

Бизнес-план создания и развития мини-кафе  
общей площадью не более 100 кв.м

Санкт-Петербург  
2016

## Содержание

Резюме	3
1 Описание бизнеса	5
2 Анализ рынка	11
3 План маркетинга	26
4 Операционно-производственный план	28
5 Организационный план	34
6 Инвестиционный план	36
7 Финансовый план	37
8 Риски проекта	40
Источники информации	41
Приложение А	45
Приложение Б	60

## Резюме

Проект предполагает создание и развитие мини-кафе демократичного типа (casual dining) в Санкт-Петербурге. Данный тип кафе наиболее популярен среди широкой аудитории и позволяет обеспечить постоянное генерирование прибыли и прирост доходов собственников бизнеса.

Большой потенциал рынка сферы общественного питания в Санкт-Петербурге обосновывает целесообразность реализации рассматриваемого проекта.

Общая потребность в инвестициях по проекту составляет 3 133,55 тыс.руб. Возможность быстрого запуска кафе в течение 3-х месяцев обеспечивает прирост доходов по проекту и выход на самоокупаемость.

Основные финансовые показатели проекта (в течение прогнозного периода):

- доходы 111 136,0 тыс.руб.;
- операционные расходы 100 924,65 тыс.руб.;
- EBITDA проекта 11 137,19 тыс.руб.;
- EBIT проекта 10 211,35 тыс.руб.;
- NOPAT проекта 8 679,65 тыс.руб.

Показатели эффективности проекта приведены в таблице 1.

**Таблица 1 – Показатели эффективности проекта**

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение
Чистая приведенная стоимость проекта (Net present value, NPV)	тыс.руб.	2 763,16
Чистая терминальная стоимость (Net Terminal Value, NTV)	руб.	31 724,23
Стоимость проекта с учетом терминальной стоимости	руб.	34 487,39
Индекс доходности проекта (PI)	коэф.	1,45
Внутренняя норма доходности проекта (IRR)	%	47,7
Срок окупаемости проекта (обычный, PBP)	мес.	21,16
Срок окупаемости проекта (дисконтированный, DPBP)	мес.	24,93

Проект создания и развития мини-кафе в Санкт-Петербурге является экономически эффективным, финансово состоятельным и целесообразным для реализации.

## 1 Описание бизнеса

### 1.1 Общее описание компании

Для реализации данного проекта предполагается создание отдельного юридического лица в форме общества с ограниченной ответственностью. Информация о создаваемой компании представлена в таблице 2.

**Таблица 2 – Общее описание компании**

Наименование параметра	Содержание
Наименование компании	Общество с ограниченной ответственностью «БИЗЕ»
Сокращенное наименование	ООО «БИЗЕ»
Предполагаемая дата регистрации	Март-апрель 2016
Предполагаемый адрес места ведения бизнеса	г. Санкт-Петербург, Лиговский пр-кт, Невский пр-кт, Обводного канала наб. и др. улицы Центрального района
Основной ОКВЭД	55.30 Деятельность ресторанов и кафе
Планируемая система налогообложения	Упрощенная система налогообложения (объект «доходы, уменьшенные на величину расходов»)
Банковские реквизиты юридического лица	Планируется открытие расчетного счета в АО «Альфа-банк» с подключением услуг эквайринга
ФИО руководителя (должность)	Директор Баженов Михаил Валентинович
Контакты	Планируется приобретение «красивых» телефонных номеров, создание сайта компании, групп в соцсетях

Сведения о предполагаемой структуре собственности бизнеса представлены в таблице 3.

**Таблица 3 – Сведения о составе учредителей (участников) юридического лица**

Наименование юридического лица / ФИО – учредителя (участника)	Номинальная стоимость доли (в рублях)	Доля в уставном капитале
Филиппова Ирина Николаевна	5 100	50,5
Баженов Михаил Валентинович	5 000	49,5
ИТОГО уставный капитал	10 100	100,0

Для осуществления деятельности по продаже алкоголя компанией ООО «БИЗЕ» планируется получение лицензии на розничную продажу алкоголя.

Отличительными конкурентными преимуществами компании являются:

- оптимальное территориальное размещение бизнеса: улицы с высокой проходимостью, в пределах до 500 м от станций метро, вблизи торговых и бизнес-центров;
- продуманный уникальный дизайн помещения;
- высокое качество обслуживания клиентов;
- привлечение только профессиональных работников;
- демократичная ценовая политика.

## 1.2 Общая характеристика отрасли ведения бизнеса

Общественное питание – деятельность, главной целью которой является предоставление услуг населению в форме общественно организованного питания в обмен на его денежные доходы [18].

Развитие общественного питания в Санкт-Петербурге от общероссийских тенденций отличается одновременным развитием туризма в регионе [18]. Санкт-Петербург является одним из самых важных в стране центров туризма, его исторический центр и связанные с ним комплексы памятников входят в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО [32]. Таким образом, туристический бизнес является одним из определяющих факторов развития сферы обслуживания в целом и общественного питания, в частности.

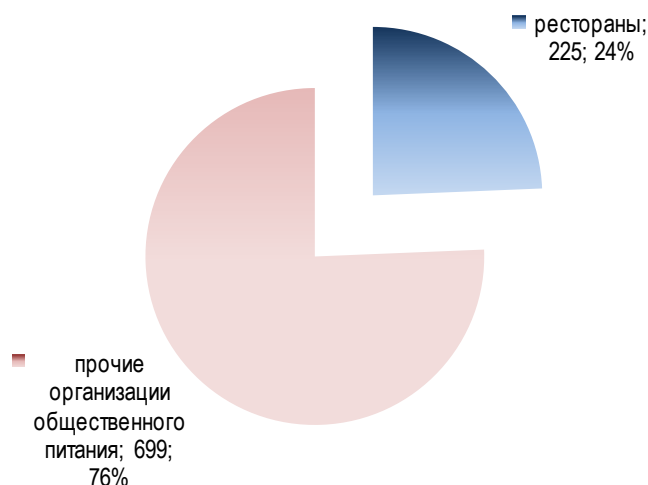
В таблице 4 наглядно представлена динамика основных показателей, характеризующих развитие гостиничной деятельности в Санкт-Петербурге, определяющей развитие сферы общественного питания.

**Таблица 4 – Показатели деятельности гостиниц Санкт-Петербурга [16, С. 448]**

Наименование показателя	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Число коллективных средств размещения						

Санкт-Петербург	153	360	382	398	382	389
РФ	9269	12585	13062	14019	14583	15590
Доля Санкт-Петербурга в общем объеме по РФ	1,65%	2,86%	2,92%	2,84%	2,62%	2,50%
Численность размещенных лиц, тыс.чел.						
Санкт-Петербург	1965	2413	2769	2839	3033	2988
РФ	28411	34746	37399	41065	42635	44219
Доля Санкт-Петербурга в общем объеме по РФ	6,92%	6,94%	7,40%	6,91%	7,11%	6,76%

По данным Росстата на начало 2011 г. общее число крупных и средних предприятий общественного питания составляло 924 единицы, из них на долю ресторанов приходилось 24 %, на долю прочих организаций общественного питания 76 %, что наглядно представлено на рисунке 1.

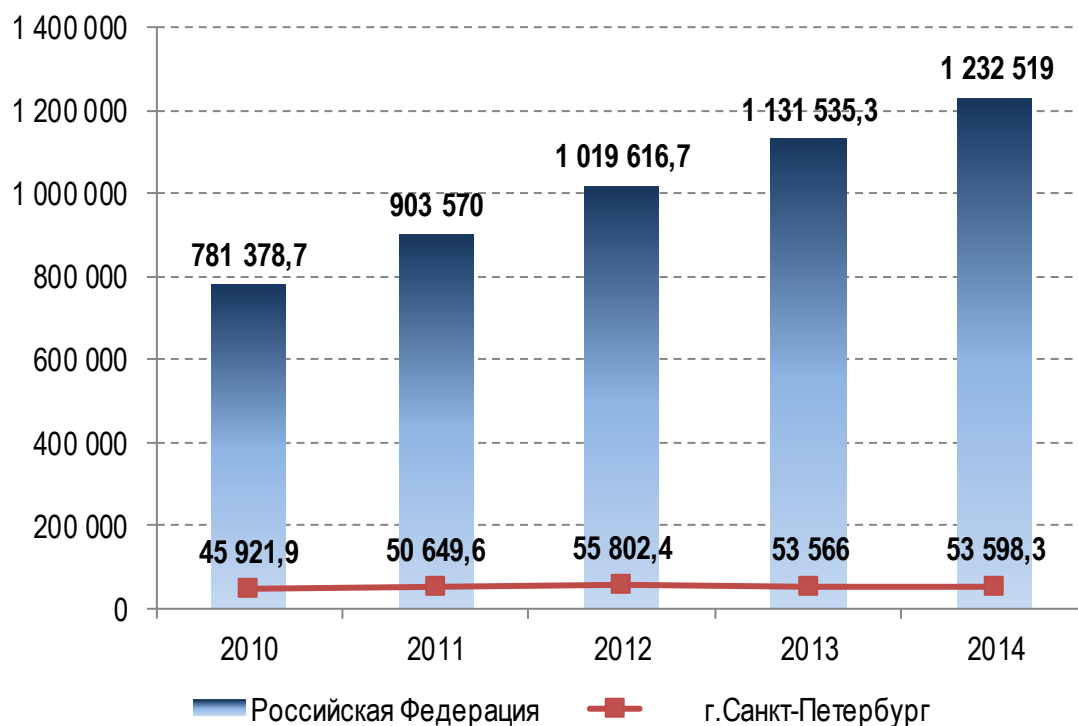


**Рисунок 1 – Структура крупных и средних организаций общественного питания г. Санкт-Петербург в 2011 г. [26]**

По данным портала Мультистат общее число предприятий и организаций всех форм собственности (без учета индивидуальных предпринимателей), основным видом деятельности которых является деятельность кафе и ресторанов, по г. Санкт-Петербург на последнюю дату обновления ресурса (21.02.2016) составляет 6693 единицы [31].

В сервисе «ДаблГис» по г. Санкт-Петербург указано 6997 организаций общественного питания [25].

Динамика оборота предприятий общественного питания за последние несколько лет наглядно представлена на рисунке 2.



**Рисунок 2 – Динамика оборота общественного питания, млн.руб. [26]**

Так, за последние годы наблюдается некоторая стабилизация рынка общественного питания по Санкт-Петербургу, хотя общероссийский рынок имеет стабильные тенденции к росту оборота.

На развитие сферы общественного питания оказывают влияние различные факторы, в том числе:

- модные тенденции;
- развитие туризма в регионе;
- мотивация потенциальных потребителей;
- развитие инфраструктуры района;
- законотворческая деятельность федеральных и региональных властей;
- использование новых видов ресторанного оборудования;
- иные внешние факторы.

В Санкт-Петербурге на развитие предприятий общественного питания и повышение качества обслуживания клиентов важную роль играет проведение конкурса «Золотой Гермес», проводимом Комитетом по развитию предпринимательства и потребительского рынка в соответствии с постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 26.03.2007 № 305, который направлен на выявление и распространение успешного опыта юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере потребительского рынка на территории Санкт-Петербурга, формирование их положительного профессионального имиджа, повышение профессионального мастерства и престижа работников, занятых в сфере потребительского рынка [23].

Основные номинации конкурса, связанные с деятельностью организаций общественного питания, – «Открытие года», «Лучший ресторан Санкт-Петербурга» и др. [23].

### **1.3 Описание услуг**

Организуемый бизнес предполагает создание мини-кафе общей площадью не более 100 кв. м. Основные виды предлагаемых услуг:

- кофейня-кондитерская;
- блюда русской, итальянской, европейской кухни, бизнес-ланч;
- коктейль-бар.

Мини-кафе позиционируется в сегменте «демократических заведений общественного питания» (casual dining).

Основная целевая аудитория – средний класс, студенты, туристы.

Режим работы в будние дни с 9.00 до 23.00, выходные и праздничные дни с 9.00 до 01.00.

Casual dining – это формат, который возник на грани fast casual (демократичные заведения быстрого обслуживания) и fine dining (премиальные заведения общественного питания) и является нечто средним между ними.

Отличительными особенностями создания бизнеса такого формата являются:

- демократичная ценовая политика;
- премиум-класс в дизайне, качестве сервиса, уровне и подаче блюд;
- удобно местоположение (центр города, наиболее популярные пешеходные улицы, близкое расположение от станции метро).

По данным материала журнала «РесторановедЪ» наблюдается увеличение количество ресторанов именно данного формата, при этом они могут быть совершенно разными не только по размеру, но и по направленности кухни и даже по гостевым ожиданиям. Какие-то из них привлекают студентов, какие-то – людей старше 25 лет, а кто-то ждёт вообще абстрактных «всех» [20].

Данный формат является достаточно сложным, поскольку если упустить качество продукта или сервиса, можно получить очень негативные результаты, которые будут касаться дальнейшей выручки и рентабельности заведения [20].

Современные потребители ресторанных услуг делятся на категории по своим предпочтениям но, безусловно, для всех важным аспектом должна будет являться атмосфера заведения [22], что будет учтено при разработке дизайна заведения и организации его работы.

Ассортиментный перечень продукции, напитков, сопутствующих товаров создаваемого бизнеса будет включать в себя:

- блюда, десерты, закуски и напитки собственного производства, в том числе фирменные, национальные, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;
- алкогольные и безалкогольные напитки, смешанные напитки, коктейли собственного производства;
- сопутствующие товары: фирменные сувениры, печатная продукция.

## 2 Анализ рынка

### 2.1 Факторы, влияющие на рынок общественного питания

Как уже отмечалось, на деятельность предприятий (объектов) общественного питания, оказывает влияние группа факторов, среди которых основными являются: демографические факторы, уровень доходов населения, инфляция.

Изменения демографических и иных социальных факторов представлены в таблице 5.

**Таблица 5 – Основные демографические и иные социальные факторы [16, С. 37, 45, 76, 198]**

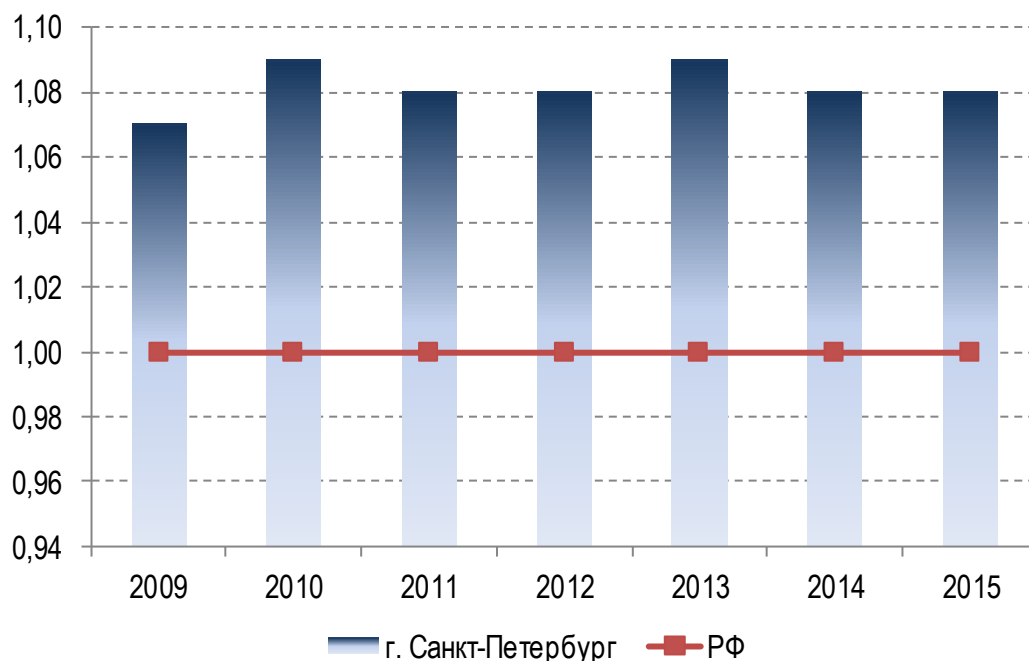
Наименование показателя	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Численность населения (на конец года), тыс.чел.						
по РФ	143236	142865	143056	143347	143667	146267
по г. Санкт-Петербург	4713	4899	4953	5028	5132	5192
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.						
по РФ	8088	18958	20780	23221	25928	27766
по г. Санкт-Петербург	12264	24824	26069	27834	31407	34724
место, занимаемое в РФ в 2014 г.						10
Возрастной состав населения РФ (на конец года), в процентах от общей численности	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
население моложе трудоспособного возраста	16,5	16,2	16,5	16,8	17,2	17,6
население в трудоспособном возрасте	63,0	61,5	60,9	60,1	59,3	58,4
население старше трудоспособного возраста	20,5	22,3	22,6	23,1	23,5	24,0
Возрастной состав населения г. Санкт-Петербург (на конец года), в процентах от общей численности	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
население моложе трудоспособного возраста	12,7	12,1	12,4	12,8	13,2	13,7
население в трудоспособном возрасте	63,4	62,4	62,0	61,5	61,1	60,3
население старше трудоспособного возраста	23,9	25,5	25,6	25,7	25,7	26,0

### Окончание таблицы 5

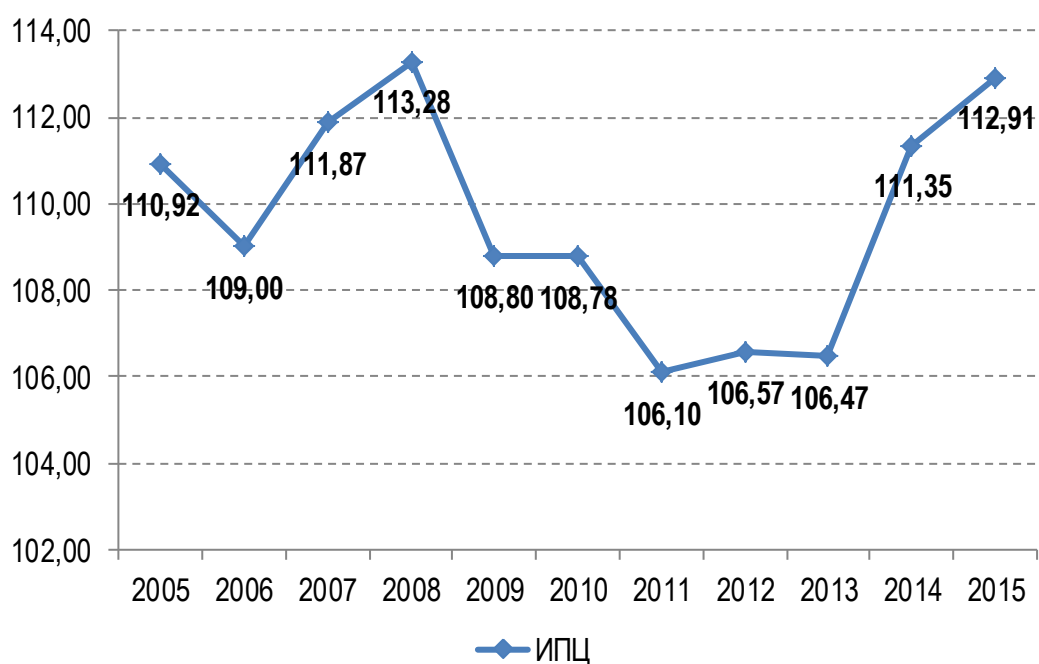
Наименование показателя	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Численность рабочей силы (по данным выборочных обследований населения по проблемам занятости), тыс.чел.						
по РФ	73581	75478	75779	75676	75529	75428
по г. Санкт-Петербург	2620	2807	2858	2896	2849	2885
доля рабочей силы в общей численности по г. Санкт-Петербург, %	55,6	57,3	57,7	57,6	55,5	55,6

Так, рост численности населения по г. Санкт-Петербургу и рост денежных доходов могут служить положительным фактором в развитии рынка сферы общественного питания.

Однако, сдерживающими факторами являются общее ухудшение экономической ситуации, рост инфляции, высокий индекс стоимости жизни в Санкт-Петербурге (см. рисунки 3 и 4).



**Рисунок 3 – Динамика индекса стоимости жизни [27]**



**Рисунок 4 – Динамика уровня инфляции в России [28]**

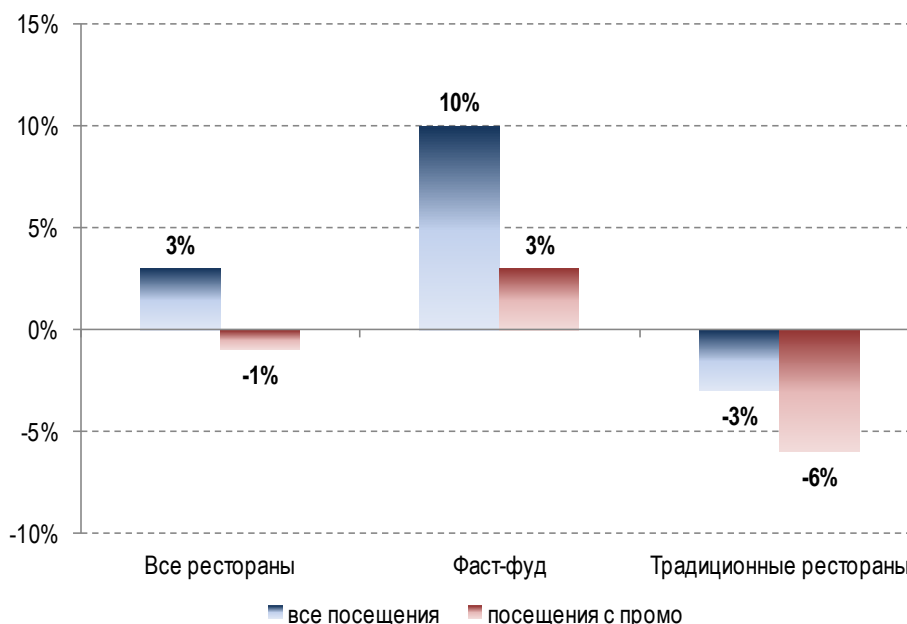
Указанные факторы оказывают непосредственное влияние на развитие предприятий общественного питания.

## **2.2 Общие тенденции развития сферы общественного питания**

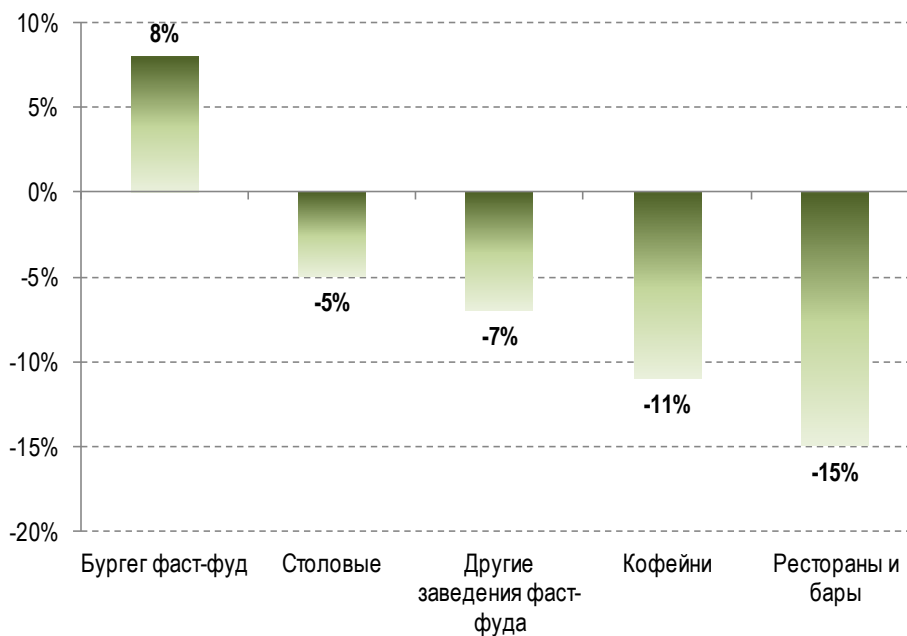
С апреля 2014-го по март 2015 года количество посещений предприятий общественного питания, включая столовые, снизилось на 1 %, что равноценно потере 12 млн. клиентов. В связи с этим предприятия общественного питания активно среагировали на сокращение количества клиентов новыми акциями и заманчивыми предложениями. Так, походы в рестораны с использованием различных промо-предложений (бизнес-ланчи, купоны, подарки, скидки для студентов, акции с развлекательными мероприятиями, проводимые совместно с производителями продуктов и игр) не только не сократились, но и увеличились за счет дополнительных посещений. Это выразилось в приросте «промо-трафика» (клиентов, участвующих в таких акциях) на 3 %, что наглядно представлено на рисунке 5.

Негативные тенденции развития социально-экономической ситуации по-разному повлияли на посещаемость разных типов ресторанов. Сегмент

ресторанов с обслуживанием официантами оказался наиболее уязвимым – он потерял 15 % в посещениях, что изображено на рисунке 6.



**Рисунок 5 – Динамика прироста посещений ресторанов с использованием промо-предложений за 12 месяцев до марта 2015 г. в сравнении с аналогичным периодом 2014 г. [33]**



**Рисунок 6 – Динамика посещений различных типов заведений общественного питания в 1-ом квартале 2015 г. в сравнении с аналогичным периодом 2014 г. [33]**

Крупные сети в целом – как в ресторанном секторе, так и в фаст-фуде – довольно успешно сопротивлялись кризису, потеряв только 1 % в

посещениях, тогда как независимые концепции понесли гораздо более ощутимые потери в визитах [33].

Во втором квартале 2015 года отмечается некоторое замедление негативных процессов на ресторанном рынке, темп падения посещений снижается. Однако пока рано говорить о начале восстановления рынка. Сокращение потребительского спроса продолжается, а значит, показатели российского рынка общественного питания будут ухудшаться и во второй половине 2015 года. Затяжной кризис, в котором мы сейчас находимся, ставит рестораторов перед необходимостью провести аудит своей стратегии на соответствие концепции ресторана сегодняшним условиям и сегодняшнему потребителю [33].

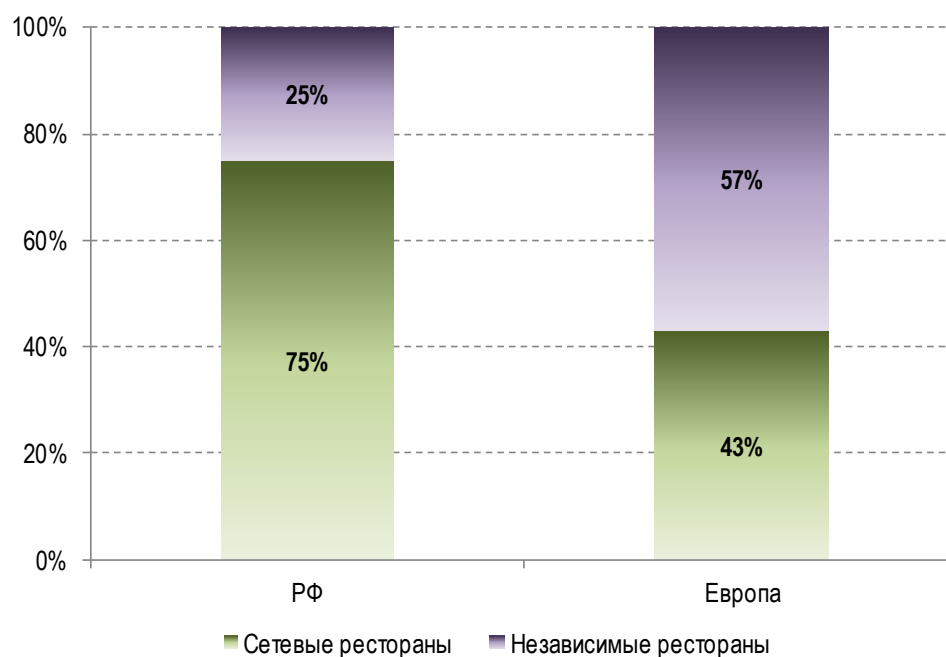
### **2.3 Сегментация сферы общественного питания**

Рынок предприятий (объектов) общественного питания можно разделить на следующие сегменты:

1) По числу объектов ресторанного бизнеса, принадлежащих к одному бренду, можно выделить сетевые рестораны и независимые рестораны. Число сетевых ресторанов в России больше, чем в среднем по Европе, что наглядно представлено на рисунке 7.

2) В зависимости от характера обслуживания выделяют следующие сегменты рынка:

– Премиальные заведения общественного питания (fine dining) предлагают клиентам полное обслуживание за столом с официантом. Для данного сегмента характерен дорогой и стильный интерьер, разнообразное меню с уникальными блюдами, стабильная гостевая аудитория (представители высшего класса и верхней части среднего класса).



**Рисунок 7 – Структура посещений предприятий общественного питания по странам в 2014 г.**

Сегмент премиальных заведений общественного питания в Санкт-Петербурге развит значительно меньше, чем в Москве. Из крупных российских холдингов в городе представлен только «Ginza Project» с 24 концептуальными ресторанами. Из местных компаний наиболее крупные игроки данного сегмента - компания «Конкорд» и сеть баров «XXXX».

– Демократические заведения общественного питания (casual dining) предлагают полное обслуживание, но, в отличие от премиальных, их кухня менее изыскана и уникальна, интерьеры более демократичны. Производство (кухня) собственное и под заказ. Основные посетители – средний класс.

– Демократические заведения быстрого обслуживания (fast casual) – это кафетерии, столовые, закусочные, которые могут обслуживать клиента как полностью (за столом с официантом), так и комбинировать полное обслуживание с самообслуживанием (заказ на раздате, в баре). Меню ограничено, производство может быть комбинированным (под заказ из свежих продуктов, так и из полуфабрикатов). Посетители – средний класс.

Сегмент демократических заведений значительно меньше, чем сегмент быстрого питания. Наиболее крупный проект по количеству точек в Санкт-Петербурге – сеть ресторанов японской кухни «Евразия». На втором месте находится сеть кофеен «Кофе Хауз». На третьем месте находится группа компаний «Васаби».

– Заведения быстрого обслуживания (quick service restaurants) - заведения без официантов, с самообслуживанием. Это классические предприятия, типичным представителем которых является Макдональдс [21]. Меню ограничено, приготовление на месте из полуфабрикатов или разогревание ранее приготовленной еды. Значительная доля потребления на вынос (take-away). Посетители – нижняя часть среднего класса и менее обеспеченные слои общества (молодежь). Расположены в торгово-развлекательных центрах (ТРЦ, food courts), на улицах (in-line), в отдельно стоящих зданиях (drive trough).

– Уличный общепит (street food) – разнообразные по кухне, качеству небольшие точки питания. К таким предприятиям можно отнести различные передвижные точки. Самый низкий сервис и качество. Используются полуфабрикаты – практически отсутствует свое производство. Предполагают потребление на ходу.

Согласно исследованию «DISCOVERY Research Group» наиболее крупный и активно развивающийся сегмент на рынке общественного питания Санкт-Петербурга – фаст-фуд. Это связано как с общей тенденцией демократизации рынка быстрого питания, как и с более массовым характером данного сегмента: на сегодняшний день фаст-фуд рестораны являются наиболее популярным местом питания для многих россиян. Наиболее крупными игроками по количеству сетей в данном сегменте являются: «Теремок. Русские блины», «Чайная Ложка», «McDonalds», «KFC» и «Subway».

3) По форме обслуживания посетителей заведений общественного питания рынок можно разделить на следующие сегменты:

– Free-flow – «свободный доступ». Этот формат подразумевает свободное перемещение гостей по торговому залу с возможностью самостоятельного выбора готовящихся в их присутствии блюд. Отличительная особенность – это большой ассортимент, демократичные цены, большая пропускная способность.

– Шведский стол – способ подачи пищи, при котором множество блюд выставляются рядом, и разбирается по тарелкам самими гостями.

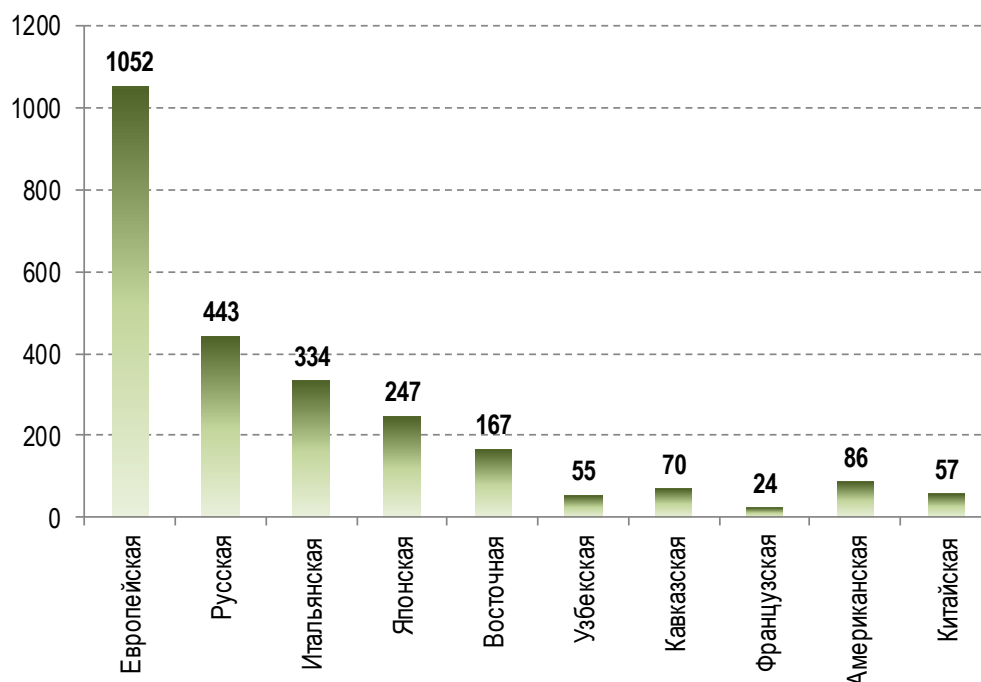
– Фуд-корт – это комплекс фаст-фудов, образующий ресторанный городок (или как часто его называют – ресторанный дворик) в торговом центре, развлекательном комплексе.

– Drive throw – предприятие общественного питания, в котором производится обслуживание клиентов, не выходящих из своих автомобилей.

– Кейтеринг – это предприятия, оказывающие выездные услуги гостеприимства и развлечений, в том числе доставку питания к месту индивидуального или группового заказа и осуществление так называемого «бюджетного питания» [21].

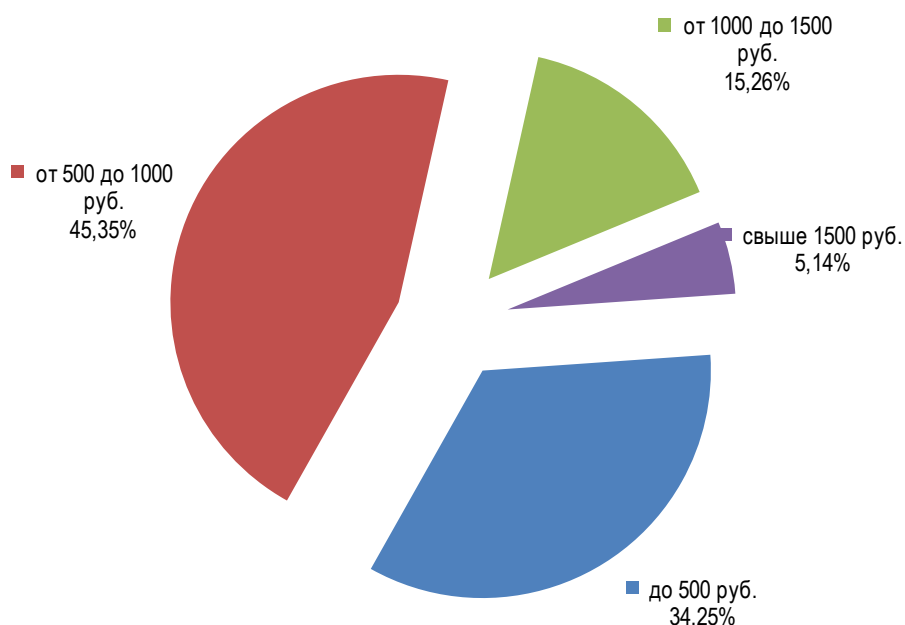
Средний темп роста рынка кейтеринга в последнее время составляет 15-25 % в год. Он преимущественно сконцентрирован в Москве и Санкт-Петербурге. Две российские столицы объединили более 80 % от общего объема рынка кейтеринга

4) Также можно сегментировать рестораны по видам предлагаемой кухни: европейская, итальянская, русская, японская и др. По данным нашего исследования, на основе анализа предложений, размещенных в «ДаблГис», наибольшую долю в Санкт-Петербурге занимают предприятия, предлагающие блюда европейской, русской и японской кухни (рисунок 8).



**Рисунок 8 – Сегментация рынка предприятий общественного питания Санкт-Петербурга по видам «кухни», число предприятий<sup>1</sup>**

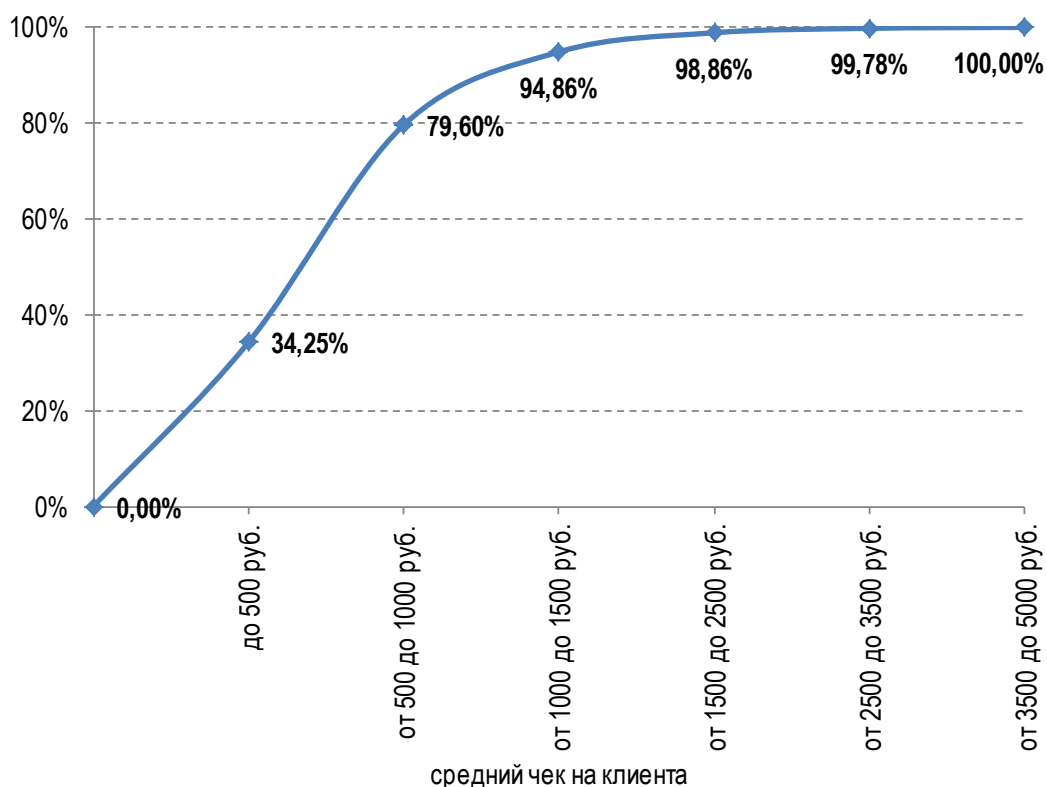
5) В зависимости от среднего чека на одного потребителя рынок общественного питания Санкт-Петербурга представлен следующими сегментами, изображенными на рисунках 9 и 10.



**Рисунок 9 – Структура сегментов рынка по среднему чеку<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Составлено автором по данным [25]

<sup>2</sup> Составлено автором по данным [25]



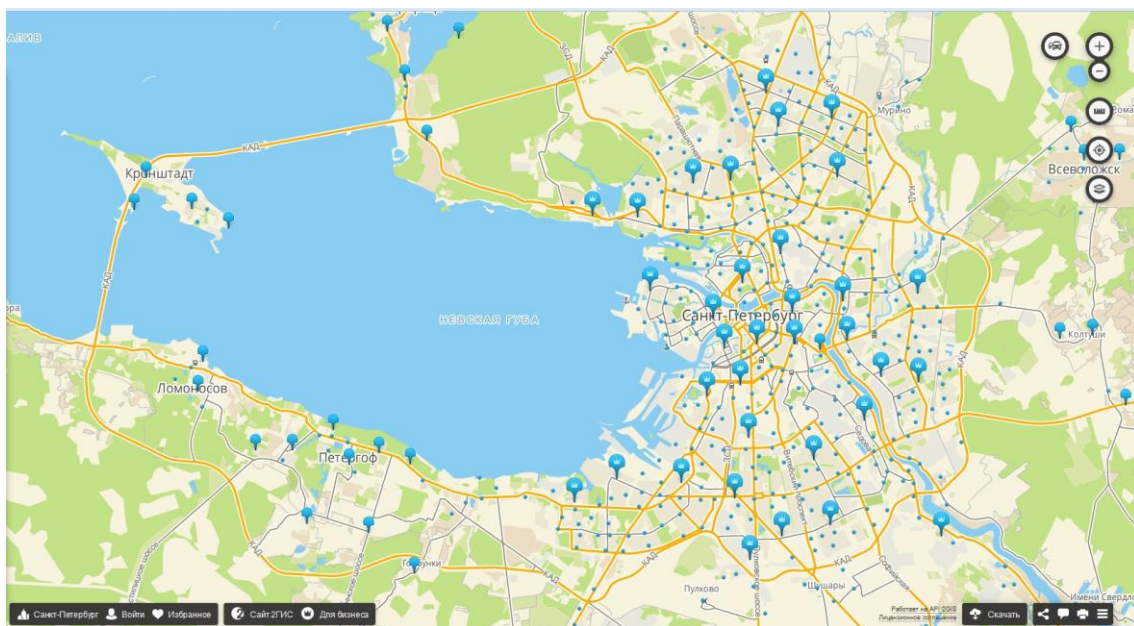
**Рисунок 10 – Кривая распределения числа предприятий общественного питания Санкт-Петербурга по среднему чеку<sup>3</sup>**

Таким образом, наибольшую долю на рынке Санкт-Петербурга имеют предприятия с уровнем среднего чека на потребителя от 500 до 1000 руб. (45,35 %) и до 500 руб. (34,25 %). Совокупная доля организаций со средним чеком до 1000 руб. составляет почти 80 %. Оставшиеся 20 % предприятий можно отнести к премиум сегменту.

## 2.4 Основные конкуренты на рынке

Как уже отмечалось ранее, в сфере общественного питания в Санкт-Петербурге работает около 6997 организаций различных сегментов и форм собственности [25]. Наибольшая часть компаний общественного питания сосредоточена в центральной части города, что объясняется такими факторами как развитие туризма, концентрацией бизнес-центров и др. (рисунок 11).

<sup>3</sup> Составлено автором по данным [25]



**Рисунок 11 – Территориальное размещение объектов общественного питания в Санкт-Петербурге [25]**

По данным исследования DISCOVERY Research Group ведущими предприятиями общественного питания в Санкт-Петербурге по сегментам рынка в 2012 г. являлись следующие, представленные на рисунке 12.



**Рисунок 12 – Основные игроки рынка**

**Таблица 6 – Характеристика наиболее рейтинговых (в сети интернет) заведений общественного питания Санкт-Петербурга<sup>4</sup>**

Наименование, адрес местонахождения	Тип заведения	Режим работы	Средний чек	Предлагаемая кухня, услуги	Способы оплаты
Желябова 25, пышечная Большая Конюшенная, 25 – 1 этаж	Ресторан/ кафе 60 мест	пн-пт 9.00-20.00 сб-вс 10.00-20.00	80 руб.	Русская, еда с собой	Наличный расчет
Marketplace Невский проспект, 24 – 1 этаж	Ресторан-маркет 50 мест	8.30-05.30	280 руб.	Бизнес-ланч, азиатская кухня, европейская кухня, итальянская кухня, еда с собой, завтрак	Наличный расчет VISA, MasterCard, Maestro
Zoom Гороховая, 22 – цокольный этаж	Кафе 60 мест	пн-пт 9.00-00.00 сб 11.00-00.00 вс 13.00-00.00	350 руб.	Европейская кухня, винная карта, еда с собой, настольные игры, развлечения для детей	Наличный расчет VISA, MasterCard, Maestro, Diners Club, JCB
Пироговый дворик Набережная канала Грибоедова, 22 – 1 этаж	Ресторан/ кафе 50 мест	пн-пт 9.00-23.00 сб-вс 10.00-23.00	250 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, русская кухня, вегетарианское меню, винная карта, детское меню, еда с собой, завтрак, заказ столиков, постное меню	Наличный расчет VISA, MasterCard, Maestro, Union Card
ВИБЛИОТЕКА Невский проспект, 20	Ресторанный комплекс 330 мест	пн-чт 8.00-02.00 пт 00.00-24.00 сб 8.00-00.00 вс 8.00-02.00	700 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, паназиатская кухня, русская кухня, турецкая кухня, вегетарианское меню, детское меню, еда с собой, завтрак, детский уголок, развлечения для детей	Наличный расчет VISA, MasterCard
Терло Дом композиторов Большая Морская, 45 – цокольный этаж, вход со двора	Ресторан-гостиная 25 мест	пн-чт 9.00-00.00 пт 9.00-01.00 сб 11.00-01.00 вс 13.00-00.00	1000 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, винная карта, детское меню, еда с собой, завтрак, постное меню, детский уголок, настольные игры	Наличный расчет VISA, MasterCard

<sup>4</sup> Составлено автором на основе [25]

## Окончание таблицы 6

Наименование, адрес местонахождения	Тип заведения	Режим работы	Средний чек	Предлагаемая кухня, услуги	Способы оплаты
Фрикадельки Набережная канала Грибоедова, 8 – 1 этаж Щелкунчик Гостиница	Сеть ресторанов быстрого питания	08.30-23.00	210 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, итальянская кухня, паназиатская кухня, русская кухня, еда с собой, завтрак, блюда на гриле, куры-гриль, лапша, паста, сэндвич	Наличный расчет VISA, MasterCard
Октябрьская, Лиговский проспект, 10 – 1 этаж ObedBufet	Ресторан- пивоварня	08.00-23.00	250 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, еда с собой, завтрак, блины, кукуруза, пельмени, салаты, супы, шашлык	Наличный расчет VISA, MasterCard, Maestro
ТЦ Стокманн, Невский проспект, 114 – 5 этаж, комплекс Невский Центр	Ресторан 325 мест	10.00-23.00	400 руб.	Европейская кухня, итальянская кухня, русская кухня, винная карта, еда с собой	Наличный расчет VISA, MasterCard, American Express
БАРСЛОА Рубинштейна, 26 – 1 этаж Venezia	Бар-ресторан 120 мест	12.00-06.00	1400 руб.	Бизнес-ланч, европейская кухня, испанская кухня, винная карта, еда с собой, постное меню, спортивные трансляции, VIP-зал, настольные игры	Наличный расчет VISA, MasterCard, Maestro
Невский проспект, 107 – 1 этаж	Кафе-мороженое 30 мест	пн-пт 9.00-23.00 сб-вс 10.00-23.00	350 руб.	Итальянская кухня, еда с собой	Наличный расчет

В зависимости от рейтинга предприятий общественного питания, по данным сервиса «ДаблГис», наиболее популярными ресторанами и кафе, входящими в первую десятку по количеству отзывов, среди санкт-петербуржцев и гостей города являются следующие компании, характеристика которых представлена в таблице 6.

Популярность данных заведений обеспечивается их местоположением (большинство из них расположены в центральной части города), достаточно высоким качеством обслуживания (по отзывам клиентов), преимущественно, демократическим подходом к ценообразованию. Практически все организации предлагают оплату услуг как за наличный, так и по безналичному расчету. Средний чек на посетителя по выборке организации составляет около 480 руб. на человека.

## 2.5 Прогноз емкости рынка

Оценка емкости рынка проведена только по внутреннему рынку Санкт-Петербурга без учета приезжего туристического населения, основывается на данных о численности населения и результатах исследования ВЦИОМ [24]. Результаты расчета емкости рынка общественного питания по Санкт-Петербургу приведены в таблице 7.

**Таблица 7 – Расчет потенциальной емкости рынка общественного питания по Санкт-Петербургу**

Показатель	Значение	Доля, %	Средняя частота посещений в месяц	Средний чек за услугу, руб./чел.	Емкость рынка в стоимостном выражении, млн.руб.
Численность населения трудоспособного и старше трудоспособного возраста, тыс.чел.	4480,7				
Общее число потенциальных потребителей услуг общественного питания, тыс.чел.	2778,0	62			

Окончание таблицы 7

Показатель	Значение	Доля, %	Средняя частота посещений в месяц	Средний чек за услугу, руб./чел.	Емкость рынка в стоимостном выражении, млн.руб.
Емкость рынка по видам услуг, тыс.чел.:					
заказы на изготовление кулинарии	666,7	24	0,5	10 000,00	40 003,65
приобретение готовых блюд к домашнему столу	1111,2	40	8,0	500,00	53 338,21
банкетное обслуживание	305,6	11	0,2	1 195,65	730,74
поход в кафе/ресторан	1305,7	47	5,0	1 195,65	93 667,61
бизнес-ланчи	1277,9	46	20,0	300,00	92 008,40
Общая емкость рынка, тыс.чел.	4667,1				279 748,61

Общий оборот предприятий общественного питания по Санкт-Петербургу в 2014 г. составляет 53 598,3 млн.руб., что существенно ниже потенциальной емкости рынка в стоимостном выражении. Это характеризует рынок с достаточно большим потенциалом роста. Кроме того в расчета не учтен потенциал потребления услуг общественного питания приезжающими потребителями.

Таким образом, рынок общественного питания Санкт-Петербурга можно охарактеризовать как высоконкурентный, имеющий достаточный потенциал роста, что оказывает влияние на формирование предложений качественных и доступных услуг, предлагаемых данным бизнес-планом.

### **3 План маркетинга**

#### **3.1 План продаж**

Прогноз продаж построен с учетом предлагаемого перечня услуг общественного питания, режима работы заведения, анализа ценовой политики аналогичных услуг, предлагаемых конкурентами и др. факторов. В прогнозе продаж предполагается различный уровень загрузки заведения в будние и выходные дни, а также дифференциация среднего чека на посетителя в зависимости от дня недели. Прогноз продаж наглядно представлен в таблице А.1 приложения.

Общая сумма выручки (без НДС) в первые три года реализации проекта планируется в размере 114 816,0 тыс.руб. При полной загрузке кафе годовая выручка планируется в размере 44 160 тыс.руб., что позволяет применять упрощенную систему налогообложения.

#### **3.2 Маркетинговая стратегия**

Маркетинг-микс – набор маркетинговых инструментов, которые используются компанией для решения маркетинговых задач на целевом рынке. Дж. Маккарти предложил классифицировать маркетинговые инструменты по четырем направлениям: продукт, цена, место (т.е. распределение) и продвижение (или четыре «Р» маркетинга – Product, Price, Place, Promotion).

Продукт: услуги демократичного заведения общественного питания, включающие в себя услуги кофейни-кондитерской, кафе, коктейль-бара, предлагающие кулинарные блюда, кофе, чай, мороженое, блюда русской, итальянской, европейской кухни, бизнес-ланчи, алкогольные напитки, в том числе коктейли собственного изготовления.

График работы: с понедельника по пятницу с 9.00 до 23.00, в выходные и праздничные дни с 9.00 до 01.00.

Целевая аудитория: средний класс, студенты, туристы, семейные пары с детьми и без.

Цена: демократичная ценовая политика, ориентированная на привлечение широкой целевой аудитории.

Месторасположения: центр города, цокольный или первый этаж, вблизи станций метро, высокая автомобильная и пешеходная проходимость.

Продвижение заведения включает в себя следующие мероприятия

1) Интернет-реклама:

- создание сайта компании;
- SEO-продвижение;
- представление во всех социальных сетях (Facebook, ВКонтакте, Instagram, Twitter и др.);
- контекстная реклама;
- тизерные сети;
- ретаргетинг;
- размещение информации на специализированных интернет-площадках, в справочниках, каталогах (2ГИС, Яндекс-справочник и др.).

2) Рекламные акции включают в себя приятные сюрпризы для посетителей, различного рода конкурсы, скидки, подарки, организация тематических вечеринок и других подобных мероприятий. Все это в совокупности гарантировано дает ожидаемый результат.

3) Проводятся пиар-акции, ориентированные на посетителей, призванные увеличить посещаемость, а тем самым поднять прибыль.

## 4 Операционно-производственный план

### 4.1 Размещение бизнеса

Для размещения мини-кафе предполагается снятие в аренду помещения в центре города, предназначенного для организации услуг общественного питания. На основе проведенного анализа имеющихся предложений по аренде коммерческой недвижимости в Санкт-Петербурге соответствующего назначения общей площадью не более 100 кв. м было установлено следующее:

– на рынке аренды коммерческой недвижимости имеются две группы предложений – предложения готового бизнеса (кафе) с уже установленным оборудованием, дизайном и меблировкой помещения, предложения аренды свободных помещений;

– средняя стоимость аренды готового бизнеса (в центре города) составляет 1 445-2000 руб. за 1 кв. м в месяц (см. Приложение Б);

– среди предложений аренды свободных помещений наиболее подходящими по параметрам местоположения являются следующие, представленные в таблице 8.

**Таблица 8 – Характеристика предложений аренды коммерческой недвижимости<sup>5</sup>**

Наименование показателя	Объект 1	Объект 2	Объект 3
Тип помещения	Помещение свободного назначения (в стадии ремонта)	Помещение общественного питания	Помещение общественного питания
Площадь, кв.м	91	78,3	75
Адрес, месторасположение	Апраксин пер. 10-12А, 1 этаж, вход с Апраксина пер.	Лиговский пр., д. 149, 1 этаж, витрина	Садовая ул., 28-30, подвал, нежилое здание, вход с Садовой, проходное место, возможности хорошей рекламы
Общая стоимость	90 000	159 000	100 000

<sup>5</sup> Составлено автором

аренды в месяц, руб.			
Стоимость аренды за 1 кв.м в месяц, руб.	989	2030,65	1333,33
Информация о дополнительных услугах	Нет данных	Дополнительно оплачиваются коммунальные услуги и электроэнергия	Включено парковочное место, коммунальные услуги
Удаленность от станций метро	Сенная площадь 380 м Садовая 510 м Спасская 430 м Гостиный двор 740 м Невский проспект 790 м Звенигородская 840 м	Площадь Восстания 1,8 км Обводный канал 200 м Лиговский проспект 600 м	Сенная площадь 400 м Спасская 500 м Невский проспект 600 м

Среди указанных наиболее интересным предложением является объект № 1. При разработке последующих прогнозов будем исходить из площади помещения 90 кв.м и средней стоимости аренды 1 100 руб. за 1 кв.м в месяц (с учетом коммунальных услуг).

#### 4.2 Состав производственного оборудования

Для организации работы кафе планируется приобретение следующих видов мебели и оборудования, представленных в таблице 9.

**Таблица 9 – Потребность в предметах мебели и оборудовании**

Наименование предметов мебели, оборудования	Количество, ед.	Цена за ед., руб.	Стоимость, тыс.руб.
Звуковое оборудование (с монтажом)	1	50000	50,00
Световое оборудование (с монтажом)	1	150000	150,00
Гардеробные зоны	1	15000	15,00
Барная стойка	1	105000	105,00
Стулья барные	8	2200	17,60
Стол	12	3500	42,00
Мини-столики	3	1500	4,50
Стулья	12	1300	93,60
Мягкая мебель	1	35000	35,00
Кофемашин	1	55000	55,00
Льдогенератор	1	40000	40,00
Тепловое и холодильное оборудование			375,00

<i>в т.ч.: плиты электрические</i>		50000	
<i>жарочные шкафы</i>		60000	
<i>холодильное оборудование</i>		140000	
<i>прочее оборудование</i>		125000	

Важной составляющей для организации работы кафе является приобретение малоценных предметов, потребность в которых представлена в таблице 10.

**Таблица 10 – Потребность в малоценных предметах**

Наименование	Стоимость, руб.
Посуда, столовые приборы	127 000
<i>кухонная посуда</i>	35 000
<i>кухонный инвентарь</i>	12 000
<i>стеклянная посуда</i>	30 000
<i>фарфоровая посуда</i>	35 000
<i>столовые приборы</i>	15 000
Барный инвентарь	10 000
<i>миксер барный</i>	8 500
<i>прочий барный инвентарь</i>	1 500
Элементы декора	58 000
<i>предметы сервировки</i>	50 000
<i>одежда для поваров</i>	4 000
<i>одежда официантов</i>	4 000

Приобретение мебели, оборудования для ресторанов и кафе, малоценных предметов планируется в специализированных магазинах – Балттех, «КЛЕН-маркет», Пищевые технологии и др.

#### **4.3 Состав текущих производственных затрат**

Основными текущими материальными затратами по бизнесу являются затраты по приобретению продуктов питания и приобретению алкогольной продукции. Стоимость расходов на приобретение продуктов питания и алкогольной продукции определяется исходя из планируемого объема выручки, соответственно, по «кухне» и бару и планируемой наценки, соответственно:

- наценка готовые блюда 250 %, на приготовление блюда 70 %;
- наценка на готовые напитки 350 %, на приготовление напитков 50 %.

Также в составе материальных затрат предусмотрено приобретение предметов гигиены.

Приобретение продуктов питания, алкогольной продукции планируется у следующих поставщиков [30]:

1) Еурорек. Торговая марка EUROPEK® объединяет группу компаний, занимающихся производством и фасовкой продуктов питания, поставками высококачественного сырья для хлебопекарной промышленности.

2) Август Топфер и Ко. Поставщик сахара-песка, орехов и сухофруктов.

3) Агроальянс. Импорт мяса и мясопродуктов высокого качества, производство и поставка бакалейной продукции.

4) АРБ-кофе. Продажа кофе, чая и кофемашин.

5) Арго. Оптовая продажа твердых сыров популярных наименований.

6) Аризона. ООО «Аризона» является поставщиком сырья для производства кондитерских и хлебобулочных изделий на рынках России и ближнего зарубежья.

7) Балтийский берег. ЗАО «Балтийский берег» специализируется на производстве и реализации рыбы и различных видов рыбной продукции.

8) ВАНШЕМ. Комплексная поставка продуктов питания.

9) ГАММА. Поставки овощной, грибной, рыбной и фруктовой консервации под своей торговой маркой SUNFEEL.

10) Гермес. Компания «Гермес» является оптовой торговой фирмой, осуществляющей поставки российских и импортных мясопродуктов для производств и оптовой торговли.

11) Глобал Кофе. ООО «Глобал Кофе» является эксклюзивным дистрибьютором кофе и чая итальянских производителей Tazza D'Oro и Viora, а также занимается продажей профессионального и полупрофессионального кофейного оборудования.

12) Глобал Фудс. Компания «Глобал Фудс» является одним из лидеров российского рынка поставок продуктов питания и сопутствующих товаров в сегмент HoReCa.

13) ГринФилдс-Норд. Поставка свежих овощей, фруктов, ягод, салатов.

14) Дэлли. Группа компаний «Дэлли» – поставка пищевых ингредиентов и инвентаря для предприятий общественного питания, кондитерских и хлебопекарных производств всемирно известных российских и зарубежных производителей.

15) Кофе Тайм. Голландский кофе и кофейные машины.

16) Нева Фиш. Оптовая торговля свежемороженой рыбой по всем регионам России и СНГ. Переработка и производство рыбных деликатесов. Торговая марка «Ленрыбпром».

17) Нева Фуд. Компания «Нева Фуд» является одним из лидеров по производству соусов и майонезов для предприятий, работающих в сегменте HoReCa.

18) Невские сыры. Поставка, импорт и производство сыра и сливочного масла.

19) Пармалат. Производство молока, молочных продуктов, фруктовых соков, нектаров, томатной пасты, пасты.

20) Продуктовая Компания. Поставка продуктов питания для предприятий HoReCa.

21) Республика кофе. Компания «Республика Кофе», один из крупнейших поставщиков кофе в Северо-западном регионе, представляет эксклюзивные сорта кофе, обжаренного в лучших традициях юга Италии. Также компания предлагает аксессуары для кофе, такие как, порционный сахар, трубочки, салфетки и т.п.

22) Санта +. ООО «Санта +» – это официальное представительство в Северо-западном регионе совместного белорусско-германского предприятия «Санта Бремор».

23) ФРИКО. Поставка французских сыров высокого качества.

24) Шеф-Повар. Поставка колбас и мясных деликатесов.

Расходы на оплату труда планируются исходя из организационной структуры бизнеса, штатного расписания и действующих ставок страховых взносов и взносов на страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (общая ставка страховых взносов 30,2 %). Расходы на оплату труда представлены в таблице 11.

**Таблица 11 – Расчет расходов на оплату труда в месяц**

Работники	Численность, чел.	Заработная плата в месяц, руб.	ИТОГО ФОТ, руб.	Страховые взносы	ВСЕГО расходы на оплату труда
Директор	1	55 000,00	55 000,00	16 610,00	71 610,00
Бухгалтер	1	35 000,00	35 000,00	10 570,00	45 570,00
Маркетолог	1	35 000,00	35 000,00	10 570,00	45 570,00
Повар	13	22 000,00	286 000,00	86 372,00	372 372,00
Хостес	2	22 000,00	44 000,00	13 288,00	57 288,00
Бармен	3	25 000,00	75 000,00	22 650,00	97 650,00
Официант	18	25 000,00	450 000,00	135 900,00	585 900,00
Охрана	13	22 000,00	286 000,00	86 372,00	372 372,00
Технический персонал	5	15 000,00	75 000,00	22 650,00	97 650,00
<b>ИТОГО</b>	<b>57</b>		<b>1 341 000,00</b>	<b>404 982,00</b>	<b>1 745 982,00</b>

К прочим операционным расходам по бизнесу относятся:

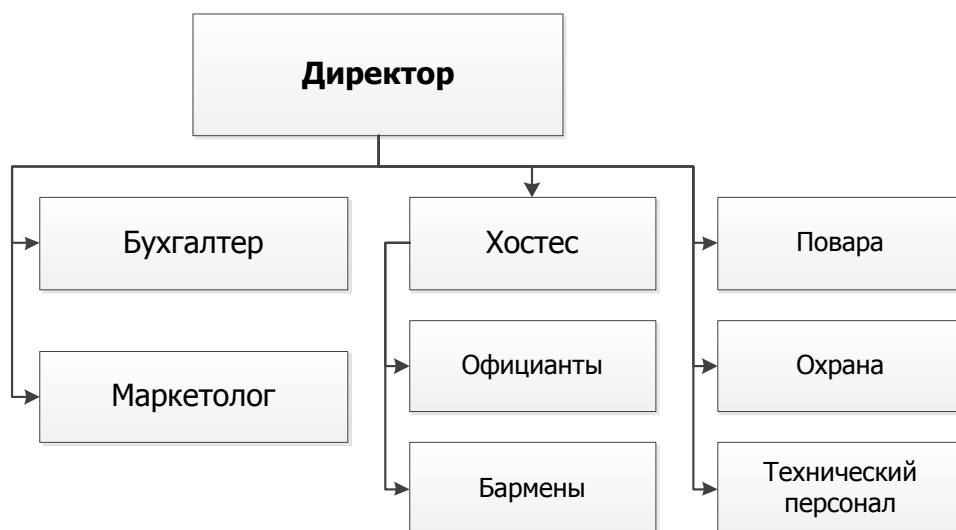
- расходы по аренде помещения, включающие все коммунальные платежи (из расчета 1 100 руб. за 1 кв.м в месяц);
- расходы, связанные с рекламой, маркетингом, продвижением (планируются в размере 5 % от выручки);
- прочие неучтенные операционные расходы (планируются в размере 3 % от суммы операционных расходов за исключением прочих).

Прогноз текущих операционных расходов представлен в таблице А.2 приложения.

## 5 Организационный план

### 5.1 Организационная структура управления компанией

Проектируемая организационная структура наглядно представлена на рисунке 13.



**Рисунок 13 – Проектируемая организационная структура**

Организационная структура в полной мере соответствует профилю и масштабам деятельности бизнеса, а также учитывает режим работы бизнеса.

## 5.2 Календарный план-график реализации проекта

Календарный план-график работ, связанных с реализацией проекта представлен в форме таблицы 12.

**Таблица 12 – КПГ проекта**

Наименование показателя	Длительность этапа, мес.	Месяцы реализации проекта		
		1	2	3
Регистрация, получение лицензий	1	■		
регистрация ООО	1	■		
получение лицензии на алкоголь (на 3 года)	1	■		
получение прочей разрешительной документация	1	■		
Проектирование кафе, дизайн	2	■		■
разработка проекта кафе	1	■		
разработка фирменного стиля, изготовление вывесок, рекламной продукции	1			■
Поиск помещения для аренды и аренда помещения (до начала производственной деятельности)	3	■	■	■
Ремонт помещения	3	■	■	■
монтаж напольных покрытий	2		■	■
монтаж потолка	1			■
монтаж освещения	1			■
декор стен	2	■	■	
монтаж системы кондиционирования	2		■	■
видеонаблюдение	1			■
установка сигнализации, средств пожаротушения	1			■
Приобретение мебели, оборудования	1			■
Приобретение малоценных предметов	1			■
Создание первоначальных запасов продуктов питания	1			■
Создание начальных запасов алкоголя	1			■
Приобретение прочих предметов гигиены (мыло, туалетная бумага, салфетки и др.)	1			■

Таким образом, запуск проекта и ввод его в эксплуатацию планируется по прошествии 3-х месяцев после регистрации юридического лица и приобретения в аренду помещения.

## **6 Инвестиционный план**

Инвестиционный план разработан с учетом КПП проекта, потребности в оборудовании, предметом мебели, малоценных предметов. Основой разработки инвестиционного плана является информация о рыночных ценах на соответствующие материальные ресурсы, работы, услуги. План инвестиций с разбивкой по месяцам представлен в таблице А.3 приложения.

Общая потребность в первоначальных инвестиционных ресурсах составляет 3 133,55 тыс.руб. с учетом вложений в оборотный капитал.

Потребность в оборотном капитале рассчитана исходя из планируемых норм запаса и средней стоимости запасов и составляет 210,0 тыс.руб.

## **7 Финансовый план**

### **7.1 План прибылей и убытков**

Прогноз прибылей и убытков разработан с учетом разработанных ранее прогнозов продаж, прогнозов операционных расходов, а также с учетом планируемой системы налогообложения – упрощенной системы налогообложения с объектом «доходы, уменьшенные на величину расходов».

Результаты прогноза представлены в таблице А.4 приложения.

### **7.2 Прогноз денежных потоков проекта**

Прогноз денежных потоков разработан с целью определения свободного денежного потока (Free Cash Flow to Firm, FCFF, FCF) – денежный поток предприятия от ее операционной деятельности за исключением инвестиций в основной капитал. FCFF используется инвесторами компании с целью последующей оценки показателей коммерческой эффективности проекта как такового.

Дисконтированный FCFF определен с учетом ставки дисконта, которая рассчитана как средневзвешенная стоимость капитала, привлекаемого в проект (Weighted average cost of capital, WACC). Показатель WACC используется при оценке необходимости инвестирования в различные ценные бумаги, проекты и дисконтировании ожидаемых доходов от инвестиций и измерении стоимости капитала компании.

При ограниченности собственных средств возможно получение заемного финансирования при типовых условиях: вложение собственного капитала – не менее 30 % от общей потребности в финансировании. Коммерческие банки предлагают кредиты для бизнеса при сроке погашения до 2-х лет на условиях от 16,5 % до 20,0 % годовых<sup>6</sup>.

Расчет WACC осуществлен с учетом типовой структуры финансирования проекта, принятой средней ставки по кредиту для бизнеса в

---

<sup>6</sup> Источники: <http://credit.ru/business/>, <http://creditbook.ru/biznescredit/>

размере 18,0 %, принятой минимальной требуемой доходности собственников – не менее 35,0 %, а также с учетом налоговой корректировки при применении УСНО. Результаты расчета WACC приведены в таблице 13.

**Таблица 13 – Расчет средневзвешенной стоимости капитала по проекту**

Источник капитала	Структура	Стоимость источника	Налоговая корректировка	Взвешенная стоимость
Собственные средства	0,3	35,0%	1	10,5%
Заемный капитал	0,7	18,0%	0,85	10,7%
<b>WACC</b>				<b>21,2%</b>

Прогноз денежных потоков проекта приведен в таблице А.5 приложения.

### 7.3 Расчет показателей эффективности проекта

Показатели коммерческой эффективности проекта рассчитаны с учетом прогнозного периода 3 года и последующего бесконечного срока жизни проекта. Результаты расчетов показателей эффективности проекта и их интерпретация представлены в таблице 14.

**Таблица 14 – Показатели коммерческой эффективности реализации проекта**

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение	Рекомендуемое значение	Интерпретация
Чистая приведенная стоимость проекта (Net present value, NPV)	тыс.руб.	2 763,16	Больше 0	Показывает чистый прирост доходов по проекту в прогнозный период

Окончание таблицы 14

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение	Рекомендуемое значение	Интерпретация
Чистая терминальная стоимость (Net Terminal Value, NTV)	руб.	31 724,23	Прирост по сравнению с NPV	Чистый прирост доходов по проекту в постпрогнозный период. Определена с учетом средней величины денежного потока в постпрогнозный период 5 142,50 тыс.руб. и ежегодного темпа прироста денежного потока 5 %
Стоимость проекта с учетом терминальной стоимости	руб.	34 487,39		Чистый прирост доходов по проекту в течение всего срока жизни проекта
Индекс доходности проекта (PI)	коэф.	1,45	Больше 1	Показывает, что чистые дисконтированные доходы по проекту в 2,34 раза превышают дисконтированные вложения
Внутренняя норма доходности проекта (IRR)	%	47,7	Больше WACC	При WACC=21,2 % генерирует доходы в течение прогнозного периода на 26,5 % больше, чем стоимость капитала, привлекаемого в проект
Срок окупаемости проекта (обычный, PBP)	мес.	21,16	Чем меньше, тем лучше	Показывает полный период возврата вложенных инвестиций в проект
Срок окупаемости проекта (дисконтированный, DPBP)	мес.	24,93	Чем меньше, тем лучше	Показывает полный период возврата вложенных инвестиций в проект за счет чистых доходов, оцененных с учетом дисконтирования

Значения показателей свидетельствуют об экономической эффективности проекта, его быстрой окупаемости и целесообразности для реализации.

## 8 Риски проекта

Основные риски реализации проекта создания и развития кафе:

- риски, связанные с финансированием проекта: сложность получения кредитных ресурсов для нового бизнеса;
- риски, связанные с территорией открытия: сложность поиска подходящего помещения;
- риски, связанные с конкуренцией: достаточно высокая конкуренция среди аналогичных заведений;
- риски, связанные с выбором неправильного месторасположения кафе: от правильного размещения будет зависеть посещаемость заведения и, соответственно, прибыльность. При выборе месторасположения необходимо учитывать целевую аудиторию и основной контингент заведения;
- риски, связанные с отсутствием необходимых лицензий, надлежащей правоустанавливающей и разрешительной документации: может привести к высоким административным штрафам вплоть до закрытия заведения;
- риски, связанные с персоналом заведения: воровство, обман, отсутствие дисциплины, размыв мотивации;
- риски, связанные с неэффективной маркетинговой политикой и стратегией: низкая конверсия от интернет-ресурсов и интернет-рекламы, неэффективность вложений в рекламу и продвижение.

## **Источники информации**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 30.11.1994. № 51-ФЗ (ред. от 31.01.2016). Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 15.02.2016). Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 15.02.2016). Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

4. Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015). Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

5. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 29.06.2015, с изм. от 29.12.2015) «Об акционерных обществах». Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

6. Федеральный закон от 04.05.2011 N 99-ФЗ (ред. от 13.07.2015, с изм. от 30.12.2015) «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016). Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

7. Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения». Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

8. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «Об обществах с ограниченной ответственностью». Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

9. Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции». Не опубликован // СПС «КонсультантПлюс».

10. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 08.11.2001 № 31 (ред. от 31.03.2011) «О введении в действие санитарных правил» (вместе с «СП 2.3.6.1079-01. 2.3.6. Организации общественного питания. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья. Санитарно-эпидемиологические правила», утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.11.2001) (Зарегистрировано в Минюсте России 07.12.2001 N 3077).

11. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 23.05.2008 № 30 «Об утверждении СанПиН 2.3.2.2362-08» (вместе с «СанПиН 2.3.2.2362-08. Дополнения и изменения № 9 к СанПиН 2.3.2.1078-01. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы») (Зарегистрировано в Минюсте РФ 06.06.2008 N 11805).

12. ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 № 191-ст).

13. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования (вместе с «Минимальными требованиями к предприятиям (объектам) общественного питания различных типов») (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.11.2013 N 1676-ст).

14. Бизнес-энциклопедия «Ресторанный менеджмент». Киев: «Рынок медиа», 2008-2009.

15. Милл Р. К. Управление рестораном [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом» : перевод с английского / Роберт Кристи Милл. 3-е изд. Москва : ЮНИТИ, 2012. 518 с.

16. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015: Стат. сб. / Росстат. М. : 2015. 1266 с.
17. Роздольская И. В. Менеджмент в торговле и общественном питании: Учеб. пособие / И. В. Роздольская, Л. Г. Гребеник, Ю. А. Беседина. Белгород: Издательство БУПК, 2010. 271 с.
18. Максимова М. А. Развитие рынка предприятий общественного питания в Санкт-Петербурге в условиях повышенной конкуренции / М. А. Максимова, О. С. Зыбин // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2011. № 1 (15). С. 98-100.
19. Русакова О. В. Функции и особенности системы общественного питания // Молодой ученый. 2012. № 7. С. 121-123.
20. Концепция casual dining: без права на ошибку // «РесторановедЪ». 2014. № 7. Июль.
21. Насретдинов И. Т. Современное состояние и тенденции развития рынка общественного питания в России // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н.Э. Баумана. 2015. № 222 (2). С. 162-166.
22. Casual Dining [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sostav.ru/blogs/127392/14762/> (дата обращения: 03.03.2016).
23. Администрация Санкт-Петербурга. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: [http://gov.spb.ru/gov/terr/reg\\_pushkin/torg/novosti-potrebitelskogo-rynka/](http://gov.spb.ru/gov/terr/reg_pushkin/torg/novosti-potrebitelskogo-rynka/) (дата обращения: 03.03.2016).
24. ВЦИОМ: Две трети горожан в России ходят в кафе и рестораны [Электронный ресурс]. URL: <http://www.baltinfo.ru/2013/09/19/VTcIOM-Dve-treti-gorozhan-v-Rossii-khodyat-v-kafe-i-restorany-380360> (дата обращения: 08.03.2016).
25. ДаблГис. Карта Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <https://2gis.ru/spb/> (дата обращения: 07.03.2016).
26. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. URL: <https://fedstat.ru/> (дата обращения: 03.03.2016).

27. Индекс стоимости жизни по отдельным городам РФ [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/isj/files/itogi\\_isj.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/isj/files/itogi_isj.pdf) (дата обращения: 08.03.2016).

28. Индексы потребительских цен по РФ [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/potr/tab-potr1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/potr/tab-potr1.htm) (дата обращения: 08.03.2016).

29. Основы ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <http://mir-restoratora.ru/?p=1186> (дата обращения: 05.03.2016).

30. Поставщики продуктов питания для рынка HoReCa в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. URL: <http://spb.catalog.horeca.ru/suppliers/foods/page-6/> (дата обращения: 08.03.2016).

31. Ресурс «Предприятия и организации» [Электронный ресурс] / Мультистат. Многофункциональный статистический портал. URL: [http://multistat.ru/index.php?menu\\_id=9310017](http://multistat.ru/index.php?menu_id=9310017) (дата обращения: 07.03.2016).

32. Санкт-Петербург [Электронный ресурс] / Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Санкт-Петербург#.D0.A2.D1.83.D1.80.D0.B8.D0.B7.D0.BC> (дата обращения: 03.03.2016).

33. Седова И. Пафосному пиру – нет-нет-нет, бургеру и пицце – да-да-да! Обзор российского рынка общественного питания. Исследования компании NPD [Электронный ресурс] // RUSSIAN FOOD&DRINKS MARKET MAGAZINE. 2015. № 5. URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2162> (дата обращения: 08.03.2016).

34. Рынок общественного питания в Санкт-Петербурге (демо-версия) / DISCOVERY Research Group. 21.05.2012.

## Приложение А

**Таблица А.1 – Прогноз продаж ООО «БИЗЕ»**

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)					
				4	5	6	7	8	9
<b>Выручка</b>	<b>тыс.руб.</b>		<b>111 136,00</b>	<b>1 104,00</b>	<b>1 472,00</b>	<b>1 840,00</b>	<b>2 208,00</b>	<b>2 576,00</b>	<b>2 944,00</b>
Число посетителей в будние дни месяца	чел.	1870	56474	561	748	935	1122	1309	1496
<i>загрузка бара</i>	%			30%	40%	50%	60%	70%	80%
<i>количество будних дней</i>	дн.	22							
<i>посетители за смену в будние дни</i>	чел.	85							
Число посетителей в выходные дни месяца	чел.	1680	50736	504	672	840	1008	1176	1344
<i>загрузка бара</i>	%			30%	40%	50%	60%	70%	80%
<i>количество выходных дней</i>	дн.	8							
<i>посетители за смену в выходные дни</i>	чел.	210							
Средний чек на посетителя в будний день	руб.	800		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<i>алкоголь</i>	руб.	200		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<i>кухня</i>	руб.	600		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Средний чек на посетителя в выходной день	руб.	1300		1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00
<i>алкоголь</i>	руб.	400		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<i>кухня</i>	руб.	900		900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00

Окончания таблицы А.1

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)			2 год	3 год
				10	11	12		
<b>Выручка</b>	<b>тыс.руб.</b>		<b>111 136,00</b>	<b>3 312,00</b>	<b>3 680,00</b>	<b>3 680,00</b>	<b>44 160,00</b>	<b>44 160,00</b>
Число посетителей в будние дни месяца	чел.	1870	56474	1683	1870	1870	22 440	22 440
<i>загрузка бара</i>	%			90%	100%	100%	100%	100%
<i>количество будних дней</i>	дн.	22						
<i>посетители за смену в будние дни</i>	чел.	85						
Число посетителей в выходные дни месяца	чел.	1680	50736	1512	1680	1680	20 160	20 160
<i>загрузка бара</i>	%			90%	100%	100%	100%	100%
<i>количество выходных дней</i>	дн.	8						
<i>посетители за смену в выходные дни</i>	чел.	210						
Средний чек на посетителя в будний день	руб.	800		800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<i>алкоголь</i>	руб.	200		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<i>кухня</i>	руб.	600		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Средний чек на посетителя в выходной день	руб.	1300		1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00	1 300,00
<i>алкоголь</i>	руб.	400		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<i>кухня</i>	руб.	900		900,00	900,00	900,00	900,00	900,00

**Таблица А.2 – Прогноз операционных расходов ООО «БИЗЕ»**

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)					
				4	5	6	7	8	9
<b>Операционные расходы</b>	<b>тыс.руб.</b>		<b>100 924,65</b>	<b>2 299,36</b>	<b>2 422,74</b>	<b>2 546,12</b>	<b>2 669,50</b>	<b>2 792,87</b>	<b>2 916,25</b>
Приобретение продуктов питания	тыс.руб.		18 939,71	188,14	250,86	313,57	376,29	439,00	501,71
<i>общая стоимость продажи готовых блюд</i>	<i>руб.</i>			<i>790 200,00</i>	<i>1 053 600,00</i>	<i>1 317 000,00</i>	<i>1 580 400,00</i>	<i>1 843 800,00</i>	<i>2 107 200,00</i>
<i>наценка на готовые блюда</i>	<i>%</i>	<i>250,0%</i>		<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>
<i>наценка на приготовление блюда</i>	<i>%</i>	<i>70,0%</i>		<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>
<i>себестоимость</i>	<i>руб.</i>			<i>188 142,86</i>	<i>250 857,14</i>	<i>313 571,43</i>	<i>376 285,71</i>	<i>439 000,00</i>	<i>501 714,29</i>
Приобретение алкоголя	тыс.руб.		6 317,84	62,76	83,68	104,60	125,52	146,44	167,36
<i>общая стоимость продажи алкоголя</i>	<i>руб.</i>			<i>313 800,00</i>	<i>418 400,00</i>	<i>523 000,00</i>	<i>627 600,00</i>	<i>732 200,00</i>	<i>836 800,00</i>
<i>наценка на готовые напитки</i>	<i>%</i>	<i>350,0%</i>		<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>
<i>наценка на приготовление</i>	<i>%</i>	<i>50,0%</i>		<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>
<i>себестоимость</i>	<i>руб.</i>			<i>62 760,00</i>	<i>83 680,00</i>	<i>104 600,00</i>	<i>125 520,00</i>	<i>146 440,00</i>	<i>167 360,00</i>
Приобретение предметов гигиены	тыс.руб.		5 360,50	53,25	71,00	88,75	106,50	124,25	142,00
<i>средний расход на 1 посетителя</i>	<i>руб.</i>	<i>50</i>		<i>50,00</i>	<i>50,00</i>	<i>50,00</i>	<i>50,00</i>	<i>50,00</i>	<i>50,00</i>
<i>число посетителей</i>	<i>чел.</i>			<i>1 065,00</i>	<i>1 420,00</i>	<i>1 775,00</i>	<i>2 130,00</i>	<i>2 485,00</i>	<i>2 840,00</i>
Зарботная плата управленческого и обслуживающего персонала	тыс.руб.		44 253,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00
<i>средняя заработная плата на 1 работника</i>	<i>руб.</i>	<i>23 526</i>		<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>
<i>численность персонала</i>	<i>чел.</i>	<i>57</i>		<i>57,00</i>	<i>57,00</i>	<i>57,00</i>	<i>57,00</i>	<i>57,00</i>	<i>57,00</i>
Взносы в ПФР, ФСС, ФОМС, страхование от несч.сл.	тыс.руб.		13 364,41	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)					
				4	5	6	7	8	9
<i>совокупная ставка страховых взносов</i>	%	30,2%		30,2%	30,2%	30,2%	30,2%	30,2%	30,2%
<i>база начисления страховых взносов</i>	руб.			1 341 000,00	1 341 000,00	1 341 000,00	1 341 000,00	1 341 000,00	1 341 000,00
Аренда помещения	тыс.руб.		3 267,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
<i>площадь помещения</i>	кв.м	90		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
<i>ставка аренды в месяц</i>	руб.	1100		1 100,00	1 100,00	1 100,00	1 100,00	1 100,00	1 100,00
Реклама, маркетинг, продвижение	тыс.руб.		5 556,80	55,20	73,60	92,00	110,40	128,80	147,20
<i>процент от выручки</i>	%	5,0%		5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
<i>база для расчета расходов</i>	тыс.руб.			1 104,00	1 472,00	1 840,00	2 208,00	2 576,00	2 944,00
Амортизационные отчисления	тыс.руб.		925,83	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06
<i>средняя норма амортизации</i>	%	33,3%		2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%
<i>средняя стоимость основных средств</i>	тыс.руб.	1 010		1 010,00	1 010,00	1 010,00	1 010,00	1 010,00	1 010,00
Прочие расходы	тыс.руб.		2 939,55	66,97	70,57	74,16	77,75	81,35	84,94
<i>доля прочих расходов</i>	%	3,0%		3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
<i>общая сумма операционных расходов (без прочих)</i>	тыс.руб.			2 232,39	2 352,17	2 471,96	2 591,74	2 711,53	2 831,31

Окончание таблицы А.2

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)			2 год	3 год
				10	11	12		
<b>Операционные расходы</b>	<b>тыс.руб.</b>		<b>100 924,65</b>	<b>3 039,63</b>	<b>3 163,01</b>	<b>3 163,01</b>	<b>37 956,12</b>	<b>37 956,12</b>
Приобретение продуктов питания	тыс.руб.		18 939,71	564,43	627,14	627,14	7 525,68	7 525,68
<i>общая стоимость продажи готовых блюд</i>	<i>руб.</i>			<i>2 370 600,00</i>	<i>2 634 000,00</i>	<i>2 634 000,00</i>		
<i>наценка на готовые блюда</i>	<i>%</i>	<i>250,0%</i>		<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>	<i>250,0%</i>		
<i>наценка на приготовление блюда</i>	<i>%</i>	<i>70,0%</i>		<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,0%</i>		
<i>себестоимость</i>	<i>руб.</i>			<i>564 428,57</i>	<i>627 142,86</i>	<i>627 142,86</i>		
Приобретение алкоголя	тыс.руб.		6 317,84	188,28	209,20	209,20	2 510,4	2 510,4
<i>общая стоимость продажи алкоголя</i>	<i>руб.</i>			<i>941 400,00</i>	<i>1 046 000,00</i>	<i>1 046 000,00</i>		
<i>наценка на готовые напитки</i>	<i>%</i>	<i>350,0%</i>		<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>	<i>350,0%</i>		
<i>наценка на приготовление</i>	<i>%</i>	<i>50,0%</i>		<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>50,0%</i>		
<i>себестоимость</i>	<i>руб.</i>			<i>188 280,00</i>	<i>209 200,00</i>	<i>209 200,00</i>		
Приобретение предметов гигиены	тыс.руб.		5 360,50	159,75	177,50	177,50	2 130	2 130
<i>средний расход на 1 посетителя</i>	<i>руб.</i>	<i>50</i>		<i>50,00</i>	<i>50,00</i>	<i>50,00</i>		
<i>число посетителей</i>	<i>чел.</i>			<i>3 195,00</i>	<i>3 550,00</i>	<i>3 550,00</i>		
Заработная плата управленческого и обслуживающего персонала	тыс.руб.		44 253,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	16 092	16 092
<i>средняя заработная плата на 1 работника</i>	<i>руб.</i>	<i>23 526</i>		<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>	<i>23 526,32</i>		
<i>численность персонала</i>	<i>чел.</i>	<i>57</i>		<i>57,00</i>	<i>57,00</i>	<i>57,00</i>		
Взносы в ПФР, ФСС, ФОМС, страхование от несч.сл.	тыс.руб.		13 364,41	404,98	404,98	404,98	4 859,76	4 859,76
<i>совокупная ставка страховых взносов</i>	<i>%</i>	<i>30,2%</i>		<i>30,2%</i>	<i>30,2%</i>	<i>30,2%</i>		
<i>база начисления страховых взносов</i>	<i>руб.</i>			<i>1 341 000,00</i>	<i>1 341 000,00</i>	<i>1 341 000,00</i>		
Аренда помещения	тыс.руб.		3 267,00	99,00	99,00	99,00	1 188	1 188
<i>площадь помещения</i>	<i>кв.м</i>	<i>90</i>		<i>90,00</i>	<i>90,00</i>	<i>90,00</i>		
<i>ставка аренды в месяц</i>	<i>руб.</i>	<i>1100</i>		<i>1 100,00</i>	<i>1 100,00</i>	<i>1 100,00</i>		
Реклама, маркетинг, продвижение	тыс.руб.		5 556,80	165,60	184,00	184,00	2 208	2 208
<i>процент от выручки</i>	<i>%</i>	<i>5,0%</i>		<i>5,0%</i>	<i>5,0%</i>	<i>5,0%</i>		

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение исходного параметра	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)			2 год	3 год
				10	11	12		
<i>база для расчета расходов</i>	<i>тыс.руб.</i>			<i>3 312,00</i>	<i>3 680,00</i>	<i>3 680,00</i>		
Амортизационные отчисления	тыс.руб.		925,83	28,06	28,06	28,06	336,72	336,72
<i>средняя норма амортизации</i>	<i>%</i>	<i>33,3%</i>		<i>2,8%</i>	<i>2,8%</i>	<i>2,8%</i>		
<i>средняя стоимость основных средств</i>	<i>тыс.руб.</i>	<i>1 010</i>		<i>1 010,00</i>	<i>1 010,00</i>	<i>1 010,00</i>		
Прочие расходы	тыс.руб.		2 939,55	88,53	92,13	92,13	1 105,56	1 105,56
<i>доля прочих расходов</i>	<i>%</i>	<i>3,0%</i>		<i>3,0%</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,0%</i>		
<i>общая сумма операционных расходов (без прочих)</i>	<i>тыс.руб.</i>			<i>2 951,10</i>	<i>3 070,88</i>	<i>3 070,88</i>		

**Таблица А.3 – Инвестиционный план ООО «БИЗЕ»**

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение параметра	ИТОГО	Инвестиционная стадия (месяцы)		
				1	2	3
Регистрация, получение лицензий	тыс.руб.	226900	226,90	226,90		
<i>регистрация ООО</i>	<i>руб.</i>	<i>6900</i>				
<i>лицензия на алкоголь (на 3 года)</i>	<i>руб.</i>	<i>120000</i>				
<i>прочая разрешительная документация</i>	<i>руб.</i>	<i>100000</i>				
Проектирование, дизайн	тыс.руб.					
разработка проекта кафе	тыс.руб.	50000	50,00	50,00		
дизайн	тыс.руб.	200000	200,00			200,00
<i>разработка фирменного стиля</i>	<i>Руб.</i>	<i>150000</i>				
<i>изготовление вывесок, рекламной продукции</i>	<i>руб.</i>	<i>50000</i>				
Аренда помещения до начала основной деятельности	тыс.руб.	99000	297,00	99,00	99,00	99,00
<i>площадь помещения</i>	<i>кв.м</i>	<i>90</i>				
<i>ставка аренды в месяц</i>	<i>руб.</i>	<i>1100</i>				
Ремонт помещения	тыс.руб.					
монтаж напольных покрытий	тыс.руб.	261000	261,00	-	208,80	52,20

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение параметра	ИТОГО	Инвестиционная стадия (месяцы)		
				1	2	3
<i>распределение работ</i>	%			0%	80%	20%
<i>материалы за 1 кв.м</i>	руб.	2000				
<i>стоимость работ за 1 кв.м (демонтаж старого напольного покрытия, выравнивание пола, монтаж напольного покрытия)</i>	руб.	900				
монтаж потолка	тыс.руб.	92700	92,70	-	-	92,70
<i>распределение работ</i>	%			0%	0%	100%
<i>материалы за 1 кв.м</i>	руб.	630				
<i>стоимость работ за 1 кв.м</i>	руб.	400				
монтаж освещения	тыс.руб.	42000	42,00	-	-	42,00
<i>распределение работ</i>	%			0%	0%	100%
<i>осветительные элементы</i>	руб.	30000				
<i>стоимость работ</i>	руб.	12000				
декор стен	тыс.руб.	236250	236,25	70,88	165,38	-
<i>распределение работ</i>	%			30%	70%	0%
<i>площадь декора стен</i>	кв.м	315				
<i>стоимость материалов и работ за 1 кв.м</i>	руб.	750				
монтаж системы кондиционирования	тыс.руб.	132000	132,00	-	66,00	66,00
<i>распределение работ</i>	%			0%	50%	50%
<i>количество</i>	ед.	6				
<i>стоимость</i>	руб.	22000				
видеонаблюдение	тыс.руб.	100000	100,00	-	-	100,00
<i>распределение работ</i>	%			0%	0%	100%
<i>количество объектов</i>	ед.	5				
<i>средняя стоимость оборудования с монтажом</i>	руб.	20000				
установка сигнализации, средств пожаротушения	тыс.руб.	108000	108,00	-	-	108,00
<i>распределение работ</i>	%			0%	0%	100%

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение параметра	ИТОГО	Инвестиционная стадия (месяцы)		
				1	2	3
<i>количество объектов</i>	<i>ед.</i>	<i>9</i>				
<i>средняя стоимость оборудования с монтажом</i>	<i>руб.</i>	<i>12000</i>				
Приобретение мебели, оборудования	тыс.руб.					
звуковое оборудование (с монтажом)	тыс.руб.	50000	50,00			50,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>50000</i>				
световое оборудование (с монтажом)	тыс.руб.	150000	150,00			150,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>150000</i>				
гардеробные зоны	тыс.руб.	15000	15,00			15,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>15000</i>				
барная стойка	тыс.руб.	105000	105,00			105,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>105000</i>				
стулья барные	тыс.руб.	17600	17,60			17,60
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>8</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>2200</i>				
столы	тыс.руб.	42000	42,00			42,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>12</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>3500</i>				
мини-столики	тыс.руб.	4500	4,50			4,50
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>3</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>1500</i>				
стулья	тыс.руб.	93600	93,60			93,60
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>72</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>1300</i>				
мягкая мебель	тыс.руб.	35000	35,00			35,00

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение параметра	ИТОГО	Инвестиционная стадия (месяцы)		
				1	2	3
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>35000</i>				
кофемашина	тыс.руб.	55000	55,00			55,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>55000</i>				
льдогенератор	тыс.руб.	40000	40,00			40,00
<i>количество</i>	<i>ед.</i>	<i>1</i>				
<i>стоимость</i>	<i>руб.</i>	<i>40000</i>				
тепловое и холодильное оборудование	тыс.руб.	375000	375,00			375,00
<i>плиты электрические</i>	<i>руб.</i>	<i>50000</i>				
<i>жарочные шкафы</i>	<i>руб.</i>	<i>60000</i>				
<i>холодильное оборудование</i>	<i>руб.</i>	<i>140000</i>				
<i>прочее оборудование</i>	<i>руб.</i>	<i>125000</i>				
Приобретение малоценных предметов	тыс.руб.					
посуда, столовые приборы	тыс.руб.	127000	127,00			127,00
<i>кухонная посуда</i>	<i>руб.</i>	<i>35000</i>				
<i>кухонный инвентарь</i>	<i>руб.</i>	<i>12000</i>				
<i>стеклянная посуда</i>	<i>руб.</i>	<i>30000</i>				
<i>фарфоровая посуда</i>	<i>руб.</i>	<i>35000</i>				
<i>столовые приборы</i>	<i>руб.</i>	<i>15000</i>				
барный инвентарь	тыс.руб.	10000	10,00			10,00
<i>миксер барный</i>	<i>руб.</i>	<i>8500</i>				
<i>прочий барный инвентарь</i>	<i>руб.</i>	<i>1500</i>				
элементы декора	тыс.руб.	58000	58,00			58,00
<i>предметы сервировки</i>	<i>руб.</i>	<i>50000</i>				
<i>одежда для поваров</i>	<i>руб.</i>	<i>4000</i>				
<i>одежда официантов</i>	<i>руб.</i>	<i>4000</i>				
Вложения в оборотный капитал	тыс.руб.					
приобретение продуктов питания	тыс.руб.	17500	17,50			17,50

Наименование показателя	Ед. измер.	Значение параметра	ИТОГО	Инвестиционная стадия (месяцы)		
				1	2	3
<i>норма запаса</i>	<i>дн.</i>	<i>7</i>				
<i>средняя стоимость запасов на 1 день</i>	<i>руб.</i>	<i>2500</i>				
алкоголь	тыс.руб.	140000	140,00			140,00
<i>норма запаса</i>	<i>дн.</i>	<i>7</i>				
<i>средняя стоимость запасов на 1 день</i>	<i>руб.</i>	<i>20000</i>				
прочие предметы гигиены (мыло, туалетная бумага, салфетки и др.)	тыс.руб.	52500	52,50			52,50
<i>норма запаса</i>	<i>дн.</i>	<i>7</i>				
<i>средняя стоимость запасов на 1 день</i>	<i>руб.</i>	<i>7500</i>				
<b>ИТОГО</b>	тыс.руб.		3 133,55	446,78	539,18	2 147,60

**Таблица А.4 – Прогноз прибылей и убытков, в тыс.руб.**

Показатель	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)									2 год	3 год
		4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>Доходы</b>	<b>111 136,00</b>	<b>1 104,00</b>	<b>1 472,00</b>	<b>1 840,00</b>	<b>2 208,00</b>	<b>2 576,00</b>	<b>2 944,00</b>	<b>3 312,00</b>	<b>3 680,00</b>	<b>3 680,00</b>	<b>44 160,00</b>	<b>44 160,00</b>
<b>Расходы</b>	<b>100 924,65</b>	<b>2 299,36</b>	<b>2 422,74</b>	<b>2 546,12</b>	<b>2 669,50</b>	<b>2 792,87</b>	<b>2 916,25</b>	<b>3 039,63</b>	<b>3 163,01</b>	<b>3 163,01</b>	<b>37 956,08</b>	<b>37 956,08</b>
Приобретение продуктов питания	18 939,71	188,14	250,86	313,57	376,29	439,00	501,71	564,43	627,14	627,14	7 525,71	7 525,71
Приобретение алкоголя	6 317,84	62,76	83,68	104,60	125,52	146,44	167,36	188,28	209,20	209,20	2 510,40	2 510,40
Приобретение предметов гигиены	5 360,50	53,25	71,00	88,75	106,50	124,25	142,00	159,75	177,50	177,50	2 130,00	2 130,00
Заработная плата управленческого и обслуживающего персонала	44 253,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	1 341,00	16 092,00	16 092,00
Взносы в ПФР, ФСС, ФОМС, страхование от	13 364,41	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	404,98	4 859,78	4 859,78

Показатель	ИТОГО за весь прогнозный период	Операционная деятельность (месяцы реализации проекта)									2 год	3 год
		4	5	6	7	8	9	10	11	12		
несч.сл.												
Аренда помещения	3 267,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00	1 188,00	1 188,00
Реклама, маркетинг, продвижение	5 556,80	55,20	73,60	92,00	110,40	128,80	147,20	165,60	184,00	184,00	2 208,00	2 208,00
Амортизационные отчисления	925,83	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	336,67	336,67
Прочие расходы	2 939,55	66,97	70,57	74,16	77,75	81,35	84,94	88,53	92,13	92,13	1 105,52	1 105,52
<b>Прибыль до выплаты процентов, налогов, амортизации (ЕБИТДА)</b>	<b>11 137,19</b>	<b>- 1 167,31</b>	<b>- 922,68</b>	<b>- 678,06</b>	<b>- 433,44</b>	<b>- 188,82</b>	<b>55,80</b>	<b>300,43</b>	<b>545,05</b>	<b>545,05</b>	<b>6 540,58</b>	<b>6 540,58</b>
<b>Прибыль до выплаты процентов, налогов (ЕБИТ)</b>	<b>10 211,35</b>	<b>- 1 195,36</b>	<b>- 950,74</b>	<b>- 706,12</b>	<b>- 461,50</b>	<b>- 216,87</b>	<b>27,75</b>	<b>272,37</b>	<b>516,99</b>	<b>516,99</b>	<b>6 203,92</b>	<b>6 203,92</b>
Налог по УСНО <sup>7</sup>	1 531,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	601,12	930,59
<b>Чистая операционная прибыль (NOPAT)</b>	<b>8 679,65</b>	<b>- 1 195,36</b>	<b>- 950,74</b>	<b>- 706,12</b>	<b>- 461,50</b>	<b>- 216,87</b>	<b>27,75</b>	<b>272,37</b>	<b>516,99</b>	<b>516,99</b>	<b>5 273,33</b>	<b>5 273,33</b>

<sup>7</sup> Рассчитан с учетом переноса на будущее убытков предыдущих периодов

**Таблица А.5 – Прогноз денежных потоков по проекту, в тыс.руб.**

Наименование показателя	ИТОГО	Инвестиционная стадия			Операционная деятельность								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Денежный поток по операционной деятельности	9 605,48				- 1 167,31	- 922,68	- 678,06	- 433,44	- 188,82	55,80	300,43	545,05	545,05
Чистая операционная прибыль (НОРАТ)	8 679,65				- 1 195,36	- 950,74	- 706,12	- 461,50	- 216,87	27,75	272,37	516,99	516,99
Амортизационные отчисления	925,83				28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06
Денежный поток по инвестиционной деятельности	3 133,55	446,78	539,18	2 147,60	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Регистрация, получение лицензий	226,90	226,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Проектирование, дизайн	250,00	50,00	-	200,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Аренда помещения до начала основной деятельности	297,00	99,00	99,00	99,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ремонт помещения	971,95	70,88	440,18	460,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение мебели, оборудования	982,70	-	-	982,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение малоценных предметов	195,00	-	-	195,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вложения в оборотный капитал	210,00	-	-	210,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Свободный денежный поток (FCF)	6 471,93	- 447	- 539	- 2 148	- 1 167	- 923	- 678	- 433	- 189	56	300	545	545
То же нарастающим итогом		- 447	- 986	- 3 134	- 4 301	- 5 224	- 5 902	- 6 335	- 6 524	6 468	6 168	5 623	5 078
Дисконтированный свободный денежный поток (DFCF)	2 763,16	- 447	- 530	- 2 074	- 1 108	- 860	- 621	- 390	- 167	49	257	457	450
То же нарастающим итогом		- 447	- 977	- 3 050	- 4 158	- 5 018	- 5 639	- 6 029	- 6 196	6 148	5 891	5 434	4 984

Продолжение таблицы А.5

Наименование показателя	ИТОГО	Операционная деятельность											
		13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Денежный поток по операционной деятельности	9 605,48	545,05	545,05	545,05	545,05	486,78	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50
Чистая операционная прибыль (НОРАТ)	8 679,65	516,99	516,99	516,99	516,99	458,72	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44
Амортизационные отчисления	925,83	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06
Денежный поток по инвестиционной деятельности	3 133,55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Регистрация, получение лицензий	226,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Проектирование, дизайн	250,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Аренда помещения до начала основной деятельности	297,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ремонт помещения	971,95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение мебели, оборудования	982,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение малоценных предметов	195,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вложения в оборотный капитал	210,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Свободный денежный поток (FCF)	6 471,93	545	545	545	545	487	467	467	467	467	467	467	467
То же нарастающим итогом		- 4 532	- 3 987	- 3 442	- 2 897	- 2 411	- 1 943	- 1 476	- 1 008	- 541	- 73	394	862
Дисконтированный свободный денежный поток (DFCF)	2 763,16	442	434	426	419	368	347	341	335	329	324	318	312
То же нарастающим итогом		- 4 543	- 4 109	- 3 682	- 3 263	- 2 895	- 2 548	- 2 207	- 1 872	- 1 543	- 1 219	- 901	- 589

Окончание таблицы А.5

Наименование показателя	ИТОГО	Операционная деятельность											
		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Денежный поток по операционной деятельности	9 605,48	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50	467,50
Чистая операционная прибыль (NOPAT)	8 679,65	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44	439,44
Амортизационные отчисления	925,83	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06	28,06
Денежный поток по инвестиционной деятельности	3 133,55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Регистрация, получение лицензий	226,90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Проектирование, дизайн	250,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Аренда помещения до начала основной деятельности	297,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ремонт помещения	971,95	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение мебели, оборудования	982,70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приобретение малоценных предметов	195,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вложения в оборотный капитал	210,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Свободный денежный поток (FCF)	6 471,93	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467
То же нарастающим итогом		1 329	1 797	2 264	2 732	3 199	3 667	4 134	4 602	5 069	5 537	6 004	6 472
Дисконтированный свободный денежный поток (DFCF)	2 763,16	307	302	296	291	286	281	276	272	267	262	258	253
То же нарастающим итогом		- 282	20	316	608	894	1 175	1 452	1 723	1 990	2 252	2 510	2 763



## Приложение Б

# Аренда ресторана от собственника

Размещено 4 марта в 17:03. ✎ ✕ Редактировать, закрыть, поднять объявление



Арендная плата

150 000 руб. в месяц



Купить в ипотеку >>

Агентство

Мир кафе

Контактное лицо

Данил

Показать телефон

Написать сообщение

Город

Санкт-Петербург

Метро

Лиговский проспект 200 м

Владимирская 700 м

Достоевская 800 м

Адрес

Разъезжая ул 45

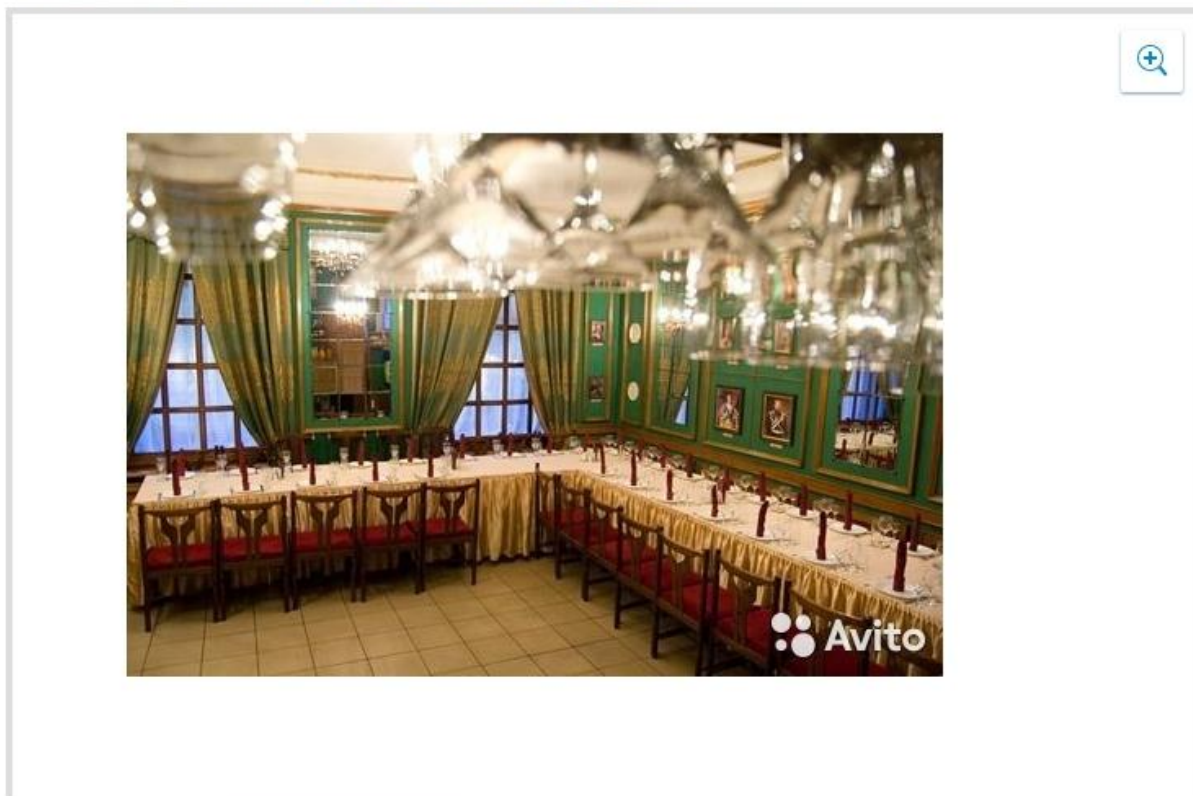
У агентства 12 объявлений



Мир кафе

# Помещение общественного питания, 83 м<sup>2</sup>

Размещено 2 марта в 18:21. ✎ ✕ Редактировать, закрыть, поднять объявление



Арендная плата

120 000 руб. в месяц



Купить в ипотеку >>

Агентство

"NoteBene"

на Avito с октября 2015

Показать телефон

Написать сообщение

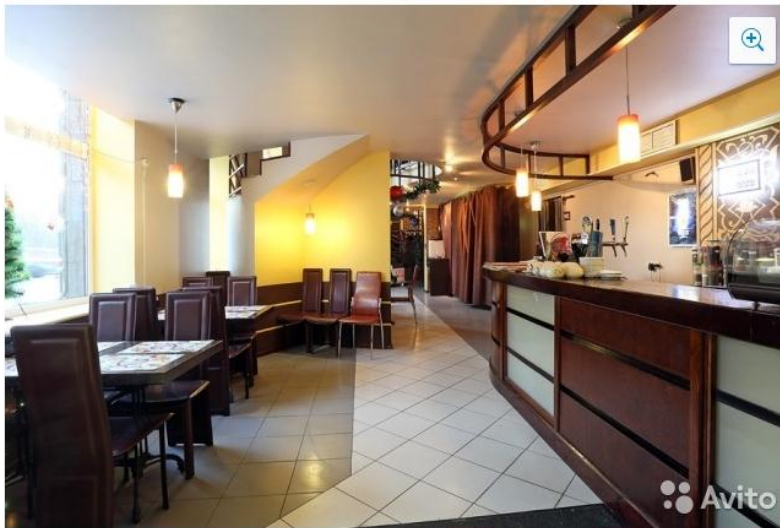
Город

Санкт-Петербург

# Аренда помещения под ресторан от собственника

Размещено 1 марта в 08:56. ✎ ✕ Редактировать, закрыть, поднять объявление

Просмотров: всего 327, сегодня 10



Арендная плата **110 000 руб. в месяц** ... [Купить в ипотеку >>](#)

Агентство **Мир кафе**  
Контактное лицо Данил  
[Показать телефон](#) [Написать сообщение](#)  
Город Санкт-Петербург  
Метро Лесная 1.2 км Площадь Мужества 2 км  
 Черная речка 2 км  
Адрес [Большой Сампсониевский пр-кт, 93](#)



У агентства 12 объявлений



**Мир кафе**  
Первое агентство Санкт-Петербурга для организации ресторанного бизнеса

## Сдайте недвижимость быстрее!

- Премиум-размещение **BONUS**
- Сделать VIP-объявлением
- Выделить объявление
- Поднять объявление в поиске

## Хотите большего?

- Применить пакет услуг **NEW**



[Узнать больше](#)

