

Скачано с портала <http://dengodel.com>

## **БИЗНЕС-ПЛАН**

**"Создание кофейни "La Cafe Lavazza " в г. Ростове-на-Дону "**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### МЕМОРАНДУМ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

#### 1. ИНИЦИАТОР ПРОЕКТА

##### 1.1 ЮРИДИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ООО "КОФЕ ТРЕЙД"

##### 1.2 ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "КОФЕ ТРЕЙД"

#### 2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

#### 3. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

#### 4. АНАЛИЗ РЫНКА

##### 4.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОТРАСЛИ

##### 4.2 ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕГО РЫНКА И ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОВ

#### 5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

##### 5.1 ПОТРЕБИТЕЛИ

##### 5.2 МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

##### 5.3 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

##### 5.4 РЕКЛАМА

#### 6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

##### 6.1 ОБОРУДОВАНИЕ

##### 6.2 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ

##### 6.3 СЫРЬЕ И МАТЕРИАЛЫ

#### 7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

#### 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

#### 9. ОЦЕНКА РИСКА

### РЕЗЮМЕ

***МЕМОРАНДУМ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ***

Этот бизнес-план представляется на рассмотрение на конфиденциальной основе исключительно для принятия решения по финансированию данного проекта. Данный бизнес-план не может быть использован для копирования или каких-либо иных целей, а также передаваться третьим лицам.

Принимая на рассмотрение этот бизнес-план, получатель берет на себя ответственность за сохранность информации и гарантирует возврат данной копии автору, если он не намерен инвестировать капитал в начало проекта.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные по данному проекту, касающиеся его потенциальной прибыльности, объемов реализации, расходов, нормы прибыли и будущего ее уровня, основывается наилучшим образом согласованных мнениях всего коллектива участников разработки проекта.

Информация, содержащаяся в данном бизнес-плане, получена из источников, заслуживающих доверия.

## ***1. ИНИЦИАТОР ПРОЕКТА***

### ***1.1 ЮРИДИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ООО "КОФЕ ТРЕЙД"***

Полное наименование предприятия - Общество с ограниченной ответственностью "КОФЕ ТРЕЙД". Сокращенное название - ООО "КОФЕ ТРЕЙД". Адрес местонахождения: РФ, 344015, г. Ростов-на-Дону, ул. Нансена 148а, офис 307

ООО "Кофе Трейд" было создано в соответствии с действующим законодательством ГК РФ и Федеральным законом №14-ФЗ от 30.12.10г. Об обществах с ограниченной ответственностью".

Устав Общества утвержден Решением № 4 от 02 февраля 2010года.

### ***1.2 ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО "КОФЕ ТРЕЙД"***

Целью создания Общества является извлечение прибыли от хозяйственной деятельности общества.

Общество осуществляет следующие виды деятельности:

поставка и производство кофейных напитков для розничной продажи высококачественных сортов кофе под торговой маркой "Breda", "Illy", "Dell Arabica", "Lavazza", принадлежащим итальянским концернам "Procaffe SpA", "Lavazza SpA" и "Illycaffè SpA";

поставка широкого ассортимента классических и эксклюзивных видов чая;

поставка и монтаж кофейного оборудования одного из крупнейших итальянских производителей профессиональных кофемашин - компании Wega S. r. L.

## **2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА**

Целью проекта является создание в городе Ростове-на-Дону эксклюзивной кофейни "в духе итальянских традиций".

Создание кофейни планируется осуществить на территории ТЦ "Астор Плаза", расположенного по адресу Буденовский пр-т 49.

В настоящее время заключен договор с администрацией ТЦ, согласно которому помещение площадью в 60м<sup>2</sup>, занимаемое кофейней, взято в аренду сроком на 5 лет.

Данное помещение не нуждается в реконструкции и ремонте, так как находится в новом корпусе, и по оценке специалиста имеет хорошее состояние.

Как известно, успешность кофейни на 50% зависит от удачного месторасположения. Согласно нашему мониторингу данное расположение кофейни является наиболее благоприятным, так как посетители торгового центра хотят не только совершить покупки, но и отдохнуть.

В интерьере делается акцент на кофе как основного атрибута. Делается ставка на безупречном сервисе, оригинальном оформлении предлагаемых блюд, необычном дизайне помещения, вышколенных официантах и особом настроении. Это будет классический стиль.

В настоящее время в рамках уже существующих соглашений с итальянской фирмой Wega S. r. L. был заключен договор на поставку (см. Приложение), согласно которому было закуплено необходимое оборудование и обговорены поставки кофе марки "Lavazza", необходимых для успешного функционирования кофейни.

### 3. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Кофейня "La Caffè Lavazza " представляется в таком виде, когда посетителю предлагают несколько сортов кофе и кондитерские изделия.

Кофейня будет заниматься реализацией кофесодержащих напитков. Напитки будут высокого качества и сварены по оригинальной рецептуре.

Таблица 1.

#### Основные виды напитков.

Позиция	Описание
Кофе	Lavazza PIENAROMA Lavazza SUPER CREMA Lavazza QUALITA ORO Lavazza CREMA AROMA
Эспрессо	
Эспрессо	Классический вкус
Американо	Эспрессо, смешанный с горячей водой, сваренный для гурманов
Маккато	свежеприготовленный эспрессо, покрытый чайной ложкой густой молочной пены
Red Eye (ред ай)	Эспрессо, смешанный с деликатесным кофе дня
Кофе Латте	Эспрессо, смешанный с теплым молоком, с бархатистой молочной пенкой сверху
Капучино	эспрессо с гладкой молочной пеной сверху

По данным проведенного социологического опроса наиболее популярными кофесодержащими напитками для жителей города Ростова-на-Дону являются Классический Эспрессо и Капучино, средняя стоимость которых варьируется от 70 до 120 рублей за чашку.

## **4. АНАЛИЗ РЫНКА**

### **4.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОТРАСЛИ**

За последние два-три года кофейни в России успели вырасти в социокультурное явление.

Напиток перестал быть просто утилитарным утренним стимулятором и стал спутником времяпрепровождения совершенно европейского типа: окна от пола до потолка, особая атмосфера, тихая музыка, десятки сортов кофе. Однако, помимо всего этого, кофейни являются бизнесом не только успешным, но и обладающим сегодня гигантским потенциалом развития. Специфика ситуации в том, что уже сейчас на рынке действует несколько сетевых операторов, постоянно расширяющих свое присутствие; также известно о планах еще нескольких сетей начать активную экспансию. Причины, по которым сетевики выбирают именно этот формат, понятны: это раскрученный брэнд, единые стандарты обслуживания, близкий ассортимент в каждом заведении сети, возможность снижать издержки за счет оптовых закупок и более простое решение проблемы узнавания марки.

По результатам исследования потребительских предпочтений кофейен маркетингового агентства Step by step, около 52% опрошенных (посещающих кофейни) бывают в кофейнях несколько раз в месяц, 35% - почти каждый день, 20% - раз в неделю.

Число тех, кто впервые зашел в кофейню, совсем невелико, около 3%. Это может означать, что круг любителей провести свое время в кофейне практически сложился.

39% респондентов посещают кофейни в любое/разное время, 26% - вечером, 16% опрошенных - во время обеда. Утро же, как отдельный вариант ответа, оказалось на самом последнем месте (4%). Складывается впечатление, что для большинства жителей города кофейни не стали тем местом, куда можно забежать перед началом рабочего дня, чтобы выпить кофе. Они по-

прежнему остаются неким элементом досуга. В России, несмотря на свободное употребление вина и более крепких напитков, кофе так же очень популярен. Сегодня рынок кофе в России можно считать еще не сформированным, про что говорят постоянные смены структуры и участников данного рынка. 2008 год был отмечен следующими факторами: сокращение ассортимента продукции на рынке (операторы оставили в предложениях только наиболее популярные марки кофе); уменьшение объемов продаж, что было связано с финансовым кризисом; рост цен; увеличение доли рынка отечественных производителей и дешевых фальсификатов.

Данные тенденции были связаны с увеличением мировых цен на кофе, финансовым кризисом, а также с налоговой и таможенной политикой в РФ. Кроме того, одной из важных тенденций на сегодняшний день является тот факт, что потребитель стал более требовательным не только к качеству кофе, но и к качеству обслуживания и интерьеру кофейни.

Таким, рост рынка кофе, несмотря на активность его участников, был задержан низкой покупательной способностью населения, кризисными явлениями на финансовом рынке и рядом "технических трудностей" (налогообложение, таможенные трудности, сбои поставок и др.), связанных с ведением кофейного бизнеса. Согласно большинству экспертных оценок, общий размер рынка кофе за последний год увеличился в среднем на 11 - 15%.

#### ***4.2 ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕГО РЫНКА И ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОВ***

Основными конкурентными факторами на рынке услуг, имеющих социально-культурную направленность, в настоящее время являются: цена, качество предлагаемых услуг.

При этом для разных групп потребителей преобладающими являются разные факторы.



Фактор цены является основным для потребителей со средним уровнем достатка, испытывающих потребность в услугах социально-развлекательного характера.

Качество услуг более важно для потребителей с высоким уровнем доходов, нуждающихся, прежде всего, в повышенном уровне обслуживания.

В здании ТЦ "Астор Плаза" расположено одно заведение общественного питания-кафе "Астор", в комплексе услуг которого предоставление кофесодержащих напитков является сопутствующим предоставлению основных видов услуг. Основными конкурентами в данном сегменте являются: сеть кофеен "Пить кофе" (ООО "Рестком") и кофейня "Кофеман".

Сравнительный анализ конкурентов представлен в таблице 2.

Таблица 2

Название	Уровень цен	Качество обслуживания	Ассортимент	Преобладающий контингент	Специфика
кафе "Астор"	выше среднего	высокое	предоставление европейской и восточной кухни	население с уровнем дохода средним и выше среднего	полный перечень доп. услуг (санузел, телефон, спутниковое телевидение, радиотелефон, интернет); интерьер в классическом стиле
сеть "Пить кофе"	среднее	среднее	Европейская кухня, различные виды напитков, пирожные. кофе	население с уровнем дохода средним и выше среднего; студенты; гости города	неполный перечень доп. услуг (санузел, интернет); каждое кафе обладает индивидуальным стилем

кофейня "Кофеман"	среднее	среднее	кофесодержащие напитки, другие виды напитков, легкие обеды, кондитерские изделия	население с уровнем дохода средним и выше среднего; студенты; гости города	неполный перечень доп. услуг (санузел, интернет); интерьер в стиле Баварии
Кофейня "La Caffè LavAzza"	среднее	высокое	кофесодержащие напитки, кондитерские изделия.	население с уровнем дохода средним и выше среднего; студенты; гости города	неполный перечень доп. услуг (санузел, телефон, спутниковое телевидение); интерьер в стиле Италии

Так как внешняя и внутренняя среда изменяются под воздействием деятельности предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятие должно внести изменения в выбранную стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет SWOT - анализ (таблица 3).

Таблица 3.

SWOT - анализ

	Конкурент 1 "Кофеман"	Конкурент 2 "Пить кофе"	Кофейня " Клеопатра"
Сильные стороны	широкий ассортимент, Хорошая репутация у покупателей, удобное расположение	постоянные клиенты, удобное расположение, достаточно широкий ассортимент	Современное оборудование, удобное место расположение, высокое качество товара, невысокие цены, высокий уровень обслуживания

Слабые стороны	среднее качество продукции, отсутствие рекламы	Средние цены; нехватка рабочего персонала, не высокий уровень обслуживания	Еще не сформировавшийся имидж кофейни, отсутствие постоянных клиентов
Возможности	Улучшить качество продукции, замена оборудования, проведение рекламной компании	Улучшить качество продукции	Расширение ассортимента, привлечение инвесторов, постоянные поставщики.
Угрозы	Возможность появления новых конкурентов, неудовлетворенность клиентов качеством продукции,	неудовлетворенность клиентов качеством продукции, изменение потребительских предпочтений,	Изменение потребительских предпочтений, появление новых конкурентов.

Итак, из проведенного анализа можно сделать вывод о том, что кофейня будет конкурентноспособна на данном рынке и сегмент потребителей разнообразен.

## **5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

### **5.1 ПОТРЕБИТЕЛИ**

Создаваемая кофейня ориентирована, прежде всего, на потребителей с высоким и средним уровнем достатка, испытывающих потребность в предоставлении качественных услуг данного сегмента рынка.

В соответствии с проведенным анализом существующего рынка аналогичных видов услуг можно условно выделить следующие основные группы потенциальных потребителей:

жители расположенных рядом домов;

посетители ТЦ "Астор Плаза";

российские представители бизнеса;

студенты;

гости города.

На сегодняшний день такую группу потребителей как "гости города" и "российские представители бизнеса" в основном составляют руководители и специалисты отечественных и зарубежных компаний, а также представители ведущих финансово-кредитных учреждений России и Западной Европы, пребывающие с деловыми визитами. Их количество в городе Ростове-на-Дону значительно из-за следующих факторов:

Большое количество крупных предприятий регионального, государственного и международного масштаба;

Статус южного регионального центра;

Проведение частых выставок и др.

Таким образом, структура потенциальных потребителей позволяет обеспечить устойчивый спрос.

## ***5.2 МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ***

Торговый центр, в котором будет находиться кофейня "Клеопатра", еще не сильно охвачен фирмами, оказывающими услуги питания, и конкуренции там почти нет. Торговый центр "Астор Плаза" в день посещает более 500 посетителей.

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

## ***5.3 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА***

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

себестоимость товара,

цены конкурентов на аналогичные товары или товары заменители,

цену, определяемую спросом на данный товар.

Ценообразование в фирме будет строиться по принципу: цена должна покрывать все издержки. Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом "издержки + прибыль", с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. Цены на блинную продукцию будут рассчитываться исходя из уровня спроса и издержек и целевой прибыли.

#### **5.4 РЕКЛАМА**

Немаловажным аспектом при открытии нового предприятия является реклама. В данном случае она будет заключаться в следующем:

рекламный щтендер внутри ТЦ: 1,8 тыс. руб. \* 1 = 1,8 тыс. руб.;

объявление в печатных изданиях: журнал "Выбирай" 1/2 страницы 13,2тыс. руб. один раз в месяц. Затраты составят 158400руб, со скидкой 150000руб;

Газета "Теле Неделя" 1/4 страницы 6200руб, 2 раза в месяц. Затраты составят 148800руб, с учетом скидки 140000руб.

Итого: затраты на рекламу  $1800+150000+140000=300800$  руб

Самый же продуктивный вид рекламы - вторичная, передаваемая клиентом другим людям (родственникам, знакомым). Если клиент доволен работой кофейни, то он всегда придет еще и возможно не один.

## **6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

Кофейня "La Cafй LavAzza" располагает помещением площадью 60 кв. м по адресу Буденовский пр-к 49, ТЦ "Астор Плаза". Договор аренды, заключаемый на 5 лет, включает в себя расходы по коммунальным платежам. Таким образом, затраты на аренду в год составят: 54000руб. \*12=**648000**руб, Расходы на дизайн интерьера (включая мебель на 22 посадочных места и барную стойку) составил **110000** руб.

Поставщиками фирмы будут являться:

"Lavazza SpA" поставляющий кофе в зернах.

ООО "ДонМолоко" - поставщик молока.

ООО "ДонСахар" - поставщик фасованного сахара.

Кондитерская фабрика "Золотой колос"

Основным видом деятельности ООО " Клеопатра" является реализация кофейных напитков.

Процесс реализации кофейных напитков состоит из следующих действий:

прием заказа;

приготовление напитка;

подача заказа.

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 2-3 минуты.

### **6.1 ОБОРУДОВАНИЕ**

Для реализации продукции будет использоваться следующее оборудование:

Таблица 4

Наименование Оборудования	Количество единиц, шт	Цена за единицу, руб	Итого
Кофемашина	2	60000	120000
Кофемолка	2	7000	14000
Холодильная витрина	1	25500	25500
Льдогенератор	1	22000	22000
Обмягчитель воды	1	10000	10000
Кассовый аппарат	1	3000	3000
Компьютер	1	18000	18000
Сплит система	1	12000	12000
Система ТВ	1	25000	25000
Кофейные чашки	44	10	440
Десертные тарелки	44	23	1012
Ложка кофейная	44	6	264
Ложка десертная	44	8	352
Санузел	2	52000	104000
Итого			372568

Ежегодный размер расходов на ремонт, эксплуатацию оборудования будет составлять - 5% от стоимости оборудования, т.е.18525рублей.

Средний срок полезного использования данного оборудования 3года (36месяцев).

Сюда же стоит включить затраты на оформление кофейни-110000рублей. Норма амортизации по оборудованию при линейном методе начисления =  $(1: 36) * 100\% = 2,78\%$  в месяц и 32% в год.

**Амортизационные отчисления** составляют  $0,0278 * (372568 + 110000) = 13415$  руб. в месяц и 160980руб в год.

**Итого сумма постоянных издержек** в год составляет:  $160980 + 18525 + 648000 + 300800 = 1128305$  руб.



## 6.2 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ

Предприятие при имеющемся оборудовании и персонале может реализовывать в день 100 порций "капучино" и 70 порций "эспрессо", 10 порций "кофе дня", 10 порций "Маккато", 10 порций "ред ай", 10 порций "кофе латте", Т.о. в год - 36000 кофе "капучино", 25200 кофе "эспрессо" и по 3600 порций остальных видов. В год будет реализовываться 75600 чашечек кофе, что в квартал составляет 18900 чашек.

## 6.3 СЫРЬЕ И МАТЕРИАЛЫ

Для производства продукции и оказания услуг были использованы следующие материалы:

Таблица 5

Позиция	Средняя норма расхода	Итого в месяц	Цена, руб.	Ежемесячный расход (руб)	Год (руб)
Кофе (кг)	0,015	95	700	66500	798000
Молоко (л)	0,15	900	15	13500	162000
Сахар (кг)	0,03	191	22	4202	50424
Прочие расходные материалы				2500	30000
Кондитерка (день)			1200	36000	432000
Итого				122702	1472424

Статья кондитерка представлена пирожеными "Мини" в количестве 250 штук в 10 наименованиях продукции.

Итого **сумма переменных издержек** составит **1472424руб** в год.

Таким образом, **полная себестоимость** реализуемой продукции = постоянные издержки + переменные издержки = 1128305+1472424=**2600729руб.** Средняя стоимость 1 чашки кофе = 35рублей.

Исходя из стратегии ценообразования средняя стоимость чашечки кофе в кофейне "La Cafй LavAzza" будет стоить  $35 + (35 * 150\%) = 90$ руб.

**Планируемые показатели деятельности предприятия в год.**

Определим **выручку от реализации продукции** предприятия по следующей формуле:

$$ВР = Ц \times К$$

Где: Ц - цена реализации продукции, руб.;

К - количество реализованной продукции, л.

$$ВР = 6804000 \text{ (руб)}$$

**Валовая прибыль:**

$$ВП = ВР - С$$

Где: С - полная себестоимость реализованной продукции, руб.

$$ВП = 6804000 - 2600729 = 4203271 \text{ (руб.)}$$

Тогда **чистая прибыль:**

ЧП = ВП - налог на прибыль

$$ЧП = 4203271 - 840654 = 3362616 \text{ (руб.)}$$

**Рентабельность производства** определим по формуле:

$$P_o = \frac{\text{ЧП}}{\text{Издержки}} \times 100\%$$

Тогда

$$P_o = 3362616 \div 2600729 \times 100\% = 130\%$$

### Сводная таблица планируемых показателей деятельности в год

**Таблица 6**

Показатель	Числовое выражение
Выручка от реализации	6804000
Валовая прибыль	4203271
Чистая прибыль	3362616
Рентабельность производства	129,9%

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Кофейня "La Caffè Lavazza" будет представлять собой общество с ограниченной ответственностью, вести свою деятельность на основании Гражданского кодекса РФ, принятого Государственной думой и одобренного Советом Федерации. Общество будет являться юридическим лицом и действовать на основе Устава, будет иметь собственное имущество, самостоятельный баланс.

Руководство деятельностью предприятия будет осуществлять директор.

**Директор** - является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По хозяйственной деятельности заключает договоры, открывает расчетный счет в банке, выдает доверенности.

Директор предприятия в соответствии с трудовым законодательством издает приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания. Образование высшее, опыт работы на руководящей должности от 3-х лет.

**Бухгалтер** осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств. Он является материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов. Осуществляет учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Образование высшее, знание навыков бухгалтерского учета в торговле. Опыт работы от 2-х лет.

Численность производственного персонала будет определяться исходя из функциональной целесообразности. Система оплаты труда будет построена на основе должностных окладов и зависеть от величины фактически отработанного времени и достижения конечных результатов деятельности предприятия.

Таблица 5

## Численность персонала

Специальность	Количество, чел.	Заработная плата в месяц, руб.
Основной персонал		
Барист	1	12000
Вспомогательный персонал		
Официант	2	12000
Уборщица	1	6000
Управленческий персонал		
Бухгалтер	1	18000
Директор	1	22000
Итого	8	82000

Ставка ЕСН составляет 26%, таким образом в месяц на социальные нужды перечисляется:  $82000 * 0,26 = 21320$ . Ежемесячные отчисления на заработную плату составляют:  $82000 + 21320 = 103320$  руб. и в год составит 1239840 руб.

График работы с 10.00 до 22.00





Всего:	691,30	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70	318,70
САЛЬДО:	808,70	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30	248,30
САЛЬДО С НАКОПЛЕНИЕМ:	808,70	1057,00	1305,30	1553,60	1801,90	2050,20	2298,50	2546,80	2795,10	3043,40	3291,70	3540,00

Денежные потоки, тыс. руб.	2011 год				2012	
	I	II	III	IV	I	II
ПОСТУПЛЕНИЯ:						
Собственные средства						
Заёмные средства						
Выручка от реал.	1701	1701	1701	1701	3402	3402
Всего:	1701	1701	1701	1701	3402	3402
ПЛАТЕЖИ:						
Расчёты с поставщиками оборудования						
Ежегодно возобновляемые постоянные издержки, в т. ч.						
Заработная плата с налогами	310,2	310,2	310,2	310,2	620,4	620,4
Аренда	162	162	162	162	216	216
Реклама	75,3	75,3	75,3	75,3	150,6	301,2
Расчеты с поставщиком кофе	199,5	199,5	199,5	199,5	399	798
Расчеты с поставщиком молока	40,5	40,5	40,5	40,5	81	162
Расчеты с поставщиком сахара	12,6	12,6	12,6	12,6	25,2	50,4
Расчеты с поставщиком кондитерских изделий	108	108	108	108	216	432
Амортизация	40,5	40,5	40,5	40,5	81	162
Прочие расходы	15	15	15	15	30	60
Всего:	963,60	963,60	963,60	963,60	1819,20	2802,00
САЛЬДО:	737,40	737,40	737,40	737,40	1582,80	600,00
САЛЬДО С НАКОПЛЕНИЕМ:	4277,40	5014,80	5752,20	6489,60	8072,40	8672,40



## **9. ОЦЕНКА РИСКА**

ООО "Кофе Трейд", учитывая возможные изменения рыночной ситуации, рассмотрела возможные риски, которые могут привести к потере части капитала фирмы, а так же к дополнительным расходам:

Снижению общего уровня покупательской способности - вероятность есть, но, к сожалению, мы не можем спрогнозировать на должном уровне подобную ситуацию, т.к. это зависит от многих факторов и событий в стране. Мы, в свою очередь можем лишь снизить свои цены по возможности до минимума.

Инфляция - всегда присутствует. В зависимости от её роста будем повышать цены, но не более чем цены конкурентов.

Активизация старых конкурентов, появление новых, для этого необходима будет корректировка методов продвижения, проведение маркетинговых исследований, концентрация усилий, увеличение рекламы.

Низкая квалификация кадров - риск возможен и может привести к увеличению аварий и брака, к снижению ритмичности и объемов производства. Он нейтрализуется тщательным отбором кадров, производимым учредителями.

Рост цен на сырье - нейтрализуется предварительными закупками ресурсов на годовую программу, что позволяет уменьшить расходы на закупку сырья.

**ДОГОВОР.**

**на поставку оборудования**

г. Ростов-на-Дону " " \_\_\_\_\_ 20 г.

Акционерное общество "Wega" (Италия), именуемое в дальнейшем Продавец, и ООО "Кофетрейд", именуемое в дальнейшем Покупатель, именуемые вместе Стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем:

### **1. Предмет договора**

1.1 Продавец принимает на себя обязательство поставить, а Покупатель - принять и оплатить кофемашины Venus EPU/2 (2 шт) и кофемолки Wega 6,4М (2 шт), (в дальнейшем Товар) на условиях настоящего Договора.

## **2. Цена контракта**

2.1 Стоимость кофемашин Venus EPU/2 (2 шт) составляет 4310 USD.

2.2 Стоимость кофемолок Wega 6,4М (2 шт) составляет 1890 USD.

2.3 Общая сумма контракта составляет 6200 USD.

## **3. Порядок поставки товара**

3.1 Отгрузка Товара производится в течение 5-ти рабочих дней после поступления денежных средств на расчетный счет Продавца, путем передачи транспортной компании скомплектованного по предварительной заявке Товара.

3.2 Поставка осуществляется на условиях DEQ Новороссийск.

## **4. Упаковка товара**

4.1 Упаковка Товара должна обеспечивать его сохранность при транспортировке.

## **5. Сдача-приемка товара**

5.1 Сдача и приемка Товара: Товар считается сданным Продавцом и принятым Покупателем:

по качеству (согласно стандартам и техническим образцам);

по количеству (по числу единиц, указанных в накладных).

## **6. Условия расчетов**

6.1. Оплата Товара производится Покупателем в форме 100% предоплаты на основании счета, выставленного Продавцом. Срок оплаты - 3 банковских дня с момента получения счета.

## **7. Порядок заявления претензий**

7.1. Претензии должны быть заявлены Покупателем:

по количеству Товара - в момент приемки Товара;

по качеству Товара - в течение 30 дней с момента приемки Товара.

7.2. В претензии должны быть указаны количество и вид поставленного Товара, по которому заявлена претензия, номер и дата документа, по которому поставлен товар, содержание и обоснование претензии, а также конкретные требования Покупателя. К претензии прилагаются подтверждающие ее документы и, в частности, акты специализированной контрольной организации или акты, составленные с участием представителя Продавца или независимой организации.

7.3. В случае удовлетворения претензии Продавец обязуется в течение 10 дней принять бракованную продукцию, обменять или отремонтировать некачественный Товар.

## **8. Ответственность сторон**

8.1. За каждый день задержки отгрузки Товара по вине Продавца по сравнению со сроком, указанным в п.3.1 настоящего Договора, Продавец уплачивает штраф Покупателю в размере 0,5% от стоимости не отгруженного Товара.

8.2. В случае задержки платежа по вине Покупателя сверх срока, установленного в соответствии с п.3.1 настоящего Договора, Продавец оставляет за собой право изменения уровня цен на Товар указанных в счете на предоплату.

8.3 Уплата штрафных санкций не освобождает Стороны от выполнения своих обязательств по настоящему Договору.

## **9. Форс-мажорные обстоятельства**

9.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения Договора в результате событий чрезвычайного характера, которые сторона не могла ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами. К обстоятельствам непреодолимой силы относятся события, на которые сторона не может оказывать влияние и за возникновение которых не несет ответственности, например, землетрясение, наводнение, а

также забастовка, правительственные постановления или распоряжения государственных органов, военные действия любого характера, препятствующие выполнению предмета данного Договора.

9.2. Сторона, ссылающаяся на обстоятельства непреодолимой силы, обязана незамедлительно информировать другую сторону о наступлении подобных обстоятельств в письменной форме.

## **10. Порядок разрешения споров**

10.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в ходе исполнения настоящего Договора разрешаются Сторонами путем переговоров. В случае недостижения согласия спор передается на рассмотрение в Арбитражный суд г. Ростова-на-Дону.

## **11. Дополнительные условия**

11.1 Срок действия настоящего Договора устанавливается с момента подписания до 1 июня 2010 года.

11.2 Договор может быть расторгнут по заявлению одной из Сторон. Непременным условием расторжения договора является завершение взаиморасчетов Сторон.

11.3 Все изменения и дополнения к настоящему Договору действительны только в том случае, если они совершены в письменной форме и подписаны надлежащим образом уполномоченными представителями Сторон.

11.4 Передача документов по заключению Договора, его изменению, согласованию цен, номенклатуры и количества Товара и других документов может осуществляться с применением факсимильной связи.

11.5 Ни одна из Сторон не имеет право передавать свои права и обязательства по настоящему Договору третьим лицам без письменного согласия другой Стороны.

Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой Стороны.

## **12. Юридические и почтовые адреса,**

**банковские реквизиты сторон**

_____ / _____ / _____	_____ / _____ / _____
-----------------------	-----------------------

### *РЕЗЮМЕ*

Инициатором данного проекта выступает ООО "Кофе Трейд", являющийся крупным поставщиком на российский рынок итальянского кофе и кофейного оборудования.

В текущем году ООО "Кофе Трейд" приняло решение о создании ООО "La Cafй LavAzza"-кофейни, занимающейся реализацией кофесодержащих напитков бренда "Lavazza".

За последние два-три года кофейни в России успели вырасти в социокультурное явление. Однако, помимо этого, кофейни являются бизнесом не только успешным, но и обладающим сегодня гигантским потенциалом развития. На данный момент в Ростове-на-Дону этот сегмент рынка представлен несколькими фирмами, которые начали активную экспансию. Но даже они не в состоянии удовлетворить спрос потребителей. Это и делает данный сегмент рынка инвестиционно привлекательным.

Для кофейни предполагается арендовать помещение размером 60 кв. м., расположенное по адресу: г. Ростов-на-Дону, Буденовский пр-т 49, ТЦ "Астор Плаза", 2 этаж. Данное место размещения очень удобно - один из крупнейших торговых центрах г. Ростова-на-Дону, который ежедневно посещают сотни людей.

Общая стоимость проекта на сегодняшний день оценивается на уровне 1,5 рублей. Экономическая эффективность данного проекта достаточно высока и представлена следующими основными показателями: срок окупаемости равен 4 месяцам, ожидаемая чистая прибыль от реализации проекта составляет 3,3 млн. руб. Рентабельность проекта - 130%. Проект финансируется из собственных средств, при последующем увеличении объема предоставления услуг возможно привлечение заемных средств для дополнительного финансирования.