

Управление образования
администрации Сергиево-Посадского
городского округа Московской области
**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 8»**
141311, Московская обл., г. Сергиев Посад, ул. Птицеградская, д. 2
Телефон/факс: 8(496)5512180
E-mail: tishina43@bk.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПРОЕКТ

Создание детского кафе «Лакомка»

Работу выполнил(а,и):

Погосян Гаянэ Камоевна, 10А класс

Стахурлова Натялья Олеговна, 10А класс

Руководитель:

Суходол Ольга Григорьевна, заместитель
директора по УВР

Введение

В современной быстро изменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий. Процесс планирования позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предвосхитить то, что может случиться. Особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуются предвидение в долгосрочной перспективе и предварительные разработки, предшествующие первым шагам предприятия.

Планирование - сложный, многогранный процесс, требующий тщательной проработки ряда вопросов. Одним из важнейших элементов процесса планирования в целом является составление бизнес-планов. Этот термин стал достаточно широко использоваться в России сравнительно недавно - лишь в начале 1990-х годов, однако к настоящему времени практически любой более или менее крупный проект предваряется разработкой детального бизнес-плана.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что бизнес-план позволяет руководителю и его команде взглянуть на предприятие как бы со стороны. Это многоплановый управленческий инструмент. Он позволяет привлечь кредиты, инвестиции для достижения поставленных целей. Массовое питание играет большую роль в жизни общества, так как пища - это основа жизни человека и именно от этого зависит его здоровье, настроение и трудоспособность. Питание населения организуется в основном небольшими частными предприятиями различных типов: столовые, рестораны, кафе, закусочные, бары и другие.

Изучив меню нескольких организаций общественного питания, приходим к выводу, что ни одно из них не рассчитано на категорию детей: в меню огромный ассортимент спиртных напитков и слишком мало сладостей, напитков, которые любят дети (молочные коктейли, натуральные соки,

фруктовые салаты, какао и т.п.). Следовательно, меню, которое не всегда подходит для детей, не привлекает и родителей, которые заботятся о натуральном и здоровом питании для своих детей.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что действующие на сегодняшний день организации общественного питания не могут в полной мере удовлетворить существующий спрос, а значит, имеется реальная потребность создания детского кафе с большим выбором специальных детских блюд, напитков и т.п.

Цель проекта - разработка бизнес-плана организации общественного питания детского кафе ООО «Лакомка» в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского городского округа Московской области. Рынок общественного питания в России в целом и в Сергиево-Посадском городском округе в частности находятся на стадии трансформации: развиваются новые формы обслуживания потребителей, изменяется культура обслуживания. Рыночная ниша организации высококачественного общественного питания является привлекательной для инвесторов в связи с рядом факторов:

- быстрый срок окупаемости инвестиций;
- высокая норма прибыли;
- мобильность капитала.

В настоящее время на рынке микрорайона Ферма Сергиево-Посадского городского округа детских кафе и организаций общественного питания, ориентированных на высокое качество и скорость обслуживания нет и никогда не было.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Провести технико-экономическое обоснование проекта;
- Составить производственную программу проектируемого предприятия, рассчитать численность работников производства, провести расчет и подбор требуемого оборудования;

- Разработать организацию на предприятии;
- Оценить экономическую эффективность разработанного проекта путем расчета экономических показателей деятельности предприятия.

Вышеизложенное, является подтверждением актуальности выбранной темы, социальной и практической значимости предмета ее исследования.

Раздел 1. Резюме

Основная цель предлагаемого проекта: создание детского кафе с проведением театрализованных представлений, дней рождения, с условиями максимального комфорта, осуществлением заказов и доставок на дом. В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью, такой выбор организационно-правовой формы организации осуществлен с учетом ряда критериев, в первую очередь это: регистрация и постановки на учет в государственных органах; степень ответственности учредителей перед контрагентами и иными заинтересованными лицами в рамках хозяйственных отношений; простота ведения бухгалтерского учета.

Для осуществления первого производственного цикла планируется взять кредит в Банке ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» под 17 % годовых. Окупаемость кредита составит 8,3 месяца.

ООО «Лакомка» — первое детское кафе в микрорайоне, открытие которого станет событием для маленьких жителей. Впервые они смогут почувствовать себя комфортно в стенах этого заведения. В микрорайоне существуют хорошие возможности для реализации данного проекта, так как детских кафе в нем нет и не было. Большой выбор разнообразных детских блюд, возможность организации различных праздников, проведение семейных торжеств и отдых в приятной обстановке выгодно отличают наше кафе от других организаций общественного питания, куда могут пойти родители с детьми. Общая численность персонала ООО «Лакомка» составит 26 человек. Выручка за год составит - 10987200 рублей. Годовые издержки обращения составят - 7579333 рублей. Валовой доход предприятия - 3407867 рублей, а чистый доход – 229845 рублей.

Уровень рентабельности продаж - 26,3%, уровень рентабельности затрат - 38,2%. Срок окупаемости проекта 2,8 года.

На первом этапе проекта предусмотрено приобретение и установка оборудования, которое необходимо для технической подготовки и развития

производства. Вторым этапом проекта является подбор персонала. Подбор персонала будет осуществляться методом психологического тестирования и собеседования с каждым претендентом. Также при приеме на работу будет учитываться образование, опыт работы, квалификация, рекомендации с предыдущих мест работы, а также будет установлен испытательный срок - один месяц.

Данный проект рассчитан на различные категории потребителей. Учитываются потребности каждого отдельного сегмента.

Так как наша организация вновь открывающаяся, нам необходимо заявить о себе с помощью рекламы. Мы планируем осуществлять рекламную кампанию в течение всего первого года работы.

Преимуществом наших услуг является:

- лучшее качество;
- разнообразие детских блюд и напитков;
- возможность проведения детских утренников и других праздников.

В перспективе наша организация рассчитывает на расширение сферы услуг и ассортимента блюд.

Раздел 2. Описание деятельности организации и оказываемых услуг

2.1. Описание деятельности организации

Сфера услуг - одна из самых быстроразвивающихся отраслей экономики. Доля услуг в мировой торговле составляет более 25%.

Кафе ООО «Лакомка» будет действовать в сфере предоставления услуг населению емкостью - 60 посадочных мест.

Для создания кафе предполагается арендовать помещение в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского г.о. общей площадью 280 кв. метров. Помещение полностью соответствует нормативно-техническим и санитарно-гигиеническим требованиям для размещения организации общественного питания.

Для осуществления производственного процесса мы заключим договоры на поставку необходимого оборудования, сырья, а также проведем тщательный отбор персонала.

Для реализации рассматриваемого проекта создается новая организация. Наименование организации: общество с ограниченной ответственностью «Лакомка» (ООО «Лакомка»).

Адрес предприятия: юридический - Россия, Московская область, г. Сергиев Посад, пр. Красной Армии, д. 192. фактический адрес - Россия, Московская область, Сергиево-Посадский г.о. микрорайон Ферма ул....

Для осуществления первого производственного цикла нам потребуются денежные средства в сумме 2 000 000 рублей, которые мы планируем взять в кредит под 17% годовых. Окупаемость кредита составит 8,3 месяца.

2.2. Характеристика оказываемых услуг

Кафе ООО «Лакомка» будет оказывать следующие виды услуг:

1) Быстрое, качественное, вежливое обслуживание посетителей. Высокое качество услуг достигается путем разработки и тщательного соблюдения стандарта обслуживания — комплекса обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны

гарантировать установленный уровень качества всех проводимых операций.

2) Развлекательные программы.

В кафе будет возможность организовывать различные детские праздники, семейные торжества и отдых, а также театрализованные представления во время празднования.

3) Предварительный заказ столика.

4) Доставка заказа на дом.

Раздел 3. Стратегия организации

3.1. Выбор стратегии организации

Стратегия - это набор принципов и инициатив, который позволяет достичь цели с наименьшими потерями или переопределить цель, если она оказалась ложной.

Кафе ООО «Лакомка» будет придерживаться стратегии ценовой конкуренции, так как конкурирующие преимущества достигаются за счет средней цены по сравнению с ценами на оказываемые услуги конкурентов. Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода.

Стратегия фирмы:

- планировать выпуск новых блюд (расширение ассортимента) и предоставление новых видов услуг, которые отвечают возможностям организации и могут распространяться среди населения;
 - повышать качество, тем самым привлекать новых клиентов.
- Стратегическое планирование в организации выступает как средство достижения целей.

3.2. Миссия, цели организации

Любое предприятие является открытой системой и успешно развиваться может только в случае, если будет удовлетворять определенный спрос потребителей, находящихся за его пределами во внешней среде. Миссия предприятия - краткое описание хозяйственной единицы, ее основных целей, предназначения, сферы деятельности, норм поведения и роли в решении социальных задач региона, общества.

Миссия кафе ООО «Лакомка» - предоставление качественных услуг и организация досуга подрастающего поколения «Качество - превыше всего!»

У посетителей имеется возможность прийти в кафе всей семьей, отметить день рождения ребенка или просто провести семейный ужин в приятной обстановке.

Цель - это будущее желаемое состояние предприятия, мотив или повелитель поведения и действий его работников.

Основными целями данного проекта являются:

1. Создание детского кафе с проведением театрализованных представлений, дней рождения, с условиями максимального комфорта, осуществлением заказов и доставок на дом.

2. Создание серьезной и мощной компании, ориентированной на дальнейший рост и развитие, услуги которой будут пользоваться высоким спросом у широкого круга потребителей, в силу хорошего качества и доступных цен.

3. Создание объективных предпосылок для дальнейшего развития организации в таких направлениях как:

- расширение объема продукции, десертов, блюд;
- завоевание авторитета и обеспечение стабильного положения на рынке;
- обеспечение окупаемости собственного капитала.

Наши задачи:

- достижение намеченных целей в течение 10-15 месяцев от начала реализации проекта;
- получение положительных финансовых результатов уже в первый год деятельности.

3.3. Диагностика предприятия SWOT-анализ

SWOT-анализ помогает оценить слабые и сильные стороны предприятий, а также возможности и угрозы, которые могут ее ждать в будущем.

Минимальный круг задач, который должен быть решен в ходе диагностики состоит в следующем:

- а) определить сильные и слабые стороны предприятия;
- б) указать те «акупунктурные точки» предприятия, воздействуя на

которые можно улучшить состояние дел предприятия;

в) определить круг возможностей, которыми руководитель располагает для систематического и целенаправленного воздействия на ход событий.

Определим сильные и слабые стороны.

Таблица 1

Сильные и слабые стороны

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Лучшее качество продукции	1. Невозможность приготовления блюд заранее, так как это противоречит нормам (к столу все самое свежее)
2. Возможность расширения ассортимента	2. Арендное помещение
3. Предоставление дополнительных услуг	3. Недостаточный собственный опыт рекламы
4. Современное высокотехнологичное оборудование	4. Простои в кафе
5. Бесперебойность работы	
6. Эффективная рекламная программа	

Определим возможности и угрозы.

Таблица 2

Возможности и угрозы

Возможности	Угрозы
1. Новые разработки, новая продукция и услуги	1. Появление конкурентов
2. Расширение рынка сбыта	2. Повышение цен на сырье
3. Увеличение спроса	3. Увеличение налогов и арендной платы
4. Выход на новый рынок сбыта	4. Изменение потребностей и вкуса покупателей
5. Улучшение доходов населения	5. Время кризиса и санкций

3.4. Стратегия проникновения на рынок

Основные составляющие рынка - спрос и предложение. На спрос влияют: цена, доходы потребителей, потребности и качество.

Мы находимся в районе, где нет конкурентов, соответственно ниша на рынке микрорайона Ферма Сергиево-Посадского г.о. общественного питания пуста и мы сможем ее заполнить. Отсутствие конкурентов дает нам возможность выйти на рынок с широким ассортиментом оказываемых услуг, высоким качеством и сравнительно невысокими ценами. В дальнейшем мы планируем завоевать положительный имидж организации и открыть сети

кафе в других населенных пунктах Сергиево-Посадского г.о.

Раздел 4. Маркетинг – план

4.1. Анализ положения отрасли

Микрорайон Ферма расположен в восточной части города Сергиев Посад. Важной характеристикой населения микрорайона Ферма является высокая доля семей военнослужащих и экономически активного населения - это положительно сказывается на текущем уровне доходов населения.

В настоящее время в микрорайоне действуют дошкольные образовательные учреждения, общеобразовательная школа, спортивный комплекс, библиотека и Дом офицеров.

Торгово-коммерческая деятельность представлена сетью магазинов самых распространенных торговых организаций.

ООО «Лакомка» — первое детское кафе в микрорайоне, открытие которого станет событием для маленьких жителей. Впервые дети смогут почувствовать себя комфортно в стенах нашего кафе. В микрорайоне существуют реальные возможности для реализации данного проекта.

Кафе планируется открыть в самом центре микрорайона, на пересечении улиц, по которым в течение всего дня наблюдается большой поток пешеходов.

Основные потребители услуг - учащиеся ближайших школ, дети дошкольного возраста их родители и просто клиенты, желающие отдохнуть в непринужденной обстановке. Также в кафе можно устраивать утренники с костюмированными представлениями, что может заинтересовать и детские сады (возраст 4-6 лет). Подобные заведения никогда не остаются без внимания посетителей.

Кроме того, в кафе будет открыт зал для взрослых.

В качестве потенциальных потребителей предоставляемых кафе услуг можно рассматривать все население микрорайона Ферма. Структуру постоянных потребителей кафе ООО «Лакомка» схематично представить

диаграммой.

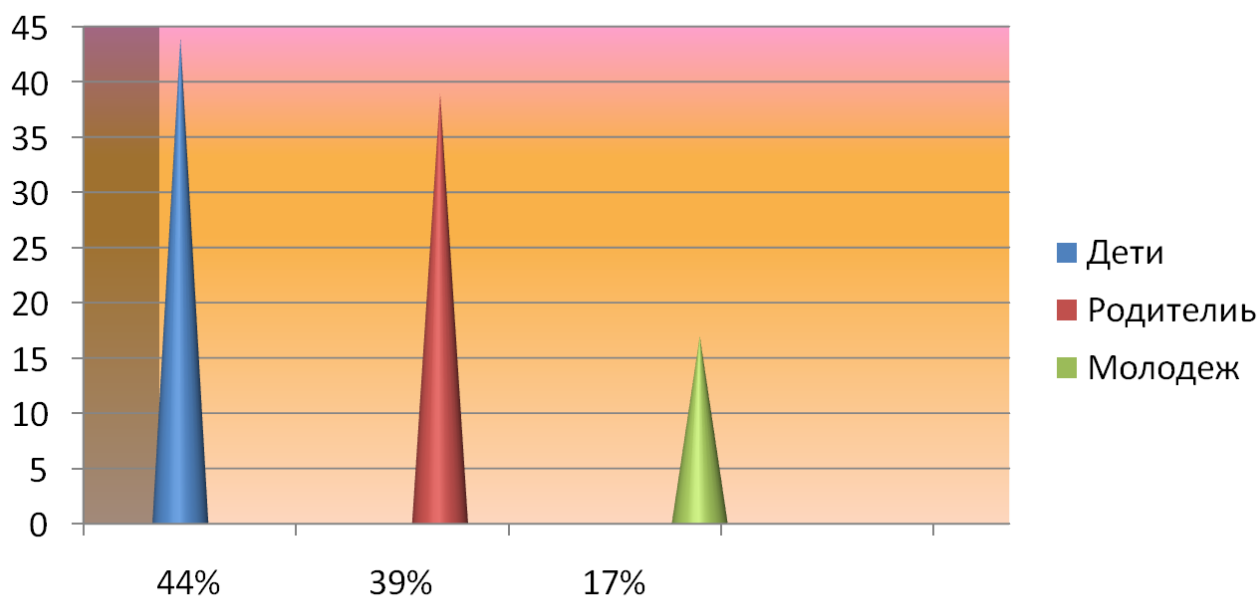


Рис. 1. Структура постоянных потребителей детского кафе

Таким образом, основную часть наших посетителей будут составлять дети и их родители.

Организацию производства и оказания услуг в организации предполагается осуществлять с учетом следующих принципов:

- постоянный мониторинг конкурентоспособности ассортимента и работа над его совершенствованием;
- предложение максимально широкого ассортимента сопутствующих товаров;
- самостоятельное приготовление блюд;
- размещение кафе в деловом центре поселка и ориентация на средний уровень доходов населения - 30-45 тысяч рублей;
- использование комплекса мер по формированию спроса и стимулированию сбыта, формированию имиджа и закреплению постоянных клиентов.

Рассмотрим влияние этих факторов на спрос услуг детского кафе ООО «Лакомка».

- цена продукта - наше кафе будет находиться не в центре города

следовательно и цены будут доступными;

- доходы потребителей - в нашем поселке проживают люди с разным уровнем доходов, много людей приезжих, дачников, желающих приятно отдохнуть вместе с детьми;

- конкуренты — во-первых, подобного рода организаций в микрорайоне нет, а во-вторых, основные наши конкуренты находятся в радиусе 5-6 км, т.е. в центре города Сергиев Посад;

- потребности, вкусы и предпочтения потребителей (ЦА –целевая аудитория) – ООО «Лакомка» -первое детское кафе в микрорайоне , открытие которого станет событием для маленьких жителей. Впервые они смогут почувствовать себя комфортно в стенах этого заведения;

- ожидания потребителей - подобные заведения никогда не останутся без внимания посетителей, так как гораздо выгоднее для родителей провести детский праздник вне дома. Кроме того, это намного интереснее для ребенка. Кафе предлагает отличное меню, лучшее качество, теплый прием, умение обращаться с детьми.

В первый год деятельности мы рассчитываем привлечь интерес клиента к оказываемым услугам проведением следующих мероприятий:

- рекламный ролик на местном телевидении;
- реклама в виде листовок;
- проведение презентации кафе с приглашением руководителей предприятий и представителей СМИ;
- ведение страниц в сети интернет : Инстаграм, вКонтакте
- таргетная реклама

Как рассказать родителям о нашем кафе - понятно, но как же проявить интерес у детей, чтобы именно они захотели прийти в наше кафе со своими родителями? Для наших маленьких посетителей мы решили выбрать следующий способ рекламы:

- в многолюдных местах будут ходить люди, наряженные в плюшевых медведей или других любимых детских персонажей из сказок и зазывать

посетителей.

Проведенные исследования рынка свидетельствуют о существовании спроса подобного рода услуг и реальной потребности в организации нового проекта - детского кафе ООО «Лакомка» с широким ассортиментом предлагаемых услуг, высоким сервисом и качеством обслуживания и сравнительно невысокими ценами. Данный проект предусматривает создание организации, которая должна заполнить свободную на сегодняшний день нишу на рынке общественного питания в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского г.о. Московской области.

5.2. Сегментирование рынка

Можно ли угодить всем?

Да, если правильно сегментировать свой рынок

Основная цель сегментирования рынка — среди всех возможных потребителей выделить сегменты - группы и подгруппы с общими потребностями и характеристиками, которые могут предъявлять разные требования к одному и тому же продукту и на которые необходимо воздействовать по-разному.

Технология сегментирования рынка ООО «Лакомка» состоит из следующих этапов:

1 этап - Обозначить максимально широкий рынок.

Все организации и частные лица микрорайона Ферма, которые имеют потребность в предоставлении оказываемых нами услуг населению.

2-этап - Перечислить потребности потенциальных потребителей:

- лучшее качество;
- разнообразное меню;
- приятная обстановка;
- интересные праздники вне дома;
- ужин прямо на дом;
- доступные цены.

3-этап - Определить «узкие» рынки исходя из перечисленных потребностей.

Полученные выше потребности характерны для каждого нашего потребителя. Например, возьмем потребность «Лучшее качество». Для кого данная потребность характерна? Абсолютно для всех, потенциальных потребителей, ведь каждому клиенту необходимо, чтобы предлагаемый ассортимент всегда был свежим, качественным и имел привлекательный вид.

Потребность «Отличное меню», также подходит для всех потребителей, но самым важным она является для наших постоянных посетителей, то есть для категории родителей и их детей.

4-этап. - Назвать полученные сегменты рынка.

- дети;
- родители;
- молодежь.

5-этап - Найти и описать ключевые (самые важные) потребности для каждого сегмента.

Таблица 3

Ключевые потребности для каждого сегмента

Сегмент	Ключевые потребности
Дети	Низкая ценовая категория, наличие широкого ассортимента детских блюд, театрализованные и развлекательные программы, лучшее качество блюд, что его обеспечивает всегда свежие продукты.
Родители	Доступность цен, быстрое и качественное обслуживание, надежность и безопасность, возможность провести детский праздник вне дома, а также доставка ужина прямо на дом.
Молодежь	Средняя ценовая категория, развлекательная программа, караоке, предварительный заказ столика, необычные блюда с великолепным вкусом и красивым оформлением.

6- этап - Описать подробно наиболее важные потребительские характеристики каждого сегмента

Дети - открытие первого детского кафе станет для них великим событием, они впервые смогут себя почувствовать себя комфортно в стенах этого кафе. Детям будет интересно провести свой праздник в нашем кафе, вместе со своими друзьями попробовать новые блюда, танцевать, петь, смотреть представление.

Родители — в наше кафе родители могут прийти вместе со своими детьми и провести вместе семейное торжество или отдохнуть в приятной обстановке. Качественное обслуживание, по-домашнему вкусные блюда, веселая музыка - все это, несомненно, будет привлекать наших посетителей.

Вместе с тем родители могут существенно облегчить свои труд по подготовке домашнего торжества, заказав в нашем кафе разнообразные блюда на дом. Доставка их в горячем свежем виде, в удобное время заказчика, бесплатная.

Молодежь - также может посетить наше кафе и интересно провести время, при этом попробовать изысканные блюда, которые порадуют своим превосходным вкусом. Так же молодежи предлагается возможность проведения заказанных заранее торжественных мероприятий, при этом постоянным клиентам, предоставляется скидка.

7- этап - Оценить перспективность каждого сегмента.

Кафе ООО «Лакомка» будет действовать в сфере предоставления услуг населению. Наше кафе могут посещать люди с разным уровнем дохода, так как виды оказываемых услуг доступны всем.

4.3. Анализ конкуренции

Конкуренция - это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Необходимо отметить, что целесообразно отнести к числу конкурентов те предприятия, которые предоставляют услуги, аналогичные

услугам нашего предприятия.

Основными конкурентами кафе ООО «Лакомка» являются:

- «Макдоналдс», г.Сергиев Посад;
- развлекательный центр «Подсолнух», г. Сергиев Посад;
- развлекательный центр «Семья», г.Сергиев Посад.

Однако данные организации общественного питания имеют в основном меню, которое не всегда подходит для подрастающего поколения и не привлекает родителей, заботящихся о натуральном и здоровом питании своих детей.

Данные конкуренты имеют уже сложившую репутацию, а также своих постоянных клиентов. Нашей организации необходимо провести ряд мероприятий, чтобы завоевать симпатии потребителей. Бесперебойность работы кафе, то есть без выходных и обеденного перерыва, так же может привлечь часть клиентов наших конкурентов.

Для эффективного функционирования кафе, планируется в перспективе расширение ассортимента оказываемых услуг, повышения их качества и привлечение новых клиентов.

Серьезной конкурентной борьбы не предполагается, так как предприятий общественного питания подобного типа в микрорайоне нет и ниша, на которую кафе будет ориентировано, свободна.

4.4. Описание продукта

Как уже было сказано, основной сегмент рынка данной организации - дети и их родители. Поэтому и маркетинговую стратегию следует разрабатывать, ориентируясь на данную категорию населения.

Товарная политика данного заведения довольно проста: предлагается только свежеприготовленная пища к столу. Меню разрабатывается индивидуальным способом, чтобы данные блюда можно было найти только в данном кафе. Подробное меню будет представлено ниже, где имеются изысканные десерты и горячие блюда, которые порадуют своим

превосходным вкусом. Кроме того повара всегда находятся в поиске нового. Планируется проведение, «Дней русской, французской, немецкой, итальянской кухни» и др.

Особенности и критерии услуг кафе ООО «Лакомка»:

- *надежность* (определяет способность кафе выполнять обещанную услугу точно и аккуратно);

- *доступность* (характеризует возможность получения посетителям услуги без длительного ожидания);

- *безопасность* (оценивает, не подвергает ли данная услуга посетителя опасности и риску, не является ли сомнительной);

- *доверие* (показывает, насколько можно доверять лицам, оказывающим услугу);

- *понимание клиента*.

Наше кафе гарантирует лучшее качество, что обеспечивают всегда свежие продукты. Наличие разнообразия детских блюд, напитков, возможность провести утренник, день рождения и другие мероприятия - приготовление блюд только в день ее употребления, теплый прием, умение обращаться с детьми. Именинник празднует в нашем кафе свой день рождения *бесплатно!*

4.5. Товародвижение

Товародвижение - это часть комплексного маркетинга, которая связана с физическим перемещением продукта и/или с передачей прав собственности на него. Оно осуществляется через определенные каналы пути, по которым продукт движется от производителя к конечному потребителю. Каналы - это оптовая и розничная торговля, склады, посредники и т. п.

В своей деятельности ООО «Лакомка» использует следующую схему товародвижения.

Схема «при помощи посредников» - здесь рассматривается оптовая

закупка, осуществляемая нашей организацией. То есть в данном случае продукт переходит из рук в руки несколько раз: у производителя крупную партию товара приобретает оптовик, затем он мелкими партиями продает другим, менее крупным оптовикам (Рис 2).

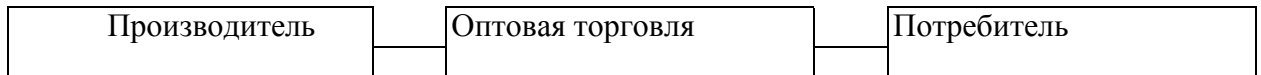


Рис 2 . Одноуровневый канал товародвижения

4.6. Продвижение

Продвижение - одна из наиболее сложных и многосторонних составляющих комплекса маркетинга.

Продвижение - это распространение информации о продукте, организации. В продвижение входит: реклама; стимулирование сбыта; прямые и персональные продажи; отношение с общественностью (PR).

Наша организация- вновь открывающаяся, поэтому необходимо заявить о себе с помощью рекламы. Мы планируем осуществлять рекламную кампанию в течение всего первого года работы и всех последующих лет.

На первом году деятельности, будут раздаваться рекламные листовки, буклеты в людных местах. Но этого недостаточно, ведь признано, что лишь 20% людей смотрят на содержание данной им листовки, и лишь 10% дочитывают до конца. Помимо листовок и буклетов планируется запустить рекламу на городском телевидении и таргетную рекламу в соцсетях.

Основная цель рекламы - привлечь внимание потребителя к продукту, дать о нем информацию и убедить приобрести. Таким образом, немалый успех принесет красочная стойка перед кафе на улице с перечнем сегодняшнего меню.

Еще мы планируем показ рекламного ролика на местном телевидении, рекламу на радио Сергиев Посад, а также проведение презентации кафе с приглашением руководителей предприятий и представителей СМИ.

Перед входом в кафе будет размещена информация, содержащая

краткое название кафе и режим его работы.

На здании, мы планируем поместить неоновую вывеску с названием кафе ООО «Лакомка». (приложение 1)

Для проведения рекламной компании потребуются следующие денежные затраты (таблица 5).

Таблица 5

**Расчет затрат на рекламу
Стоимость неоновой вывески**

Количество букв (шт.)	Высота букв (см.)	Стоимость одной буквы (руб.)	Общая сумма (руб.)
4	30	700	2800
7	40	900	6300
		Итого:	9100

Промоутеры

Кратность	Общее количество выхода	Стоимость одного выхода (руб.)	Общая сумма в год (руб.)
2 раза в	6 месяцев	400	19200
		Итого:	19200

Рекламный ролик на местном телевидении

Кратность	Общее количество показов	Стоимость одного показа (руб.)	Общая сумма в год (руб.)
/ раз в неделю (еженедельно)	12 месяцев (52 недели)	1000	52000
		Итого:	52000

Таргетная реклама

Количество месяцев	Стоимость месячного ведения	Общая сумма в год (руб.)
3	4000	48000
	Итого:	48000

Стоимость адресной рекламы (буклеты, листовки) составит - 10 000 руб.

Расходы на проведение презентации кафе «Лакомка» составят - 45 000 руб.

Стоимость изготовления информационной таблицы составит — 5000 руб.

Стоимость стойки с содержанием сегодняшнего меню составит - 10000 руб.

Общие затраты на рекламу за год (таблица 6)

Таблица 6

Общие затраты на рекламу в год

№ п/п	Вид рекламы	Сумма затрат (руб)
1	Неоновая вывеска	9100
2	Зазывалы	19200

3	Рекламный ролик на местном телевидении	52000
4	Таргетная реклама	48000
5	Адресная реклама	10000
6	Презентация кафе ООО «Лакомка»	45000
7	Информационная вывеска	5000
8	Стойка с содержанием меню	10000
	Итого:	198300

В качестве стимулирования сбыта наша организация будет применять следующие методы:

- постоянным клиентам будут вручаться карты VIP-клиента, дающие право на получение скидки в размере 5%;
- периодически будут проводиться розыгрыши призов (торт, футболка с логотипом кафе, или ценный приз - его цена не должна превышать 3000 руб.);
- день рождения именинник празднует бесплатно!

Чтобы посетители приходили к нам вновь и вновь необходимо также учитывать и следующие подходы к стимулированию, а именно:

- дружеская атмосфера и умение общаться с клиентами никогда не остаются без внимания;
- быстрое и качественное обслуживание так же радует клиента, ведь не у каждого человека есть выносливость к долгому ожиданию.

Если у рекламы и стимулирования сбыта главная цель - привлечь потребителей и увеличить объем продаж, то у PR задача - сформировать и/или поддержать благоприятный имидж (образ) организации в глазах общественности.

В качестве продвижения нашего кафе на рынок предполагается заключить договор с предприятиями, оказывающими услуги по проведению торжеств, организации культурных мероприятий на обслуживание. В данном случае основной целью является формирование благоприятного имиджа, ознакомление максимально широкого круга населения с услугами кафе.

4.7. Ценообразование

При формировании цен были учтены следующие особенности рынка общественного питания микрорайона Ферма Сергиево-Посадского г.о.:

- средний уровень дохода населения;
- отсутствие учреждений общественного питания, ориентированных на предоставлении услуг высокого уровня качества;
- расположение кафе .

Формирование цен основано не на принципе «затраты + норма прибыли», а на соотношении позиций ассортимента с позициями конкурентов по критерию цена-качество, что создаст необходимый спрос на наши услуги на первом этапе работы кафе.

Для максимального использования возможностей организации целесообразно введение льготных цен (таблица 7).

Таблица 7

Стоимость услуг кафе

Услуга	Стоимость услуги в будни (на 1 чел.)	Стоимость услуги в выходные (на 1 чел.)
«Рог изобилия»	700 руб.	850 руб.
«Повелитель игры»	600 руб.	750 руб.
«Ловцы приключений»	500 руб.	650руб.
Дополнительные услуги (руб.)		
Сопровождение инструктором/клоуном	300/500 1 час	450/650 1 ч.30 мин.
Няня на 1 ребенка/Няня на 2 детей	200/300 1 час	350/450 1 ч.30 мин.
Клоун	800 1 час	950 1ч.30мин.
Аксессуары (руб.)		
Колпачки + носики	1 шт. - 20	1 шт. - 35
Дудочки	1 шт.- 20	1 шт. - 35
Воздушные шары	1 шт. - 15	1 шт. - 30
Красочная посуда	На 1 чел. - 45	На 1 чел. - 60
Салют из мыльных пузырей	2-3 мин. - 100	4 мин. - 150
Аквагрим		
Цирковые номера	10 мин. - 3000	20 мин. - 3500
Детское шампанское	1 шт. - 150	2 шт. - 250

ООО «Лакомка» также учитывает влияние на цену следующих факторов:

- изменение ставок налогов;
- деятельность новых конкурентов.

Раздел 5. Организационный план

5.1. Организационно-правовая форма предприятия

Для реализации рассматриваемого проекта создается новая организация. Наименование организации ООО «Лакомка». Уставный капитал 2 000000 рублей.

Выбор организационно-правовой формы предприятия осуществлен с учетом ряда критериев, в первую очередь это: простота регистрации и постановки на учет в государственных органах; степень ответственности учредителей перед контрагентами и иными заинтересованными лицами в рамках хозяйственных операций; простота ведения бухгалтерского учета.

Кафе ООО «Лакомка» создается как частое предприятие. Для открытия организации и ведения производственно-коммерческой деятельности мы должны иметь комплект документов, дающих на это право, а именно:

- свидетельство о государственной регистрации предпринимателя без образования юридического лица или устав предприятия;
- документы, подтверждающие принадлежность торгового субъекта юридическому или физическому лицу (договор аренды, свидетельство о праве собственности, технический паспорт);
- свидетельство об уплате единого налога на вмененный доход или временный патент на право торговли;
- документы, подтверждающие сертификацию товаров и услуг;
- товарно-транспортные накладные на все сырье;
- свидетельства о метрологической поверке весоизмерительного оборудования, мерных сосудов;

- санитарные книжки для работников;
- трудовые соглашения или договоры о найме работников предприятия;
- ассортиментный перечень производимой продукции;
- договор на вывоз мусора;
- договор с электросетью;
- договор с канализационной службой;
- договор с водоснабжением;
- журнал по технике безопасности;

Исполнитель обязан соблюдать установленные в государственных стандартах, санитарных, противопожарных правилах, технологических нормативах, других правилах и нормативных документах обязательные требования к качеству услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

5.2. Место расположения кафе и состав его помещений

Кафе планируется открыть по адресу: Московская область, Сергиево-Посадский район микрорайон Ферма ул..., где находится школа, детские сады. Кафе ООО «Лакомка» рассчитано на 60 посадочных мест.

Так как нашими основными посетителями являются в основном дети и их родители, то для клиентов будут работать несколько залов:

- зал для взрослых будет работать с 9.00 до 23 часов.
- зал для детей, режим работы которого с 9.00 до 21 часа.

Все залы будут оформлены и обустроены в соответствии с его использованием.

Кафе будет работать ежедневно без выходных и перерывов на обед. Для посетителей будут функционировать раздевалки, комнаты личной гигиены и т. д.

Также в каждой организации общественного питания должна быть размещена в удобных для ознакомления местах следующая информация для

потребителя:

- информация о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа;
- информация об услугах (перечень услуг и условия их оказания, цены и условия оплаты услуг);
- фирменное наименование предлагаемой продукции с указанием способов приготовления блюд и входящих в них основных ингредиентов и т.п.;
- обозначения нормативных документов, требованиям которых должна соответствовать продукция и услуга;
- закон РФ «О защите прав потребителей»;
- книга отзывов и предложений и т. п.

В состав помещения буду входить: производственные помещения, складские помещения и административные помещения. Все помещения оснащены необходимым оборудованием в соответствии с нормами оснащения предприятий общественного питания и санитарно-гигиеническими требованиями.

5.3. Структура управления

Целью структуры управления является разработка особой системы управления компанией, которая направлена на максимально эффективное достижение поставленных задач.

Важным шагом является верный подбор персонала организации, нацеленный на выполнение задач ее деятельности. Управленческий коллектив является существенным фактором при продвижении и реализации бизнес-плана. Поскольку учредители и возможные партнеры придают большое значение команде, все сотрудники при приеме на работу пройдут тестирование. При приеме на работу также будет учитываться образование, опыт работы, квалификация с предыдущего места работы, а также будет установлен испытательный срок - один месяц.

Организационная структура управления предприятия ООО «Лакомка» изображена на рис. 3.

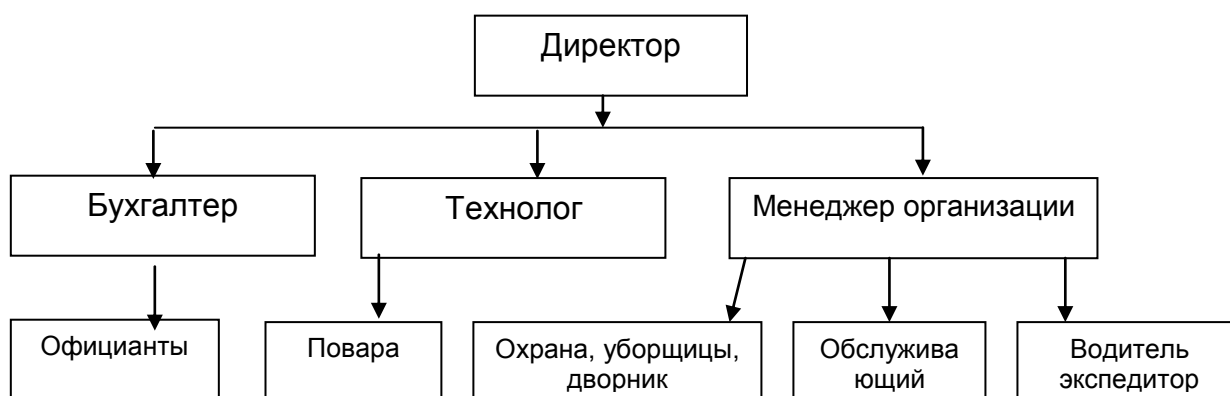


Рис. 3. Организационная структура управления кафе ООО «Лакомка»

Представленная структура является линейно-функциональной, что полностью отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия общественного питания.

Основные функции управленческого персонала определяются действующим законодательством РФ, Учредительными документами организации, трудовыми договорами и должностными обязанностями.

5.4. Оплата труда работников

Так как наше кафе ООО «Лакомка» вновь открывающееся, то на начальном этапе работы для всех работников будет установлена повременная форма оплаты труда.

В дальнейшем планируется увеличение заработной платы работникам, а также выплаты стимулирующего характера.

Для более плодотворной работы персонал нашего кафе имеет следующие льготы:

- медицинское страхование;
- бесплатное питание;
- материальная помощь на период очередного отпуска;

Для обеспечения производственного процесса предусмотрено штатное расписание. Штатное расписание представляет собой перечень сгруппированных по отделам и службам должностей служащих с указанием разряда (категории) работ и должностного оклада.

Штатное расписание ООО «Лакомка» представлено в таблице 8.

Таблица 8

Штатное расписание

Категория работников	Кол-во работников	Ежемесячный оклад (руб.)	Кол-во месяцев	Общая сумма за год (руб.)
Директор	1	50000	12	600000
Бухгалтер	1	40000	12	480000
Технолог	1	35000	12	420000
Менеджер	1	30000	12	360000
Официант	4	20000	12	960000
Повар	2	25000	12	600000
Посудомойщица	1	15000	12	180000
Водитель-экспедитор	1	25000	12	375000
Уборщица	1	10000	12	120000
Итого:	13	Ежемесячный	-	Годовой ФЗП
		250000	-	4095000

Раздел 6. Производственный план

6.1. Технология производства

Технология приготовления и рецептура блюд соответствует всем современным требованиям, предъявляемым к пищевым продуктам: еда готовится из экологически чистых продуктов, не используются покупные полуфабрикаты (поэтому качество продукции высокое), используется посуда из экологически чистых материалов.

Кафе способно быстро увеличивать и сокращать объем выпуска продукции, что позволяет быстро и без особых затрат приспосабливаться к сезонным колебаниям спроса.

Основные направления совершенствования и развития технологии: применение микроволновых печей, посудомоечных машин, кухонных комбайнов и другой бытовой техники. Это позволяет экономить время и, соответственно, количество персонала.

В кафе предусмотрена система управления качеством продукции. С этой целью проводятся контрольные замеры веса порций, дегустация блюд, а также обязательно должен проводиться контроль закупаемых продуктов с целью выбраковывания некачественной продукции.

6.2. Расчет необходимого оборудования и инвентаря

Так как арендуемое помещение не имеет мебели, торгового оборудования и других необходимых средств для технической подготовки и развития производства, то нам необходимо его приобрести. Приобретение и установка основного и вспомогательного оборудования сформировано из расчета комплектации клиентского зала на 60 посадочных мест и административных и производственных помещений. Стоимость необходимого оборудования и инвентаря приведена в таблице 9.

Таблица 9

Стоимость основного оборудования и инвентаря

Наименование затрат	Ед. изм.	Кол-во	Стоимость за единицу (руб.)	Общая сумма затрат (руб.)	Норма амортизационных отчислений, %	Сумма (руб.)
1	2	3	4	5	6	7
Холодильный шкаф	шт.	2	30000	60000	10	3000
Плита	шт.	3	10000	30000	12	3600
Микроволновая печь	шт.	3	15000	45000	10	4500
Посудомоечная машина	шт.	3	20000	60000	12	7200
Раковина	шт.	2	8000	16000	7	4200
Кондиционер	шт.	3	10000	30000	13	3900
Стойка (бар)	шт.	2	3500	7000	12	840
Витрина	шт.	2	2500	5000	12	600
Стол производственный	шт.	5	1 500	7500	12	900
Стол и стулья	комп.	20	1 000	20000	10	2000
Вешалка	шт.	20	500	10000	10	1000
Шкаф- купе	шт.	6	10000	60000	5,6	3360
Стенка для	шт.	1	2000	2000	12	240
Книжный шкаф	шт.	2	1000	2000	10	200
Музыкальный центр	шт.	3	15000	45000	13	5850
Кассовый аппарат	шт.	2	5000	10000	6,9	690
Монитор	шт.	2	4000	8000	13	1 040
Системный блок	шт.	2	15000	30000	13	3900
Клавиатура	шт.	2	400	800	13	104
Мышь	шт.	2	300	600	13	78
Принтер	шт.	2	4500	9000	13	1 170
Компьютерные колонки	шт.	4	500	2000	13	260
Светотехник	шт.	3	20000	60000	12	7200
Сейф- шкаф	шт.	1	5000	5000	10	500
Соковыжималка	шт.	1	1 500	1 500	13	195
Всего затрат на оборудование:				500 400		57047
Кухонный инвентарь						
Ведро	шт.	10	120	1 200	-	-
Венчик	шт.	3	50	150	-	-
Горка для специй	шт.	2	1 760	3520	-	-

Доска разделочная	шт.	10	350	3500	-	-
Дуршлаг	шт.	3	100	3000	-	-
Кастрюля 3 л.	шт.	4	180	720	-	-
Кастрюля 4-6 л.	шт.	4	350	1400	-	-
Кастрюля 8-10 л.	шт.	4	800	3200	-	-
Котлы 20-30 л.	шт.	3	2000	6000	-	-
Нож	комп.	3	980	2940	-	-
Одежда для персонала	комп.	30	700	21 000	-	-
Посуда	комп.	400	1200	48000	-	-
Сито	шт.	2	50	100	-	-
Скатерти	шт.	22	240	5280	-	-
Штопор	шт.	2	30	60	-	-
Прочие		-	-	60000	-	-
Всего затрат на инвентарь				1920840	-	-

6.3. Расчет арендной платы

Мы планируем арендовать помещение в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского г.о.. Площадь помещения 280 кв. метров.

Арендная плата рассчитывается по формуле годовой арендной платы:

$$Aп = Бап * Киз * Км * Кт * Кд * Кнж * S,$$

где: Бап - базовая ставка арендной платы (900 руб./м. кв.);

Киз - коэффициент износа (0,7);

Км - коэффициент качества материала строения (1,1-смешанное дерево, кирпич, железобетон);

Кт - коэффициент типа строения (производственное, отапливаемое - 0,75);

Кд - коэффициент вида деятельности (2,3);

Кнж - коэффициент качества нежилого помещения;

$$K_1 = 0,45$$

$$K_2 = 0,65 \text{ (водопровод, канализация, горячая вода, отопление)}$$

$$K_3 = 0,16 \text{ (не огражденная территория)}$$

$$K_4 = 0,05 \text{ (высота потолков от 2,60 до 3,0 м.)}$$

$$\text{Итого: } 1,31$$

S - площадь арендуемого помещения с вышеназванными

характеристиками (280 кв. м.)

$$Aп=900*0,7* 1,1*0,75*2,3*1,31*280=438 482 \text{ руб.}$$

Наша годовая арендная плата составит - 438 482 руб.,

Арендная плата в месяц - 36540 руб.

Плата за аренду будет выплачиваться ежемесячно, договор аренды заключен на 5 лет, с условием дальнейшего его продления.

Раздел 7. Финансовый план.

7.1. Составление ассортиментного плана-меню

Для начала расчетов нам необходимо, составить ассортиментный план-меню и определить цены и проходимость блюд, а так же выручку за один день работы.

В таблице 10 приведен ассортиментный минимум блюд.

Таблица 10

Ассортиментный минимум блюд

Наименование групп блюд	Количество
Горячие блюда	5-6
Гарнир	3-5
Салаты	6-7
Напитки	5-6
Сладкие блюда	6

Таблица 11

План-меню

№ рецептур	Наименование блюд и закусок	Количество блюд в	Выход на 1 порцию	Цена за 1 блюдо	Общая сумма
1	2	3	4	5	6
Гарниры и горячие блюда					
762	Картофель «фри»	45	250	50	2250
	Голубцы	30	250	35	1225
	Картофель пюре	25	250	30	750
720	Котлеты «Лакомка»	20	150	40	800
	Гуляш с овощами по-баварски	17	500	120	2040
	Рыбная лазанья	18	200	60	1080
	Мясо по-восточному	12	200	70	840
585	Рулет из индейки	10	200	80	800
	Утка с яблоками	13	200	70	910

Салаты					
	Салат фруктовый	20	200	50	1 000
70	«Веселый снеговик»	25	200	50	1000
	«Виктория»	20	100	60	1200
	Рыбный салат	24	200	40	960
	Салат «Настроение»	15	100	50	750
70	Салат «Каприз»	20	150	45	900
	Креветочный салат	18	100	80	1440
				Итого:	7250

Продолжение таблицы 11

Холодные напитки					
1	2	3	4	5	6
96	Морс	20	200	25	500
	Напиток из апельсиновых копок	20	200	40	800
	Напиток из грейпфрутов	15	200	35	525
	Молочный коктейль	25	200	45	675
	Сок	30	150	30	900
				Итого:	3400
Горячие напитки					
1009	Чай (в ассортименте)	20	150	15	300
1016	Кофе (в ассортименте)	40	100	25	1000
1025	Какао	25	150	25	625
				Итого:	1925
Сладкие блюда (мучные изделия)					
	Мороженое в ассортименте	35	50	25	875
	Пирожное в ассортименте	30	50	20	600
	Клубника со сливками	35	150	70	2450
	Торт в ассортименте	30	150	40	1 200
	Крем фруктовый	25	100	45	1125
	Хлеб в ассортименте	100	50	10	1 000
				Итого:	7250

Выручка в день составляет 30 520 рублей, соответственно в месяц - 915 600 рублей, за год - 10 987 200 руб.

Раздел 8. Анализ рисков

Возможные случаи риска, связанные с деятельностью детского кафе «Лакомка», представлены в таблице 14.

Таблица 13

Возможные виды риска, связанные с реализацией проекта

Риски	Отрицательные последствия
1. Финансовые	
Неустойчивость спроса в связи с появлением новых конкурентов	Уменьшение объемов продаж
Снижение цен конкурентами	Снижение цен
Рост налогов	Уменьшение прибыли
Неплатежеспособность потребителей	Уменьшение объемов продаж и снижение прибыли
Рост цен на энергоресурсы	Снижение прибыли
Недостаток собственных оборотных	Увеличение объемов заемных средств
2. Социальные	
Отношение местных властей	Дополнительные затраты на выполнение их требований
Квалификация кадров	Низкое качество услуг, увеличение
3. Технические	
Изношенность средств производства	Уменьшение объемов производства и
Недостаточная надежность оборудования	Увеличение аварийности, снижение качества услуг
Отсутствие резерва мощности	Невозможность покрытия пикового

Заключение

Поставленные задачи в работе выполнены и цель достигнута.

В рамках разработки бизнес-плана обоснована экономическая эффективность создания в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского г.о. детского кафе «Лакомка», предоставляющего услуги: быстрого питания высокого качества; развлекательные программы; предварительный заказ столика; доставка заказа на дом, сориентированное на население с доходами на уровне среднего и выше среднего.

В работе проведена оценка экономической эффективности проекта. В соответствии с полученными выводами, проект экономически эффективен. Чистый приведенный доход по проекту составляет 2891845 рублей, уровень рентабельности продаж 26 %, уровень рентабельности затрат 38,2 %, срок окупаемости проекта - 2,8 года.

Проведенный анализ рынка говорит о том, что сегмент, на который ориентирована деятельность создаваемого предприятия на сегодняшний день, в данном районе, практически свободен, что позволяет рассчитывать на то, что продукция и услуги создаваемого предприятия будут пользоваться спросом.

Авторы проекта:

Погосян Гаянэ Камоевна _____

Стахурлова Наталья Олеговна _____

ОЦЕНОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ
конкурсного проекта

Создание детского кафе «Лакомка»

Погосян Гаянэ Камоевна
Стахурлова Наталья Олеговна

№ пп	Наименование критериев	Оценка в баллах
1.	Соответствие положению конкурса	9
2.	Наличие полного пакета документов	9
3.	Значимость проекта. Оценивается актуальность, степень полезности предложенного проекта для общества (социальная значимость).	9
4.	Осуществимость проекта. Оценивается реальность поставленных задач и достижимость целей проекта (финансовых и стратегических), проработка путей реализации проекта, выделение организационно-правовой формы будущего предприятия, определенность во времени, конкурентоспособность.	8
5.	Экономический анализ и проработка проекта. Оценивается наличие расчета затрат на осуществление проекта, его доходность, срок окупаемости.	9
6.	Новизна предложения. Оценивается новизна с точки зрения предложения нового в стране, регионе, городском округе, городе или модернизация существующих товаров и услуг.	8
7.	Практическая значимость	9
8.	Оригинальность текста (проверка на плагиат)	81 %
9.	Презентация проекта. Оценивается подготовленная электронная презентация и выступление участника.	9

Эксперты:

_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)
_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)
_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)
_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)
_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)

Секретарь конкурсной комиссии

_____	_____	_____
(подпись)	(расшифровка подписи)	(дата)

Суходол Ольга Григорьевна
Заместитель директора,
МБОУ «Средняя общеобразовательная
школа №8»
Тел.8-915-008-46-14

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу принять проект победителей школьного этапа конкурса предпринимательских проектов обучающихся общеобразовательных организаций Московской области к рассмотрению на муниципальном этапе:

№	Номинация	Ф. И.О. участника (ов) (полностью), класс	Место учебы, Адрес места учебы, телефон	Адрес электронно й почты участника, телефон	Сведения о руководителе	Тема/ название проекта
1	Лучший проект в сфере услуг	Погосян Гаянэ Камоевна, 10а Стахурлова Наталья Олеговна	МБОУ «Средняя общеобразовательная школа №8», г.Сергиев Посад, ул. Птицеградская 2,8-496-551-21-80	gava212006ne@mail.ru 89175733390 nstahur@yandex.ru 89151685612	Суходол Ольга Григорьевна	Создание детского кафе «Лакотка»

Дата: 03.03.2022

Директор

_____ О.В. Волкова-Лубьяницкая

Паспорт проекта

Конкурсный проект Создание детского кафе «Лакомка»

Номинация	Лучший проект в сфере услуг
Название	Создание детского кафе «Лакомка»
Краткое описание	<p>Создание детского кафе с проведением театрализованных представлений, дней рождения, с условиями максимального комфорта, осуществлением заказов и доставок на дом. В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограничительной ответственностью, такой выбор организационно-правовой формы организации осуществлен с учетом ряда критериев, в первую очередь это: регистрация и постановки на учет в государственных органах; степень ответственности учредителей перед контрагентами и иными заинтересованными лицами в рамках хозяйственных отношений; простота ведения бухгалтерского учета.</p> <p>Для осуществления первого производственного цикла планируется взять кредит в Банке ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» под 17 % годовых. Окупаемость кредита составит 8,3 месяца.</p> <p>ООО «Лакомка» — первое детское кафе в микрорайоне, открытие которого станет событием для маленьких жителей. Впервые они смогут почувствовать себя комфортно в стенах этого заведения. В микрорайоне существуют хорошие возможности для реализации данного проекта, так как детских кафе в нем нет и не было. Большой выбор разнообразных детских блюд, возможность организации различных праздников, проведение семейных торжеств и отдых в приятной обстановке выгодно отличают наше кафе от других организаций общественного питания, куда могут пойти родители с детьми. Общая численность персонала ООО «Лакомка» составит 26 человек. Выручка за год составит - 10987200 рублей. Годовые издержки обращения составят - 7579333 рублей. Валовой доход предприятия - 3407867 рублей, а чистый доход - 229845 рублей.</p> <p>Уровень рентабельности продаж - 26,3%, уровень рентабельности затрат - 38,2%. Срок окупаемости проекта 2,8 года.</p> <p>На первом этапе проекта предусмотрено приобретение и установка оборудования, которое необходимо для технической подготовки и развития производства. Второй этап проекта включает в себя подбор персонала. Подбор персонала будет осуществляться методом психологического тестирования и собеседования с каждым претендентом. Также при приеме на работу будет учитываться образование, опыт работы, квалификация, рекомендации с предыдущих мест работы, а также будет установлен испытательный срок - один месяц.</p> <p>Данный проект рассчитан на различные категории потребителей. Учитываются потребности каждого отдельного сегмента.</p> <p>Так как наша организация вновь открывающаяся, нам необходимо</p>

	<p>заявить о себе с помощью рекламы. Мы планируем осуществлять рекламную кампанию в течение всего первого года работы.</p> <p>Преимуществом наших услуг является:</p> <ul style="list-style-type: none"> - лучшее качество; - разнообразие детских блюд и напитков; - возможность проведения детских утренников и других праздников. <p>В перспективе наша организация рассчитывает на расширение сферы услуг и ассортимента блюд.</p>
Образовательная организация	Муниципальное бюджетное образовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №8»
Разработчики	Погосян Гаяне Камоевна, Стахурлова Наталья Олеговна 10А класс.
Руководитель	Суходол Ольга Григорьевна
Партнеры	-
Цель	Цель проекта - разработка бизнес-плана организации общественного питания детского кафе ООО «Лакомка» в микрорайоне Ферма Сергиево-Посадского городского округа Московской области.
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> • Провести технико-экономическое обоснование проекта; • Составить производственную программу проектируемого предприятия, рассчитать численность работников производства, провести расчет и подбор требуемого оборудования; • Разработать организацию на предприятии; • Оценить экономическую эффективность разработанного проекта путем расчета экономических показателей деятельности предприятия.
Планируемые результаты	Создание детского кафе с проведением театрализованных представлений, дней рождения, с условиями максимального комфорта, осуществлением заказов и доставок на дом.
Сметная стоимость проекта	Выручка за год составит - 10987200 рублей. Годовые издержки обращения составят - 7579333 рублей. Валовой доход предприятия - 3407867 рублей, а чистый доход – 229845 рублей.
Сроки реализации бизнес-плана	1 год
Срок окупаемости бизнес-плана	2года 8 месяцев
Целевая аудитория	учащиеся ближайших школ, дети дошкольного возраста их родители и просто клиенты, желающие отдохнуть в непринужденной обстановке. Также в кафе можно устраивать утренники с костюмированными представлениями, что может заинтересовать и детские сады (возраст 4-6 лет).
Дополнительные материалы	-