

- 1) ресторан в «Парк Отель Шереметев»;
- 2) «Макдоналдс» сеть ресторанов фаст-фуд;
- 3) небольшие закусочные типа пирожковых.

Самым сильным конкурентом по праву следует считать «Макдоналдс» сеть ресторанов фаст-фуд, т.к. она уже давно работает на Ивановском рынке, а также и на мировом, имеет хорошую репутацию среди поставщиков и покупателей, а также производит очень разнообразную линию продуктов, но она в основном занимается продажей фаст-фуда, что делает «Макдоналдс» не совсем прямым конкурентом для нашей фирмы, но очень сильным, так как имеет большое число постоянных потребителей.

Ресторан в «Парк Отель Шереметев» обладает отличительной особенностью - высокий сервис и качество обслуживания при достаточно высокой цене (средний обед обходится примерно в 3000 рублей и выше), то есть он ориентирован на людей с высоким уровнем жизни, поэтому мы его не рассматриваем, как сильного конкурента.

Другие ивановские фирмы, а именно небольшие закусочные типа пирожковых, менее известны в Иваново, что позволит нам успешнее внедрять нашу продукцию на рынке.

Наша фирма делает ставку на определенный вид продукции (блинчики и оладьи), который понравится всем покупателям.

Основная рыночная ниша или так называемая целевая группа для нашего товара – это жители города и области со средним достатком, но с течением времени за счет снижения издержек производства планируется сделать наш товар доступным для потребителей с любым достатком.

Далее представим матрицу swot, которая отражает основные аспекты внешней и внутренней среды важные для предприятия.

По итогам анализа данной матрицы обычно принимаются решения по выбору стратегии развития предприятия, как на долгосрочные, так и краткосрочные периоды.

Матрица swot:

<p>Внешняя сторона</p> <p>Внутренняя среда</p>	<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение покупательной возможности потребителей.</li> <li>2. Ускорение роста рынка.</li> <li>3. Выход на новые рынки сбыта.</li> <li>4. Увеличение спроса на производимую продукцию.</li> <li>5. Благоприятная государственная политика (программы помощи малому и среднему бизнесу).</li> </ol>	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Изменение потребностей и вкусов покупателей.</li> <li>7. Рост продаж замещаемого продукта.</li> <li>8. Появление новых конкурентов.</li> <li>9. Сокращение платежеспособного спроса населения.</li> <li>10. Рост цен у поставщиков сырья.</li> <li>11. Повышение затрат на ремонт оборудования.</li> </ol>
<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а. Образованное и динамичное руководство среднего звена.</li> <li>б. Активная роль маркетинга (большое внимание уделяется маркетингу в регионе, лучшее знание заказчиков, лучшее обслуживание).</li> <li>в. Лучшая упаковка.</li> <li>г. Менее дорогое сырье и материалы.</li> <li>д. Гибкая ценовая политика</li> </ol>	<p>СИВ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1б+</li> <li>1в+</li> <li>1г+</li> <li>2г+</li> <li>3б+</li> </ol>	<p>СИУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6б±</li> <li>6е±</li> <li>7б±</li> <li>8б+</li> <li>10б-</li> <li>11е-</li> </ol>
<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ж. Недостаточность финансовых ресурсов.</li> <li>з. Износ производственных мощностей.</li> </ol>	<p>Сл. В:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1ж+</li> <li>1з+</li> <li>2ж-</li> <li>5ж+</li> </ol>	<p>Сл. У:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7ж-</li> <li>7з-</li> <li>9ж-</li> <li>10ж-</li> <li>11з-</li> </ol>

В процессе swot-анализа мы сравнили сильные и слабые стороны компании с возможностями и угрозами. В итоге можно сделать вывод о том, что если правильно использовать возможности, для развития рынка совместив их с сильными сторонами, то наше предприятие имеет все шансы на достижение наибольшего уровня рентабельности и завоевания своей доли рынка в Иваново.

Для достижения поставленных целей лучше всего использовать комплекс стратегий:

1. Стратегия развития рынка.
2. Стратегия концентрации на сегменте (стратегия ухода от конкуренции).
3. Стратегия дифференцирования.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа фирмы.

В начале организации производства необходимо установить контакты с поставщиками ресурсов и сосредоточить все силы на достижение максимальной производительности оборудования и максимального сбыта готовой продукции в магазины для получения максимума прибыли.

Следует также уделить большое внимание маркетингу в регионе.

Далее необходимо наращивать производство и увеличивать рынок сбыта.

Прогноз объема продаж представляется трудной задачей, т.к. невозможно предсказать реакцию покупателей на появление нового продукта на рынке.

Рассмотрим предполагаемые объемы продажи продукции в зависимости от изменений на рынке.

Таблица 9. Прогноз объема продаж.

Прогнозируемый объем продаж		2006		2007	2008	2009
		За месяц (порц.)	За год (порц.)			
Блины по-царски	Максимальный	660	7920	9180	10557	12140
	Средний	600	7200	8280	9522	10950
	Минимальный	540	6480	7452	8570	9855
Украинские блины	Максимальный	1980	23760	27324	31423	36136
	Средний	1800	21600	24840	25116	28883
	Минимальный	1782	21384	24592	28281	32523
Русские блины	Максимальный	2640	31680	36432	41897	48181
	Средний	2400	28800	33120	38088	43801
	Минимальный	2160	25920	29808	34279	39421

Данные о росте рынка были определены путем построения трех сценариев: рост рынка по максимальному варианту рассчитывался исходя из неизменности численности населения, увеличения ежегодно числа туристов на 15% и увеличения доли покупателей с 35% до 50%. Минимальный вариант предусматривает сохранение всех пропорций (числа пенсионеров и доли покупателей общей численности населения) и изменение численности населения в соответствии с наметившимися тенденциями. Таким образом, прогнозируемые объемы продаж могут значительно колебаться в зависимости от социально-экономических, демографических и прочих факторов.

Производимую продукцию мы планируем распространять в собственном кафе, которое находится в одном здании с кухней. На начальном этапе соотношение производитель – оптовая торговля – розничная торговля – конечный потребитель.

Самое трудное - привлечь покупателей и сделать так, чтобы они приходили к нам вновь и вновь. Приемы рекламы, применяемые корпорациями с их оглушающими громкими фразами и изощренной

агрессивностью, нам, «Блинной», не подойдут. Нам нужно спокойно и со вкусом объяснить людям, что если они останутся и зайдут к нам, то смогут попробовать нечто необычное и полезное для них.

Так как мы – новая блинная, то, чтобы привлечь, возможно, большее количество покупателей, в первое время можно выпустить красивые листовки, наклейки и распространить их среди жителей нашего района. Также немалый успех принесет красочный стенд рядом с кафе и привлекательный плакат с ценами. Можно расположить красочный стенд-плакат на оживленной улице, чтобы люди, проезжающие мимо, также знали, где они смогут отведать вкусные блинчики, отличающиеся оригинальностью. Внутреннее оформление помещения кафе соответствует русским стандартам. Название кафе и предполагаемые места распространения будут оформлены красочно в стиле изготавливаемой продукции. Все это будет делаться для того, чтобы привлечь внимание, заинтересовать клиентов, дать им почувствовать, что мы – фирменная блинная.

Для нашей продукции можно и не проводить методы стимулирования продаж. Но можно попробовать привлечь покупателей с помощью новых товаров и пробных предложений, что входит в наши планы.

В день открытия мы планируем организовать презентацию, с выдачей ценных призов, обедов (за полцены и бесплатно) и т.д.

Далее будет произведен анализ данного вида стимулирования и, если оно окажется успешным, то периодически будет повторяться и впредь (но не очень часто, т.к. это может перестать быть интересным).

Стимулирование можно производить также с помощью оформления витрин, скорее всего это будет красочная фотография, вызывающая аппетит, с соответствующей надписью (это планируется сделать в день открытия).

Чтобы покупатель пришел еще раз, нужна продукция высшего качества, дружеская атмосфера общения, открытость, быстрое обслуживание. Следует использовать любую возможность, чтобы показать нашим покупателям, как мы рады им, как высоко ценим их, как надеемся, что они

расскажут о нашей продукции своим знакомым,- заинтересуются и обязательно придут к нам. Стоит отвести отдельное место общению с покупателями. В этом заключается искусство успешного маркетинга. Чем больше мы общаемся с людьми, тем больше мы узнаем об их кулинарных вкусах, симпатиях и предпочтениях. Также нужно помнить, что наш бизнес состоит в установлении и поддержании добрых дружественных связей со своими лучшими клиентами. А уж оно обеспечит нам самую лучшую и эффективную рекламу, что поможет нам развивать свой бизнес с наивысшей отдачей от вложенных средств.

#### Ценообразование:

Из существующих трех основных целей ценообразования, из которых может выбирать фирма (основанные на прибыли, на сбыте, на существующем положении). Для нашего предприятия предпочтительнее цели существующего положения, так как нас устраивает объем реализации, увеличение же относительной прибыли неоправданно эластичностью спроса на товар. Но мы заинтересованы в стабильности и сохранении благоприятного климата для своей деятельности.

Стратегия ценообразования ориентирована на избежание спада в сбыте и минимизацию воздействия таких внешних сил, как конкуренты и участники каналов сбыта. Из всевозможных методов мы предпочли установление цены на основе ощущаемой ценности товара, т.е. основной фактор ценообразования – не издержки, а покупательское восприятие. Предполагается также широкое использование ценовых приемов воздействия.



## 7. Организационный план.

В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью с уставным капиталом 210 тыс. рублей. У нас три учредителя: директор, бухгалтер, технолог с равной долей в уставном капитале. Форма собственности - частная.

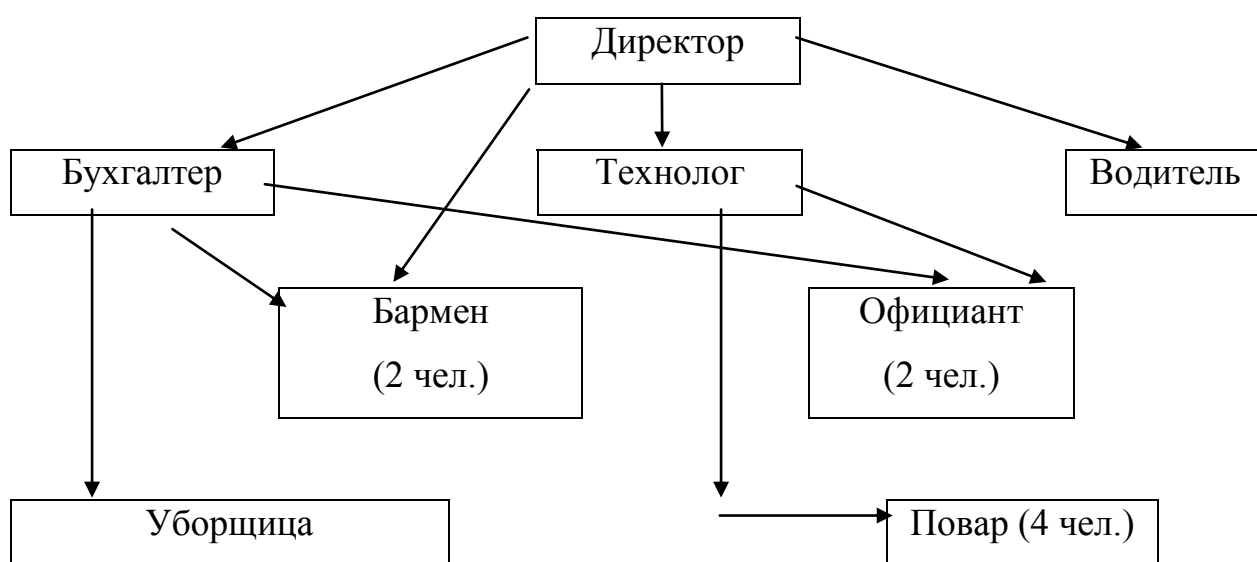


Рисунок 1. Организационная схема управления кафе «Блинная»

**Директор:** организует всю работу предприятия, несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива, представляет предприятие во всех учреждениях и организациях, распоряжается имуществом предприятия, заключает договора, поиск поставщиков материала, сбыт продукции (т.е. поиск клиентов), издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников, применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия, открывает в банках счета предприятия.

**Технолог:**

Несет ответственность за: выпуск высококачественной продукции и ее совершенствование, разработки новых видов продукции, внедрение в производство новейших достижений науки и техники, механизации и

автоматизации производственных процессов, соблюдение установленной технологии, использование новейшей техники и технологии, осуществляет оперативный контроль за ходом производства, разрабатывает календарные графики работы, устраняет причины, нарушающие нормальный режим производства, осуществляет контроль за комплексностью и качеством готовой продукции, организует контроль за качеством поступающего на предприятие сырья, материалов, полуфабрикатов и др., так как качество продукции является определяющим в общей оценке результатов деятельности трудового коллектива.

Бухгалтер:

Является также заместителем директора по экономическим вопросам, руководит работой по планированию и экономическому стимулированию на предприятии, повышению производительности труда, выявлению и использованию производственных резервов, улучшению организации производства, труда и заработной платы, разрабатывает нормативы для образования фондов экономического стимулирования, проводит всесторонний анализ результатов деятельности предприятия, разрабатывает мероприятия по снижению себестоимости и повышению рентабельности предприятия, улучшению использования производственных фондов, выявлению и использованию резервов на предприятии, осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами, устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, производит финансовые расчеты с заказчиками и поставщиками, связанные с реализацией готовой продукции, приобретением необходимого сырья, в его задачи также получение кредитов в банке, своевременный возврат ссуд, взаимоотношение с государственным бюджетом.

Применение коллективной ответственности приводит к существенному снижению потерь рабочего времени, текучести кадров.

Таблица 10. Штатное расписание кафе «Блинная».

Должность	Число рабочих	Оклад, руб.	Годовой ФОТ, тыс. руб.
Директор	1	10000	120000
Бухгалтер	1	9000	108000
Технолог	1	8000	96000
Водитель	1	6000	72000
Бармен	2	5000	120000
Официант	2	5000	120000
Уборщица	1	3000	36000
Повара	4	7500	360000
ИТОГО	13	53500	1032000

Зарплата наших работников напрямую зависит от прибыли. При увеличении прибыли выдаются премии. Средний возраст наших работников составит 30 лет.

Рабочая сила, не связанная с управлением:

Так как проектируемое предприятие относится к сфере обслуживания, то планируемый график работы с 8.00 до 22.00. Таким образом, режим работы барменов, официантов и поваров, устанавливается два через два, без перерывов, с 7.30 до 22.30. Режим работы административно-управленческого персонала с 10.00 до 18.00 с перерывом на обед пять дней в неделю. Водитель работает с 8.00 до 22.00 с перерывом на обед пять дней в неделю, уборщица работает утром (до открытия) и вечером (после закрытия) магазина. Оборудование и характер работы обуславливает следующие квалификационные требования к работникам:

Таблица 11. Квалификационные требования к работникам.

Должность	Образование	Качества	Опыт работы
Бармен	Среднее специальное или курсы	честность, порядочность, добросовестность, хорошее знание карты вин, знание компьютера, кассового аппарата.	Желателен, но не обязателен.
Официант	Среднее специальное или курсы	честность, порядочность, добросовестность, знание компьютера, кассового аппарата.	Желателен, но не обязателен
Повар	Среднее специальное	честность, порядочность, добросовестность, умение вкусно и быстро готовить.	Обязателен, не менее 5 лет
Водитель	Не важно	честность, порядочность, добросовестность, личный автомобиль.	Обязателен, не менее 5 лет

Найм сотрудников будет проводиться на конкурсной основе, с учетом личных качеств и опыта работы.

## **Выводы.**

В настоящее время ресторанный бизнес развивается достаточно высокими темпами, и кафе всегда будут пользоваться популярностью в народе, 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. 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 «Блинная» является экономически целесообразным.