



Бизнес-план кафе для собак

Введение

Каждая фирма, начиная свою деятельность, должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всех областях коммерческой деятельности и для разных фирм. Но необходимые для того, чтобы своевременно подготовиться и обойти потенциальные трудности и опасности, тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей.

Важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов (предложений), требующих инвестиций. Для этих и некоторых других целей применяется бизнес-план.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план описывает процесс функционирования фирмы, показывает, каким образом ее руководители собираются достичь свои цели и задачи, в первую очередь повышения прибыльности работы. Хорошо разработанный бизнес-план помогает фирме расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять перспективные планы своего предприятия.

Бизнес-план является постоянным документом; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и на рынке, где действует фирма.

В связи с тем, что бизнес-план предоставляет собой результат

исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности фирмы (продукта или услуг) на определенном рынке и в сложившихся организационно-экономических условиях, он опирается на:

- ☑ Конкретный проект производства определенного товара (услуг) – создание нового типа изделий или оказание новых услуг (особенности удовлетворения потребностей и т.д.);
- ☑ Всесторонний анализ производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности организации, целью которой является выделение ее сильных и слабых сторон, специфики и отличий от других аналогичных фирм;
- ☑ Изучение конкретных финансовых, технико-экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач.

Бизнес-план является одним из составных документов, определяющих стратегию развития фирмы. Вместе с тем он базируется на общей концепции развития фирмы, более подробно разрабатывает экономический и финансовый аспект стратегии, дает технико-экономическое обоснование конкретным мероприятиям. Бизнес-план охватывает одну из частей инвестиционной программы, срок реализации которой обычно ограничен одним или несколькими годами (часто корреспондирующими со сроками средне – и долгосрочных кредитов), позволяющей дать достаточно четкую экономическую оценку намеченным мероприятиям.

Бизнес-план позволяет решать целый ряд задач, но основными из них являются следующие:

- ☑ Обоснование экономической целесообразности

направлений развития фирмы;

- ☑ Расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;
- ☑ Определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии, т.е. способы концентрирования финансовых ресурсов;
- ☑ Подбор работников, которые способны реализовать данный план.

Каждая задача может быть решена только во взаимосвязи с другими. Основным центром бизнес-плана – концентрирование финансовых ресурсов. Именно бизнес-план – важное средство для увеличения капитала компании. Процесс составления бизнес-плана позволяет тщательно проанализировать начатое дело во всех деталях. Бизнес-план служит основой бизнес – предложения при переговорах с будущими партнерами; он играет важную роль при приглашении на работу основного персонала фирмы.

Раздел 1. Резюме

Суть проекта:

Заключается в создании специализированного летнего кафе где смогут отдохнуть и покушать люди вместе со своими четвероногими любимцами

Эффективность кафе:

Данный проект не имеет аналогов в нашем городе, в нашем городе очень много людей у которых есть четвероногие любимцы и когда люди выгуливают своих собак в хорошую погоду и им хочется посидеть в летнем кафе, то возникает вопрос а куда же деть своего любимца, ведь на каждом кафе висит табличка «с собаками вход запрещен!!» и так не хочется где то привязывать и оставлять своего любимца, ведь во многих семьях собака это полноценный член семьи. В то время как владельцы животных пьют кофе и неторопливо беседуют или просматривают газеты, их питомцы наслаждаются изысканными собачьими лакомствами Журнал «Друг для любителей кошек» сообщает: Рестораны и кафе для собак стали довольно привычными в США и Европе. А в Сиднее (Австралия) открылось специальное кафе для собак. Фирменным блюдом здесь стало Pupaccino - печенье в соевом молоке. Кафе мгновенно стало популярным, тем более что находится оно в самом большом городском парке, где собакам разрешено гулять свободно, без поводка. Поэтому я считаю что мировая практика показывает насколько выгодно и популярно такого рода кафе.

Данное кафе — будет единственным местом в городе, где хозяин может по-человечески отдохнуть со своим четвероногим другом. планируется реализовать без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Финансирование будет производиться за счет нераспределенной

прибыли прошлых периодов, всего на спецификацию данного кафе на начальном периоде будет затрачено 57100 руб. При этом предполагается увеличение посетителей на 40%, ожидаемая чистая прибыль от увеличения клиентов составит 300 тысяч рублей за 6 мес, т.е. проект полностью окупит себя через 2,5 месяц.

Для организации производства требуется приобрести:

- технологическое оборудование (подставки под миски для собак с разным ростом, миски для собак, отдельное оборудование для хранения еды для собак и её разделки;
- мебель;
- произвести небольшой ремонт помещения направленный на акцентирование внимания на специфику кафе, улучшение интерьера.

Площадку планируется взять на правах долгосрочной аренды.

- Агрессивная реклама
- покупка специального корма для собак

Основные требования к персоналу - наличие необходимой профессиональной квалификации. Общее количество создаваемых рабочих мест, включая руководителя - владельца свидетельства на частную предпринимательскую деятельность - 10 человек.

Целями настоящего бизнес плана является:

- 1) создание специализированного летнего кафе на базе уже существующего кафе, для людей со средним уровнем дохода и для их собак, в парковой зоне;
- 2) максимально возможная прибыль;
- 3) введение нового сервиса для животных;

Раздел 2. Описание проектируемого кафе

Место расположения кафе

Данное кафе будет располагаться на территории Парка «Юность», будет переоборудоваться летнее кафе «Деком», юридический адрес ул. Озерная 12. Это место выбрано в связи с тем что там очень большая парковая зона, а также через дорогу тоже большая территория прилегающая к озеру, где очень много людей выгуливают своих собак и не только с близлежащих домов, но и специально приезжают туда, так как очень много места для прогулки с животными и свежий воздух.

Режим работы фирмы

Работу предприятия предполагается осуществить по следующему графику: с 9:00 до 23:00 без перерывов и выходных. Кафе является сезонным и работает с апреля по сентябрь месяц включительно.

Для упрощения расчетов предполагаемый ассортимент сформирован в группы по типу продуктов, цены и себестоимость усреднены. Упрощённое меню приведено в таблице 1. Объемы сбыта продукции в количественном выражении приведены в таблице 2. Таким образом мы видим что уже в первый месяц общая выручка составит 110820 руб из неё 24170 руб это выручка от еды для собак, во второй месяц 24500 руб, и в третий месяц 26790 руб и мы уже в третий месяц сможем покрыть расходы на переориентацию летнего кафе от продажи ед для собак, а в общем кафе покроет расходы на переориентацию уже в первый месяц и получить прибыль.

Таблица 2. Меню

Наименование продукта 1	Ед. изм. 2	Цена руб 3
Кофе	чашка	12
Мороженное	порция	35
Коктейли	250г	40
Пирожное	шт.	40
Бутерброды	шт.	15
Горячие блюда	порция	75
1	2	3
Десертные блюда	порция	50
Спиртные напитки	50 гр	80
Пиво	бутылка	35
Окорока гриль	порция	45
Салаты	порция	25
Шампанское	50 гр	50
Раздел для собак:		
Пирожное для собак	Шт.	20
Сахарные косточки	Порция	25
Pedi Gri	порция	30
Рыбное блюдо	порция	30
Молочный коктейль	300 гр	20

Будут оборудованы рядом со столиком для хозяина животного, места для приёма пищи собак, со специальными подставками для мисок в зависимости от высоты собаки. Также рядом со столиком буде находиться специальный коврик для собаки где она сможет отдохнуть после приёма пищи и подождать пока её хозяин покушает.

Вход с собаками не дрессированными и агрессивными строго воспрещен, в случае если собака поведёт себя агрессивно по отношению к другим собакам или людям, хозяин будет оштрафован на 500 руб. Мисочка с водой будет подаваться бесплатно, если хозяином будет осуществлён любой заказ.

Таблица 2. Физический объем сбыта

Наименование	03/2005	04/2005	05/2005	06/2005	07/2005	08/2005	09/2005
Кофе	0	5400	4500	6400	6200	5000	4800
Мороженное	0	21000	25000	30000	29000	27500	22000
Коктейли	0	4000	3800	4200	3750	3400	2750
Пирожное	0	4300	4100	5000	4200	4700	4200
Бутерброды	0	5000	4500	5100	4900	4400	4220
Горячие блюда	0	4400	4300	5000	4300	4200	4000
Десертные блюда	0	4200	4100	4800	4650	4000	3900
Спиртные напитки	0	11000	10500	16000	12000	13000	10000
Пиво	0	21000	22500	29000	27000	25400	21000
Окорока гриль	0	2700	2500	3800	3500	2400	2000
Салаты	0	2150	2000	2700	2500	2400	2150
Шампанское	0	1500	1200	2500	1300	1450	900
Раздел для собак:							
Пирожное для собак	0	3000	3500	4000	3000	3500	2900
Сахарные косточки	0	7500	7650	8500	8000	7600	7300
Pedi Gri	0	7000	6800	7200	6700	6750	6500
Рыбное блюдо	0	4870	4550	4390	4000	3900	3200
Молочный коктейль	0	1800	2000	2700	2400	2600	2000
ИТОГО	0	110820	113500	141290	127400	122200	103820

Раздел 3. Оценка рынка сбыта.

На сегодняшний день проблема общественного питания вместе с собаками достаточно актуальна, ведь во всем мире широко используется данная практика, и так как Калининград ближе всего к Европе, то данное кафе будет являться символом преемственности европейских традиций и культуры в нашем городе. Особенно остро эта проблема ощущается в месте предполагаемого размещения специализированного летнего кафе. В этом районе расположена большая парковая зона, которая прекрасна подходит для выгула своих питомцев и в тоже время когда хозяин или его собака хотят перекусить то сделать это можно только привязав своего любимца где-нибудь и купив в летнем кафе «Деком» бутерброд, жевать его на ходу.

Существует на сегодняшний день в этом районе только одно предприятия общественного питания, это ресторан «Причал», а также палатка с продуктами питания. И соответственно в ресторан с собакой не пустят, а в палатке также можно купить шоколадку и съесть её на ходу, что опять же не доставляет никакого удобства ни хозяину ни собаке.

В нашем городе помимо Парка «Юность» существует ещё много мест где можно прогуляться с собакой, но ни одно из них не оборудовано, для совместного отдыха с собакой и принятия пищи. Таким образом конкуренты как таковые у данного кафе отсутствуют. В нашем городе существует 2 группы предприятий общественного питания:

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 300 рублей и выше), то есть они ориентированы на людей с высоким уровнем дохода.

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

1. дорогие фирменные закусочные и бары, которые отличаются

высоким качеством обслуживания и достаточно высокими близкими к крупным предприятиям общественного питания ценами.

2. небольшие закусочные, которые предлагают хотя и дешевую, но не всегда качественную продукцию.

Общей отличительной чертой является ограниченный ассортимент выпускаемой продукции, что вызвано небольшими размерами занимаемых им помещений.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что действующие в городе предприятия общественного питания не могут в полной мере удовлетворить существующий на данном рынке спрос и существует реальная потребность в летнем специализированном 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 Калининграде.

В рабочие дни основными потребителями будут люди, проживающие в близ лежащих зданиях, а также студенты и школьники, а в вечернее время и выходные дни - люди приезжающие из других районов для культурного отдыха со своими любимцами.

Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода.

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

Раздел 4. План маркетинга

На первоначальном этапе возможно проведение небольших рекламных мероприятий направленных на информирование потенциальных клиентов об открытии нового кафе быстрого обслуживания в этом районе. Основное требование к этим мероприятиям - целевое направление и агрессивность рекламы . Этого можно достичь путем размещения рекламных объявлений на радио и телевидении. Три раза в день в течении апреля будет небольшой рекламный ролик на «Love радио», которое самое популярное на данный момент в нашем городе. И 3 раза в день с 18 до 22 будет показываться небольшой рекламный ролик на телеканале «Каскад», в течении апреля месяца. Размещение подобной рекламы в газетах, как показывает опыт, малоэффективно, так как такая реклама не направлена на конечного потребителя и может оказаться не замеченной среди других рекламных объявлений. Также мы планируем разместить нашу рекламу на щите который будет находиться рядом с основным входом в парк «Юность»,

Изюминкой кафе будет то, что форма официантов будет включать ушки и хвостик как у собак.

Дизайн будет также направлен на специализацию кафе, на крыше будет размещена большое изображение собаки, а на барной стойке будут изображены играющие щенки.

Лучшая реклама для подобного рода заведений — это довольный клиент. Есть такое негласное правило «4/8». Недовольный гость уведет, так или иначе, восьмерых потенциальных клиентов, потому что негативные эмоции чаще выплескиваются, чем позитивные. А довольный клиент приведет только четырех. Поэтому главное для хорошего продвижения на рынке — делать все, чтобы гости всегда уходили в хорошем настроении и всегда возвращались снова Визитные карточки

тоже являются рекламой, они всегда должны быть вложены в папку для чека.

Также каждое воскресенье будет проводиться конкурс среди собак на знание команд, призом буду карточки скидок постоянного клиента на 20%. С целью улучшения качества обслуживания и, как следствие, привлечения большего числа клиентов будут проводится опросы. Будет раздаваться опросный лист «Комментарии гостя», где люди оставляют свои отзывы, *пишут* о том, что нравится или не нравится в *кафе*, например, качество блюд, атмосфера, музыка и так далее.

Таблица 3. Затраты на рекламу

РЕКЛАМА	апрель 2005г
1. Радиореклама	4 500
2. Телевидение	7 500
3. Рекламный щит	6 000
4. Наружная реклама	2 000
ИТОГО	20 000

В связи с тем, что данное кафе будет единственным в городе специализированным кафе для любителей собак, то широкая реклама не нужна, нужна только реклама информационная в первый месяц работы кафе. Расположенный рядом ресторан «Причал», пользуется очень большим спросом, а единственная реклама у него это внешнее оформление.

Раздел 5. Производственный план

В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ:

1. закупить необходимое дополнительное кухонное оборудование;
2. произвести переоформление и дооборудование помещения;
3. закупить мебель;
4. получить разрешения на обслуживание собак.
5. закупить продовольствие
6. реклама

Порядок, длительность и стоимость этапов отражены в календарном плане.

Таблица 4 Календарный план

№	Наименование этапа	Длительность (дней)	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа (руб.)
1	2	3	4	5	6
1.	Покупка холодильника	1	28.03.05	28.03.05	9 000
2.	Покупка оборудования кухонного дополнительного	7	20.03.05	27.03.05	3 000
3.	Покупка мебели	7	20.03.05	27.03.05	9 000
1	2	3	4	5	6
4.	Отделка помещения	15	13.03.05	28.03.05	14 300

	я				
5.	Получение разрешений	7	05.03.05	12.03.05	
6.	Закупка еды для собак	3	30.03.05	03.04.05	1 800
7.	Реклама	31	01.04.05	31.04.05	20 000
	Итого				57100

Общие издержки

В процессе работы кафе «Деком» запланированы следующие ежемесячные постоянные издержки.

Таблица 5. Производство

Наименование	тыс. руб.	Выплат ы	В течение...
Налоговые платежи	3	ежемес.	всего проекта
Аренда помещения и коммунальные платежи	29	ежемес.	всего проекта
Транспортные расходы	0.5	ежемес.	с 02 по 09 мес.
Оплата персонала	34,5	ежемес.	с 04 по 09 мес.
Прочие расходы	7,1	ежемес.	с 04 по 09 мес.
Непредвиденные расходы	1	ежемес.	С 03 по 09 мес.
ИТОГО	75,1		

Из этих постоянных издержек увеличиваются только расходы на закупку продовольствия.

К переменным издержкам относятся затраты на спецификацию кафе на начальном периоде и они составят 57 100 руб и на закупку продовольствия за 6 мес 38050 руб, итого 95150 руб. Постоянные издержки за 6 мес составят 450,6 руб. Для минимизации риска потерь необходимо рассчитать точку безубыточности.

Рассчитаем Валовую прибыль за 6 мес:

$$Пв = В - Из$$

Где В- выручка за 6 месяцев, Из- затраты за 6 месяцев постоянные и переменные

$$Пв = 719030 - 450600 - 95150 = 173280$$

Рассчитаем прибыль от реализации еды для собак:

$$П = Вс - Из$$

Где Вс- выручка от реализации еды для собак за 6 мес, Из- затраты на спецификацию кафе за 6 мес и закупку продовольствия для собак

$$П = 145810 - 66100 = 79710$$

Рассчитаем долю валовой прибыли:

$$Пвд = О / Пв$$

Где О- объём реализации

$$Пвд = 719030 / 173280 = 4,149$$

Рассчитаем точку безубыточности или Критический объём реализации

$$Кор = Изп / Пвд$$

Гед Изп – постоянные издержки

$$\text{Кор} = 450600/4,149 = 108604,48$$

Критический объём реализации представляет собой уровень выручки, которой нужно покрывать общие затраты деятельности предприятия. Другими словами в этой точке достигается равновесие : если реализация больше этого уровня то чистая прибыль, если меньше то чистый убыток.

Рассматривая реализацию за период с мая по август мы получаем чистую прибыль в сентябре уже наблюдается чистый убыток на 4784 руб.

Рассчитаем Рентабельность

$$P = \text{Пв} / \text{В}$$

$$P = 173280 / 719030 * 100\% = 24,09$$

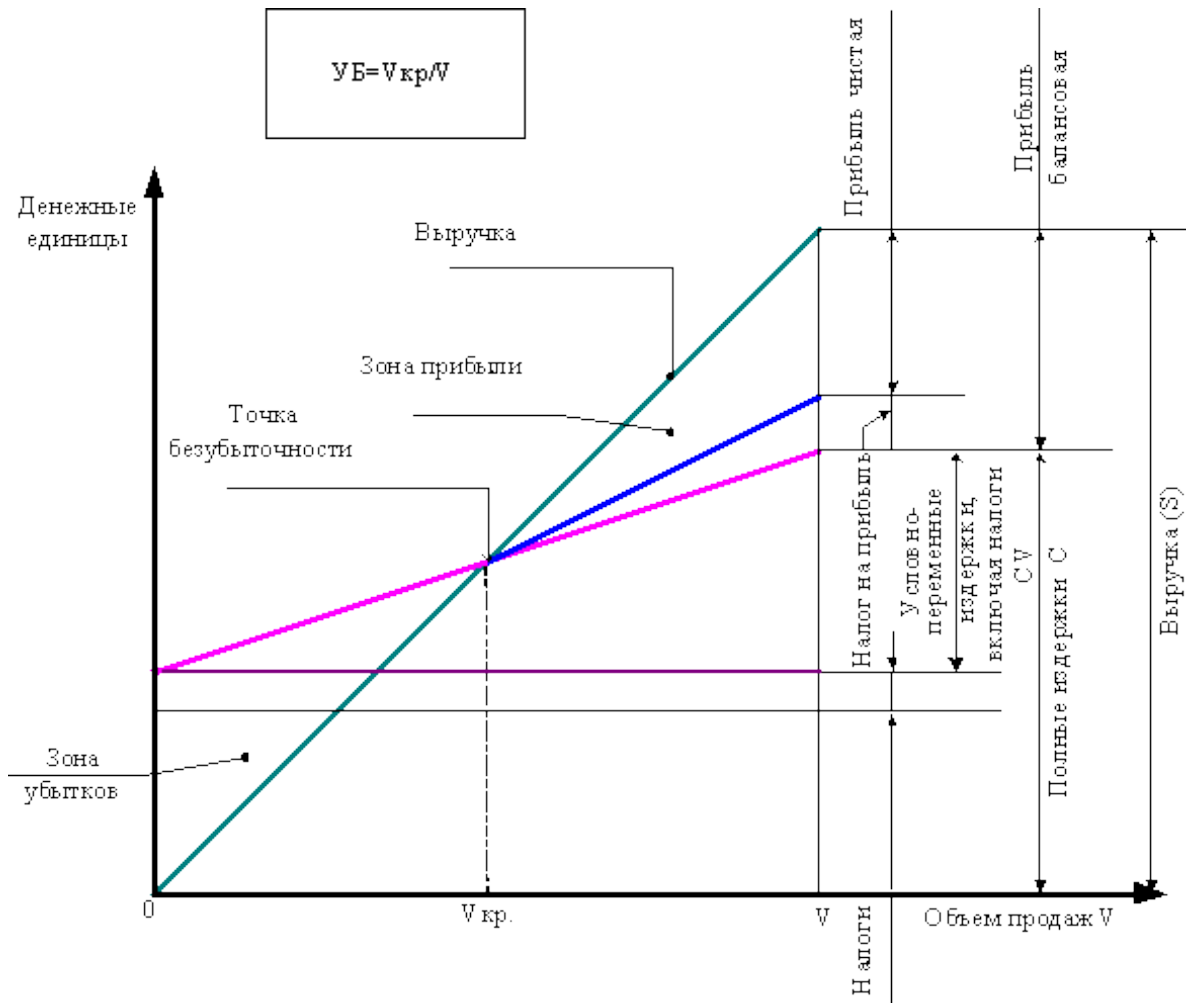
Это говорит о том что предприятие работает выгодно с хорошим уровнем рентабельности.

Рассчитаем срок окупаемости

$$\text{Ок} = \text{Кп} / \text{П}$$

Где Кп- капитальные вложения

$$\text{Ок} = 57100 / 173280 = 0,329$$



Раздел 6. Организационный план

Для обеспечения производственного процесса предусмотрено следующее штатное расписание.

Таблица 6. Штатное расписание

Должность	Кол.(чел)	З/пл тыс.руб.	Выплаты	Период
Директор	1	5	ежемес.	04 по 09 мес.
Повар	2	7	ежемес.	04 по 09 мес.
Уборщица	1	1,5	ежемес.	04 по 09 мес.
Официант	2	6	ежемес.	04 по 09 мес.
Охранник	2	7	ежемес.	04 по 09 мес.
Бармен	2	8	ежемес.	04 по 09 мес.

Итого расход на з/пл в месяц составит 34 500 руб, при специализации кафе дополнительных затрат на персонал не требуется. Необходимо только будет поварам изучить особенности меню для собак.

Весь персонал уже набран и работает в кафе «Деком», к работникам кафе предъявляются следующие требования:

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.

Раздел 7. Финансовый план

Для финансовых расчетов были приняты следующие исходные данные:

Дата начала проекта: 05.03.2005

Продолжительность: 7 мес.

Основная валюта проекта: тыс. руб.

Отчет о прибылях и убытка

Таблица 7. Отчет о прибылях и убытках (руб.)

Наименование статьи	05.03. 2005	01.04. 2005	01.05. 2005	01.06. 2005	01.07. 2005	01.08. 2005	01.09. 2005
1	2	3	4	5	6	7	8
Валовой объем продаж	0	110820	113500	141290	127400	122200	103820
Потери и налоги с продаж	0	0	0	0	0	0	
Чистый объем продаж	0	110820	113500	141290	127400	122200	103820
Сырье и материалы	21000	5300	7100	7400	7250	7000	4000
Комплектующие изделия	0	0	0	0	0	0	0
Сдельная заработная плата	0	0	0	0	0	0	0
Другие прямые издержки	34300	0	0	0	0	0	0
Суммарные прямые издержки	55300	5300	7100	7400	7250	7000	6900
1	2	3	4	5	6	7	8
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	-55300	105520	106400	133890	120150	115200	99820
Налоги с дохода и на	0	0	0	0	0	0	0

активы							
Оперативные	29000	74800	74400	74100	74250	75000	74000
издержки							
Торговые издержки	0	0	0	0	0	0	0
Административные	0	0	0	0	0	0	0
издержки							
Суммарные	29000	74800	74400	74100	74250	75000	74000
постоянные издержки							
Амортизация	0	0	0	0	0	0	0
Проценты по	0	0	0	0	0	0	0
кредитам							
Суммарные	0	0	0	0	0	0	0
калькуляционные							
издержки							
Другие доходы	0	0	0	0	0	0	0
Другие затраты	0	0	0	0	0	0	0
ПРИБЫЛЬ ДО	-86100	30720	32000	59790	45900	40200	25820
ВЫПЛАТЫ							
НАЛОГА							
Налог на прибыль	0	0	0	0	0	0	0
ЧИСТАЯ	-86100	30720	32000	59790	45900	40200	25820
ПРИБЫЛЬ							

Отчет о движении денежных средств

Таблица 8. Отчет о движении денежных средств (руб.)

Наименование статьи	03/20	04/200	05/200	06/200	07/200	08/200	09/200
	05	5	5	5	5	5	5
1	2	3	4	5	6	7	8
Поступления от	0	110820	113500	141290	127400	122200	103820
сбыта							
продукции/услуг							
Прямые	1800	5300	7100	7400	7250	7000	6900

производственные издержки							
Затраты на сдельную заработную плату	0	0	0	0	0	0	0
Поступления от других видов деятельности	0	0	0	0	0	0	0
Выплаты на другие виды деятельности	0	0	0	0	0	0	0
Общие (постоянные) издержки	29000	74800	74400	74100	74250	75000	74000
Налоги	0	2900	2920	2940	2960	2980	3000
Кэш-фло от оперативной деятельности	- 30800	27820	29130	56790	42920	37200	19930
Затраты на приобретение активов	21000	0	0	0	0	0	0
Другие издержки подготовительного пер.	34300	0	0	0	0	0	0
1	2	3	4	5	6	7	8
Поступления от реализации активов	0	0	0	0	0	0	0
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	- 55300	0	0	0	0	0	0
Собственный (акционерный) капитал	0	0	0	0	0	0	0
Займы	0	0	0	0	0	0	0
Выплаты в погашение займов	0	0	0	0	0	0	0
Выплаты % по	0	0	0	0	0	0	0

займам							
Банковские вклады	0	0	0	0	0	0	0
Доходы по банковским вкладам	0	0	0	0	0	0	0
Выплаты дивидендов	0	0	0	0	0	0	0
Кэш-фло от финансовой деятельности	0	0	0	0	0	0	0
Баланс наличности на начало периода	57100	-29000	-1180	27950	84740	127760	164860
Баланс наличности на конец периода	- 29000	-1180	27950	84740	127760	164860	184790

Баланс

Таблица 9. Баланс (руб.)

Наименование статьи	03/200	04/200	05/200	06/200	07/200	08/200	09/200
	5	5	5	5	5	5	5
1	2	3	4	5	6	7	8
Средства на счете Счета к получению	-29000	-1180	27950	84740	127760	164860	184790
Товарно- материальные запасы	0	0	0	0	0	0	0
Предоплаченные расходы	0	0	0	0	0	0	0
Ценные бумаги	0	0	0	0	0	0	0
Суммарные текущие активы	-29000	-1180	27950	84740	127760	164860	184790
Земля	0	0	0	0	0	0	0
Здания и сооружения	0	0	0	0	0	0	0
Оборудование	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
Другие активы	57100	0	0	0	0	0	
Незавершенное пр- во (инвестиции)	1800	5300	7100	7400	7250	7000	6900

СУММАРНЫЙ АКТИВ	79800	54120	85050	142140	185010	221860	241690
Отсроченные налоговые платежи	2900	2920	2940	2960	2980	3000	3020
Счета к оплате	19000	29000	29000	29000	29000	29000	29000
Краткосрочные кредиты	0	0	0	0	0	0	0
Полученные авансы	0	0	0	0	0	0	0
1	2	3	4	5	6	7	8
Суммарные краткосрочные обязательства	800	6400	7180	7900	8150	8580	9200
Долгосрочные займы	0	0	0	0	0	0	0
Акционерный капитал	0	0	0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль	57100	15800	45930	102280	144880	181280	200470
Суммарный собственный капитал	57100	15800	45930	102280	144880	181280	200470
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	22800	54120	85050	14240	185010	221860	241690

Рассчитаем коэффициент финансовой устойчивости на сентябрь месяц

$$K_{\text{фу}} = M / K + З$$

Где М- собственные средства, К- кредиты и займы, З – кредиторская задолженность и другие пассивы

$$K_{\text{фу}} = 184790 / 38200 = 4,8$$

Это показывает что на конец периода кафе обладает достаточными запасами собственных средств и относительно независит от внешних финансовых источников.

Рассчитаем коэффициент абсолютной ликвидности на сентябрь месяц,

показывает какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена немедленно

$$\text{Кал} = \text{Д}/\text{Та}$$

Где, Д- денежные средства, Та- текущие активы

$$\text{Кал} = 184790/38200 = 4,8$$

Это показывает что предприятие платёжеспособно

Начисленные налоги

В процессе работы кафе планируются следующие налоговые платежи (за исключением налогов уплачиваемых по упрощенной системе, которые отражены в разделе постоянных затрат).

Таблица 10. Начисленные налоги (руб.)

Наименование статьи	03/200	04/200	05/200	06/200	07/200	08/200	09/200
	5	5	5	5	5	5	5
Налог с дохода и на активы	0	0	0	0	0	0	0
Налог с оборота	0	0	0	0	0	0	0
НДС	0	0	0	0	0	0	0
Налоги на зарплату и др.	0	2900	2920	2940	2960	2980	3000
ВСЕГО	0	2900	2920	2940	2960	2980	3000

Раздел 8. Оценка влияния макро и микросреды

Таблица 11. Факторы микросреды, влияющие на функционирование кафе.

<i>Положительные факторы</i>	<i>Отрицательные факторы</i>
1. Стабильность поставок продовольствия	1. Нестабильность поставок продовольствия
2. Бесперебойность работы предприятия	2. Забастовка рабочих кафе
3. Приобретение новых клиентов	3. Потеря существующих клиентов
4. клиенты удовлетворены качеством обслуживания	4. Неудовлетворённость качеством обслуживания
5. Положительное отношение контактной аудитории	5. Плохое отношение контактной аудитории

Уменьшить отрицательное влияние вышеперечисленных факторов можно следующим образом;

1. Создать продовольственные запасы,
Привлечь новых клиентов;
2. Постоянно контролировать настроение рабочих,
Свести к минимуму вероятность забастовок;
3. Постоянный поиск новых связей, но нужно учитывать, что всё - таки более надёжные это старые, проверенные связи;
4. Постоянный контроль за качеством продукции;

Таблица 12. Факторы макросреды, влияющие на функционирование кафе

Положительные факторы	Отрицательные факторы
1. Принятие законов, предусматривающих льготы для производителей продовольствия	1. Принятие законов, ущемляющих права производителей продовольствия
2. Наличие тенденции увеличения домашних животных	2. Наличие тенденции уменьшения домашних животных
3. Спад инфляции	3. Рост инфляции
4. Дешевизна энергии	4. Дорожание энергии (эл., тепл.)
5. Повышение общего уровня покупательной способности	5. Снижение общего уровня покупательной способности

При отрицательном влиянии факторов макросреды мы практически не можем ничего поделать. Если наличие каких - либо отрицательных факторов существует постоянно можно сменить вид деятельности.

Раздел 9. Направленность и эффективность проекта

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

Так рентабельность продаж составляет 24,09 %. Высокий уровень прироста собственного капитала говорит о высокой оборачиваемости средств.

В результате расчетов получены **следующие интегральные показатели эффективности проекта:**

- **Срок окупаемости:** = 3 мес.
- **Прибыль валовая общая за 6 мес** = 173280 руб
- **Прибыль валовая от реализации еды для собак** = 79710 руб
- **Реализация в месяц должна быть 108604,48** , а у данного кафе реализация в первый месяц превысила норму на 2000 руб, во второй на 5000 руб, в третий на 39000 руб, на четвертый на 19000 руб, в пятый на 14000 руб и лишь в последний месяц работы, убыток 3000 руб.
- **Коэффициент абсолютной ликвидности и коэффициент финансовой устойчивости равен 4,8, что тоже свидетельствует о платежеспособности предприятия.**

Проведенный анализ рынка говорит о том, что сегмент на который ориентирована деятельность создаваемого кафе, на сегодняшний день, городе свободен, что позволяет рассчитывать на то, что создаваемое предприятие будет пользоваться устойчивым спросом, с тенденцией роста по мере развития деятельности и расширения номенклатуры оказываемых услуг.

Заключение

В данной работе был рассмотрен пример бизнес плана специализированного кафе «Деком» для любителей животных. Были представлены динамические (корпоративные) **иммитационные модели**, позволяющие рассчитать проект с учетом множества факторов. Эти модели отразили реальную деятельность предприятия через описание денежных потоков (поступлений и выплат) как событий, происходящих в различные периоды времени.

Принимая во внимание, что в процессе расчетов использовались такие труднопрогнозируемые факторы, как: **показатели инфляции**, **планируемые объемы сбыта**, **себестоимость** и многие другие, для разработки стратегического плана и анализа эффективности проекта применялся **сценарный подход**. Сценарный подход подразумевает проведение альтернативных расчетов с данными, соответствующими различным вариантам развития проекта.

Использование имитационных моделей в процессе разработки и **анализа эффективности проекта** является очень сильным и действенным средством убеждения инвестора, позволяющее через наглядное описание чисто управленческого решения (например: снижение цены продукции на 5 %, или поставка сырья и материалов с отсрочкой платежа) практически мгновенно получить **финансовый результат**

Бизнес планирование должно быть в обязательном порядке принято в организации. То есть бизнес-план компании нужен всегда. Трудно представить более полезный документ для сбалансированного развития бизнеса. При этом совсем не обязательно составлять многостраничный документ, которым никто не будет пользоваться. Например финансовая

часть можно построить как совокупность блоков-"черных ящиков". Бизнес-план должен иметь четкую практическую направленность и служить, прежде всего основным документом, регламентирующим повседневную деятельность компании.

Бизнес-план также важный управленческий инструмент. Прогнозы продаж, маркетинговых расходов, административных затрат и др. ресурсных потоков в максимально удобной для управленческих запросов форме балансируются и сводятся воедино.

Единственным фактором, влияющим на процесс создания бизнес-плана, должна стать коммерческая целесообразность. Если компания не готова разделить в подробностях сопутствующие проекту и не сопутствующие затраты, не стоит для этого нанимать дорогих аудиторов. Достаточно в финансовую часть включить эти затраты крупным блоком. Если развитие Бизнес Проекта рассчитано на запуск через, скажем год-полтора, не стоит разрабатывать подробную рекламную кампанию, имеет смысл ограничиться

В бизнес-план надо включать самый пессимистический прогноз: как развития рынка, так и собственных доходов. Желательно также ввести поправочный коэффициент в 30-50%, прибавив его ко времени реализации проекта и отняв от доходов, заложенных в пессимистический прогноз.

В рыночной экономике фирма не сможет добиться стабильного успеха, если не будет четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Таким образом, бизнес-план является не только внутренним документом фирмы, но и может быть использован для привлечения инвесторов.

Перед тем как рискнуть некоторым капиталом, инвесторы должны быть

уверены в тщательности проработки проекта и осведомлены о его эффективности. Предполагается, что бизнес-план хорошо подготовлен и изложен для восприятия потенциальных инвесторов.

Бизнес-план специальный инструмент, который используется в современной рыночной экономике независимо от масштабов и сферы деятельности. Успех и в обычной рыночной торговле, и в выходе фирмы с новым продуктом на рынок невозможен без полного и ясного представления о перспективах предпринимаемого дела, без разработки надежных предварительных ориентиров и реального плана действий. Бизнес – план позволяет очертить круг проблем, с которыми столкнется фирма при реализации своих целей в изменчивой, неопределенной, конкурентной хозяйственной среде сформировать и обеспечить пути решения этих проблем.