

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт
экономики и управления

Кафедра
«Цифровая экономика»

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль

«Цифровая экономика»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

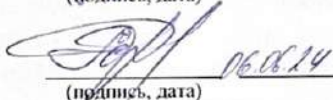
Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

Автор - студент группы 20ЭЭц1


(подпись, дата)

Кулькова Жанна Дмитриевна
(ФИО полностью)

Руководитель к.э.н., доцент


(подпись, дата)

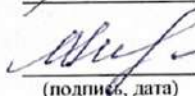
А. Н. Опекунов
(фамилия, инициалы)

Нормоконтролер


(подпись, дата)

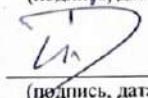
В. А. Толмачева

Консультант


(подпись, дата)

М. С. Чертова
(фамилия, инициалы)

Рецензент


(подпись, дата)

А. П. Захаров
(фамилия, инициалы)

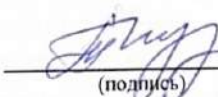
Рецензент


(подпись, дата)

М. С. Чертова
(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 09.06.2024 № 11)

Заведующий кафедрой


(подпись)

О. А. Калачев
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с оценкой отлично (протокол ГЭК от 19.06.2024 № 5)

Секретарь ГЭК


(подпись)

А. А. Скворцова
(фамилия, инициалы)

Пенза, 2024

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра «Цифровая экономика»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Калачев О. А.

06.06.2024г.

ЗАДАНИЕ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ В ФОРМЕ СТАРТАПА

Студент Кулькова Жанна Дмитриевна

Направление подготовки (специальность) 38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль/специализация/магистерская программа) Цифровая экономика

Форма обучения очная

1. Тема: **Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с помощью ресурсов платформы СберБизнес».**

Тема одобрена экспертной комиссией и утверждена приказом ректора от «13» 10 2023 г. № 1349/0

2. Срок представления работы к защите «06» 06 2024 г.

3. Общая часть ВКР:

Подготовка компьютерной презентации бизнес-проекта (стартапа).

4. Индивидуальная часть ВКР:

Исходные данные:

Актуальность исследования. В последние годы кофейная культура стала неотъемлемой частью повседневной жизни многих людей. У некоторых людей кофе превратился в привычку и ежедневный ритуал, без которого некоторые себя уже не представляют, поэтому открытие кофейни является перспективным направлением. Также все больше людей стремятся к здоровому образу жизни и заботе о себе, открывая кофейню с возможностью осознанно подходить к выбору напитков и еды, можно привлечь больше клиентов. Кофейня может стать прекрасным местом для того, чтобы люди могли не только насладиться вкусным напитком, но и провести время в уютной атмосфере. Следуя современным трендам здорового образа жизни и учитывая потребности и предпочтения потребителей, можно создать уникальное место, так как с подобной концепцией заведений в сфере общественного питания в городе Пенза нет.

Научная новизна. В наше время, когда активно развивается технологический прогресс и люди все больше ориентируются на здоровый образ жизни, открытие кофейни в городе Пенза, где можно сделать заказ через приложение и осознанно выбрать напиток с учетом его калорий, становится особенно актуальным. С каждым днем все больше людей обращают внимание на то, что они употребляют в пищу, и стремятся контролировать свое питание. Именно поэтому возможность выбирать напиток с учетом его калорий в кофейне в городе Пенза позволит клиентам быть более информированными и заботливыми по отношению к своему здоровью. Благодаря приложению, клиенты могут сделать заказ заранее, просмотреть подробное описание каждого напитка, выбрать оптимальный вариант согласно своим диетическим и вкусовым предпочтениям и получить свой заказ. Такое удобство и возможность выбора являются не только приятным дополнением, но и важной составляющей заботы о здоровье и поддержании баланса в рационе. Поэтому открытие такой кофейни в городе Пенза является актуальным и востребованным среди жителей, которые ценят свое время, комфорт и заботятся о своем здоровье.

Цель работы. Создание стартап-проекта в сфере общественного питания, специализирующегося на продаже кофе и кофейных напитков, а также изучение актуальности открытия кофейен в современных условиях на основе трендов и перспектив развития кофейной индустрии, статистики потребления кофе и факторов, влияющих на рынок.

Содержание пояснительной записки ВКР (по разделам):

1 Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию сети кофейен

1.1 Структура бизнес-плана, используемая в России

1.2 Показатели эффективности бизнес-плана и методы их оценки

1.3 Анализ рынка кофейен в России

2 Разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»

2.1 Описание концепции кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»

2.2 Анализ конкурентов кофейни с помощью сервиса аналитики

2.3 Производственный и финансовый план кофейни «Green Coffee House»

3 Обоснование экономической эффективности открытия кофейни «Green Coffee House»

3.1 Обоснование выбора кредитной программы в ПАО «Сбербанк России» с целью финансирования бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» и возможности платформы СберБизнес для открытия нового бизнеса

3.2 Анализ экономической эффективности и оценка рисков проекта

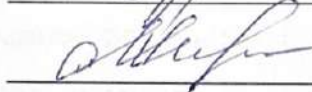
5. Перечень графического материала (если предусмотрено заданием): _____

Руководитель ВКР



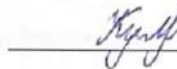
Опекунов А. Н.

Консультант (консультанты)



Гернова М. С.

Задание принял к исполнению

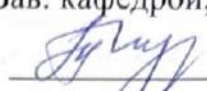


Кулькова Ж. Д.

ФГБОУ ВО «ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт экономики и управления
Кафедра «Цифровая экономика»

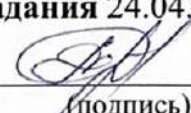
УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

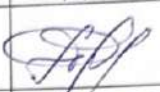
 О.А.Калачев
« 06 » 06 2024 г.

ЗАДАНИЕ
на бакалаврскую работу

Кульковой Жанны Дмитриевны

1. **Тема работы:** Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»
 2. **Срок сдачи студентом законченной работы:** 06.06.2024 года
 3. **Исходные данные к работе:** научная и справочная экономическая литература, данные сети Интернет, официальная статистика.
 4. **Перечень подлежащих разработке вопросов:**
 - Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию сети кофеен
 - Разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»
 - Обоснование экономической эффективности открытия кофейни «Green Coffee House»
 5. **Слайды:** презентация в PowerPoint
 6. **Дата выдачи задания** 24.04.2024 г.
- Руководитель  (подпись) Опекунов А. Н.
- Задание принял к исполнению  Кулькова Ж. Д.
(дата, подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

№№ п/п	Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись, Дата
		начало	конец	
1	Получение задания и разработка плана ВКР	24.04.24	26.04.24	
2	Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию сети кофеен	27.04.24	08.05.24	
3	Разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»	13.05.24	27.05.24	
4	Обоснование экономической эффективности открытия кофейни «Green Coffee House»	28.05.24	01.06.24	
5	Заключение	03.06.24	06.06.24	

Руководитель _____



Опекунов А. Н.

Примечание: Это задание прилагается к законченной работе и вместе с проектом представляется в ГЭК.

Реферат

Бакалаврская работа содержит 103 с., 18 рисунков, 27 таблиц, 44 использованных источников

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, БИЗНЕС-ПЛАН, ФИНАНСИРОВАНИЕ, КОФЕЙНЯ

Объект исследования – бизнес-план проекта по созданию кофейни.

Предмет исследования – методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов.

Цель работы – разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес.

В выпускной квалификационной работе были решены следующие задачи: рассмотрена структура бизнес-плана и методы его оценки; осуществлен анализ рынка кофеен в России; разработана концепция кофейни «Green Coffee House»; проанализированы основные конкуренты; подготовлен бизнес-план по созданию кофейни; обоснован выбор кредитной программы в ПАО «Сбербанк»; рассчитаны показатели эффективности бизнес-проекта и оценены его риски.

В ходе выпускной квалификационной работы был проведен анализ теоретических основ разработки бизнес-плана, таких как: понятие, структура и методы оценки эффективности бизнес-плана. Далее была проведена разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House». В заключительной главе была приведена оценка экономической эффективности открытия кофейни.

Содержание

Введение.....	6
Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию сети кофеен.....	8
1.1 Структура бизнес-плана, используемая в России	8
1.2 Показатели эффективности бизнес-плана и методы их оценки	15
1.3 Анализ рынка кофеен в России	21
Глава 2 Разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»	31
2.1 Описание концепции кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»	31
2.2 Анализ конкурентов кофейни с помощью сервиса аналитики	42
2.3 Производственный и финансовый план кофейни «Green Coffee House».....	59
Глава 3 Обоснование экономической эффективности открытия кофейни «Green Coffee House».....	80
3.1 Обоснование выбора кредитной программы в ПАО «Сбербанк России» с целью финансирования бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» и возможности платформы СберБизнес для открытия нового бизнеса.....	80
3.2 Анализ экономической эффективности и оценка рисков проекта	87
Заключение	97
Список использованных источников	99

Введение

Инвестиции в бизнес-проект играют важную роль в развитии экономики. Они способствуют появлению новых предприятий и расширению уже существующих, что приводит к развитию новых товаров и услуг, обеспечению занятости, повышению уровня жизни населения, а также увеличению доходов государства за счет налоговых поступлений. Инвестирование в сектор малого и среднего бизнеса влияет на разнообразие предложения на рынке, что в свою очередь стимулирует конкуренцию и повышает качество товаров и услуг.

Открытие кофейни способствует развитию малого и среднего бизнеса, созданию новых рабочих мест и возможностей для профессионального роста сотрудников. Вместе с тем, развитие кофейни может привести к повышению уровня обслуживания и качества продукции. Кофейня может стать местом как для любителей кофе, так и для различных мероприятий, встреч, что привлечет больше клиентов и поможет создать благоприятную атмосферу для бизнеса. В целом, открытие кофейни может стать источником прибыли, а также стимулом для развития местного предпринимательства и роста экономики.

В условиях ограниченности ресурсов для инвестирования важно выбирать наиболее эффективные проекты. Для принятия обоснованных управленческих решений требуется разработка бизнес-плана, комплексная оценка экономической эффективности и рисков инвестиций.

Актуальность темы данной выпускной квалификационной работы объясняется тем, что кофейная культура стала неотъемлемой частью повседневной жизни для многих, из-за чего кофейни имеют большой спрос среди потребителей. А разработка бизнес-плана позволяет определить цели и стратегию развития кофейни, выявить конкурентное преимущество, оценить риски и возможности, а также привлечь инвестиции для реализации проекта. Создание бизнес-плана является необходимым шагом для успешного старта и развития кофейни.

Целью данной работы является разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес.

Для достижения поставленной цели в работе были поставлены и решены следующие задачи:

1. Рассмотреть структуру бизнес-плана и методы его оценки.
2. Проанализировать рынок кофеен в России.
3. Разработать концепцию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».
4. Проанализировать основных конкурентов кофейни.
5. Подготовить бизнес-план по созданию кофейни «Green Coffee House».
6. Обосновать выбор кредитной программы в ПАО «Сбербанк».
7. Рассчитать показатели эффективности бизнес-проекта и оценить его риски.

Объектом исследования является бизнес-план проекта по созданию кофейни.

Предметом исследования выступают методы оценки экономической эффективности инвестиционного проекта.

Теоретическую и методологическую базу бакалаврской работы составили законодательные и нормативные акты Российской Федерации, труды отечественных экономистов, экономические периодические издания, статистические данные, публикуемые Федеральной службой государственной статистики, а также официальные Интернет-источники.

В качестве инструментария исследования применялись методы статистического, сравнительного, причинно-следственного и логического анализов на основе системного и комплексного подходов к изучению исследуемых проблем.

Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию сети кофеен

1.1 Структура бизнес-плана, используемая в России

В условиях сильной конкуренции на рынке без эффективного планирования развития бизнеса невозможно достичь стабильного успеха. Для этого важно постоянно собирать информацию о своих перспективах и возможностях, состоянии целевых рынках, положении конкурентов и других внешних факторах.

Бизнес-план служит не только для объективной оценки результатов деятельности компании, но и как инструмент для принятия инвестиционных решений, исходя из потребностей рынка. Он включает в себя анализ основных аспектов деятельности предприятия, выявление проблем и определение путей и способов их решения. Так, бизнес-план выступает одновременно в качестве поисковой, научно-исследовательской и проектной работы.

Бизнес-план – это экономически обоснованный фиксированный аналитический документ, который концентрирует в себе весь процесс функционирования бизнеса, демонстрирует реальность планируемого дела, систематически корректируемый и дополняемый. Необходимость внесения корректировок происходит из-за непрерывных изменений внешней и внутренней среды, влияющих факторов, а также колебаний, происходящих в экономике, на рынке товаров и услуг, внутри самой компании [19, с. 17].

Бизнес-план разрабатывается как для внутренних, так и для внешних целей. В большинстве случаев компании начинают создавать бизнес-план, когда нужны дополнительные инвестиции. Однако важно понимать, что это не единственная цель, он составляется не только для внешних целей.

Внешние цели направлены на обоснование необходимости привлечения дополнительных инвестиций или заемных средств, демонстрацию возможностей компании и обращения внимания инвесторов и банка, убеждение

их в эффективности инвестиционного проекта и высоком уровне управления предприятием.

Каждый инвестор хочет оценить выгодность вложения в инвестиционный проект и соотношение предполагаемой отдачи от проекта и рисков, а лучший способ для этого – изучить и проанализировать бизнес-план инвестиционного проекта. Бизнес-план является визитной карточкой проекта, предоставляя ответы на вопросы, стоит ли инвестировать и при каких условиях проект будет эффективным с учетом степени риска для инвестора и возможных допущений разработчиков. Кроме того, грамотное составление бизнес-плана является обязательным условием для получения банковского кредита.

Для полного видения и понимания своего положения компании имеет большое значение составление бизнес-плана и для внутренних целей.

Внутренние цели направлены на планирование, обучение и проверку знаний менеджмента предприятия, понимание рыночной среды и реальных результатов деятельности предприятия. Умение правильно составлять бизнес-план становится неотъемлемым требованием для каждого менеджера, управленца и предпринимателя.

Одно из основных требований к бизнес-плану инвестиционного проекта - его понятность. Он должен быть написан простыми словами, без сложной профессиональной терминологии и элементов украшения. Кроме того, рекомендуется включить в бизнес-план презентацию или графики, чтобы визуально демонстрировать основные аспекты проекта.

Бизнес-план должен быть основан на реальной информации, полученной из доступных источников, и содержать ссылки на документы, исследования, отчеты и выводы экспертов. В нем не должно быть сомнительных и неопределенных допущений и выводов, которые не подтверждены расчетами и экспертными оценками.

Также необходимо предоставить инвестору достоверную информацию о возможных рисках при вложении денежных средств в проект, провести анализ и рассмотреть пути их минимизации [15, с. 71].

После прочтения бизнес-плана должно сформироваться точное представление о проекте. Оглавление и оформление бизнес-плана - важные условия, чтобы привлечь потенциальных инвесторов, необходимо, чтобы они легко могли в нем ориентироваться и быстро понять преимущества и перспективы участия в проекте.

Для разработки бизнес-плана чаще всего используют так называемые международные стандарты бизнес-планирования, которые определяют типичные требования к структуре и содержанию бизнес-планов. Они широко используются различными участниками рынка, как малыми и средними предприятиями, так и крупными международными компаниями.

В настоящее время можно выделить следующие наиболее признанные и влиятельные стандарты бизнес-планирования: UNIDO, Tacis, BFM Group, KPMG, ЕБРР. Стандарт UNIDO основан на поддержке организаций, борющихся за процветание и поддержку индустриального развития развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Tacis создан для новых независимых государств, основанных на UNIDO. BFM Group – инвестиционно-проектная компания. KPMG – предоставляет аудиторские, налоговые и консультационные услуги. ЕБРР – стандарт для поддержки рыночной экономики [27, с. 52].

Большинство предприятий России, разрабатывая бизнес-план, используют структуру соответствующую стандарту UNIDO.

UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) – организация, борющаяся за глобальное процветание, поддерживая индустриальное развитие развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Исходя из стандартов этой организации, в бизнес-плане предусмотрена следующая структура [7, с. 13]:

1. Резюме.
2. Описание отрасли и компании.
3. Описание услуг (товаров).
4. Продажи и маркетинг.

5. План производства.
6. Организационный план.
7. Финансовый план.
8. Оценка эффективности проекта.
9. Гарантии и риски проекта.
10. Приложения.

Назначение первого раздела «Резюме» – дать сжатую информацию о деловом предложении, которая способна привлечь внимание партнеров, инвесторов и побудить их к дальнейшему рассмотрению плана. То есть предоставить полную информацию по проекту. Этот раздел целесообразно включать в план начинающего бизнеса, ориентированного на получение внешнего финансирования.

В разделе «Описание отрасли и компании» предполагается краткое, но содержательное описание основных аспектов деятельности компании. Этот раздел должен дать четкое представление о том, что за компания, какие цели она ставит перед собой, какими продуктами или услугами она занимается, как она позиционируется на рынке, ее возможности и перспективы дальнейшего развития.

В разделе «Описание услуг (товаров)» необходимо подробно описать те виды продукции и услуг, которые компания предлагает потребителям. Важно четко определить, какие потребности решает продукт или услуга, какие преимущества они имеют перед конкурентами, и каким образом будут продвигаться товары или услуги на рынке. Для повышения конкурентоспособности и рентабельности предприятие должно оказывать также дополнительные услуги.

Маркетинговый план является одним из самых сложных разделов, поскольку остальные разделы бизнес-плана в значительной мере зависят от результатов маркетинговых исследований. Рыночные оценки проекта, основанные на исследованиях и анализе, которые проводятся в данном разделе, непосредственно влияют на объем производства и позволяют определить

необходимые инвестиции. В этом разделе рассматриваются следующие аспекты:

- потенциальный объем рынка;
- сегментация рынка;
- профиль потребителя;
- сравнительный анализ конкурентоспособности (учитывая географическое расположение, наличие парковки, уровень обслуживания, ценовую политику, наличие дополнительных услуг);
- виды рекламы и их стоимость;
- стратегия ценообразования.

План производства представляет собой подробное описание необходимых для управления компанией производственных ресурсов, включая здания, мебель, рабочее оборудование и план персонала. Основное внимание в этом разделе уделяется описанию проекта с производственной и технологической точек зрения.

Организационный план состоит из двух аспектов: создание «дорожной карты проекта» и организационной структуры управления проектом. В этом разделе предоставляется информация об объеме необходимых ресурсов, источниках финансирования (собственные, кредитные), о сроках выполнения мероприятий и степень ответственности.

Финансовый план бизнес-плана является конечным результатом и основывается на прогнозе производства и продаж. В данном разделе представлены основные исходные данные, финансовые прогнозы, ключевые финансовые показатели по годам реализации проекта, прогнозная финансовая отчетность и другая информация, которая иллюстрирует и детализирует финансовые расчеты (план финансирования, графики платежей по кредиту и т. д.).

Эффективность бизнес-плана включает оценку значимости проекта, расчет показателей его эффективности, таких как NPV, срок окупаемости, индекс рентабельности и др.

Гарантии и риски инвестиционного проекта включают в себя список профилактических и прогнозных мероприятий, направленных на предотвращение форс-мажорных и прочих негативных факторов. Главное уметь предвидеть заранее все возможные риски, с которыми компания может столкнуться, определить источники этих рисков и вероятность их возникновения, а затем разработать меры по их сокращению и минимизации потерь, которые они могут вызвать.

В приложениях бизнес-плана можно описать все подробности, которые не вошли в основные разделы. Это разгрузит основную часть от лишних таблиц, графиков, документов и т.п.

Для выявления различий между международными стандартами бизнес-планирования был проведен сравнительный анализ их структуры (см. Таблицу 1).

Таблица 1 – Сравнение структуры бизнес-плана по международным стандартам

UNIDO	Tacis	BFM Group	KMPG	ЕБРР
1. Резюме 2. Описание отрасли и компании 3. Описание услуг (товаров) 4. Продажи и маркетинг 5. План производства 6. Организационный план 7. Финансовый план 8. Оценка эффективности проекта 9. Гарантии и риски проекта 10. Приложения	1. Краткое описание 2. Бизнес и его стратегия 3. Рынок и маркетинговая стратегия 4. Производство и эксплуатация 5. Управление и процесс принятия решения 6. Финансы 7. Факторы риска 8. Приложения	1. Меморандум о конфиденциальности 2. Краткое резюме 3. Общие положения 4. Маркетинговый план 5. Организационный план и менеджмент 6. Инвестиционный план 7. Производственный план 8. Финансовый план 9. Оценка рисков проекта 10. Приложения 11. Информация об обеспечении проекта	1. Меморандум о конфиденциальности 2. Резюме 3. Продукция и услуги 4. Анализ рынка и отрасли 5. Целевые рынки 6. Стратегии рекламы и продвижения 7. Управление 8. Финансовый анализ 9. Приложения	1. Меморандум о конфиденциальности 2. Резюме 3. Описание предприятия 4. Характеристика проекта 5. Финансирование 6. Приложения

Исходя из таблицы 1, можно выделить отдельные структурные компоненты бизнес-плана, которые есть почти во всех методических подходах, а именно: резюме; финансовая, организационная и инвестиционная составные части. Данные элементы можно назвать основополагающими. Соответственно, для эффективного составления бизнес-плана, нужно структурировать его в три основных блока: финансовый, маркетинговый и организационный блок.

Так, международные стандарты бизнес-планирования имеют схожую структуру, но одновременно отличаются в некоторых разделах. Отличия заключаются в уровне детализации и широте охвата. Некоторые стандарты более подробны и детально описывают каждый аспект бизнес-плана, в то время как другие сконцентрированы на ключевых областях и предлагают более конкретные рекомендации. Однако, в целом, цель всех стандартов одна - разработка стратегии и плана действий для достижения поставленных целей и успеха на рынке.

Из просмотренных стандартов по составлению бизнес-плана, UNIDO является самым доступным и простым в написании. Большинство стандартов включают в себя разделы характерные UNIDO.

Разработка бизнес-плана включает несколько этапов, которые выполняются последовательно и частично параллельно.

Сначала принимается решение о реализации бизнес-плана и проводится анализ возможностей предприятия. Затем разрабатывается план маркетинга, который включает несколько этапов и служит основой для плана производства. Эти планы, в свою очередь, являются основой для разработки остальных разделов плана, включая финансовый раздел.

Завершающим этапом бизнес-планирования является написание обобщения, которое содержит основные показатели плана. В законченном бизнес-плане резюме находится на первом месте [10, с. 164].

Таким образом, разработка бизнес-плана – это сложный и многогранный процесс, который требует глубокого анализа и охватывает все аспекты деятельности предприятия. Он обеспечивает руководству целостное

представление о бизнесе, позволяет создать основу для успешного его функционирования и обеспечить устойчивое развитие в будущем. Важно помнить, что бизнес-план не является статичным документом, он должен регулярно обновляться и адаптироваться к изменениям внешней и внутренней среды компании.

1.2 Показатели эффективности бизнес-плана и методы их оценки

При разработке бизнес-плана важно не только создать документ, описывающий бизнес-идею, но и учесть показатели, которые помогут оценить эффективность предложенной стратегии. Оценка бизнес-плана осуществляется по разным критериям, рассматривается со стороны его социальной значимости, воздействия на окружающую среду или использования трудовых ресурсов и пр. Однако основное внимание уделяется оценке эффективности бизнес-плана, которая определяется соотношением полученных результатов реализации проекта и затрат ресурсов, вложенных в его реализацию.

В бизнес-плане важную роль играет система показателей, отражающая инвестиционные возможности. Для оценки эффективности проекта и определения рациональности вложения денежных средств необходимо определить соотношение доходов и затрат. Рассматриваются такие ключевые показатели, как рентабельность проекта, срок окупаемости и финансовые риски.

Экономическая оценка эффективности бизнес-планов основывается на следующих принципах [9, с. 468]:

- методологические (анализ результативности проекта, сравнение ситуаций, индивидуальность);
- методические (сфера проекта, анализ специфики, влияние факторов, например, инфляции);
- операционные (оценка эффективности бизнес-плана с применением экономико-математических моделей, выбор наиболее простого метода оценки).

Для оценки эффективности бизнес-плана часто используются статистические и динамические показатели. Их сочетание улучшает результат точности экономического анализа и оценки эффективности бизнес-планов, это помогает принимать правильные управленческие решения.

Статические методы оценки эффективности бизнес-плана – это простые методы, использующиеся в основном на ранних этапах анализа инвестиционного проекта, для быстрой и приблизительной оценки его привлекательности.

Статические методы оценки включают в себя:

- срок окупаемости инвестиций (Payback period, PP);
- коэффициент эффективности инвестиций (Account rate of return, ARR).

Срок окупаемости инвестиций – это ключевой показатель, используемый для оценки финансовой жизнеспособности инвестиционного проекта. Он представляет собой период времени, в течение которого инвестор сможет вернуть вложенный капитал, в результате получения достаточного денежного потока от операционной деятельности, то есть тот отрезок времени, когда доходы от реализации проекта будут равны первоначальным инвестициям.

Срок окупаемости рассчитывается путем суммирования ежегодных поступлений до определения того периода, в котором они превзойдут первоначальные расходы денежных средств. Этот метод основан только на статических данных и не учитывает дисконтирование, инфляцию, амортизационных отчисления, налоговую нагрузку.

Коэффициент эффективности инвестиций является вторым статическим методом оценки инвестиций. Этот метод имеет две особенности, во-первых, он не предполагает дисконтирования прибыли, а во-вторых, доход определяется как чистая прибыль.

Существует несколько методов расчета ARR:

- деление среднегодовой прибыли на среднюю величину инвестиций (в процентах);

– деление среднегодовой прибыли на среднюю величину инвестиций с учетом ликвидационной или остаточной их стоимости [5, с. 29].

Несмотря на то, что статические методы оценки бизнес-плана имеют свои преимущества, они не лишены и недостатков. Основной недостаток заключается в том, что они не учитывают временной фактор, не принимают во внимание изменение стоимости денег во времени. Также они не учитывают риски и неопределенность, связанные с инвестиционными проектами. Это значительно искажает информации о реальной эффективности инвестиций, увеличивая сроки окупаемости и уменьшая коэффициент эффективности.

Динамические методы позволяют провести более полный и точный анализ эффективности инвестиций, так как они характеризуются сложностью и необходимостью использовать большой объем информации. Данные методы особенно эффективны при оценке долгосрочных проектов, которые требуют значительных первоначальных вложений и дополнительных инвестиций в процессе реализации проекта.

Важной составляющей при использовании динамических методов является поиск ставки дисконтирования, которая позволяет приблизить доходы и расходы к реальной стоимости. Дисконтирование – это процесс преобразования будущей стоимости денежных потоков в текущую стоимость. При выборе ставки дисконтирования следует учитывать темпы инфляции, стоимость всех источников средств финансирования и возможные показатели рисков.

Динамические методы оценки инвестиционной привлекательности включают показатели:

- чистая дисконтированная стоимость (NPV – Net Present Value);
- внутренний коэффициент окупаемости (IRR – Internal Rate of Return);
- дисконтированный срок окупаемости (DPP – Discounted Payback Period);
- индекс прибыльности (PI – Profitability Index).

Расчет чистой дисконтированной стоимости (NPV) является важным и наиболее распространенным из данных методов оценки. Этот метод основан на

сравнении величины первоначальных инвестиций с суммой чистых дисконтированных денежных потоков за определенный период времени. Поскольку денежные поступления распределены во времени, их необходимо привести к текущему моменту путем дисконтирования.

Чистая приведенная стоимость рассчитывается по формуле (1):

$$NPV = -IC_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

где NPV – чистая приведенная стоимость; IC_0 – первоначальные инвестиции; t – период; n – количество периодов; CF_t – денежный поток за период t; r – процентная ставка.

Чистая приведенная стоимость показывает, достигли ли инвестиции желаемого объема экономической отдачи за указанный период времени. Если значение NPV положительное, это означает, что инвестиции являются целесообразными, так как в будущем инвестор получит больше средств, чем было вложено. Однако недостатком использования NPV является то, что этот метод не позволяет сравнивать проекты с одинаковым значением чистого денежного потока, но с различными затратами на их реализацию.

Внутренний коэффициент окупаемости или внутренняя норма рентабельности – это ставка дисконтирования, при которой NPV проекта равна нулю. Расчет этого коэффициента нужен для определения максимально допустимого уровня затрат по проекту. Например, если проект финансируется за счет кредита от коммерческого банка, то IRR показывает максимальный уровень банковских процентных ставок, выше которого инвестиционный проект не будет рентабельным.

Расчет внутренней нормы доходности осуществляется методом подбора величины ставки дисконтирования, при которой чистая приведенная стоимость проекта превращается в ноль и определяется по формуле (2):

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - IC, \quad (2)$$

где n – срок окупаемости; t – период времени; CF_t – денежный поток в период t ; IRR – внутренняя норма доходности; IC – первоначальные инвестиционные вложения.

Внутренняя норма доходности представляет собой максимально возможную норму дисконта, при которой проект все еще окупается. Чем выше IRR по сравнению с нормой дисконта, тем большим резервом обладает сам проект, следовательно, тем эффективнее.

Внутренняя норма доходности может служить индикатором уровня риска проекта. Так, если IRR превышает принятый нулевой коэффициент фирмы, то у проекта имеется больший резерв на случай непредвиденных обстоятельств, и ошибки при оценке будущих поступлений не столь критичны.

Кроме того, еще одним важным для оценки инвестиционного проекта показателем является дисконтированный период окупаемости (DPP), представляющий собой продолжительность наименьшего периода, через который произойдет появление чистого дисконтированного дохода. Формула расчета имеет следующий вид (3):

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0, \quad (3)$$

где DPP – дисконтированный срок окупаемости; n – срок окупаемости; t – период; CF – денежные вложения в период t ; r – ставка дисконтирования; I_0 – инвестиции в проект.

Дисконтированный срок окупаемости инвестиции учитывает стоимость денег во времени в отличие от статического метода расчета срока окупаемости. В случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается, что может привести к изменению оценки проекта, и проект, приемлемый по критерию PP , может быть неприемлемым по DPP .

Однако в использовании дисконтированного срока окупаемости инвестиционного проекта имеются недостатки. Во-первых, размер денежных потоков после достижения точки безубыточности не учитывается. Во-вторых,

данный метод может быть искажен при наличии непостоянных денежных потоков с различными знаками. Чем меньше дисконтированный срок окупаемости инвестиций, тем более привлекателен проект с точки зрения его доходности.

Индекс прибыльности (PI) – отношение текущей стоимости притока денежных средств к чистой текущей стоимости оттока денежных средств с учетом первоначальных вложений. Формула расчета индекса прибыльности следующая (4):

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{CF_i}{(1+r)^i}}{CF_0}, \quad (4)$$

где PI – индекс прибыльности; N – срок окупаемости; i – период; CF_i – приведенные доходы на период I; r – ставка дисконтирования; CF_0 – приведенные расходы на период i.

Индекс прибыльности показывает величину дохода на каждый рубль инвестиционных вложений. В случае, если значение PI более единицы, то проект следует принять, а при меньшем значении – отвергнуть. Этот критерий особенно важен при выборе проекта из нескольких, у которых показатели NPV равны, но требования к объему инвестиций различаются [4, с. 1907].

Таким образом, оценка бизнес-плана является логическим завершением всего процесса его разработки, позволяющим определить целесообразность реализации конкретного проекта. При применении статических и динамических методов оценки инвестиционных проектов можно получить достаточно объективную оценку эффективности вложений.

Следует отметить, что нет единого способа точного определения результата и принятия решения, поэтому для достижения наиболее всесторонней оценки бизнес-плана необходимо использовать данные методы оценки в комплексе. Это позволит рассмотреть проект с различных сторон,

выявить его преимущества и недостатки, что обеспечит наиболее полную оценку.

Определение эффективности бизнес-плана необходимо для поиска инвесторов, выбора наиболее подходящего варианта финансирования, разработки прибыльного проекта, определения условий страхования от различных рисков, а также других ситуаций, связанных с устранением неопределенности.

1.3 Анализ рынка кофеен в России

Кофе является излюбленным и модным напитком, популярность которого охватывает весь мир, и российский рынок кофейного бизнеса продолжает активно развиваться. Россияне с удовольствием проводят время в кофейнях, наслаждаясь качественным кофе и приятной атмосферой. Кофе уже давно перестал быть просто напитком и превратился в неотъемлемую часть образа жизни для многих людей.

За последние пять лет популярность кофе значительно выросла, а доступ к кофе стал проще, поскольку открываются все больше заведений, специализирующихся на кофе. А люди начинают обращать внимание на происхождение и качество кофе, интересоваться различными видами зерен и способами обжарки. В кофейнях предлагается широкий выбор напитков и закусок, что делает посещение приятным и удобным.

Сегодня кофе можно купить практически везде: в магазинах, кафе, ресторанах и даже в торговых автоматах. Такая широкая доступность делает кофе доступным для людей из всех слоев общества, способствуя тем самым развитию кофейной культуры во всем мире.

Структура рынка заведений общественного питания в России в 2022 году, выраженная в процентном соотношении, изображена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Доля заведений общественного питания в России [37]

Исходя из рисунка 1, можно сказать, что в структуре заведений общественного питания большую часть занимает сегмент фастфуда (52 %). Кофейни занимают на рынке 8 %. Хотя доля кофеен на рынке общественного питания небольшая, они занимают второе место по темпу прироста после фастфуда, а именно 12 %. В целом, рынок заведений общественного питания растет, за 2022 год он вырос на 7 %.

Так, в последнее время кофейные заведения становятся все более популярными среди потребителей, привлекая своей атмосферой, разнообразием напитков и десертов. Это отрасль, которая продолжает активно развиваться и привлекать новых посетителей своими инновационными подходами и уютной атмосферой.

Согласно исследованию сервиса 2ГИС, на территории Российской Федерации в 2023 году число кофеен в городах-миллионниках насчитывается 15,4 тысяч точек, среди которых есть как крупные специализированные кофейни, так и небольшие кофейни самообслуживания. Это на 10 % больше, чем в предыдущем году [33].

Количество кофеен в крупнейших городах России в 2023 году и темп прироста по сравнению с предыдущим 2022 годом представлено на рисунке 2.

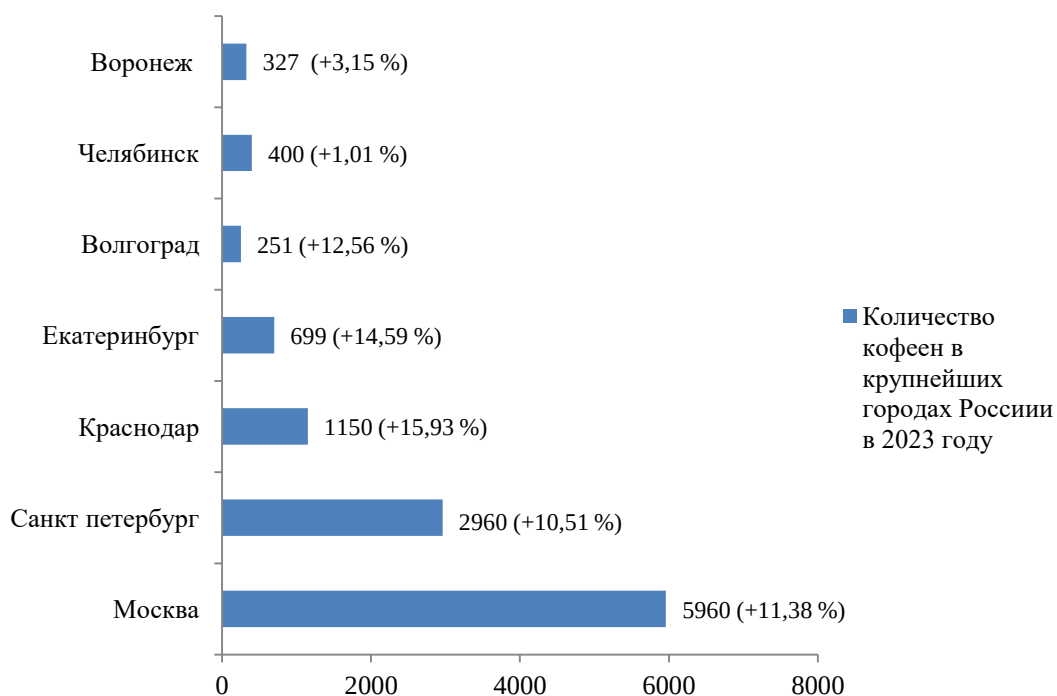


Рисунок 2 – Количество кофеен в крупнейших городах России в 2023 году

Из рисунка 2 видно, что наблюдается стабильный рост числа кофеен в крупнейших городах России. Больше всего кофеен сосредоточено в Москве и Санкт-Петербурге, они занимают 57,92 % от общего числа кофеен. Количество игроков рынка постоянно растет, присутствуют как сетевые проекты, так и отдельные заведения.

В настоящее время из-за роста популярности кофе навынос бизнес начинает ориентироваться на небольшие заведения, что сохраняет динамику открытий новых кофеен в будущем. За 2023 год рынок кофе навынос в России увеличился на 21 % по сравнению с предыдущим. Рейтинг крупнейших игроков на рынке кофе навынос в России по величине получаемой выручке за 2022 год приведен на рисунке 3.

Рейтинг крупнейших игроков рынка кофе навынос* в России

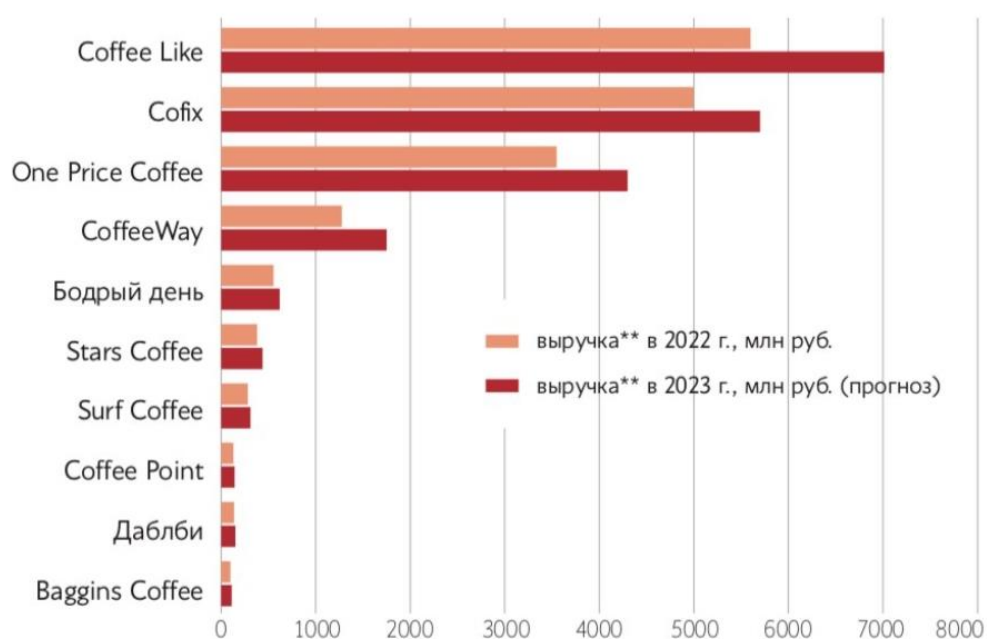


Рисунок 3 – Рейтинг крупнейших игроков на рынке кофе навынос в России

Исходя из рисунка 3, крупнейшие сети кофеен в России – Coffee Like, Cofix, One Price Coffee, которые занимают значительную часть рынка. Из приведенного рейтинга в Пензе представлена сеть Coffee Like, специализирующаяся на формате «кофе с собой».

Если рассматривать объем российского рынка кофейных напитков, то можно отметить стабильный рост на протяжении последних трех лет. В 2021 году объем рынка составил 57 млрд. руб., увеличившись до 85 млрд. руб. в 2022 году. Согласно исследованию «Smart Ranking», темп роста рынка в 2023 году составил 20 %, а общий объем в стоимостном выражении достиг 102,7 млрд. руб. Исследователи прогнозируют, что такая динамика рынка будет сохраняться в течение 3-5 лет [32].

Исходя из представленных данных, можно сказать о целесообразности открытия новой кофейни, однако, учитывая методологию исследования, представленные показатели являются номинальными и не учитывают влияние

инфляции и других макроэкономических факторов. Так, размер инфляции в 2022 году составил 11,94 %, а в 2023 году – 7,42 % [34].

Цена на кофейные зерна, основной ингредиент кофейных напитков, в период с 2019 по 2023 годы выросла на более чем 30 % по ряду причин.

Во-первых, количество кофейных плантаций значительно сократилось во время пандемии covid-19. Кофейные деревья являются многолетними и плодоносят только на третий год. После непродолжительного спада спрос вернулся на допандемийный уровень, что вызвало дефицит кофейных зерен и, как следствие, рост отпускных цен.

Во-вторых, курс доллара, основной валюты расчетов со странами производителями кофейных зерен, значительно вырос в рассматриваемый период времени. Это также повлияло на стоимость кофе.

В-третьих, в связи с введением международных санкций, отпускные цены на кофейную продукцию значительно изменились. Хотя большая часть поставщиков кофейного зерна не вводили санкции против России, некоторые крупные международные перевозчики ввели ограничения, что изменило пути доставки. А, значит, для российских потребителей это повлекло за собой дополнительные расходы. Санкции Европейского союза привели к тому, что одна часть поставщиков кофе полностью прекратила свою деятельность на российском рынке, а другая – повысила цену на продукцию. Кроме того, уход некоторых производителей обжарочного и фасовочного оборудования, а также производителей профессиональных кофемашин с российского рынка стал еще одним дополнительным фактором, ведущим к увеличению затрат на обслуживание оборудования и поиск новых поставщиков. В целом, все эти факторы сказались на общей денежной оценке рынка кофе и кофейных напитков в России [6, с. 25].

Несмотря на вышеперечисленные факторы, российский рынок достаточно быстро адаптировался к введенным ограничениям. По мнению экспертов, реальная динамика рынка составила от 5 % до 10 %. Даже при такой

динамике видно, что рынок обладает достаточной эластичностью, и реализация бизнес-плана по открытию кофейни остается целесообразной.

Рост доли продажи кофейных напитков навынос стал одним из важных трендов развития рынка с 2021 по 2023 годы. Этот рост обусловлен тем, что во время пандемии covid-19 люди стали чаще приобретать напитки с собой из-за введенных ограничений в посещении заведений общественного питания. И хотя пандемия подошла к концу, эта привычка продолжает существовать. Кроме того, исследователи отмечают, что изменение вкусовых предпочтений населения, а именно снижение спроса на растворимый кофе и тренд на готовую еду, также способствовали развитию этой тенденции. Так, спрос на кофе навынос продолжает расти на фоне экономических трудностей, вызванных закрытием границ и уходом с рынка иностранных брендов. А высокий спрос позволяет бизнесу набирать обороты и открывать новые точки. Совокупность перечисленных факторов указывает на гибкость рынка и его готовность принимать новые рыночные концепции.

В настоящее время постоянные изменения вкусов и потребностей потребителей, развитие технологий и самой культуры кофе усложняют конъюктуру данного рынка. Это заставляет многие заведения задаваться вопросом, как им развиваться в будущем. Чтобы дать правильный ответ на этот вопрос, необходимо выделить несколько ключевых изменений и проблем в отрасли:

1. Глобальная цифровизация и развитие социальных сетей повысили осведомленность потребителей о различных продуктах и их характеристиках, а также о самом рынке кофе. Новые знания о кофейных зернах, способах обжарки зерен и приготовлении приводят к значительным изменениям в потребительском спросе. Население, заинтересованное в кофе, ищет на рынке того, кто может предоставить разнообразные услуги и продукты, которые будут удовлетворять все растущие их потребности. Если раньше для успешного функционирования игроки на рынке должны были предложить стандартный качественный напиток и приятную атмосферу для времяпровождения своих

клиентов, то сейчас борьба за покупателя набирает новые обороты. Современных потребителей больше волнует качество используемого зерна и его вкусовые характеристики, способы приготовления и виды напитков. Это предполагает необходимость установления тесного контакта кофейен с их аудиторией и повышение уровня сервиса. Для удовлетворения новых потребностей рынок предлагает новые форматы заведений, такие как монокофейни.

2. Рынок насыщен предложением, не всегда соответствующим основному спросу. В то же время мы наблюдаем значительный рост числа точек продажи кофе навынос, что приводит к снижению доли крупных игроков рынка и сетей полного цикла.

3. Открытая экономика многих стран предоставляет широкие возможности для экспорта и импорта, и кофе здесь не исключение. Например, только за первые 7 месяцев 2023 года импорт кофе в Российскую Федерацию составил 158 тыс. тонн, что на 20 % превышает аналогичный показатель прошлого года. При этом 46 % и 20 % от общего объема поставок кофе из-за рубежа приходится на Вьетнам и Бразилию соответственно. За ними со значительным отставанием следуют Индонезия, Уганда, Индия, Эфиопия, Гондурас, Нидерланды и Колумбия [31].

Поскольку большинство из представленных проблем относятся к макроуровню внешней среды, предприятия могут лишь адаптироваться к ним, но не решать их. Предприятия должны тщательно анализировать рыночную конъюнктуру, политическую обстановку, изменения в законодательстве и другие факторы, которые могут повлиять на их деятельность. Это позволит им быть в курсе последних тенденций и принимать своевременные решения для уменьшения рисков и максимизации выгод.

Основные факторы макросреды изображены на рисунке 4.



Рисунок 4 – Основные факторы макросреды

Из рисунка 4, анализируя взаимосвязь факторов макросреды, можно выделить следующие причинно-следственные связи, которые позволят раскрыть влияние указанных факторов на функционирование и развитие рынка:

- значительное влияние нового поколения, цифровизации и развитие кофейной культуры формируют новые требования и предпочтения у потребителей, что приводит к существенным изменениям в совокупном спросе;

- растущий уровень инфляции заставляет потребителей искать привлекательные предложения, а предприятия – оптимальные ресурсы для эффективного функционирования. Это способствует активному рынку кофейных напитков, где каждый участник старается предложить своим клиентам наиболее выгодные условия;

- отсутствие налоговой пошлины на импорт нежареных кофейных зерен и множество поставщиков со всего мира стимулируют предприятия развивать собственную обжарку и ее реализацию. Такие меры способствуют созданию конкурентоспособной продукции на местном рынке и удовлетворению спроса потребителей;

- новые технологии позволяют предприятиям приобретать оборудование, которое способствует производству высококачественного продукта. Кроме того, это помогает повысить статус фирмы как внутри сообщества, так и в

глазах потребителей. Многие из технологий также способствуют сокращению уровня отходов, что с экологической точки зрения является очень важным.

В целом, российский рынок готовых кофейных напитков насыщен, и внутри него огромная конкуренция. Однако правильный подход открывает огромный потенциал для его развития. Всестороннее изучение состояния и динамики потребительского спроса на продукт, использование полученной информации в процессе разработки и принятия решений, направленных на расширение объема продаж и укрепление позиций на рынке, позволит занять лидирующие позиции в отрасли, особенно в условиях её перенасыщения. А высококачественное кофе и уникальные предложения в кофейных заведениях может стать ключевым фактором успеха на российском рынке кофеен.

Проанализировав последние изменения на рынке и влияющие на них факторы, можно обобщить все вышесказанное и выделить основные тенденции развития кофеен в России:

1. Рост популярности кофеен: с увеличением уровня жизни и изменением потребительских предпочтений россиян наблюдается увеличение спроса на кофе и кофейные напитки. Это приводит к увеличению числа кофеен и их разнообразию.

2. Развитие кофейной культуры: в России наблюдается увеличение интереса к высококачественным сортам кофе, различным методам его приготовления и атмосфере кофеен. Это создает спрос на более уникальные и привлекательные кофейные заведения.

3. Конкуренция сетевых и независимых кофеен: на рынке кофеен в России конкурируют как крупные сети кофеен, так и местные независимые кофейни. Сети могут обладать преимуществами в масштабе, маркетинге и узнаваемости бренда, в то время как независимые кофейни могут предлагать уникальные продукты и более персонализированный сервис.

4. Рост онлайн-продаж и доставки: с развитием цифровых технологий и интернет-торговли кофейни активно внедряют онлайн-сервисы, такие как заказ кофе заранее, доставка кофе на дом или в офис, онлайн-бронирование столиков

и т. д. Это создает дополнительные возможности для кофеен различных форматов, включая как крупные сети, так и независимые кофейни.

5. Тенденции здорового образа жизни: в последние годы наблюдается увеличение интереса к здоровому образу жизни. Многие кофейни начинают предлагать здоровые альтернативы в своем меню, а именно продукты с меньшим содержанием сахара, безглютеновые продукты, растительное молоко для кофе. Это может повлиять повысить спрос на другие виды кофе, например, на холодные напитки, кофе без кофеина и т. д. [43].

Таким образом, рынок кофеен в России динамично развивается, предлагая разнообразные форматы заведений и концепций. Среди россиян с каждым годом растет популярность кофейной культуры, что способствует развитию отрасли. Спрос на продукт может незначительно варьироваться в силу изменения предпочтений или экономической ситуации, однако потребность будет оставаться на должном уровне и в долгосрочной перспективе.

В современном мире, чтобы успешно конкурировать с другими участниками рынка, необходимо непрерывно следить за изменениями в отрасли, анализировать тенденции и новые технологии, а также удовлетворять потребности клиентов с постоянно меняющимися вкусами.

Глава 2 Разработка бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»

2.1 Описание концепции кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе»

В последние несколько лет кофейная индустрия стремительно набирает обороты, активно применяются различные подходы к взаимодействию с посетителями. Кофейни становятся все более популярными, их успех обусловлен простотой концепции, непринужденной атмосферой, дружелюбным персоналом и приятной музыкой. Главная цель – порадовать своих клиентов и вызвать у них желание вступить в диалог и поделиться своими мыслями, создать яркие впечатления от посещения кофейни.

Современные кофейни стремятся совершенствоваться, следуя за новыми трендами, что помогает привлечь и заинтересовать еще больше гостей. Так, одна из последних тенденций – увеличение внимания к здоровому образу жизни. Все больше людей стремятся подходить осознанно к своему питанию, а также начинают понимать, что здоровье напрямую зависит от того, что они едят. А социальные сети и медиа активно это популяризируют, поднимая правильное питание в рейтинге приоритетов для многих людей.

Так, компания X5 Group провела анализ на продукты здорового питания в различных регионах в течение 2023 года, в результате которого был замечен значительный рост спроса на определенные категории здоровых продуктов.

Примерно 15 % ассортимента торговых сетей, принадлежащих X5 Group, составляют «здоровые» продукты, включая органические овощи и фрукты, продукты с низким содержанием сахара, без глютена и другие товары, включенные в список здоровых продуктов ВОЗ. Больше всего увеличился спрос на «здоровую» выпечку без сахара и глютена, рост составил 776 % [41].

Также онлайн-ритейлер Самокат проанализировал спрос на ряд продуктов за 2023 год, анализ показал, что спрос на продукты здорового питания увеличился на 52 %.

Кроме того, по данным сервиса СберСпасибо, увеличился спрос на продукты здорового питания и в предприятиях общественного питания. За первую половину 2023 года на блюда правильного питания в ресторанах, кофейнях и фаст-фудах пользователи использовали 695 млн бонусов «спасибо», годом ранее – 537 миллионов. Люди чаще обращали внимание на здоровые перекусы и свежие овощные салаты.

Сеть продуктовых магазинов «Вкусвилл», специализируемая на органических и натуральных продуктах, также заявила о том, что развитие магазина в 2023 году возросло в пять раз по сравнению с предыдущим годом. Доля онлайн-продаж к концу 2023 года превысила 50 %. Объем оборота службы доставки увеличился на 54 % за прошлый год, достигнув более 139,4 млрд рублей с учетом НДС. Связано как с расширением сети магазинов, так и с изменением поведения потребителей, все больше людей осознают важность правильного питания и заботы о своем здоровье, поэтому выбирают продукцию, которая не содержит вредных добавок [35].

Таким образом, в 2023 году несколько крупных компаний сообщили о росте спроса на правильное питание за последнее время. Этот тренд обусловлен все более осознанным подходом потребителей к своему здоровью и убеждением важности правильного питания для поддержания физического здоровья. Компании активно реагируют на изменения в потребительском поведении, предлагая новые продукты и услуги, соответствующие современным требованиям к здоровому питанию. В целом, наблюдается положительная динамика в секторе здорового питания, что открывает новые возможности для производителей и потребителей.

В данной работе будет рассмотрен проект по созданию сети кофеен «Green Coffee House». Концепция заведения направлена на предоставление клиентам возможности не только насладиться чашкой ароматного кофе, но и позаботиться о своем здоровье. В кофейне будет уделено особое внимание составу и качеству продуктов, предлагаемых посетителям. Меню кофейни

будет включать в себя как классические кофейные напитки, так и низкокалорийные и диетические варианты напитков, закусок и десертов.

Будет разработано мобильный конструктор «Создай сам свой кофе» с возможностью сделать напиток, исходя из своих вкусовых предпочтений, а также ознакомиться с подробной информацией о составе и калорийности продукции, что позволит посетителям делать осознанный выбор. Это сделает процесс заказа более удобным и доступным для покупателей, что в свою очередь повысит уровень обслуживания и удовлетворенности клиентов.

В настоящее время продолжается тенденция роста заказов через мобильные приложения в России [29]. Способы заказа еды в 2022 году представлены на рисунке 5.

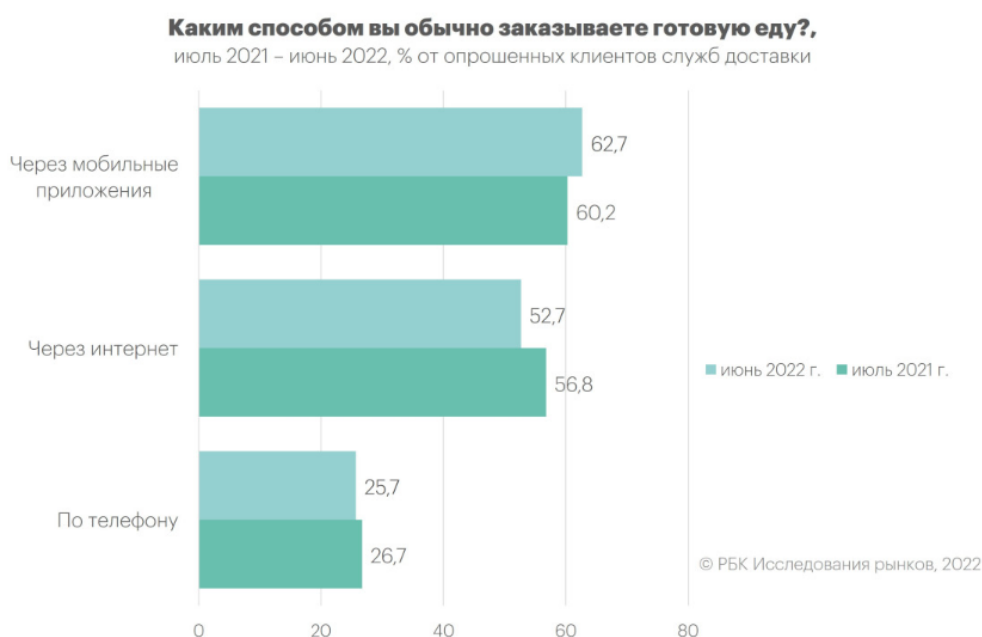


Рисунок 5 – Способы заказа еды

По данным рисунка 5, большинство людей оформляют заказ через приложение – 62,7 %, через интернет – 52,7 %, по телефону меньше всего – 25,7 % опрошенных. Все больше людей предпочитают оформлять заказ через мобильные приложения и все меньше заказывают через интернет или по телефону.

Исходя из приведенных исследований, открытие кофейни «Green Coffee House» в городе Пенза актуально, в том числе из-за растущего спроса среди населения на правильное питание. А благодаря мобильному конструктору «Создай сам свой кофе», клиенты могут выбрать оптимальный вариант напитка с учетом его калорий и состава. Такое удобство и возможность выбора являются не только приятным дополнением, но и важной составляющей заботы о здоровье и поддержании баланса в рационе.

Для выбора формата обслуживания был проведен полноценный анализ рынка кофеен в России, для этого необходимо также изучить наиболее популярные сети кофеен в Москве, поскольку это является одним из крупнейших рынков кофеен в стране и сравнить с представленными кофейнями в Пензе. Москва предлагает широкий выбор кофейных заведений, от маленьких уютных кофеен до крупных сетевых кафе. Рейтинг сети кофеен в России представлен в таблице 2 [42].

Таблица 2 – Рейтинг сети кофеен в России

№	Сети кофеен	Форматы	Москва	Пенза
1	CoffeeLike	Кофе с собой	+	+
2	Шоколадница	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	-
3	Бодрый день	Кофе с собой	+	-
4	CoffeeWay	Кофе с собой	+	-
5	Cofix	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	-
6	Stars Coffee	Полноценная кофейня	+	-
7	CoffeeMoose	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	+
8	Traveler's coffee	Полноценная кофейня	+	+
9	CoffeeShopCompany	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	-
10	OnePriceCoffee	Кофе с собой	+	-
11	CoffeePoint	Кофе с собой	+	-
12	Даблби	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	-
13	Coffee IN	Полноценная кофейня Кофе с собой	+	-

Исходя из данных таблицы 2, можно сделать вывод, что большая часть популярных в России кофеен – это место, где можно не только взять кофе с

собой, но и посидеть в приятной атмосфере заведения. Также почти все заведения предоставляют кофе с собой.

Так, в Пензе представлены: CoffeeLike, CoffeeMoose, Traveler's coffee. Также в список можно включить не вошедшую в рейтинг популярную сеть кофеен в России – CoffeeBean и известную сеть в Пензе – Шишки&Орешки.

Далее для определения формата заведения в г. Пензе была проведена сравнительная характеристика представленных в Пензе кофеен и новой кофейней «Green Coffee House», которая отображена в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика кофеен в г. Пензе

Критерии	Coffee Like	Coffee Moose	Traveler's coffee	Coffee Bean	Шишки&Орешки	Green Coffee House
Моб. приложение	+	-	-	-	-	+
Кофе с собой	+	+	-	+	+	+
Кофейня с посадочными местами	-	+	+	+	+	+
Наличие десертов и закусок	-	+	+	+	+	+
Своя кухня	-	-	+	-	-	-
Наличие продуктов правильного питания	-	-	+	-	+	+

Из таблицы 3 следует, что известные в Пензе сети кофеен, в основном, представлены в формате, где посетитель может взять кофе с собой или же посидеть за столиком. Мобильное приложение есть только у CoffeeLike, однако через него нельзя сделать предварительный заказ, можно лишь ознакомиться с меню, кроме того, нет посадочных мест. В меню кофеен Traveler's coffee и Шишки&Орешки есть некоторые позиции, которые бы отвечали спросу к правильному питанию, однако концепция заведений на это не направлена.

Проведенный анализ показал, что кофейни, представленные на Пензенском рынке, не все имеют расширенный функционал для потребителя.

Это открывает возможности для новых игроков на рынке кофеен, которые могут предложить уникальные услуги и продукты, привлекая больше клиентов.

Таким образом, для открытия новой кофейни будет выбран формат, в котором гость сможет оформить заказ у барной стойки, взять кофе с собой или посидеть в заведении. Также кофейня будет работать в сегменте правильного питания, где можно выбрать десерты с низким содержанием сахара, глютена. А наличие мобильного приложения будет отличным инструментом для привлечения и удержания клиентов.

Исходя из этого, открытие кофейни является актуальным и востребованным, так как в городе Пенза имеется малое количество заведений в сфере общественного питания подобного формата.

Цель бизнес-проекта – организация уютной кофейни в городе Пенза для быстрого и качественного обслуживания жителей города и получение максимальной прибыли от осуществления этой деятельности.

Для реализации бизнес-проекта планируется аренда помещения в центре города площадью 125 кв. м. по адресу: г. Пенза, Ленинский район, жилой комплекс Квартал 55, кА2. Помещение находится на первой линии, вдоль набережной Ростка. Это благоприятное место для кофейни, которое характеризуется высокой проходимостью.

Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель.

Стратегической целью кофейни является открытие сети кофеен «Green Coffee House» в других районах города Пензы и Пензенской области.

К основной задачи разработки бизнес-плана относится демонстрация целесообразности и экономической обоснованности создания кофейни для оказания услуг в сфере общественного питания.

Предполагается открытие кофейни с большим выбором кофейных напитков, закусок и десертов для людей со средним уровнем дохода, одним из конкурентных преимуществ является наличие своего приложения.

Деятельность кофейни осуществляется в двух направлениях:

– обслуживание посетителей внутри заведения (основная услуга);

– продажа напитков и еды на вынос (дополнительная услуга).

Интерьер кофейни будет представлен в дизайне, создающем ощущение спокойствия и естественной гармонии, свободное пространство, наполненное светом, цветовая гамма натуральных оттенков с акцентом на зеленый цвет, который будет ассоциироваться с концепцией заведения. Также будут использоваться натуральные материалы и фактуры, растения для украшения интерьера: зелень создаст атмосферу свежести и уюта. Зоны отдыха будут обустроены с мягкими диванами и креслами, где посетители могли бы расслабиться и насладиться чашкой свежего кофе.

Особенностями кофейни «Green Coffee House» являются:

- большой ассортимент выбора кофе;
- возможность выбрать напитки с меньшей калорийностью, без лактозы, наличие в меню диетических десертов;
- наличие приложения;
- атмосфера спокойствия и тишины (без громкой музыки, только расслабляющая обстановка);
- использование бумажных стаканчиков и биоразлагаемых крышек, забота об окружающей среде и уменьшая отходы.

К одному из конкурентных преимуществ кофейни относится наличие мобильного конструктора «Создай сам свой кофе», что может привлечь больше внимание потребителей.

Во-первых, люди предпочитают просматривать информацию о заведении и его услугах заранее, это сделает бизнес более доступным. Мобильное приложение обеспечит возможность контролировать информацию, которую могут найти потребители.

Во-вторых, некоторые люди проверяют отзывы других посетителей и узнают их опыт перед посещением. Это может значительно повлиять на их решение о том, приходить или нет, а также повысит их лояльность к заведению еще до первого посещения. Поэтому в мобильном приложении должно быть место для положительных отзывов и комментариев о бизнесе, атмосфере,

услугах и товарах. Кроме того, люди, которые уже побывали в кафе и думают о том, чтобы оставить свое мнение, скорее всего, оставят отзыв, увидев отзывы других людей.

Наличие мобильного приложения для кофейни может стать отличной возможностью для роста бизнеса. Реальные и потенциальные клиенты будут оставаться в курсе важных событий, услуг, которые предоставляет заведение. Таким образом, клиенты будут знать, что для получения необходимой информации достаточно зайти в приложение, а не тратить время на поиск в Интернете. Также важнейшим элементом современного бизнеса является развитие системы лояльности. Создание специальных разделов в приложении может стать дополнительной мотивацией для потребителей делать покупки в кофейне, копить бонусы и получать выгоды.

Может показаться, что мобильные приложения могут быть ценны только для клиентов, но это не так. Использование мобильных приложений может обеспечить ценными данными, которые будут очень полезны для понимания целевой аудитории. Например, получение информации в режиме реального времени о спросе на купоны, скидки. Эти данные можно использовать для внедрения маркетинговых приемов, обновления меню, продвижения услуг.

Разработка любого приложения должна начинаться с необходимых для его работы функций, чтобы обеспечить хорошее обслуживание клиентов и добиться результатов для владельцев бизнеса.

Так, можно выделить следующие ключевые функции, которыми будет обладать приложение для кофейни:

1. Цифровое меню. Предоставление продукции, услуг и соответствующих цен в приложении, работает для демонстрации разнообразия меню. Кроме того, в этом разделе можно посмотреть состав и калорийность для каждой позиции из меню, чтобы потенциальным посетителям было проще определиться с тем, что они хотят заказать.

2. «Создай сам свой кофе». Это мобильный конструктор предоставит пользователям уникальную возможность создавать свой собственный кофе,

идеально подходящий под их вкусовые предпочтения. Благодаря разнообразным опциям выбора, каждый сможет настроить напиток именно так, как он хочет. Например, любители кофе без кофеина будут рады иметь возможность выбора такого варианта. Также можно выбрать напиток в соответствии своим вкусовым предпочтениям, например, сделать кофе на альтернативном молоке или добавить в напиток топпинги, сиропы, сахар или сахарозаменитель, это позволит создать уникальный вкус кофе.

Благодаря возможности создания персонализированных напитков с помощью мобильного конструктора, пользователь может создавать уникальные комбинации кофе и делиться ими со своими друзьями через социальные сети. Приложение также будет предлагать рецепты кофейных напитков и подсказывать, какие ингредиенты сочетаются лучше друг с другом.

3. Оформление заказа заранее. Это даст возможность выбрать и оплатить заказ прямо через приложение. Покупатель может заранее выбрать нужные напитки, добавки и закуски, оплатить их онлайн и просто забрать готовый заказ при приходе в кофейню.

4. Программа лояльности, которая поможет получить повторные заказы от одного человека. За каждую покупку будут начисляться поощрительные бонусы, что позволит покупателям получить бесплатную чашку кофе при накоплении определенного количества бонусов. Многие проводимые исследования показали, что программы лояльности могут помочь бизнесу увеличить оборот более чем на 30% [22, с. 172].

5. Push-уведомления. Одна из ведущих функций любого приложения для кофейни – push-уведомления. Благодаря уведомлениям клиенты не забудут о заведении и всегда будут в курсе последних новостей и обновлений. Это также позволит оставаться на связи существующими клиентами и способствует повышению продаж. В push-уведомлениях будет предусмотрена информация о скидках и новых предложениях.

Мобильное приложение очень актуально для открытия новой кофейни, так как это поможет выделиться среди конкурентов. Для этого будет нанят

профессиональный разработчик, который сможет обеспечить успешный запуск продукта.

Учитывая деятельность кофейни и требования к разработке, можно составить структуру мобильного приложения. Навигационная схема будущего приложения (карта навигации) изображена на рисунке 6.

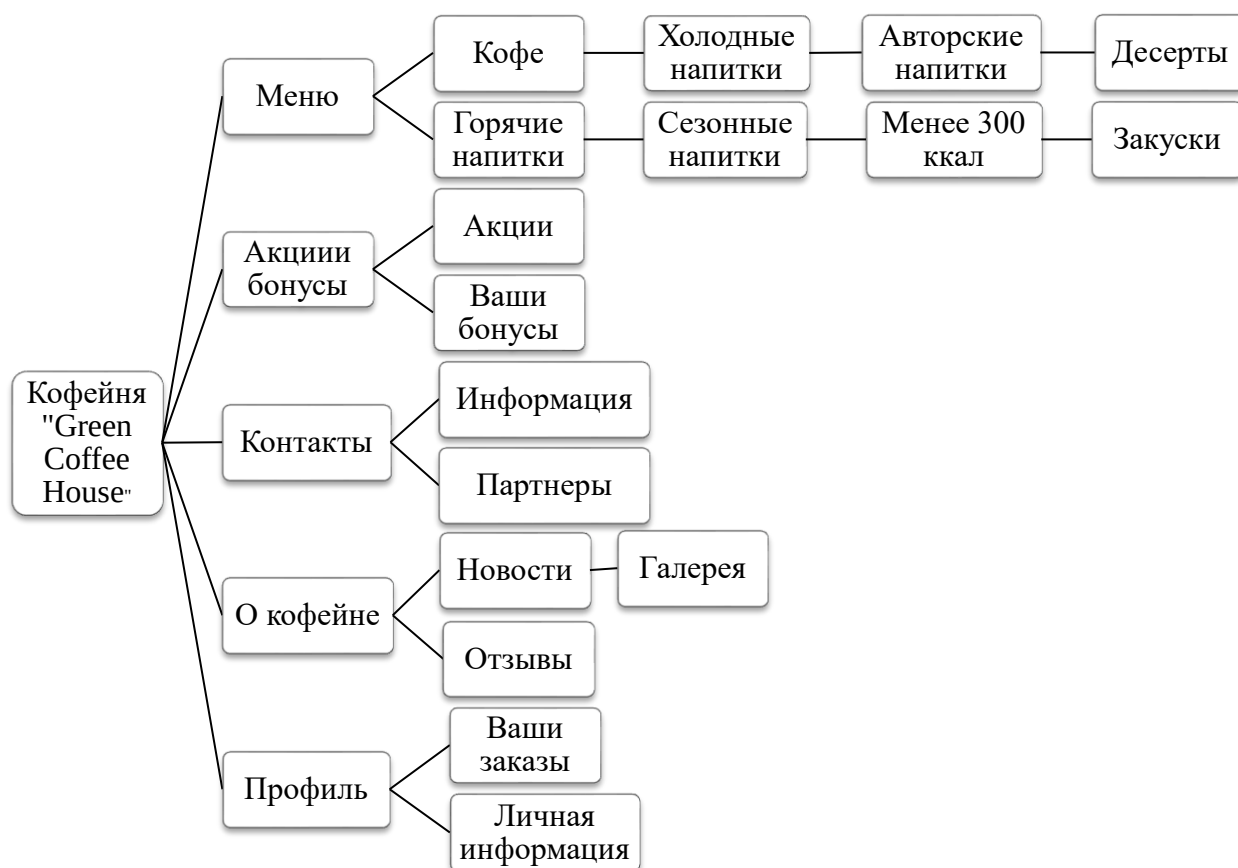


Рисунок 6 – Карта навигации кофейни

Сначала в приложении нужно пройти регистрацию, затем можно пользоваться его функционалом, можно посмотреть состав напитка, его калорийность, а также настроить состав напитка самостоятельно, исходя из своих предпочтений. Интерфейс приложения изображен на рисунке 7.

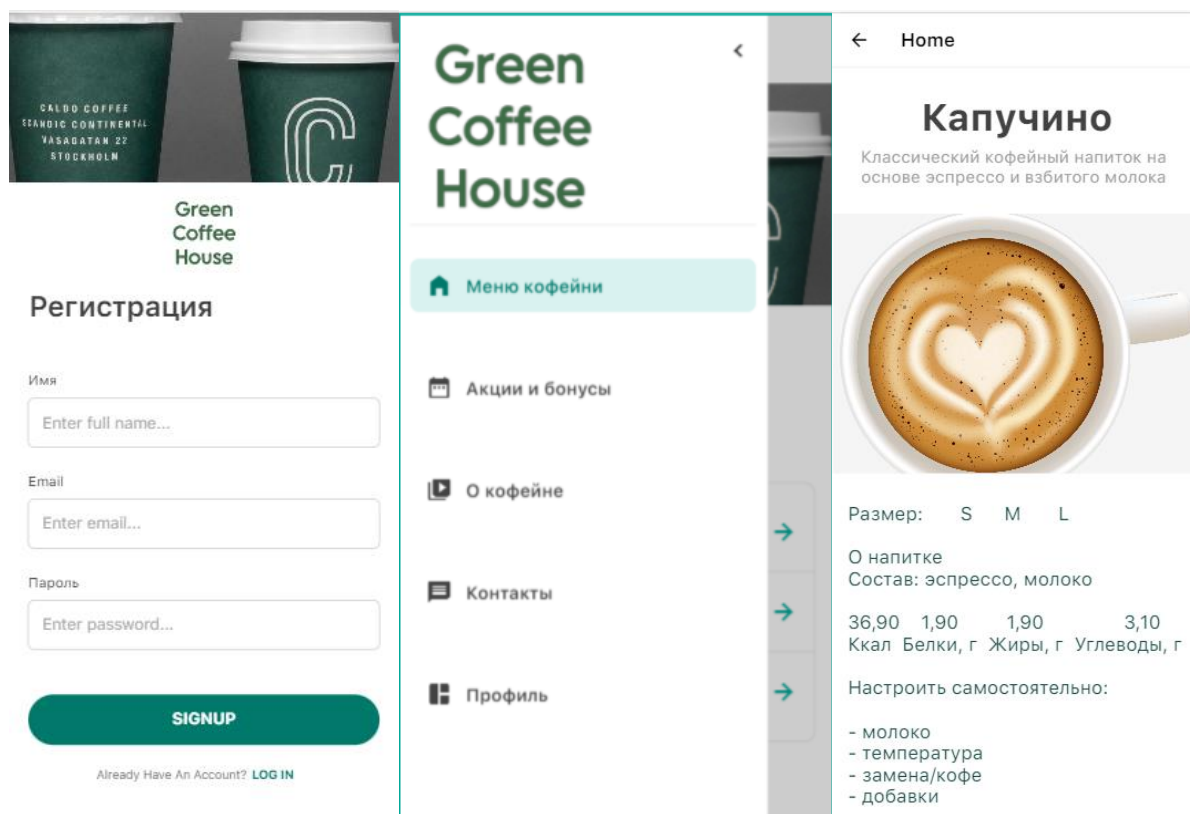


Рисунок 7 – Интерфейс приложения

В будущем планируется постоянно улучшать качество выпускаемой продукции и повышать культуру обслуживания. А также открывать новые заведения и развивать сеть кофеен «Green Coffee House».

По мере расширения будут добавляться в приложение дополнительные функции:

1. Указание удобного времени. Покупатель сможет получить заказ к определенному времени и после приготовления заказа получит уведомления о том, когда его заказ готов или когда он может быть забран, чтобы не тратить время на ожидание. А для быстрого оформления заказа пользователь сможет сохранить свои любимые напитки и настройки (например, количество сахара или молока) в профиле приложения.

2. Приветственное место. Реализовав эту функцию, система приложения может определить людей, которые скачали его и находятся рядом с кафе. Таким образом, приложение может отправлять приглашения и приветственные

сообщения для этих клиентов, а также предлагать им некоторые скидки или более выгодные предложения.

Кофейня "Green Coffee House" – место, где каждый посетитель сможет не только насладиться кофе, но и выбрать блюдо, соответствующее его диетическим предпочтениям. Это отличная возможность для тех, кто следит за своим здоровьем, быть на шаг ближе к своим целям, не отказывая себе в удовольствии. А благодаря описанию продуктов с указанием калорий в приложении, каждый сможет выбрать подходящий себе вариант.

Таким образом, открытие кофейни с подобной концепцией и удобным мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» в Пензе будет актуальным и востребованным среди жителей, стремящихся к здоровому образу жизни. Это будет не просто место для встреч с друзьями или переговоров, но и место, где каждый найдет что-то по своему вкусу.

2.2 Анализ конкурентов кофейни с помощью сервиса аналитики

На сегодняшний день спрос на кофейни постоянно увеличивается, люди все больше ценят не только вкусный кофе, но и атмосферу, которая царит в этих заведениях. Планируется открыть кофейню с такой концепцией обслуживания, где гости могут сделать заказ и получить его от барной стойки. Основная идея – создание уютного места для отдыха с быстрым и качественным обслуживанием.

Одним из ключевых шагов при открытии новой кофейни является анализ конкурентов, поскольку это поможет понять рыночную ситуацию, конкурентное окружение, их особенности и слабые стороны.

Анализ конкурентов кофеен был проведен с помощью сервиса wordstat.yandex.ru по запросам: кофе Пенза, кофейня Пенза (см. Рисунок 8,9). «Вордстат» – это инструмент, который показывает статистику поисковых запросов к Яндексу [30].

wordstat.yandex.ru

Вордстат

Общее число запросов ⓘ «кофе пенза» за 13.04.2024 – 13.05.2024: 1 778

Скачать ▾

Формулировка	Число запросов ≡
кофе пенза	1 778
кофе купить пенза	246
кофе бин пенза	179
кофе лайк пенза	124
эстетика кофе пенза	122
чай кофе пенза	77
кофе зерно пенза	63
трэвелс кофе пенза	63
кофе цена пенза	60
магазины кофе пенза	57
кофе сова пенза	50

Рисунок 8 – Результат по запросу «кофе Пенза»

Общее число запросов ⓘ «кофейня Пенза» за 13.04.2024 – 13.05.2024: 1 138

Скачать ▾

Формулировка	Число запросов ≡
кофейня пенза	1 138
кофейня сова пенза	114
кофейня сова пенза московская	40
кофейня ягода пенза	40
кофейня +на московской пенза	36
кофейня спутник пенза	35
кофейня фьорд пенза	35
кофейня шишки орешки пенза	33
кофейни пенза центр	24
соседи пенза кофейня	24
кофейня пенза арбеково	21

Рисунок 9 – Результат по запросу «кофейня Пенза»

Также была рассмотрена динамика запросов «Пенза кофейня» с марта 2022 года по март 2024 год (см. Рисунок 10).

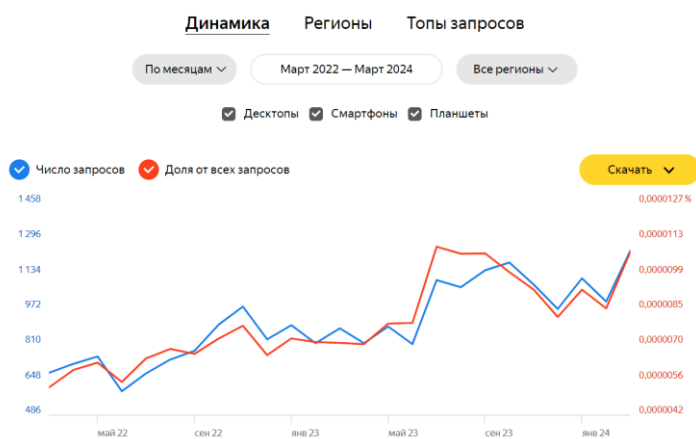


Рисунок 10 – Динамика запроса «кофейня Пенза» 2022-2024 гг.

По рисунку 10 видно, что за последние два года количество запросов увеличилось почти в два раза, это говорит об увеличении спроса на кофейни в Пензе.

Проанализировав данные сервиса аналитики «Вордстат», можно сказать, что конкурентами кофейни «Green Coffe House» являются «Coffee Bean» (179 запросов за месяц), «Сова» (154 запроса), «Coffee Like» (124 запроса), «Traveler's Coffee» (63 запроса), а также «Эстетика кофе», «Ягода» и «Шишки орешки».

Рынок кофеен и кондитерских в Пензе представлен разнообразными форматами: от небольших точек «кофе с собой» до кофеен, совмещенных с кондитерскими, небольших пекарен. Такое разнообразие свидетельствует о развитии в Пензе рынка кофеен в соответствии с мировыми стандартами.

В сегменте кофеен города преобладают экспресс-кофейни, которые специализируются на приготовлении кофе с собой. В основном, они расположены в торговых и офисных центрах, на улицах с высоким переходным трафиком. Представитель кофейни с такой концепцией – международная сеть кофеен «Coffee Like». Главным плюсом является небольшой размер инвестиций и возможность изменить место аренды без потери своих вложений. Минусом является небольшой ассортимент продукции.

Есть также кофейни с полным обслуживанием, когда в заведении есть кухня, и весь процесс обслуживания гостей проходит через официантов.

Примером заведения с данным типом обслуживания в Пензе является «Traveler's Coffee».

В основном кофейни, имеющие посадочные места для посетителей, работают по принципу оформления и получения заказа от барной стойки самостоятельно. По данной концепции работают кофейни: «Шишки орешки», «Coffee Bean» и др.

Кроме того, к данной концепции относятся кофейни с частичным обслуживанием, когда посетитель делает заказ на кассе, а официанты относят заказ к столу гостей и убирают столик после их ухода. Примером с подобным типом обслуживания является кофейня «Сова».

Открытие новой кофейни «Green Coffee House» предполагается в центре города, исходя из месторасположения и типу обслуживания, можно выделить основных конкурентов – кофейни «Шишки орешки», «Сова», «Coffee Bean».

Сравнительный анализ конкурентов города Пенза по факторам конкурентоспособности представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ конкурентов

Факторы конкурентоспособности	Конкуренты		
	Кофейня «Шишки орешки»	Кофейня «Сова»	Кофейня «Coffee Bean»
Уровень цен	Средний, ближе к высокому	Средний, ближе к высокому	Средний
Ассортимент	Широкий ассортимент, который отличается большим выбором постоянно обновляющихся авторских и сезонных напитков, а также наличием сопутствующих товаров (например, шоколад, мед, орехи). Кофейня следует трендам, увеличивая интерес аудитории, есть небольшой выбор низкокалорийных десертов.	Имеют небольшой ассортимент кофейных напитков и десертов, в сравнении с конкурентами. Есть кухня для приготовления завтраков в любое время дня. В продаже большой выбор: кофе и чая, а также товаров для их приготовления.	По сравнению с рассматриваемыми конкурентами ассортимент небольшой.

Продолжение таблицы 4

Репутация	Кофейня узнаваема среди жителей города Пенза. Имеют положительные отзывы, привлекают новых клиентов и удерживают постоянных за счет программы лояльности.	Кофейня новая, еще не успела создать прочную базу постоянных клиентов.	Известная кофейня, имеются постоянные клиенты. Открыты по всей стране, что повышает их узнаваемость.
Качество обслуживания и продукции	Вежливый персонаж, разбирающийся в ассортименте, при заказе спрашивают имя клиента, что увеличивает лояльность клиентов.	Есть возможность сделать заказ к своему столику.	Качество обслуживания среднее.
Преобладающий контингент	Население с уровнем дохода средним и выше среднего; гости города	Население с уровнем дохода средним и выше среднего; гости города	Население с уровнем дохода средним и выше среднего; гости города
Проходимость	Имеют три точки с неоднозначным месторасположением, так как находятся не в самых проходимых местах. Тем не менее, люди идут туда за узнаваемым брендом.	Имеет высокую проходимость, находится на главной улице города Пенза.	Имеют три точки выгодного месторасположения, однако имеют среднюю проходимость.
Маркетинговая деятельность	Социальные сети и наружная реклама.	Социальные сети.	Социальные сети.

Проанализировав таблицу 4, можно сделать вывод, что в Пензе имеются достойные заведения, следящие за качеством предоставляемых услуг, но рынок открыт для новых предприятий общественного питания, которые будут следить за трендами в отрасли и способны менять культуру населения в сторону питания «вне дома». При открытии новой кофейни необходимо учитывать минусы и плюсы уже существующих предприятий города.

Исходя из анализа конкурентов, можно провести SWOT-анализ для кофейни «Green Coffee House».

SWOT-анализ (strengths – сильные стороны, weaknesses – слабые стороны, opportunities – возможности, threats – угрозы). «SWOT-анализ» предполагает изучение стратегического потенциала предприятия с учетом реалий внешней среды. Цель данного метода заключается в изучении сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз, исходящих из внешней среды, а также их влияние на результативность деятельности предприятия [16, с. 146].

Проведение SWOT-анализ поможет определить целесообразность выхода на рынок общественного питания в Пензе и стратегию развития новой кофейни. SWOT-анализ кофейни «Green Coffee House» представлен в таблице 5.

Таблица 5 – SWOT-анализ проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – удобное расположение в центре города, что способствует высокой проходимости; – уникальная концепция кофейни, направленная на здоровое питание; – наличие диетической продукции; – современное оборудование; – наличие приложения; – уютная обстановка в кофейне с зеленым акцентом; – опытный и приветливый персонал; – широкий ассортимент; – высокое качество продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточный управленческий опыт; – еще не сформировавшийся имидж кофейни; – отсутствие опыта совместной работы членов коллектива; – высокая арендная плата.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – рост интереса к новым видам заведений общественного питания; – тренд на правильное питание; – привлечение постоянных поставщиков качественной продукции; – привлечение новых покупателей за счет создания оригинальных предложений; – внедрение в приложение дополнительных функций; – открытие новых кофеен по городу и в регионе. 	<ul style="list-style-type: none"> – появление конкурентов со схожей концепцией и целевой аудиторией; – большое количество потенциальных «заменителей»; – увеличение темпов инфляции; – увеличение цен на ресурсы; – сильная зависимость от поставщиков; – создание дефицита кадров на рынке труда.

Из таблицы 5 видно, что у кофейни «Green Coffee House» основной угрозой выступает появление новых конкурентов. Но благодаря наличию у

кофейни конкурентных преимуществ, предоставления клиентам выбора разнообразных напитков высокого качества, которые удовлетворяют запрос людей, следящих за своим питанием, удобного месторасположения, кофейня сможет удерживать клиентов и конкурировать с уже существующими предприятиями города. Это сможет обеспечить эффективную и прибыльную деятельность кофейни.

Так, одним из преимуществ кофейни "Green Coffee House" будет широкий выбор кофе и напитков, наличие диетических десертов. Ассортимент кафе подойдет для сторонников правильного питания, вегетарианцев, так как будут предлагаться блюда без сахара, красителей, консервантов и продуктов животного происхождения. Также в кофейне будут использоваться биоразлагаемые материалы для упаковки, что поспособствует снижению негативного воздействия на окружающую среду.

В меню будут представлены различные кофейные напитки: капучино, латте, эспрессо, американо, флэт уайт, раф, мокко, а также другие горячие (какао, чай, матча) и холодные (смузи, милкшейк) напитки. Кроме того, меню регулярно будет обновляться сезонными и авторскими предложениями, чтобы удивлять посетителей новыми и интересными вкусами и сочетаниями.

Помимо напитков, посетителям также будут предложены варианты различных десертов и закусок, соответствующие концепции правильного питания. Особое внимание будет уделено диетическим и вегетарианским вариантам, чтобы каждый гость мог найти что-то по своему вкусу. Для людей, следящих за своим питанием, наличие информации о калорийности блюд и их пищевой ценности является важным элементом. Данная линейка блюд будет производиться за счет замены сахара, глютена и молочных продуктов, а также других изменений традиционных технологий приготовления с учетом особенностей такого меню.

Большинство кофеен специализируются на тортах и пирожных с высоким содержанием сахара и добавок. Поэтому наличие диетических и вегетарианских блюд привлечет новых потребителей. В Пензе мало заведений подобного

формата, из-за чего новое заведение сможет занять свободную нишу рынка общественного питания.

Особенностью рынка кофеен является отсутствие четкого портрета потребителя. Аудитория заведения зависит от: цен, ассортимента, качества продуктов. Поэтому в кофейнях можно встретить людей разного возраста, от 16 до 50 лет, при этом наибольшее количество клиентов приходится на возрастную группу 18-35 лет. Кофейни пользуются популярностью среди различных слоев общества, за исключением пенсионеров, которые реже посещают такие заведения.

Потенциальные посетители заведения:

- молодые студенты и школьники, которые ищут место для учебы и общения с друзьями;
- бизнесмены и офисные работники во время обеденного перерыва или после рабочего дня;
- молодые семьи с детьми от 2 до 15 лет.

Также кофейней «Green Coffee House» могут заинтересоваться:

- любители качественного кофе и десертов, которые ценят хороший сервис и уютную обстановку;
- люди, которые уделяют особое внимание своему питанию и постоянно следят за калорийностью потребляемой пищи;
- вегетарианцы и веганы, которые ищут подходящие для них кофейные напитки, а также десерты и закуски;
- люди с непереносимостью лактозы и глютена.

Формирование правильного образа заведения у новых посетителей и их желание вернуться является значимой целью маркетинга организации.

Для правильного позиционирования предприятие на рынке, предоставляя потенциальным клиентам уверенность в качестве продукции и сервисе, важно определить стратегию маркетинга кофейни.

Стратегия маркетинга, или маркетинговая стратегия развития – совокупность направлений деятельности предприятия на рынке и принятия

решений, ориентирующих отдельные мероприятия маркетинга на возможно более полную реализацию базовой стратегии предприятия.

Маркетинговая стратегия создает необходимые условия для достижения желаемой конкурентной позиции за определенный период времени. Она необходима предприятию для обеспечения устойчивого конкурентного преимущества открываемой кофейни на длительное время.

План маркетинговой деятельности включает формирование стратегии маркетинга, анализ ценовой политики и методы ценообразования, рассматривается выбор схемы распространения продукции, реклама, методы стимулирования продаж [26, с. 230].

Цены в кофейне «Green Coffee House» определяются по методу себестоимости, а также исходя из цен, которые уже установлены конкурентами в этой сфере. Метод себестоимости заключается в определении цены на продукцию на основе всех затрат, связанных с ее производством и продажей, включая материалы, трудовые ресурсы и косвенные расходы. Затем к себестоимости прибавляется наценка для получения желаемой прибыли [8, с. 31].

Классические кофейные напитки делаются на основе эспresso 30 мл, для этого необходимо 20 грамм кофейных зерен, крепкие – на двойном эспresso 60 мл. Исходя из стоимости 1 кг кофейных зерен в 1300 руб., себестоимость одной порции эспresso равна 26 руб. Кофе – один из наиболее маржинальных товаров, так как наценка на него часто достигает нескольких сотен процентов, особенно в крупных городах, когда средняя цена кофе достигает 200-300 руб., при ее себестоимости 25-40 руб. Кроме этого, себестоимость различных напитков зависит от стоимости ингредиентов, рентабельности кофейни и других расходов.

Данные о продажах в кофейнях самых популярных напитков, сделанных на основе кофе, представлены на рисунке 11.



Рисунок 11 – Процентное соотношение продажи популярных кофейных напитков [36]

Из рисунка 11 видно, что большинство людей заказывают капучино – 45 %, затем латте – 20 %, а после американо (10 %). То есть примерно 75 % продаж кофе приходится на напитки с молоком, в то время как черный кофе занимает всего лишь 15 %.

Для определения стоимости кофейных напитков в «Green Coffee House» были проанализированы цены на популярные напитки основных конкурентов (см. Таблицу 6).

Таблица 6 – Сравнение цен конкурентов

Наименование	Шишки&орешки	CoffeeBean	Сова
Капучино	160	230	190
Латте	160	230	190
Американо	140	190	180
Раф	200	280	260
Флэт Уайт	200	200	-
Эспрессо	-	170	-

Исходя из данных таблицы 6, самыми конкурентными являются Шишки&орешки, их цены ниже, чем у конкурентов. Однако, учитывая, что кофейня «Green Coffee House» предлагает уникальные услуги: наличие мобильного приложения, возможность сделать свой уникальный кофе, концепция здорового питания и других возможности, которые не представляет

данная кофейня, цены будут установлены выше. Тем не менее, ниже, чем в кофейни «CoffeBean».

На основе проведенного анализа конкурентов был выявлен примерный средник чек кофейни «CoffeBean», который составляет 600 руб., «Сова» – 500 руб., а «Шишки&орешки» – 400-450 руб.

Для составления меню также был проанализирован ассортимент конкурентов. Так, нужно учесть не только продажу кофейных напитков, но и дополнительных продуктов. В городе Пензе в меню кофейни следует включить кроме классических напитков: сезонные, авторские, холодные, горячие напитки, нужно добавить десерты и закуски.

Кроме того, для грамотного составления ассортимента и определения количества предлагаемых напитков и еды в кофейне важно рассмотреть их соотношение в продажах кофеен (см. Рисунок 12).



Рисунок 12 – Структура продаж кофеен

Так, по данным рисунка 12, большинство продаж в кофейне приходится на горячие напитки, причем 9 из 10 таких напитков являются кофе. Продажи еды составляют около 15 %, а холодные напитки менее 5 %. Из еды чаще всего люди предпочитают покупать сладкую еду, чем сытную.

Список предлагаемого в кофейне ассортимента и средняя стоимость блюд и напитков представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Меню и стоимость блюд кофейни

№	Наименование ассортиментной группы	Доля группы в общем объеме продаж, %	Количество товарных позиций в группе	Средняя стоимость напитков и блюд, руб.
1	Классический кофе	27	6	200
2	Авторские напитки	23	6	235
3	Сезонные напитки	18	7	250
4	Холодные напитки	5	6	250
5	Горячие напитки	9	5	180
8	Десерты	8	14	290
9	Выпечка	3	7	260
10	Сэндвичи	4	5	260
11	Добавки	2	10	60
	Итого	100	66	

Исходя из данных таблицы 7, в кофейне «Green Coffee House» представлены 11 ассортиментных групп, всего 66 наименований товаров. Будут предлагаться различные кофейные горячие и холодные напитки, а также десерты и закуски, в том числе направленных на правильное питание.

Стоит помнить о различных предпочтениях клиентов, включая вегетарианскую, веганскую и безглютеновую еду, например десерты с низким содержанием сахара, здоровые сэндвичи, выпечка без глютена и другое. Это важно, чтобы заведение не только соответствовало текущим трендам, но и предложило своим клиентам что-то уникальное и привлекательное. Разнообразие меню поможет привлечь больше посетителей и удержать их, предлагая широкий выбор напитков и закусок для любого вкуса.

Таким образом, из проведенного анализа конкурентов и установленных цен в кофейне «Green Coffee House», предполагается, что средний чек составит около 500 рублей, что доступно для различных категорий посетителей.

Стратегия продаж для новой кофейни направлена на максимизацию прибыли, рост узнаваемости и увеличение среднего чека клиента за счет продажи дополнительных услуг.

Для реализации маркетинговых целей необходимо разработать комплексную рекламную кампанию, которая поможет привлечь внимание

потенциальных клиентов, ознакомить их с предлагаемыми услугами и уникальным подходом к осознанному питанию.

Оптимальным вариантом развития кофейни является активная продажа готовой продукции, ориентированная на широкую аудиторию. Это связано с тем, что большинство ассортимента может быть доступно каждому потребителю, независимо от возраста и статуса.

Рекламная стратегия будет включать использование различных каналов коммуникации, таких как мобильное приложение, социальные сети, онлайн СМИ, наружная реклама и прямой маркетинг. Также планируется проводить промоакции и мероприятия для привлечения внимания к открытию кофейни. Отдельное внимание будет уделено созданию благоприятной коммуникации персонала с посетителями, установлению дружелюбной атмосферы внутри заведения для улучшения качества сервиса.

Главными способами продвижения услуг кофейни будет:

- раздача рекламных листовок вблизи кофейни, в местах скопления потенциальных клиентов за несколько дней до открытия кофейни;
- использование наружной рекламы (реклама на баннере, яркая вывеска);
- создание мобильного приложения со всей актуальной информацией о заведении;
- продвижение в социальных сетях (активное ведение профилей во ВКонтакте, Telegram);
- организация программ лояльности и акций для постоянных посетителей;
- сотрудничество с блогерами и инфлюэнсерами для продвижения кофейни.

Для распространения узнаваемости бренда, особенно в первые месяцы деятельности заведения, планируется активно продвигать заведение, запуская различную рекламу, участвуя в социальных сетях. Важным методом привлечения клиентов – рекомендации своим знакомым, для этого будут проводиться различные акции, например, «Приведи друга и получи скидку

50 %». Также будет проводиться программа лояльности, которая заключается в том, что покупатель получает скидку не в денежном эквиваленте, а в виде бонусов, зачисляющихся на специальную карту. Воспользоваться бонусами клиент может только в этой же кофейне. Это поможет настроить клиента на совершение покупок в будущем и привлечь больше постоянных посетителей. Помимо этого, популярность кофейни планируется увеличить путем предоставления места для проведения тематических мастер-классов и мероприятий, таких как создание украшений, организация арт-завтраков и т. д.

В последующие месяцы для развития кофейни требуется комплексная работа с постоянными клиентами, которые пользуются программой лояльности, и предложение дополнительных услуг. В будущем также планируется выпуск фирменной продукции (стаканчиков для кофе), постоянное повышение квалификации бариста. Все это поможет завоевать лидерские позиции на рынке кофеен в Пензе.

Для открытия кофейни «Green Coffee House» и знакомства жителей города с заведением необходимы мероприятия и расходы на их проведения, которые представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Расходы на продвижение кофейни «Green Coffee House»

Мероприятие	Количество и поставщики рекламы	Стоимость, руб.
Создание мобильного приложения	Разработка мобильного приложения на Android и iOS	400 000
Наружная реклама	Баннер	26 000
Социальные сети	Реклама в социальных сетях	40 000
Раздача рекламных листовок	Изготовление листовок А6 в типографии в количестве 3000 шт. и распространение промоутерами	10 000
Итого		476 000

По данным таблицы 8, планируется проведение следующих маркетинговых мероприятий: распространение листовок, создание мобильного приложения, наружная реклама, реклама в социальных сетях. Для привлечения

людей, не пользующихся социальными сетями (прежде всего, люди от 40 лет), целесообразны раздача листовок и наружная реклама. А наиболее эффективным и актуальным средством продвижения организации среди молодежи является создание приложения и активное ведение социальных сетей. На проведение этих мероприятий необходимо 476 000 руб. После этого планируется ограничиться мероприятиями по продвижению социальных сетей и поддержке приложения.

Разработка мобильного приложения займет 2 месяца. На первом этапе разработки мобильного приложения необходимо обратить особое внимание на определение основных функциональных возможностей приложения, уделить внимание дизайну интерфейса, чтобы создать удобную систему навигации для пользователей. Далее будет выполнено программирование приложения, и в завершение процесса будет проведено тестирование и исправление ошибок.

Стоимость разработки зависит от функциональности приложения и возможных корректировок. В данном случае, общая стоимость составит 400 тыс. рублей и 200 тыс. рублей за ежегодное обновление.

На основе рассмотренной стратегии маркетинга нужно спрогнозировать планируемую посещаемость кофейни «Green Coffee House» для первого года работы, для определения которой используются следующие допущения:

- площадь кофейни – 125 кв. м.;
- вместимость кофейни 42 человек (12 столиков);
- принцип работы – обслуживание от барной стойки;
- продолжительность работы – 14 часов в сутки (с понедельника по воскресенье с 8:00 до 22:00);
- посещаемость зависит от сезона в соответствии с общими тенденциями рынка общественного питания в Пензенской области;
- средний чек в размере 500 руб.

В последние годы, исходя из анализа рынка кофеен, растет спрос на кофе с собой, что может свидетельствовать о возможной низкой загруженности

посадочных мест. Однако это не говорит о низкой посещаемости, так как большая доля людей приобретает продукцию «навынос» [38].

Для определения среднего количества чеков был проведен анализ посещаемости похожей по ценовой политике и качеству продукции кофейни.

Планируемое среднее количество чеков в кофейне «Green Coffee House» за неделю по часам представлено в таблице 9.

Таблица 9 – Планирование количества чеков в кофейне «Green Coffee House»

Период	Количество кассовых чеков						
	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС
8:00-12:00	31	28	30	32	30	23	21
12:00-18:00	42	45	46	47	35	38	32
18:00-22:00	21	22	24	26	45	52	44
Всего	94	95	100	105	110	113	97

Исходя из таблицы 9, можно сказать, что самыми посещаемыми являются пятница и суббота. Среднее количество чеков в день – 102 чека, данное значение рассчитано путем сложение средних чеков за неделю и деленное на количество дней в неделе.

Исходя из рассмотренных допущений, была спланирована посещаемость и рассчитана предполагаемая выручка кофейни в течение года, которая представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Планирование выручки

Показатель	Месяц												Год
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	
Среднедневное количество чеков	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	1224
Коэффициент сезонности продаж, %	85	86	91	94	96	98	97	99	107	110	109	130	100

Продолжение таблицы 10

Среднедневное количество чеков с учетом коэффициента сезонности продаж	87	88	93	96	98	100	99	101	109	112	111	133	1224
Количество дней в месяце	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
Средний чек, тыс. руб.	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Средняя дневная выручка, тыс. руб.	43,35	43,86	46,41	47,94	48,96	49,98	49,47	50,49	54,57	56,1	55,59	66,3	613,02
Итоговая месячная выручка, тыс. руб.	1343,85	1228,08	1438,71	1438,2	1517,76	1499,4	1533,57	1565,19	1637,1	1739,1	1667,7	2055,3	18663,96

Из таблицы 10 следует, что в среднем в сутки кофейне оформлено 102 чека. При среднем чеке в 500 руб. выручка за день составит примерно 51 тыс. руб., за месяц – 1530 тыс. руб. Итоговая выручка за год может достичь 18663,96 тыс. руб.

При разработке стратегии развития необходимо учитывать прогнозируемый объем продаж на долгосрочную перспективу. Наиболее точный прогноз можно сделать на период в 5 лет. Выручка с каждым последующим годом увеличивается на 10 % благодаря увеличению популярности заведения, росту клиентской базы и повышению цен.

Данные о прогнозируемом объеме продаж с января 2025 по январь 2029 года представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Прогнозная выручка кофейни за 2025-2029 гг.

Период	Общий объем выручки, руб.
2025	18 663 960
2026	20 530 360
2027	22 583 390
2028	24 841 730
2029	27 325 900

По данным таблицы 11, с развитием кофейни «Green Coffee House» постепенно продажи будут постепенно расти, планируется, что к 2029 году выручка увеличится на 8 661,94 тыс. руб. по сравнению с 2025 годом.

Таким образом, исходя из представленных данных, можно сказать о том, что бизнес-план по открытию кофейни «Green Coffee House» обладает хорошей перспективой и имеет все шансы стать узнаваемым местом общественного питания города Пензы. Разнообразие и качество предлагаемых продуктов, свежие и натуральные ингредиенты, оригинальные рецепты и специальные предложения, а также, учитывая современные тенденции в обществе, направленность на правильное питание могут привлечь постоянных клиентов и обеспечить конкурентное преимущество на рынке.

2.3 Производственный и финансовый план кофейни «Green Coffee House»

Организационно-правовая форма предприятия – это способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели предпринимательской деятельности [23, с. 35].

Для организации производства в качестве организационно-правовой формы кофейни «Green Coffee House» выбрано индивидуальное предпринимательство (ИП). Данная форма деятельности является выгодной для малого и среднего бизнеса и имеет следующие преимущества:

1. Простая процедура регистрации ИП.
2. Упрощенная система налогообложения.
3. Возможность принимать быстрые решения без необходимости согласования с другими учредителями.
4. Полная контроль и гибкость в управлении бизнесом.

Недостатками являются ограниченные возможности для привлечения инвестиций и заемных средств, а также при возникновении задолженностей, предприниматель несет материальную ответственность своим личным имуществом [28, с. 279].

Для открытия ИП необходимо выполнить следующие шаги:

1. Определить вид деятельности и выбрать форму налогообложения.
2. Подготовить документы по выбранной форме налогообложения.
3. Подать заявление в ИФНС с приложением необходимых документов.
4. Получить свидетельство о государственной регистрации ИП.
5. Зарегистрироваться в Фонде социального страхования.
6. Подать уведомление в налоговую инспекцию о начале деятельности.
5. Открыть расчетный счет в банке.
6. Зарегистрировать кассовый аппарат.
7. Начать осуществлять свою предпринимательскую деятельность в соответствии с выбранными видами деятельности.

Для регистрации будет указан вид основной деятельности кофейни – код ОКВЭД [3]: 56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания

В качестве налогообложения будет выбрана упрощенная система налогообложения (УСН) – это специальный режим налогообложения, ориентированный на малый и средний бизнес. Налоговая нагрузка по этой системе значительно ниже, чем при применении общей системы налогообложения (ОСН).

УСН считается самым универсальным режимом для индивидуальных предпринимателей. Основная идея этой системы заключается в том, что вместо уплаты различных налогов (НДС, НДФЛ, налог на прибыль и др.), выплачивается единый налог. При УСН простой налоговый учет, а декларация может подаваться один раз в год [25, с. 36].

Уплата налогов для ИП по УСН будет осуществляется исходя из доходов и расходов кофейни, ставка налога составит 15 % с «дохода минус расходы». Страховые взносы за работников можно включить в расходы.

Для открытия кофейни, как заведения общественного питания, необходимо получить ряд разрешительных документов:

– санитарно-эпидемиологическое заключение о соответствии помещения требованиям для открытия кофейни;

– удостоверение пожарной безопасности;

– договор аренды помещения под кофейню;

– санитарные книжки для персонала.

Эти и другие требования к предприятиям общественного питания установлены различными нормативными правовыми актами Российской Федерации [20, с. 82].

Владельцам кофеен следует обратить особое внимание на процесс получения и поддержания всех разрешительных документов, а также на обучение персонала санитарным нормам и правилам гигиены. Соблюдение всех санитарно-эпидемиологических требований не только гарантирует безопасность продуктов и услуг, но также способствует улучшению репутации заведения среди посетителей и успешному функционированию на рынке общественного питания. Клиенты ценят качество и безопасность того, что они употребляют, и готовы отдавать предпочтение заведениям, которые демонстрируют ответственное отношение к соблюдению всех необходимых стандартов и требований.

Следующим этапом для организации производства необходимо определить организационную структуру предприятия (см. Рисунок 13).

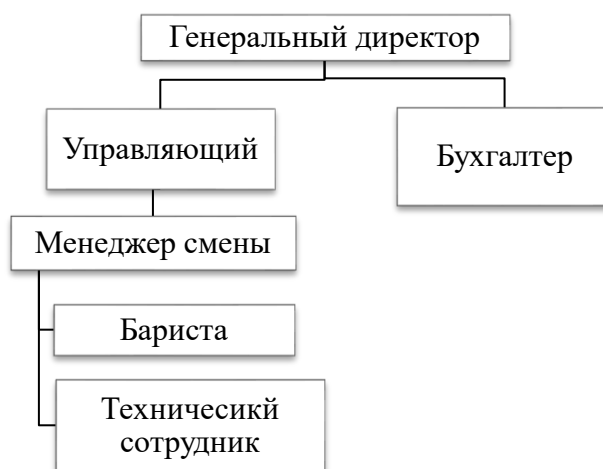


Рисунок 13 – Организационная структура кофейни «Green Coffee House»

Исходя из рисунка 13, в кофейне требуется небольшое количество сотрудников, таких как директор, управляющий, бухгалтер, менеджер смены, бариста и технический сотрудник.

Генеральный директор занимается разработкой стратегии развития кофейни и установление целей для ее реализации, осуществляет организацию работы персонала и следит за выполнением поставленных задач. Он управляет финансовыми ресурсами и решает главные проблемы функционирования предприятия. Главной задачей является создание такой системы взаимоотношений с внешней средой, при которой кофейня может успешно работать и конкурировать. Доход генерального директора – доля от чистой прибыли организации.

Для каждого работника организации составляется должностная инструкция, где указаны функциональные обязанности, права, ответственность и условия работы. Необходимо разработать задачи, которые стоят перед структурными элементами.

Управляющий играет важную роль в эффективном функционировании кофейни, выполняя следующие задачи:

- координация работы персонала и управление процессом обслуживания клиентов;
- контроль за выполнением стандартов качества приготовления напитков;
- разработка и внедрение мер по улучшению работы кофейни и повышению уровня сервиса;
- решение конфликтных ситуаций и устранение возможных проблем.

График работы управляющего – будние дни с 9:00 до 17:00.

Бухгалтер отвечает за учет финансовых операций кофейни, выполняя следующие задачи:

- ведение бухгалтерского учета;
- оплата счетов поставщикам и учет финансовых операций кофейни;
- подготовка отчетности и анализ финансовой деятельности;
- составление бюджета и планирование финансовых потоков;

– начисление заработной платы сотрудникам.

При найме управляющего и бухгалтера будет требоваться высшее образование по профильному направлению. Для остальных сотрудников это не будет обязательным условием. Работать бухгалтер будет на удаленной основе.

Менеджер смены отвечает за организацию работы кофейни: распределяет обязанности среди персонала на смене, контролирует выполнение задач и соблюдение рабочих стандартов, решает оперативные вопросы и участвует в решении проблем. График работы менеджера смены – 2/2, то есть после двух рабочих смен два выходных, с 10:00 до 21:00.

Задачи бариста в кофейне включают в себя приготовление кофейных напитков согласно стандартам заведения, обслуживание клиентов и обеспечение высокого уровня сервиса, поддержание чистоты и порядка на рабочем месте, контроль над качеством использованных ингредиентов и продуктов, а также выполнение всех инструкций и рекомендаций руководства. Бариста также отвечает за обучение новичков и поддержание хороших отношений с посетителями кофейни, а также являются отличными консультантами по всем предлагаемым напиткам и блюдам.

На должность бариста будут рассматриваться только люди, имеющие опыт работы в этой сфере, профессиональные знания. Кроме того, будут учитываться и личностные качества, которые позволят эффективно выполнять задачи и улучшить обслуживание клиентов. Поскольку люди возвращаются в те места, где не только вкусно, но и хорошее обслуживание. Бариста будут работать по два человека с графиком 2/2, с 8:00 до 22:00.

К задачам технического сотрудника относится поддержание чистоты и порядка во всей кофейне, соблюдение стандартов гигиены и безопасности, регулярная дезинфекция рабочих поверхностей. Технический сотрудник будет работать по согласованию.

Заработная плата сотрудников устанавливается согласно их штатному расписанию. Помимо этого, будут предусматриваться выплаты единовременной премии по итогам их работы за год.

Фонда оплаты труда также включает обязательные ежемесячные отчисления во внебюджетные фонды (30 % от заработной платы). Данные о планируемом фонде оплаты труда представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Расчет заработной платы работников

Категория сотрудника	Количество штатных единиц, чел.	Заработная плата одного работника в месяц, руб.	Заработная плата всех работников в месяц, руб.	Заработная плата всех работников в год, руб.
Бухгалтер	1	50 000	50 000	600 000
Управляющий	1	55 000	55 000	660 000
Менеджер	2	45 000	90 000	1 080 000
Бариста	4	40 000	160 000	1 920 000
Уборщица	1	25 000	25 000	300 000
Всего:	9	215 000	380 000	4 560 000
Отчисления во внебюджетные фонды (ПФР, ФСС, ФОМС) – 30 %		64 500	114 000	1 368 000
Плановый фонд оплаты труда		279 500	494 000	5 928 000

По данным таблицы 12, плановый фонд оплаты труда в месяц составит 494 тыс. руб., а в год – 5928 тыс. руб. Отчисления в бюджетные фонды (ПФР, ФСС, ФОМС) – 114 тыс. руб. в месяц и 1368 тыс. руб. в год на всех сотрудников кофейни.

Для успешного функционирования кофейни необходимо иметь высококвалифицированный персонал, способный обеспечивать высокий уровень обслуживания каждому посетителю. Поэтому вложение средств в обучение персонала не только оправдано, но и является необходимым шагом для обеспечения качественного сервиса, рассматривается как долгосрочная инвестиция в развитие бизнеса. Обучение бариста играет ключевую роль, так как именно от его профессионализма зависит качество приготовленного напитка. При правильном подходе к обучению и развитию персонала можно ожидать увеличение прибыли и удовлетворенность клиентов.

Расчет затрат на обучение персонала представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Расчет затрат на обучение персонала

Категории затрат	Кол-во персонала	Цена за единицу, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Управляющий	1	30	30
Бариста	4	26	104
Итого, тыс. руб.	134		

По данным таблицы 13, расходы на обучение сотрудников составляют 134 тыс. руб. Повышение квалификации персонала позволит не только улучшить качество обслуживания, но и следовать последним тенденциям, что привлечет новых и удержит постоянных посетителей.

При открытии кофейни важно организовать грамотную планировку помещения, которая должна быть функциональна обусловлена. Необходимо предусмотреть отдельные зоны для приема заказов, приготовления напитков, оформления и выдачи заказов, а также для гостей, желающих насладиться атмосферой заведения. Кроме того, важно учитывать наличие удобств для персонала, чтобы обеспечить им комфортные условия для работы. Планирование помещения в кофейне требует внимательного анализа и проектирования каждой детали, чтобы создать успешное и прибыльное заведение, способствующее удовлетворению потребностей посетителей и обеспечивающее высокий уровень сервиса.

В кофейне не планируется наличие кухни, поэтому готовая еда (десерты, закуски, выпечка) будет заказываться у мелких поставщиков. Кофейня будет сотрудничать с различными производителями и поставщиками, чтобы предоставить клиентам разнообразные и качественные закуски и десерты.

Исходя из системы обслуживания в кофейне, можно выделить следующую группу помещений в кофейне:

1. Производственные помещения, где готовятся напитки и закуски. Здесь находятся кофемашина, холодильный шкаф, производственный стол, то есть все необходимое для приготовления напитков.

2. Торговые помещения: это основное пространство кофейни, где клиенты могут выбирать напитки и закуски из меню, оформлять заказы и расплачиваться. Здесь располагаются стойки для приема заказов, витрины с десертами, выпечкой и напитками, столики для посетителей, туалетное помещение для гостей.

3. Складские помещения, где хранятся продукты, посуда, упаковочные материалы и другие необходимые товары.

4. Административно-бытовые помещения, где располагаются кабинет менеджера, туалетные помещения и раздевалка для персонала.

Аренда нежилого помещения, размещенного в ЖК «Квартал 55» составляет 1600 руб. за 1 кв. м. При общей площади кофейни (125 кв. м.), аренда в месяц будет составлять 200 000 руб. Распределение общей площади кофейни с наименованием помещений представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Распределение площадей помещений кофейни

Наименование помещения	Занимаемая площадь, кв. м.
Торговый зал	85
Кабинет менеджера	9
Служебное помещение	8
Уборная для гостей	12
Производственные помещения	11
Всего	125

Исходя из данных таблицы 14, наибольшую площадь занимает торговый зал (85 кв. м.), он рассчитан на 42 посадочных места. Остальная часть отведена на производственные помещения и пространство для работников кофейни.

Чтобы правильно оптимизировать пространство, обеспечить комфорт и посетителям, и персоналу, необходимо разработать дизайн-проект, который является неотъемлемой частью при открытии кофейни. При разработке дизайн-проекта необходимо учитывать требования по безопасности и санитарным нормам, чтобы обеспечить комфортное пребывание посетителей. Важно выбрать подходящую мебель, освещение, цветовую гамму и декор, чтобы создать уютную атмосферу и подчеркнуть уникальность заведения. Мебель должна быть функциональной и эстетичной. Внимание также следует уделить

освещению – свет должен быть достаточным и создавать уютную обстановку. Интерьер кофейни будет с акцентом на зеленый цвет, что гармонирует с общей концепцией.

Кроме того, дизайн-проект должен быть экономически целесообразным и учитывать бюджет на открытие кофейни. Важно правильно распределить ресурсы, чтобы добиться оптимального сочетания стоимости и качества. Все эти аспекты важны для успешного открытия и развития кофейни в условиях высокой конкуренции на рынке.

Помещение находится в новом жилом комплексе элитного класса, которое не требует капитального ремонта. Планируется выполнить электромонтажные и отделочные работы, установить сантехнику и т. д. Полный список ремонтных работ представлен в таблице 15.

Таблица 15 – Расходы на разработку дизайн-проекта и ремонтные работы, включая стройматериалы

Наименование работ	Стоимость, руб.
Разработка дизайн-проекта кофейни	200 000
Электромонтажные работы	130 000
Отделочные работы	600 000
Финальная декоративная отделка	250 000
Закупка предметов декоративного оформления торгового зала	170 000
Итого	1 350 000

По данным таблицы 15, общие затраты на подготовку арендуемого помещения составили 1350 тыс. руб. Дизайн кофейни «Green Cofee House» будет выполнен в минималистическом стиле.

При выборе оборудования для кофейни, необходимо обращать внимание на его качество и функциональность. Важно выбрать профессиональную кофейную машину и кофемолку, так как они позволяют создавать кофе высокого качества, который будет предлагаться посетителям. Открываемая кофейня «Green Coffee House» не предполагает наличие кухни, поэтому количество закупаемого оборудования будет небольшим.

Необходимые расходы на покупку оборудования, мебели и инвентаря приведены в таблице 16.

Таблица 16 – Расходы на оборудование, мебель и инвентарь

Наименование	Количество	Цена за 1 шт., руб.	Стоимость всего, руб.
Компьютер с установленной товароучётной системой	1	50 000	50 000
Онлайн-касса	1	8 000	8 000
Терминал для приёма оплаты картой	1	8 000	8 000
Кофемашина	1	250 000	250 000
Кофемолка	1	50 000	50 000
Производственный стол	1	50 000	50 000
Аксессуары для приготовления кофе (весы, темпер, питчеры)	1	10 000	10 000
Оборудование для альтернативных способов заваривания кофе	1	4 000	4 000
Фильтр для воды	1	35 000	35 000
Барная стойка	1	150 000	150 000
Стеллаж	2	19 000	38 000
Холодильный шкаф	1	70 000	70 000
Посудомоечная машина	1	89 000	89 000
Ванна моечная двойная	1	35 000	35 000
Микроволновая печь	1	7 000	7 000
Блендер	1	12 000	12 000
Льдогенератор	1	12 000	12 000
Холодильная витрина	1	100 000	100 000
Хозяйственный инвентарь	1	15 000	15 000
Спецодежда для персонала	6	5 000	30 000
Комплект посуды для кухни	1	80 000	80 000
Комплект посуды для посетителей	1	50 000	50 000
Стол для посетителей	12	15 000	180 000
Стул-кресла для посетителей	32	6 000	192 000
Диваны	5	14 000	70 000
Вешалки для одежды	5	1 000	5 000
Ноутбук	1	35 000	35 000
Музыкальная установка	1	35 000	35 000
Санузел	2	150 000	300 000
Прочие вложения	1	30 000	30 000
Итого	2 000 000 руб.		

Исходя из данных таблицы 16, стоимость инвестиций на оборудование, мебель и инвентарь составляет 2000 тыс. руб. Представленное оборудование

является универсальным, поэтому в дальнейшем есть возможность расширить предприятие или диверсифицировать деятельность с учетом вкусовых предпочтений покупателей.

Кроме того, необходимо учесть запасы материалов для приготовления, упаковку кофе и других напитков. Все расходные материалы рассчитаны на месяц, исходя из планируемого посещения посетителями заведения, и представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Расходные материалы на месяц

Наименование	Количество	Средняя цена за ед., руб.	Средняя стоимость всего, руб.
Кофе в зернах	65 кг	1 300	84 500
Стаканчики	3 000 шт.	8	24 000
Крышка для стаканчика	3 000 шт.	3	9 000
Молоко	300 л	70	21 000
Альтернативное молоко	200 л	160	32 000
Сливки	50 л	240	12 000
Ложки	3 000 шт.	0,6	1 800
Трубочки	3 000 шт.	0,5	1 500
Сахар, заменитель сахара порционный	6 000 шт.	0,75	4 500
Сиропы	7 шт.	450	3 150
Салфетки бумажные	100 упак.	29	2 900
Десерты и (в т. ч. диетические, веганские)	1 000 шт.	120	120 000
Сэндвичи	700 шт.	90	63 000
Выпечка	500 шт.	50	25 000
Прочие затраты	1	20 000	20 000
Итого	424 350 руб.		

Из таблицы 17 следует, что затраты на расходные материалы составляют 424,35 тыс. руб. в месяц. Общая стоимость инвестиций на оборудование и расходные материалы – 2424, 35 тыс. руб.

Далее ключевым разделом бизнес-плана является финансовый план, в котором группируют результаты всех предыдущих разделов бизнес-плана и подводят основные возможные финансовые итоги разрабатываемого бизнес-проекта. Финансовый план содержит информацию о прогнозируемых доходах и

расходах предприятия, а также об ожидаемых инвестициях и источниках финансирования [11, с. 63].

Для открытия предприятия необходимы первоначальные инвестиционные затраты, которые включают совокупные расходы на все мероприятия для реализации нового проекта. 18.

Таблица 18 – Первоначальные инвестиции для открытия кофейни

Статья расходов	Размер необходимых инвестиций, руб.
Формальная регистрация бизнеса, необходимая разрешительная документация	100 000
Изготовление световой вывески и согласование	70 000
Затраты на обучение персонала	134 000
Закупка оборудования и инвентаря	2 000 000
Закупка сырья	424 350
Подготовка помещения	1 350 000
Затраты на продвижение	476 000
Затраты на установку охранной и пожарной сигнализации	60 000
Итого	4 614 350

По данным таблицы 18, на открытие кофейни первоначально необходимо вложить 4614,35 тыс. руб. Этой суммы достаточно, чтобы покрыть все основные расходы, необходимые для полноценного функционирования заведения.

Структура необходимых первоначальных инвестиций изображена на рисунке 14.

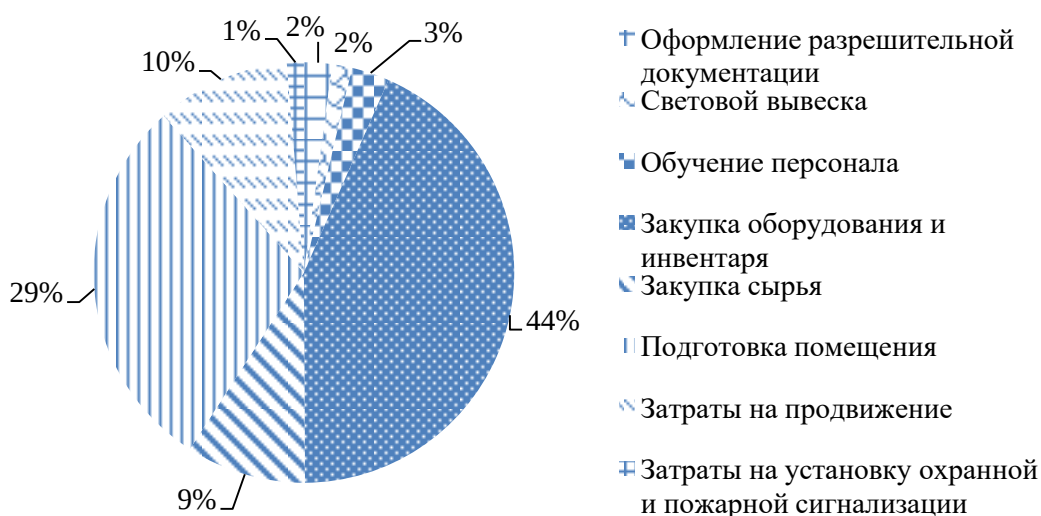


Рисунок 14 – Структура инвестиций

Исходя из рисунка 14, большая часть инвестиций направлена на приобретение оборудования и инвентаря (44 %), затем идет подготовка помещения (29 %). Затраты на продвижение и закупку сырья занимают 10 % и 9 % соответственно.

Исходя из проведенных расчетов, открытие кофейни предполагает значительных финансовых затрат, поэтому планируется получение кредита в ПАО «Сбербанк». Для открытия нового бизнеса банк предоставляет кредитную программу «Кредит на проект» под 34 % годовых. Согласно этому предложению, можно оформить кредит на сумму 3 600 000 рублей на 5 лет или 60 месяцев. Данной суммы будет достаточно для покрытия первоначальных инвестиций. Погашение кредита начнется с первого года работы кофейни.

Источники финансирования проекта:

- кредит, взятый в ПАО «Сбербанк» под финансирование бизнес проекта – 3600 тыс. руб.;
- собственные средства – 1080 тыс. руб.

График платежей по кредиту представлен в таблице 19.

Таблица 19 – График платежей по кредиту

Месяц	Сумма платежа, руб.	Погашение долга, руб.	Погашение процентов, руб.	Остаток долга, руб.
1	125 469,47	23 469,47	102 000,00	3 576 530,53
2	125 469,47	24 134,44	101 335,03	3 552 396,09
3	125 469,47	24 818,25	100 651,22	3 527 577,84
4	125 469,47	25 521,43	99 948,04	3 502 056,41
5	125 469,47	26 244,54	99 224,93	3 475 811,87
...				
60	125 469,47	122 012,46	3 457,01	– 0,40
Итого	7 528 168,19	3 600 000,40	3 928 167,80	

Так, из таблицы 19 следует, что сумма платежа в месяц по кредиту составит 125 469,47 руб. Ежегодно будет выплачиваться 1 505 633,64 тыс. руб. для погашения кредита.

Перед открытием кофейни «Green Coffee House» необходимо пройти ряд подготовительных этапов, которые распределены по месяцам. Календарный

график выполнения всех работ перед открытием кофейни представлен в таблице 20.

Таблица 20 – График выполнения необходимых работ перед открытием

№	Этапы	Месяцы					
		1	2	3	4	5	6
1	Регистрация кофейни						
2	Заключение договора аренды						
3	Разработка дизайн-проекта						
4	Разработка брэнд-бука кофейни						
5	Разработка проектной документации						
6	Ремонт помещения						
7	Разработка меню						
8	Разработка мобильного приложения						
8	Заключение договора на сан. обслуживание						
9	Регистрация кассового оборудования						
10	Получение заключения СЭС						
11	Получение разрешения УГПС						
12	Получение разрешения на торговлю						
13	Закупка и установка оборудования, мебели						
14	Подбор персонала						
15	Закупка и установка доп. оборудования						
16	Закупка и установка программного обеспечения						
17	Закупка посуды и принадлежностей для приготовления напитков						
18	Поиск поставщиков и заключение договоров						
19	Закупка продуктов						
20	Обучение персонала						
21	Рекламная подготовка к открытию кофейни						
22	Открытие кофейни						

По данным таблицы 20, согласно установленному графику проекта, работы по строительно-отделочному обустройству помещения будут завершены в течение трех месяцев. После завершения всех строительных работ будет проведен монтаж барной стойки и подключено все оборудование. Общая продолжительность инвестиционной фазы данного проекта составляет пять месяцев с момента начала вложений. В течение этого времени будут получены все необходимые разрешения, завершён ремонт, куплено и установлено оборудование, найдены поставщики и нанят персонал для кофейни. Последний этап перед открытием кофейни – подготовка рекламной кампании. Планируется открыть кофейню в течение 6 месяцев.

Финансовый план кофейни включает план о доходах и расходах, в том числе и на несколько лет. Все затраты предприятия подразделяются на переменные и постоянные. Для успешной работы кофейни необходимо учитывать как постоянные, так и переменные затраты, строго контролировать их и оптимизировать для повышения эффективности и прибыльности.

Постоянные затраты не зависят от изменения объема продаваемой продукции, к ним относятся амортизационные отчисления, заработная плата сотрудникам (включая отчисления во внебюджетные фонды), арендная плата, коммунальные услуги, кредитные выплаты и затраты на рекламу.

Переменные затраты зависят от изменения объема продаваемой продукции, при этом зависимость является прямо пропорциональной. К переменным затратам относятся закупка сырья, упаковки, расходы для обслуживания посетителей, самого помещения и др. [14, с. 92].

Для дорогостоящего оборудования, стоимостью выше 40 тыс. руб., рассчитываются амортизационные отчисления, это позволяет распределить стоимость основных фондов на протяжении всего срока их службы. Амортизационные отчисления – это постепенное списание стоимости основных фондов предприятия за счет износа или устаревания.

Начисляться амортизация будет линейным способом, так как он наиболее прост в учете. Для расчёта амортизации линейным способом сначала находятся годовая норма по формуле (5):

$$N = \frac{1}{n} \times 100 \%, \quad (5)$$

где N – годовая норма амортизации; n – срок полезного использования основного средства (в годах).

Далее рассчитывается годовая сумма амортизации, формула расчета имеет следующий вид (6):

$$S = N \times C, \quad (6)$$

где S – годовая сумма амортизации; C – первоначальная стоимость основного средства.

Для определения ежемесячной суммы амортизации годовая сумма амортизации делится на 12 месяцев [24, с. 19].

Все расчеты амортизационных отчислений для оборудования представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Расчет амортизационный отчислений

Наименование	Сумма, руб.	СПИ, лет	Сумма износа, руб.	Норма амортизации в год, %	Отчисления в месяц, руб.
Кофемашина	250 000	5	50 000	20	4166,67
Кофемолка	50 000	5	10 000	20	833,33
Шкаф холодильный	70 000	5	14 000	20	1 166,67
Холодильная витрина	100 000	7	14 290	14,29	1 190,83
Машина посудомоечная	89 000	5	17 800	20	1 483,33
Итого					8 840,83

По данным таблицы 21, амортизационные отчисления в месяц составляют 8840,83 тыс. руб., в год – 106,09 тыс. руб. В основном оборудование относится

к третьей амортизационной группе, так как срок полезного использования составляет от 3 до 5 лет включительно.

Полная структура расходов кофейни «Green Coffee House» представлена в таблице 22.

Таблица 22 – Структура расходов кофейни

Статья расходов	Расходы в месяц, руб.	Расходы в год, руб.
Постоянные расходы		
Аренда помещения	200 000	2 400 000
Реклама	33 000	396 000
Затраты на обслуживание мобильного приложения	17 000	204 000
Фонд оплаты труда	494 000	5 928 000
Коммунальные услуги и вывоз мусора	63 000	756 000
Интернет и связь	10 000	120 000
Амортизационные отчисления	8 840,83	106 089,96
Кредитные выплаты	125 469	1 505 628
Итого постоянных расходов	951 310	11 415 717,96
Переменные расходы		
Закупка сырья	424 350	5 092 200
Технические расходы для обслуживания	27 500	330 000
Прочие расходы	25 500	306 000
Итого переменных расходов	477 350	5 728 200
Общая сумма расходов	1 428 660	17 143 917,96

Исходя из таблицы 22, общая сумма расходов в месяц равна 1428,66 тыс. руб., из которой постоянные затраты составляют 951,31 тыс. руб., а переменные 477,35 тыс. руб. Основную долю в постоянных затратах занимают фонд оплаты труда и аренда помещения, а в переменных затратах – закупка сырья.

На основании данных о размере постоянных и переменных затрат была построена диаграмма для наглядного понимания структуры расходов кофейни (См. Рисунок 15).

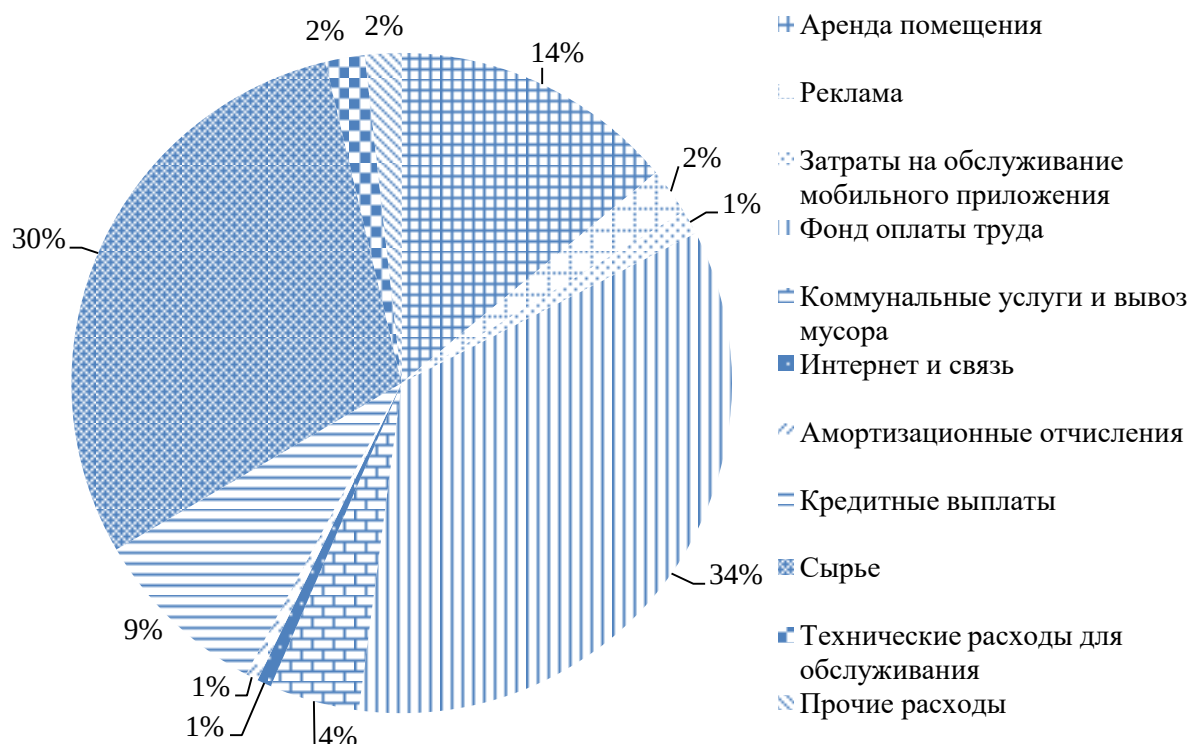


Рисунок 15 – Структура расходов

Из рисунка 15 видно, что в структуре затрат кофейни большую часть занимают расходы на персонал – 34 %, далее 30 % – расходы на закупку сырья, 14 % – арендные платежи. Таким образом, затраты на персонал, аренду и продукты составляют 78 % всех затрат.

Важным этапом финансового плана является определение чистых денежных потоков, которые представляют собой разницу между поступлениями и расходами денежных средств за определенный период времени и состоят из чистой прибыли и амортизации.

Для расчета чистых денежных потоков за год необходимо провести анализ всех доходов и расходов, учитывая выручку от продаж, затраты в результате деятельности кофейни, налоги, амортизацию и другое. Это поможет определить общий объем денежных поступлений и расходов за год, а также позволит планировать бюджет на основе реальных финансовых возможностей.

Расчет чистых денежных потоков кофейни за 2025-2029 гг. представлен в таблице 23.

Таблица 23 – Расчет чистых денежных потоков по годам

Показатели	Значение показателей по годам, тыс. руб.				
	1	2	3	4	5
Выручка от работы	18663,96	20530,36	22583,39	24841,73	27325,90
Постоянные затраты	11415,71	11415,71	11415,71	11415,71	11415,71
Амортизация	106,09	106,09	106,09	106,09	106,09
Переменные затраты	5728,20	6301,02	6931,12	7624,23	8386,66
Себестоимость	17143,91	17716,73	18346,83	19039,94	19802,37
Прибыль до налогообложения.	1520,05	2813,63	4236,56	5801,79	7523,53
Налог на прибыль	228,01	422,04	635,48	870,27	1128,53
Чистая прибыль	1292,04	2391,59	3601,08	4931,52	6395,00
Чистые денежные потоки	1398,13	2497,68	3707,17	5037,61	6501,09

По данным таблицы 23, чистый денежный поток ежегодно увеличивается, это свидетельствует об эффективном развитии кофейни. В первый год работы он составил 1398,13 тыс. руб., а в ближайшие пять лет планируется его рост до 6501,09 тыс. руб.

Также для анализа деятельности кофейни важно не только рассмотреть общую сумму прибыли за определенный период, но и изучить ее динамику по месяцам. Такой подход позволит выявить тенденции в изменении прибыли со временем и выявить факторы, которые могут повлиять на ее увеличение или снижение, определить с какого месяца после открытия кофейня будет получать прибыль.

Глубокий анализ данных позволит выявить стратегию для увеличения прибыли, определить потенциальные возможности для роста и развития бизнеса.

Отчет о прибыли по месяцам за первый год деятельности кофейни представлен в таблице 24.

Таблица 24 – Отчет о прибыли по месяцам, тыс. руб.

Показатели	Месяц												Итого за год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Выручка от реализации	1343,8 5	1228,0 8	1438,7 1	1438,2 0	1517,7 6	1499,4 0	1533,5 7	1565,19	1637,1 0	1739,1 0	1667,7 0	2055,3 0	18663,9 6
Затраты на сырье	369,18	377,67	390,40	403,13	407,38	411,62	403,13	428,59	445,57	466,79	462,54	526,19	5092,20
Зарплата персонала с отчислениями	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	494,00	5928,00
Арендная плата	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Коммунальные услуги и вывоз мусора	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	756,00
Затраты на обслуживание приложения	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	204,00
Амортизация	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	8,84	106,08
Затраты на рекламу	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	396,00
Интернет и связь	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	120,00
Кредитные выплаты	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	125,47	1505,64
Технические расходы	24,00	24,00	26,00	26,00	26,00	27,00	26,00	27,00	30,00	31,00	29,00	34,00	330,00
Прочие расходы	23,00	22,00	24,00	24,00	24,00	25,00	24,00	25,00	26,00	28,00	27,00	34,00	306,00
Итого затраты	1367,4 9	1374,9 8	1391,7 1	1404,4 4	1408,6 9	1414,9 3	1404,4 4	1431,90	1452,8 8	1477,1 0	1469,8 5	1545,5 0	17143,9 2
Прибыль до налогообложения	-23,64	-146,90	47,00	33,76	109,07	84,47	129,13	133,29	184,22	262,01	197,85	509,80	1520,04
Налоги на прибыль	0,00	0,00	7,05	0,00	16,36	12,67	19,37	19,99	27,63	39,30	29,68	76,47	228,01
Итого чистая прибыль	-23,64	-146,90	39,95	33,76	92,71	71,80	109,76	113,29	156,59	222,70	168,17	433,33	1292,03

Так, исходя из расчетов таблицы 24, что первые 2 месяца ожидается убыток, особенно во втором месяце, он составит 146,9 тыс. руб. К третьему месяцу работы прибыль кофейни составляет 39,95 тыс. руб. и будет стабильно увеличиваться.

Кроме этого, необходимо учесть не только текущую прибыль, но и эффективность деятельности кофейни с учетом дисконтирования. Это поможет оценить рентабельность инвестиций в долгосрочной перспективе и принять правильное решение о старте бизнеса.

В целом, можно сказать, что открытие кофейни может быть прибыльным делом, учитывая растущий спрос на кофе и постоянно развивающийся рынок кофеен. А управление финансами и постоянный анализ показателей будут ключевыми факторами для успешного ведения бизнеса.

В случае успешного функционирования и популярности кофейни «Green Coffee House», можно рассмотреть идею о расширении бизнеса и открытии новых точек в других районах города Пензы.

При расширении сети кофеен следует учитывать все особенности каждого конкретного места. Необходимо также провести серьезное исследование рынка, чтобы выявить спрос на кофейные заведения в данной локации, анализировать конкурентов и продумать стратегию привлечения посетителей. Поддержание стабильности и качества продукции, постоянное внимание к отзывам клиентов и оперативное реагирование на изменения внешней среды помогут сделать сеть кофеен успешной и популярной среди жителей города.

Открытие новых точек станет хорошим шагом к дальнейшему развитию и росту бизнеса. Расширение бизнеса также может способствовать увеличению узнаваемости бренда и укреплению позиций на рынке.

Глава 3 Обоснование экономической эффективности открытия кофейни «Green Coffee House»

3.1 Обоснование выбора кредитной программы в ПАО «Сбербанк России» с целью финансирования бизнес-плана по созданию кофейни «Green Coffee House» и возможности платформы СберБизнес для открытия нового бизнеса

Публичное акционерное общество «Сбербанк России» – это крупнейший российский банк, действующий в России и Восточной Европе. Сбербанк имеет богатую историю и обширную клиентскую базу. По итогам 2023 года у Сбербанка 108,5 млн активных частных клиентов и 3,2 млн активных корпоративных клиентов. Филиальная сеть банка включает более 14 тысяч отделений, которые расположены в 83 субъектах России [39].

Сбербанк занимает лидирующие позиции во многих сферах финансового рынка страны и предоставляет широкий спектр услуг как физическим лицам, так и корпоративным клиентам. Благодаря своей надежности и стабильности, банк завоевал доверие миллионов клиентов и стал символом финансовой силы страны.

Сбербанк предлагает широкий спектр услуг, включая депозиты, кредитование, ипотеку, инвестиции, страхование и многие другие финансовые продукты. Банк также активно развивает свои цифровые технологии, предлагая клиентам удобные онлайн сервисы и мобильные приложения.

Открытие кофейни «Green Coffee House» может стать успешным бизнес-проектом и для его реализации потребуется финансирование, поэтому необходимо выбрать кредитную программу.

Для получения кредита под финансирование бизнес-плана по созданию кофейни был выбран ПАО «Сбербанк России» по ряду причин, можно выделить следующие:

1. Надежность и репутация. Сбербанк имеет долгую историю работы на финансовом рынке, что говорит о его надежности. Банк заслужил доверие

миллионов клиентов благодаря качественному обслуживанию и соблюдению высоких стандартов. Выбор кредитной программы в Сбербанке – гарантия надежности финансов.

2. Разнообразие кредитных продуктов. Банк предлагает широкий спектр кредитных продуктов с различными кредитными условиями, что позволяет выбрать оптимальный вариант финансирования, соответствующий потребностям и возможностям заемщика.

3. Профессиональное сопровождение. Банк предоставляет профессиональное сопровождение на всех этапах оформления кредита. Опытные специалисты помогут вам разобраться во всех деталях программы, подскажут, какие документы необходимо предоставить, и окажут поддержку в решении любых вопросов, связанных с кредитованием.

4. Опыт работы с предпринимателями. Банк имеет большой опыт работы с предпринимателями и понимает специфику их бизнеса, что облегчает процесс заявки на кредит и повышает шансы на его одобрение.

5. Партнерство. Сбербанк активно развивает партнерские отношения с предпринимателями, что способствует созданию долгосрочных и взаимовыгодных отношений между банком и клиентом.

Для начала деятельности в сфере кофейного бизнеса подходит кредитная программа Сбербанка «Кредит на проект».

Условия программы могут незначительно различаться в зависимости от конкретного случая, но, в общем, включает следующие основные пункты:

- минимальная сумма кредита составляет от 2,5 млн. руб. (включительно), а максимальная рассчитывается индивидуально в зависимости от бизнес-плана;

- срок кредита до 120 месяцев;

- процентная ставка от 19 %, устанавливается индивидуально для каждого клиента в зависимости от его кредитной истории, видов обеспечения, суммы и срока кредита;

- требуется поручительство;

– требуется имущественное обеспечение в рамках стандартных условий.

Возможность выдачи кредита без залога определяется банком индивидуально в каждом конкретном случае. Страхование залогового имущества обязательно (за исключением земельных участков и ТМЦ).

Для крупных проектов часто требуется предоставить бизнес-план, в котором будет описано предполагаемое использование средств и расчеты ожидаемой прибыли. Бизнес-плана проекта должен показать потенциал успешности будущего бизнеса. Также поддержка и сопровождение проекта предоставляется специалистами банка, которые помогут клиенту в разработке бизнес-плана, оценке рисков и поиске оптимального решения для успешной реализации проекта.

Таким образом, для открытия кофейни «Green Coffee House», в рамках рассмотренной кредитной программы, будет взят кредит на сумму 3600 тыс. руб. на 5 лет или 60 месяцев под 34 % годовых. Данной сумма будет достаточной для возмещения первоначальных инвестиционных затрат. Погашение кредита планируется начать с первого года работы кофейни.

В целом, можно сказать, что банк предлагает надежные условия кредитования, поддержку и профессиональное сопровождение, что поможет успешно реализовать проект и развить бизнес.

Кроме того, для малого бизнеса от Сбербанка была разработана цифровая платформа СберБизнес, которая способна значительно упростить работу предпринимателей в различных отраслях. Благодаря широкому спектру функционала, предоставляемому этим сервисом, бизнес-процессы становятся более эффективными и прозрачными. С помощью Сбербизнеса предпринимателям доступны такие инструменты, как управление финансами, аналитика, автоматизация бухгалтерии, управление персоналом и многое другое.

Для открытия кофейни планируется воспользоваться платформой СберБизнес, так как она предоставляет широкие возможности для предпринимателей, предлагает комплексное решение для всех бизнес-

процессов – от финансового учета и управления персоналом до взаимодействия с клиентами и маркетинга. Кроме того, СберБизнес постоянно обновляется и добавляет новые функции, чтобы помочь бизнесу быть в тренде и эффективно конкурировать на рынке.

Для того чтобы начать использовать СберБизнес, нужно зарегистрироваться. Платформа предлагает подробные инструкции и обучающие материалы, которые помогут разобраться во всех возможностях СберБизнеса.

При открытии расчетного счета для индивидуального предпринимателя предоставляются следующие бесплатные услуги:

- доступ к интернет-банку;
- выпуск корпоративных карт;
- обмен электронными документами с банком и контрагентами.

В случае отсутствия операций абонентская плата за обслуживание не взимается. Для автоматизации рутины можно использовать сервисы для предпринимателей. Например, онлайн-бухгалтерию и эквайринг для безналичной оплаты. Также можно установить онлайн-кассу "Эвотор" и обратиться к сервису "Личный юрист" для консультаций по юридическим вопросам.

Одним из главных преимуществ платформы СберБизнес является возможность вести учет и анализ финансов бизнеса в реальном времени. С помощью специальных инструментов можно контролировать доходы и расходы, осуществлять онлайн-платежи, что значительно упрощает процесс взаиморасчетов с партнерами и клиентами. Благодаря удобному интерфейсу и подробной аналитике можно следить за финансовым состоянием кофейни, оперативно принимать обоснованные решения для улучшения финансовой эффективности.

Например, в виджете «Моя аналитика» для анализа кофейни размещается динамика изменения выручки и среднего чека. Нажав на «Вся аналитика»,

можно ознакомиться с более подробной статистикой, а именно сравнить показатели с конкурентами, оценить число посетителей и их портрет [40].

Также Сбербизнес предоставляет возможность проводить операции с документами онлайн, что значительно ускоряет процессы согласования и снижает риски ошибок. Кроме того, платформа обеспечивает безопасность и конфиденциальность данных предпринимателей, защищая их от утечек информации и атак злоумышленников.

Платформа Сбербизнес предоставляет инструменты для управления персоналом кофейни. Предприниматели могут контролировать графики работы сотрудников, учитывать их рабочие часы, оплату труда и обеспечивать эффективное взаимодействие между сотрудниками.

Важным аспектом использования платформы Сбербизнес для открытия кофейни является возможность взаимодействия с клиентами. Платформа предоставляет инструменты для проведения маркетинговых кампаний, организации лояльности клиентов, сбора обратной связи и анализа потребностей аудитории.

Начальная страница после вхождения на платформу Сбербизнес изображена на рисунке 16.

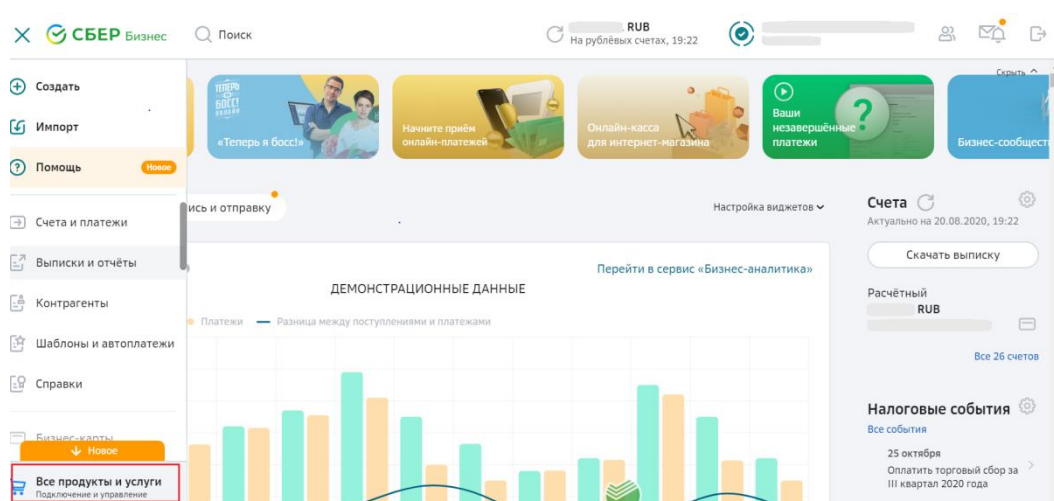


Рисунок 16 – Начальная страница платформы Сбербизнеса

Так, рассмотрев рисунок 16, можно сказать, что платформа СберБизнес позволяет не только просматривать информацию о текущем состоянии счетов и платежей, но и проводить различные операции онлайн, такие как переводы средств, оплата счетов и другие. Это удобный инструмент для управления финансами и ведения бизнеса в целом. Также доступны выписки и отчеты в удобном формате, что позволяет быстро и эффективно анализировать финансовое состояние компании.

Кроме того, на платформе можно хранить информацию о контрагентах, что значительно упрощает ведение бизнеса и взаимодействие с партнерами. А благодаря возможности создания различных отчетов и аналитики, можно принимать обоснованные решения, основанные на реальной финансовой информации.

При использовании платформы СберБизнес можно выделить следующие преимущества для индивидуальных предпринимателей (ИП):

1. Удобство и доступность. Платформа доступна круглосуточно и позволяет управлять бизнесом из любой точки мира через интернет.

2. Онлайн-оформление документов и регистрация бизнеса. СберБизнес предлагает удобные инструменты, позволяющие осуществить оформление своего бизнеса онлайн, без лишних походов в офисы и заполнения бумажных форм.

3. Финансовые услуги и продукты для малого бизнеса. СберБизнес предлагает различные финансовые продукты и услуги для предпринимателей, такие как кредиты, дебетовые карты, услуги дистанционного банковского обслуживания и многое другое.

4. Обучающие программы и консультирование. Платформа предоставляет доступ к обучающим программам, мастер-классам и консультационным услугам для предпринимателей, помогая им развивать свои бизнесы и повышать свои профессиональные навыки.

5. Интеграция с другими сервисами: СберБизнес интегрируется со многими другими сервисами Сбербанка, что дает возможность использовать все преимущества экосистемы банка.

6. Аналитика и отчетность. Платформа предоставляет возможность мониторинга и анализа ключевых показателей бизнеса, помогая предпринимателям принимать взвешенные решения и оптимизировать свою деятельность.

7. Безопасность: все данные на платформе защищены современными методами шифрования, что обеспечивает безопасность финансовых операций и конфиденциальность информации.

8. Экономия времени: использование платформы позволяет автоматизировать многие процессы, что значительно экономит время предпринимателя.

9. Поддержка клиентов: на платформе работает служба поддержки клиентов, которая круглосуточно готова помочь решить любые вопросы и проблемы. Это позволит предпринимателям быстро и эффективно решать все технические вопросы и продолжать развивать свой бизнес [44].

В наше время, когда развитие онлайн-бизнеса становится все более актуальным, важно иметь доступ к надежным и инновационным инструментам для управления своим бизнесом. И в этом может помочь платформа СберБизнес – удобный и мощный инструмент для предпринимателей, который предлагает широкий спектр возможностей: управление финансами, взаимодействие с клиентами, аналитика и многое другое, что делает процесс открытия и ведения нового бизнеса более эффективным и удобным.

Таким образом, Сбербанк предоставляет все необходимые инструменты и ресурсы для успешного открытия и развития нового бизнеса, активно развивается в области цифровизации банковских услуг, предлагая клиентам удобные и быстрые способы обслуживания. Благодаря чему остается лидером на рынке банковских услуг.

3.2 Анализ экономической эффективности и оценка рисков проекта

Анализ экономической эффективности открытия кофейни является неотъемлемой и очень важной частью бизнес-плана. Этот анализ позволяет оценить возможную прибыль от бизнеса и окупаемость инвестиций. Исходя из результатов анализа экономической эффективности, можно принять решение о целесообразности открытия кофейни, стоит ли вкладывать денежные средства в этот проект или нет. Если прогнозируемая прибыль оправдывает затраты, можно приступать к реализации проекта.

Для оценки эффективности инвестиционного проекта необходимо рассчитать следующие дисконтированные показатели денежных потоков [13, с. 60]:

- чистая дисконтированная стоимость (Net Present Value, NPV);
- дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period, DPP);
- индекс прибыльности (Profitability Index, PI);
- внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR)

Чистая дисконтированная стоимость (Net Present Value, NPV) – это метод оценки и сравнения инвестиционных проектов, который позволяет определить разницу между суммой денежных поступлений от проекта и его инвестиционными затратами, приведенными к текущему моменту денежными потоками с учетом дисконтирования. Ставка дисконта, отражающая ежегодную относительную величину убывания стоимости денег, равна 20 %.

Чистая приведенная стоимость рассчитывается по формуле (7):

$$NPV = -IC_0 + \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (7)$$

где NPV – чистая приведенная стоимость; IC_0 – первоначальные инвестиции; t – период; n – количество периодов; CF_t – денежный поток за период t ; r – ставка дисконта.

Выражение $1/(1 + r)^t$ является коэффициентом дисконтирования (КД), который всегда меньше единицы, что означает, что сумма денег, имеющаяся сегодня, превосходит ту же сумму в будущем.

Данные для расчета чистой дисконтированной стоимости инвестиционного проекта приведены в таблице 25.

Таблица 25 – Расчет чистой дисконтированной стоимости проекта

Год	Первоначальные инвестиции (IC_0) и чистый денежный поток (CF), тыс. руб.	КД ($r = 20\%$)	Текущая дисконтированная стоимость (ТДС), тыс. руб.	Чистая дисконтированная стоимость (ЧДС), тыс. руб.
0	-4614,35	1,0000	-4614,35	-4614,35
1	1398,133	0,8333	1165,11	-3449,24
2	2497,676	0,6944	1734,50	-1714,74
3	3707,166	0,5787	2145,35	430,61
4	5037,612	0,4823	2429,40	2860,01
5	6501,091	0,4019	2612,64	5472,65
			5472,65	

Исходя из данных таблицы 25, NPV к концу пятого года составит 5472,65 тыс. руб. NPV больше нуля, это означает, что проект приносит чистую прибыль, следовательно, является экономически выгодным.

Срок окупаемости с учетом дисконтирования ($T_{ок}$) – продолжительность наименьшего периода, по истечении которого текущий чистый дисконтированный доход становится больше, чем первоначальные инвестиции. Этот показатель учитывает фактор временной стоимости денег, что позволяет дать более точную оценку доходности проекта. Срок окупаемости с учетом дисконтирования рассчитывается по формуле (8):

$$T_{ок} = ЧДС^{(-)} / ТДС(ЧДС^{(+)}) + t(ЧДС^{(-)}), \quad (8)$$

где $T_{ок}$ – срок окупаемости проекта; $ЧДС^{(-)}$ – последнее отрицательное значение ЧДС; $ТДС(ЧДС^{(+)})$ – ТДС, где ЧДС приняла первое положительное значение; $t(ЧДС^{(-)})$ – период, когда ЧДС имела последнее отрицательное значение.

$$T_{\text{ок}} = |-1714,74| / 2145,35 + 2 = 0,16 + 3 = 2,8.$$

Таким образом, срок окупаемости кофейни составит 2 года и 9 месяцев.

Для наглядности представлен график окупаемости проекта (см. Рисунок 17).

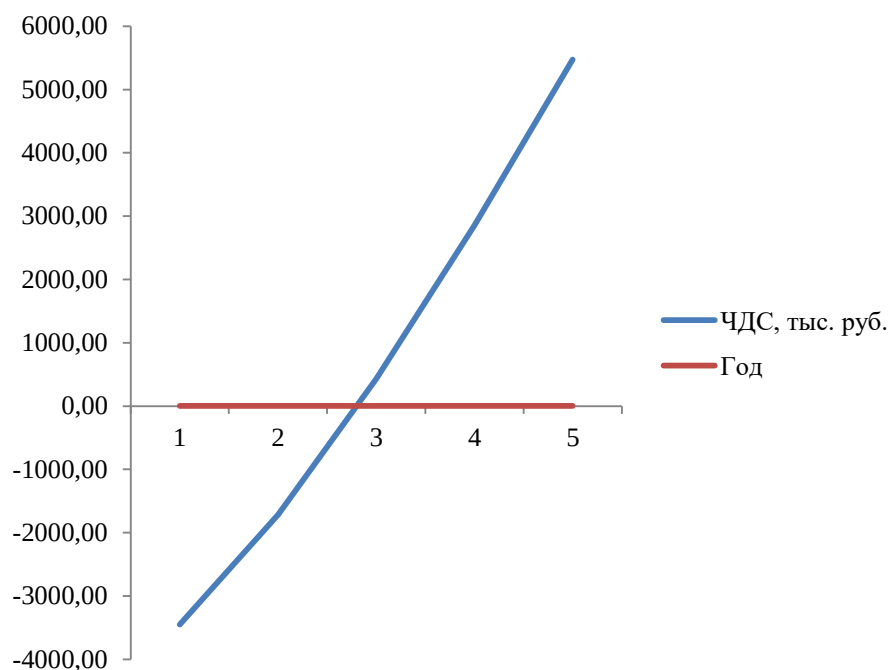


Рисунок 17 – График окупаемости проекта

Индекс прибыльности (Profitability Index, PI) – это коэффициент, который показывает относительную прибыльность проекта или дисконтированную стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на единицу вложений. Формула расчета индекса прибыльности следующая (9):

$$PI = \frac{NPV}{C_0}, \quad (9)$$

где PI – индекс прибыльности; NPV – чистая дисконтированная стоимость; C_0 – первоначальные инвестиции [12, с. 49].

$$PI = \frac{5472,65}{4614,35} = 1,19.$$

Так, индекс прибыльности проекта больше 1, это отражает эффективность вложений. Каждый вложенный рубль принесет 0,19 руб. Чем выше значение этого показателя, тем более успешными считаются инвестиции.

Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR) показывает процентную ставку, при которой значение чистой дисконтированной стоимости проекта равняется нулю.

Расчет внутренней нормы доходности представлен в таблице 26.

Таблица 26 – Расчет внутренней нормы доходности

Год	Денежный поток, тыс. руб.	r = 54 %		r = 55 %	
		КД	ТДС	КД	ТДС
0	-4614,35	1,00	-4614,35	1,00	-4614,35
1	1398,133	0,6494	907,88	0,6452	902,02
2	2497,676	0,4217	1053,16	0,4162	1039,62
3	3707,166	0,2738	1015,03	0,2685	995,51
4	5037,612	0,1778	895,66	0,1732	872,77
5	6501,091	0,1155	750,56	0,1118	726,65
NPV			7,93		-77,78

Данные таблицы 26 показывают, что значение внутреннего коэффициента окупаемости инвестиций находится в пределах 54-55 %.

Более точное значение IRR = 54,09 % определено по формуле (10):

$$IRR = r^* + \frac{NPV^{(+)}}{NPV^{(+)} - NPV^{(-)}}, \quad (10)$$

где r^* – значение ставки дисконта, при котором NPV принимает последнее положительное значение; $NPV^{(+)}$ – последнее положительное значение NPV; $NPV^{(-)}$ – первое отрицательное значение NPV.

$$IRR = 54 + \frac{7,93}{7,93 - (-77,78)} = 54,09 \%$$

Высокая внутренняя норма окупаемости свидетельствует о высокой эффективности и рентабельности проекта, так как значение внутренней ставки доходности равное 54,09 % превышает значение ставки дисконта в 20 %.

Рассчитав показатели эффективности инвестиционного проекта, можно сказать, что открытие кофейни считается успешным, поскольку $NPV > 0$; индекс прибыльности > 1 ; IRR превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам, а срок окупаемости кофейни не больше трех лет. Все рассчитанные показатели свидетельствуют о том, что бизнес-план является эффективным и перспективным в будущем.

Для успешного ведения бизнеса также важно определить, когда компания погашает все свои затраты и начинает приносить реальную прибыль. Для этого рассчитывается точка безубыточности, важнейший экономический показатель для любого инвестора или предпринимателя. Понимание этого показателя позволяет эффективно управлять финансами, оптимизировать производственные процессы и маркетинга, а также принимать обоснованные стратегические решения для развития компании.

Точка безубыточности – это минимальный объем продаж, который необходим для покрытия всех затрат и издержек проекта, а при дальнейшей реализации каждой единицы продукции предприятие начнет получать прибыль. Точка безубыточности зависит от соотношения переменных и постоянных издержек проекта, а также цен на продукцию или услугу [18, с. 38].

Точка безубыточности рассчитывается по формуле (11):

$$ТБ = \frac{ПОИ}{Ц - СПИ}, \quad (11)$$

где ПОИ – постоянные издержки; СПИ – переменные затраты на 1 посетителя; Ц – цена (средний чек в кофейне).

$$ТБ = \frac{31710}{500 - 156} = 92 \text{ чел.}$$

Графическое представление определения точки безубыточности изображено на рисунке 18.

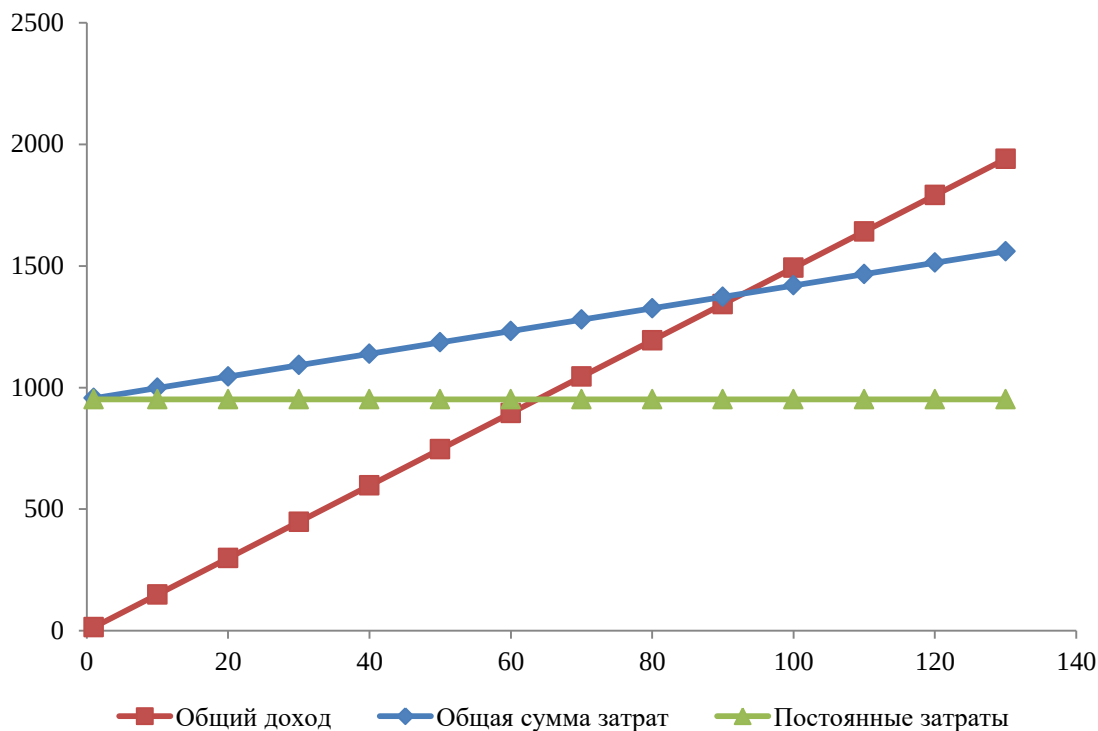


Рисунок 18 – Точка безубыточности проекта

Из рисунка 18 следует, что в результате проведенных расчетов для прибыльной работы кофейни необходимо, чтобы в среднем посещали 92 человека в день, в целом за год – 33580 человек. Порог рентабельности (пороговая выручка) в год составляет 16790 тыс. руб.

После определения порога рентабельности можно рассчитать запас финансовой прочности, он показывает допустимое или возможное снижение объема реализации продукции в абсолютном выражении или в процентном отношении [17, с. 51].

Запас финансовой прочности в денежном выражении рассчитывается по формуле (12):

$$\text{ЗФП}_a = \text{ВР} - \text{ТБ}, \quad (12)$$

где ЗФП_a – запас финансовой прочности в абсолютном выражении; ВР – фактически полученная выручка; ТБ – выручка, получаемая в точке безубыточности.

$$\text{ЗФП} = 18663,96 - 16790 = 1\,873,96 \text{ тыс. руб.},$$

Также целесообразно рассчитать запас финансовой прочности в процентах по формуле (13):

$$\text{ЗФП}_{\%} = \frac{\text{ЗФП}_a}{\text{ВР}} \times 100 \%, \quad (13)$$

где $\text{ЗФП}_{\%}$ – процентное отношение запаса финансовой прочности к фактическому объему.

$$\text{ЗФП}_{\%} = \frac{1873,96}{18663,96} \times 100 \% = 10 \%.$$

Исходя из расчетов, запас финансовой прочности бизнес-проекта в первый год реализации составит 1873,96 тыс. руб. или 10 %. То есть, кофейня не получит текущих убытков, если выручка не уменьшится на 10 % и более от планового показателя.

Определение точки безубыточности является важным шагом в проведении анализа инвестиционного проекта и помогает управлять рисками и принимать обоснованные финансовые решения.

После расчета в совокупности всех показателей эффективности бизнес-проекта, можно сказать о прибыльности и эффективности открытия кофейни «Green Coffee House». Однако важно понимать, что открытие кофейни – это не только возможность для успешного бизнеса, но и большой риск.

Все факторы риска подразделяются на внешние и внутренние. Внешние факторы риска связаны с общим состоянием рынка, уровнем цен, наличием того или иного предпочтения потребителей. Внутренние риски связаны с организацией работы внутри компании [21, с. 14].

К внешним рискам относятся:

– экономическая нестабильность (изменения в рыночной конъюнктуре, рост курс валют, инфляция, и др.);

- конкуренция на рынке (наличие других кофеен в районе, предлагающих аналогичные услуги);

- уменьшение покупательной способности населения, что может привести к необходимости снижения цен или перехода к более доходной аудитории;

- изменение вкусовых предпочтений и уменьшение спроса на кофейные напитки. Хотя этот риск минимален, всегда можно сосредоточить внимание на приготовлении других напитков;

- изменение законодательства или налоговой политики.

Повлиять на возникновения внешних рисков нельзя, однако можно научиться приспосабливаться к ним и минимизировать их неблагоприятное воздействие. Главное здесь – умение гибко реагировать на изменяющиеся обстоятельства, иметь план действий в случае кризиса и быть готовыми к неожиданностям.

Что касается внутренних рисков, они зависят от внутренних процессов компании, к ним относятся:

- недостаточное планирование и управление финансами;

- недостаток опыта или профессионализма у сотрудников;

- технические проблемы (отсутствие оборудования, проблемы с поставкой товаров);

- санитарно-эпидемиологические риски (несоблюдение стандартов гигиены и санитарии);

- недостаточная маркетинговая стратегия.

Важно отметить, что минимизация факторов риска играет ключевую роль в успешной реализации любого проекта или бизнеса. Понимание потенциальных угроз и разработка стратегий по их предотвращению помогает избежать негативных последствий и сохранить стабильность в работе.

Меры по минимизации факторов риска, возникающие с высокой степенью вероятности при открытии кофейни, рассмотрены в таблице 27.

Таблица 27 – Меры по минимизации рисков при открытии кофейни

Риск	Меры по их минимизации
Нехватка квалифицированного персонала	Проведение качественного отбора персонала, разработка привлекательных условий труда, таких как конкурентная заработная плата, гибкий график работы, бонусы и возможности для профессионального развития. Важно создать благоприятную рабочую атмосферу, где сотрудники чувствуют себя комфортно и ценят свою работу, а также необходимо постоянно отслеживать изменения на рынке труда.
Неэффективное управление финансами	Необходимо разработать детальный бизнес-план, провести анализ рынка и конкурентов, а также контролировать расходы и доходы.
Низкое качество продуктов	При заключении договора стоит уделять особое внимание качеству продуктов, а также пункту о штрафных санкциях за невыполнение условий договора. Кроме того, следует уделить особое внимание обучению персонала. Эффективное обучение позволит сотрудникам правильно готовить напитки, следить за сроками годности и соблюдать правила санитарии и гигиены.
Низкий уровень сервиса	Контроль над качеством обслуживания со стороны управленческого персонала. А создание механизма обратной связи с клиентами позволит оперативно реагировать на их потребности и запросы, что способствует повышению уровня сервиса.
Несвоевременная поставка продуктов и полуфабрикатов	Следует пользоваться услугами уже проверенных поставщиков и подписать договора на регулярные поставки товаров. А если нет такой возможности, то до заключения договора с поставщиком следует проверить его деловую репутацию. Также необходимо заранее распланировать складское хранение и логистику. Важно иметь план запасов товаров на случай возможных задержек в поставках.
Конкуренция на рынке	Анализ рынка и изучение конкурентов, внедрение уникального торгового предложения, а именно разработка мобильного конструктора «Создай сам свой кофе». Также стоит активно вести социальные сети, заказать дополнительную рекламу.
Изношенность материально-технической базы	Систематический контроль над состоянием оборудования, его обслуживание и амортизационные отчисления
Вероятность потери оборудования и имущества в результате пожара, кражи, ущерба и т.д.	Применение современных систем безопасности, камер наблюдения, противопожарных системы и др. Также важно построить чёткую систему учёта товаров и денег.

Важно осознавать, что риски неизбежны и могут возникнуть в любой сфере деятельности. Однако именно способность предвидеть возможные проблемы и разрабатывать стратегии их устранения позволяет успешно управлять бизнесом. Аналитика помогает оценить вероятность

возникновения определенных рисков и определить наилучшие способы их предотвращения или смягчения. Правильное управление рисками является важным элементом успешной деятельности любой компании. В конечном итоге, ответственный подход к анализу рисков и их управлению способствует устойчивому развитию бизнеса и обеспечивает его долгосрочное процветание.

Таким образом, открытие кофейни – это большой шаг, который требует тщательной подготовки и анализа всех рисков. Для предотвращения рисков при открытии кофейни «Green Coffee House» необходимо поддерживать высокие стандарты управления, обучать персонал, контролировать качество продукции, соблюдать стандарты безопасности и регулярно обновлять финансовый план. Только так можно добиться успеха и сделать бизнес прибыльным.

Заключение

В последние годы наблюдается рост числа кофеен. Люди все больше начали обращать внимание на качество напитков и атмосферу заведения. Кофейни становятся не только местом для приятного времяпровождения, но и для встреч и работы. Из-за чего открытие кофейни является перспективным направлением.

Разработка бизнес-плана по созданию кофейни позволяет определить цели и стратегию развития, выявить конкурентные преимущества, проанализировать риски и возможности, а также привлечь инвестиции для реализации проекта. Создание бизнес-плана является обязательным шагом для успешного начала деятельности и устойчивого развития кофейни.

В ходе исследования цель выпускной квалификационной работы, заключающаяся в разработке проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес, была успешно достигнута путем выполнения всех поставленных задач.

В процессе написания бакалаврской работы был проведен анализ рынка кофеен в России, который показал, что спрос на услуги кофеен с каждым годом растет, за 2023 г. в России было открыто около 1,4 тыс. новых заведений.

Для определения направления развития кофейни была разработана основная бизнес-идея кофейни «Green Coffee House», которая заключается в создании мобильного конструктора «Создай сам свой кофе». Благодаря приложению посетители заведения смогут сделать заказ заранее, посмотреть подробное описание каждого напитка, его состав и калорийность, выбрать подходящий вариант или создать свой согласно диетическим и вкусовым предпочтениям. Это позволит клиентам быть более информированными и внимательными по отношению к своему питанию.

Рассмотрев основные разделы бизнес-плана кофейни, была определена прогнозная выручка на ближайшие пять лет. В основе расчета лежит анализ целевой аудитории, конкурентной среды и потенциального спроса. За первый год выручка составила 18663,96 тыс. руб. Этот показатель основывается на предположении о среднем количестве 102 кассовых чека в день. Это допустимый показатель для новой кофейни в оживленном районе, учитывая привлекательность концепции, ассортимента и ценовой политики. Ожидается, что выручка в связи с ростом узнаваемости бренда и повышением цен будет увеличиваться и к пятому году выручка достигнет 27325,90 тыс. руб.

Для полного запуска кофейни требуется инвестировать 4 614,35 тыс. руб. Эта сумма включает в себя все необходимые расходы, включая затраты на регистрацию бизнеса, ремонт помещения, закупку оборудования и т. д.

Результаты анализа финансовой эффективности инвестиций показали, что проект обладает высоким потенциалом, поскольку $NPV > 0$; индекс прибыльности > 1 ; IRR превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам, а срок окупаемости кофейни не больше трех лет. Все показатели свидетельствуют о том, что бизнес-план является эффективным и перспективным для успешного развития в Пензе.

При грамотном определении стратегии развития и компетентном управлении кофейней, проект может добиться значимых результатов и занять лидирующие позиции на рынке города.

Таким образом, кофейня «Green Coffee House» имеет потенциал для развития и расширения бизнеса. С развитием заведения и увеличением его узнаваемости, планируется открыть новые филиалы по городу или даже региону. Это предоставит дополнительные возможности для заработка и привлечения новых клиентов.

Список использованных источников

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция) // Утверждены Министерством экономики РФ, Министерством финансов РФ, Государственным комитетом РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике № ВК 477 от 21.06.1999 г. – М.: Экономика, 2000.
2. Постановление Правительства РФ от 21.09.2020 г. N 1515 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» // СПС КонсультантПлюс.
3. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности // Утвержден Приказом Росстандарта N 14-ст от 31.01.2014 г. (ред. от 31.01.2024).
4. Астанакулов, О. Т. Формирование методического инструментария анализа и оценки эффективности инвестиционных проектов / О. Т. Астанакулов, Е. Г. Шеина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2020. – № 10 (391). – С. 1900-1920.
5. Вайцеховская, С. С. Теоретические и практические аспекты бизнес-планирования в сфере развития внешнеэкономической деятельности предприятия : учебное пособие / С. С. Вайцеховская, А. Р. БайчEROва, Ю. В. Орел [и др.]. – Ставрополь : СтГАУ, 2023. – 80 с.
6. Вафина, А. Р. Тенденции рынка кофейных напитков в 2023-2024 годах / А. Р. Вафина, Е. А. Кузнецова, Д. Ю. Скобелина // Социально-экономические и гуманитарные науки: идеи, гипотезы, результаты : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции – 2024. – С. 23-28.
7. Глеков, П. М. Бизнес-планирование : учебное пособие / П. М. Глеков, Е. А. Илларионова. – Воронеж : ВЭПИ, 2020. – 120 с.

8. Дейли, Джон Л. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества. / Джон Л. Дейли. М.: Вильямс, 2016. – 79 с.
9. Егоров, В. Г. Методы оценки бизнес-планов / В. Г. Егоров // Форум молодых ученых. – 2019. – № 6 (34). – С. 467-470.
10. Каледин, С. В. Корпоративные финансы : учебник для вузов / С. В. Каледин. – Санкт-Петербург : Лань, 2021. – 480 с.
11. Калошина, Т. Ю. Бизнес-планирование. Курс лекций : учебное пособие / Т. Ю. Калошина. – Новосибирск : НГТУ, 2023. – 84 с.
12. Кузьмицкая, А. А. Бизнес-план предприятия : методические указания / А. А. Кузьмицкая. – Брянск : Брянский ГАУ, 2021. – 68 с.
13. Лысова, Е. Г. Инвестиционный анализ : учебное пособие / Е. Г. Лысова. – Иваново : ИВГПУ, 2023. – 180 с.
14. Марченко, А. В. Планирование производственных процессов на предприятии : учебно-методическое пособие / А. В. Марченко, О. В. Баянова. – Пермь : ПГАТУ, 2024. – 158 с.
15. Моисеенко, Ж. Н. Управление проектами в профессиональной деятельности : учебник / Ж. Н. Моисеенко. – Персиановский : Донской ГАУ, 2022. — 166 с.
16. Муромец, Н. Е. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Н. Е. Муромец, П. А. Климова. – Донецк : ДОНАУИГС, 2021. – 410 с.
17. Николенко, Т. Ю. Финансовый менеджмент : учебное пособие / Т. Ю. Николенко, Л. В. Сёмина. – Москва : МАИ, 2023.
18. Орел, Ю. В. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / Ю. В. Орел, Д. В. Шлаев, А. А. Сорокин. – Ставрополь : СтГАУ, 2023. – 137 с.
19. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование : монография / И. В. Петрученя, А. С. Буйневич. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. – 196 с.

20. Романова, Н. К. Контроль деятельности предприятий общественного питания : учебное пособие / Н. К. Романова, Е. С. Селю, О. А. Решетник. – Казань : КНИТУ, 2019. – 156 с.

21. Ряжева, Ю. И. Управление рисками проекта : учебное пособие / Ю. И. Ряжева. – Самара : Самарский университет, 2023. – 80 с.

22. Самсонова, Е. В. Влияние программ лояльности на эффективность регионального бизнеса / Е. В. Самсонова, М. В. Самсонова // Экономическая безопасность России и стратегии развития ее регионов в современных условиях – 2015. – С. 170-173.

23. Стребкова, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Л. Н. Стребкова. – Новосибирск : НГТУ, 2014. – 130 с.

24. Федорова, О. В. Бухгалтерский учет : учебное пособие / О. В. Федорова, А. Б. Васильева, Н. Д. Авилова. – Москва : РУТ (МИИТ), 2020 – Часть 2 – 2020. – 82 с.

25. Хвостов, А. Б. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / А. Б. Хвостов, Е. В. Вольф, А. В. Есипов, С. Е. Катаев ; под редакцией А. Б. Хвостова. – Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д. Ф. Устинова, 2022. – 78 с.

26. Юмашева, И. А. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / И. А. Юмашева. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. – 329 с.

27. Яковлева, Т. М. Сравнительный анализ методик составления бизнес-плана / Т. М. Яковлева // Вестник науки и образования. – 2017. – Т. 1. – № 6 (30). – С. 52–55.

28. Яцков, И. Б. Основы финансовой грамотности и предпринимательской деятельности : учебное пособие / И. Б. Яцков. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 328 с.

29. Более 60% клиентов служб доставки еды делают заказ через приложение. РБК. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13863/> (дата обращения: 09.05.2024).

30. Вордстат. Яндекс. – URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 15.05.2024).
31. В России растёт потребление кофе. – URL: <https://gt-tomsk.ru/news/v-rossii-rastet-potreblenie-kofe/> (дата обращения: 01.05.2024).
32. В 2023 году российский рынок кофе навынос вырос на 21% – примерно до 102,7 млрд рублей. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2024/01/18/1015559-rinok-kofe-s-soboi-viros-v-2023-godu> (дата обращения: 01.05.2024).
33. В 2023 году число кофеен в крупных городах России выросло. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6493019> (дата обращения: 01.05.2024).
34. Динамика потребительских цен. Банк России. – URL: https://cbr.ru/analytics/dkp/dinamic/CPD_2024-1/ (дата обращения: 01.05.2024).
35. Интерес россиян к здоровому питанию вырос на 52% в 2023 году. – URL: <https://pbfoods.ru/press-center/tpost/3mpgbrtij1-interes-rossiyan-k-zdorovomu-pitaniyu-vi> (дата обращения: 05.05.2024).
36. Портрет посетителя кофейни. – URL: https://new-retail.ru/novosti/retail/nielsen_i_evotor_sostavili_portret_posetitelya_moskovskoy_kofeyni9344/ (дата обращения: 10.05.2024).
37. Рост популярности кофе и цены на фондовом рынке. – URL: <https://www.coffee-automat.ru/info/rost-populyarnosti-kofe-i-tseny-na-fondovom-rynke/> (дата обращения: 05.05.2024).
38. Рост рынка кофе навынос 2021-2023 гг. – URL: <https://www.beboss.ru/journal/3521-rost-rynka-kofe> (дата обращения: 17.05.2024).
39. Сбербанк России – Википедия – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Сбербанк_России (дата обращения: 22.05.2024).
40. СберБизнес – банк для малого бизнеса – URL: https://www.sberbank.com/ru/s_m_business (дата обращения: 21.05.2024).

41. Спрос на выпечку без сахара и глютена в РФ вырос более чем в 7 раз. – URL: <https://www.bcmagazine.by/novosti/spros-na-vypechku-bez-sakhara-i-glyutena-v-rf-vyros-bolee-chem-v-7-raz> (дата обращения: 07.05.2024).

42. Топ сети кофеен и кофе с собой по числу открытых точек. – URL: <https://coffeepedia.ru/top-seti-cofeen-v-russii> (дата обращения: 05.05.2024).

43. Тренды и тенденции в кофейном бизнесе 2023-2024 гг. – URL: https://www.nestleprofessional.ru/article/o_kofe/trendy-tendencii-2023 (дата обращения: 12.05.2024).

44. Что такое СберБизнес, и нужен ли он бизнесу. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/что-такое-sberbiznes-i-nuzhen-li-on-biznesu/> (дата обращения: 20.05.2024).

Ректору ПГУ А.Д. Гулякову
студента 4 курса очной формы обучения
направление подготовки (специальность) 38.03.01
«Экономика»
направленность (профиль/специализация/магистерская
программа) Цифровая экономика
Кульковой Жанны Дмитриевны

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить выполнение выпускной квалификационной работы в форме стартапа (бизнес-проекта) по следующей теме:

«Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

Обоснование целесообразности разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности предлагаемой мной темы:

Целесообразность открытия сети кофеен «Green coffee house» обусловлена тем, что кофейная культура стала неотъемлемой частью повседневной жизни для многих, а в последние годы все больше людей обращают внимание на свое питание и стремятся к здоровому образу жизни. Так, предоставляя возможность осознанно подходить к выбору напитков и еды, кофейня будет отвечать этому спросу и привлечет больше посетителей.

02.10.23г.

Кул.

Ректору Пензенского
государственного университета
А. Д. Гулякову
студентки 4 курса ИЭиУ
очной формы обучения
Кульковой Жанны Дмитриевны

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, Кулькова Жанна Дмитриевна, студентка 4 курса очной формы обучения направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Цифровая экономика», прошу провести проверку с использованием системы «Антиплагиат» выпускной квалификационной работы на тему *«Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»*, выполненной мной самостоятельно, на содержание элементов плагиата.

Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных ранее выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен с действующим Стандартом университета «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата», согласно которому обнаружение плагиата является основанием для недопуска ВКР к защите и отчисления из университета.

ВКР представлена на проверку 06 июня 2024г.

Руководитель ВКР  Опекунов А. Н.

Студентка  _____
(подпись и дата)

Протокол

проверки на оригинальность в системе «Антиплагиат» выпускной квалификационной работы на тему «Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес» студентки 4 курса Кульковой Жанны Дмитриевны направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиль «Цифровая экономика».

Руководитель выпускной квалификационной работы *Опекунов Алексей Николаевич*



АНТИПЛАГИАТ
ОБНАРУЖЕНИЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ

Отчет предс
«Антиплагиат»

Отчет о проверке

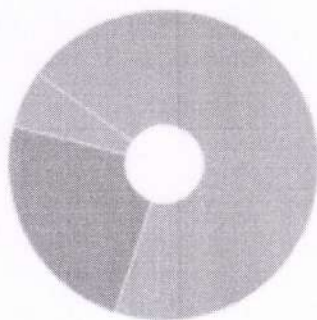
Автор: Кулькова Жанна Дмитриевна

Название документа: Диплом Кулькова 2023Ц1

Проверяющий: Толмачев

Организация: Пензенски

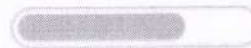
РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕРКИ



Совпадения:
23,65%



Оригинальность:
70,58%



Цитирования:
5,77%



Самоцитирования:
0%



- **Совпадения** — фрагменты проверяемого текста, полностью или частично сходные с найденными источниками, за исключением цитирования или самоцитирования. Показатель «Совпадения» — это доля фрагментов проверяемого текста.
- **Самоцитирования** — фрагменты проверяемого текста, совпадающие или почти совпадающие с фрагментом текста, являющимся автором проверяемого документа. Показатель «Самоцитирования» — это доля фрагментов текста, отнесенных к автору.
- **Цитирования** — фрагменты проверяемого текста, которые не являются авторскими, но которые система отнесла к цитированию. Показатель «Цитирования» — это доля фрагментов проверяемого текста, отнесенных к цитированию, в общем объеме текста.
- **Текстовое пересечение** — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
- **Источник** — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.

06 июня 2024г.

А. Н. Опекунов

ОТЗЫВ

о выпускной квалификационной работе в форме стартапа (бизнес-проекта)
студента гр. 20ЭЭц1 направления подготовки 38.03.01 Экономика
профиль «Цифровая экономика»
Кульковой Жанны Дмитриевны
Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

Выпускная квалификационная работа выполнена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР в форме стартапа (бизнес-проекта).

Работа выполнена в полном объеме и в соответствии с заданием.

Работа посвящена разработке проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».

Во введении содержится обоснование актуальности работы, цели, задачи, методы исследования, а также положения, выносимые на защиту.

В первой главе определяется цель создания бизнес-плана, рассматриваются его основные разделы и методы оценки эффективности проекта. Также проводится анализ рынка кофеен, включающий изучение тенденций рынка, количества конкурентов и потенциальных возможностей для развития бизнеса.

Во второй главе рассматривается концепция кофейни «Green Coffee House», основные конкуренты кофейни в Пензе и выделяется уникальное торговое предложение. Кроме того, разработан производственный и финансовый план, который позволяет оптимизировать процессы, учесть все затраты и обеспечить эффективное функционирование предприятия и осуществить финансовое планирование на длительную перспективу.

В третьей главе рассматриваются обоснование выбора кредитной программы в ПАО «Сбербанк» и возможности платформы СберБизнес. В заключение, анализируются основные показатели экономической эффективности бизнес-проекта с целью обоснования инвестиционной привлекательности проекта перед потенциальными инвесторами.

При работе над бизнес-проектом Кулькова Жанна Дмитриевна показала высокий уровень профессиональной подготовки, продемонстрировала практические навыки работы и умения реализовывать бизнес-идеи в конкретной предметной области.

Работа не содержит существенных недостатков. В качестве направления для дальнейшего развития стартапа предлагается уделить развитию сетей кофеен «Green Coffee House».

Выпускная квалификационная работа в форме стартапа (бизнес-проекта) Кульковой Жанны Дмитриевны Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика,

допускается к защите, рекомендована оценка «отлично», а ее автор заслуживает присвоения квалификации «бакалавр».

Руководитель к.э.н., доцент



Опекунов А. Н.

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

студента: Кульковой Жанны Дмитриевны
выполненную на тему: «Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

Основные позиции для оценки качества работы студента в период выполнения ВКР и компоненты оцениваемых компетенций		Оценка (0...5)
1. Отношение к работе (самостоятельность, инициативность, творческое отношение, ответственность)		5
ОПК-4	способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	
2. Ритмичность работы (регулярность посещения консультаций руководителя, выполнение основных этапов работы в плановые сроки)		5
ПК-9	способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта	
3. Подготовленность к выполнению работы по базовым дисциплинам профиля подготовки и качество аналитической работы		5
ПК-2	способность на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	
ПК-3	способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	
ПК-4	способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	
ПК-5	способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать ее для принятия управленческих решений	
ПК-11	способность критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и социально-экономических последствий	
4. Оценка работы в период оформления пояснительной записки (самостоятельность, степень участия руководителя, количество исправлений, сделанных по замечаниям руководителя)		5
ПК-10	способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	
5. Полнота источников информации по теме ВКР, их актуальность, соответствие теме, наличие и полнота ссылок на используемые источники		5
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
6. Качество и объем сбора, анализа и обработки данных		5
ОПК-2	способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	
ПК-1	способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
ПК-6	способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	
ПК-7	способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	
7. Степень владения и применения информационных технологий		5
ОПК-3	способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы	
ПК-8	способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии	

Целесообразность дальнейшего обучения студента в магистратуре: _____

Дополнительные замечания: _____

Руководитель:

К.Э.Н., доцент
(должность)


(подпись)

Опекунов Алексей Николаевич
(ФИО)

«__» _____ 2024 г.

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу в форме стартапа (бизнес-проекта)
студента гр. 20ЭЭц1 направления подготовки 38.03.01 Экономика

профиль «Цифровая экономика»

Кульковой Жанны Дмитриевны

Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

В последние годы кофейная культура стала неотъемлемой частью повседневной жизни многих людей. У некоторых людей кофе превратился в привычку и ежедневный ритуал, поэтому открытие кофейни является перспективным направлением. Также все больше людей стремятся к здоровому образу жизни и заботе о себе, открывая кофейню с возможностью осознанно подходить к выбору напитков и еды, можно привлечь больше клиентов. С помощью мобильного конструктора «Создай сам свой кофе» можно сделать кофе, который идеально подходит под свои вкусовые предпочтения. Благодаря разнообразным опциям выбора, каждый сможет настроить напиток именно так, как он хочет. Кофейня может стать прекрасным местом для того, чтобы люди могли не только насладиться вкусным напитком, но и провести время в уютной атмосфере. Следуя современным трендам здорового образа жизни и учитывая потребности и предпочтения потребителей, можно создать уникальное место, так как в Пензе нет заведений в сфере общественного питания с подобной концепцией.

Основное содержание работы:

Настоящий проект посвящен разработке проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».

Основные достоинства и недостатки работы:

В выпускной квалификационной работе проведено исследование, включающее в себя оценку и анализ финансовых аспектов стартапа, направленного на создание кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».

С точки зрения привлекательности для инвесторов, проект является перспективным. Оценка показателей эффективности подтверждает финансовую устойчивость проекта и его перспективы в конкурентной среде.

Автор представил анализ конкурентной среды и стратегию привлечения клиентов, что свидетельствует об отличном понимании рыночных реалий и коммерческого успеха, что способствует формированию устойчивого коммерческого успеха.

Оценка окупаемости инвестиций демонстрирует успешность бизнес-проекта и его способность привлекать потенциальных инвесторов. Автор проработал финансовые прогнозы и оценил период окупаемости инвестиций,

что является важным при оценке проекта. Бизнес-план проекта является структурированным и обоснованным.

Принципиальные замечания отсутствуют. Представленная работа демонстрирует достаточный уровень теоретической и практической подготовленности студента.

Заключение о ВКР:

1. Теоретическое и практическое значение: в ходе выполнения ВКР Кулькова Жанна Дмитриевна получила результаты, имеющие теоретическое и практическое значение: проработан финансовый план, описаны рыночные тенденции в отрасли; оценен срок окупаемости проекта и приносимые им денежные потоки.

2. Соответствие работы квалификационным требованиям и оценке: выпускная квалификационная работа в форме стартапа (бизнес-проекта) Кульковой Жанны Дмитриевны Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», заслуживает оценки «отлично», а ее автор - присвоения квалификации «бакалавр».

Рецензент:

Генеральный директор
ООО «ТК Френк-Пенза»
Чертова Мария Сергеевна



РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу в форме стартапа (бизнес-проекта)
студента гр. 20ЭЭц1 направления подготовки 38.03.01 Экономика

профиль «Цифровая экономика»

Кульковой Жанны Дмитриевны

Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес»

В последние годы кофейная культура стала неотъемлемой частью повседневной жизни многих людей. У некоторых людей кофе превратился в привычку и ежедневный ритуал, поэтому открытие кофейни является перспективным направлением. Также все больше людей стремятся к здоровому образу жизни и заботе о себе, открывая кофейню с возможностью осознанно подходить к выбору напитков и еды, можно привлечь больше клиентов. С помощью мобильного конструктора «Создай сам свой кофе» можно сделать кофе, который идеально подходит под свои вкусовые предпочтения. Благодаря разнообразным опциям выбора, каждый сможет настроить напиток именно так, как он хочет. Кофейня может стать прекрасным местом для того, чтобы люди могли не только насладиться вкусным напитком, но и провести время в уютной атмосфере. Следуя современным трендам здорового образа жизни и учитывая потребности и предпочтения потребителей, можно создать уникальное место, так как в Пензе нет заведений в сфере общественного питания с подобной концепцией.

Основное содержание работы:

Настоящий проект посвящен разработке проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».

Основные достоинства и недостатки работы:

В выпускной квалификационной работе проведено исследование, включающее в себя оценку и анализ финансовых аспектов стартапа, направленного на создание кофейни «Green Coffee House» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе».

С точки зрения привлекательности для инвесторов, проект является перспективным. Оценка показателей эффективности подтверждает финансовую устойчивость проекта и его перспективы в конкурентной среде.

Автор представил анализ конкурентной среды и стратегию привлечения клиентов, что свидетельствует об отличном понимании рыночных реалий и коммерческого успеха, что способствует формированию устойчивого коммерческого успеха.

Оценка окупаемости инвестиций демонстрирует успешность бизнес-проекта и его способность привлекать потенциальных инвесторов. Автор проработал финансовые прогнозы и оценил период окупаемости инвестиций,

что является важным при оценке проекта. Бизнес-план проекта является структурированным и обоснованным.

Принципиальные замечания отсутствуют. Представленная работа демонстрирует достаточный уровень теоретической и практической подготовленности студента.

Заключение о ВКР:

1. Теоретическое и практическое значение: в ходе выполнения ВКР Кулькова Жанна Дмитриевна получила результаты, имеющие теоретическое и практическое значение: проработан финансовый план, описаны рыночные тенденции в отрасли; оценен срок окупаемости проекта и приносимые им денежные потоки.

2. Соответствие работы квалификационным требованиям и оценке: выпускная квалификационная работа в форме стартапа (бизнес-проекта) Кульковой Жанны Дмитриевны Бизнес-проект «Разработка проекта по запуску сети кофеен «Green coffee house» с мобильным конструктором «Создай сам свой кофе» с помощью ресурсов платформы СберБизнес» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», заслуживает оценки «отлично», а ее автор - присвоения квалификации «бакалавр».

Рецензент:

Захаров Александр Павлович,

к.э.н.,

Начальник отдела по работе с корпоративными клиентами лесной промышленности и АПК

Пензенского отделения №8624 ПАО Сбербанк

