

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Отделение цифровых технологий

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка бизнес-плана мини-кондитерской

УДК 005.511(083.92): 640.435

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б51	Антохина Татьяна Евгеньевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ОЦТ	Соловенко И.С.	д.и.н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОЦТ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

И.о. руководителя	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ОЦТ	Захарова А.А.	д.т.н., доцент		

Юрга – 2019 г.

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результат	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методик и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
 ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
 Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
 Отделение цифровых технологий

УТВЕРЖДАЮ:
 И.о. руководителя ОЦТ
 _____ Захарова А. А.
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы бакалавра

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
17Б51	Антохина Татьяна Евгеньевна

Тема работы:

Разработка бизнес-плана мини-кондитерской	
Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	31.01.2019 г., № 5/С

Срок сдачи студентом выполненной работы:

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе (информация об объекте исследования).	Объект: мини-кондитерская «Люксбери»
Перечень подлежащих исследований проектированию и разработке вопросов (краткая информация о нормативных документах для исследуемого предприятия; определение задач и результатов работы).	Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: 1 Изучить основные разделы бизнес-плана; Анализ рынка потребителей; 2 Разработка бизнес-план мини-кондитерской 3 Расчет плановых затрат мини-кондитерской и его реализационные возможности; 4 Выявить итоговую оценку и эффективность разработанного проекта.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Графический материал представлен на слайде в программе Microsoft Office Power Point

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант

«Социальная ответственность»	Лизунков Владислав Геннадьевич

Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:
Реферат

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор ОЦТ	Соловенко Игорь Сергеевич	д.и.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б51	Антохина Татьяна Евгеньевна		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
17Б51	Антохиной Татьяне Евгеньевне

Институт	ЮТИ ТПУ	Кафедра	ОЦТ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.01 «Экономика»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
1. Регламент прохождения КСО	<p>1 ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 26000-2010 «Guidance on social responsibility».</p> <p>2 Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экономического менеджмента».</p> <p>3 GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности.</p> <p>4 SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.</p>
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
1. Разработка программы корпоративной социальной ответственности	Изучить понятие и принципы социальной ответственности. Анализ проводился на основании внутренней документации предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты и т.д.
2. Определение стейкхолдеров организации	Одной из приоритетных задач при оценке эффективности действующих программ КСО – это оценить соответствие программ основным стейкхолдерам компании

3. Определение структуры программ КСО	Задачи студента на данном этапе состоят в определении мероприятий КСО, которые будут реализовывать компания, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты от внедрения программы.
4. Определение затрат на программы КСО	Рассчитать бюджет программы КСО предприятия. Рассматриваются вопросы развития Корпоративной социальной ответственности (КСО) в частности, факторы, влияющие на ее развитие, уровни и бюджетирование.
5. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	В зависимости от ряда факторов критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут различаться. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активность участия в различных благотворительных программах.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Учебная степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОЦТ	Лизунков Владислав Геннадьевич	к.пед.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
17Б51	Антохина Татьяна Евгеньевна		

Реферат

Выпускная бакалаврская работа оформлена на 72 листах, содержит 39 таблиц, 1 рисунок, 27 источник. Расчеты сделаны с помощью программного продукта «Microsoft Excel».

Ключевые слова: анализ, бизнес-план, мини-кондитерская, индивидуальный дизайн, экономическая эффективность.

Объектом исследования является – мини-кондитерская «Люксбери».

Исследования базируются на информации учебно-методических материалов, публикациях периодической печати и источников сети Интернет, законодательных актах РФ.

Цель работы: разработка бизнес-плана создания мини-кондитерской «Люксбери» с индивидуальным дизайном изделий.

В процессе исследования проводились: маркетинговый анализ рынка общественного питания для создания мини-кондитерской «Люксбери»; разработка маркетингового организационно-производственного плана создания мини-кондитерской «Люксбери»; оценка экономической эффективности реализации проекта, путём составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта. Результатом работы является оригинальный бизнес-план, разработанный для нужд индивидуального предпринимателя, который будет использован по прямому назначению.

Рекомендации по внедрению результатов работы: использовать в качестве экономического обоснования при подготовке пакета документов для получения субсидии по поддержке малого предпринимательства в г. Юрга.

Область применения: производство кондитерских изделий.

Экономическая значимость: в результате создания бизнес-плана будет открыта мини-кондитерская с индивидуальным дизайном изделий, созданы 6 рабочих мест с заработной платой не менее 12 тысяч рублей в месяц, объём налоговых отчислений составит 155 668 рублей, отчисления в ОПС и ФФОМС в год составят 36 238 рублей, внутренняя норма рентабельности за год составит 71, 93%.

Abstract

The work is framed on 76 sheets, contains 11 tables, 1 figure, 31 source. Calculations are made using the software product "Microsoft Excel".

Keywords: analysis, business plan, mini-pastry shop, individual design, economic efficiency.

The object of research is – mini-confectionery "Luxbury".

The research is based on the information of educational materials, publications of periodicals and Internet sources, legislative acts of the Russian Federation.

Purpose: development of a business plan for the creation of mini-confectionery "Luxbury" with an individual design of products.

In the course of the study were carried out: marketing analysis of the catering market to create a mini-confectionery "Luxbury"; development of marketing organizational and production plan for the creation of mini-confectionery "Luxbury"; evaluation of the economic efficiency of the project, by drawing up a financial plan and risk assessment of the project. The result is an original business plan developed for the needs of the individual entrepreneur, which will be used for its intended purpose.

Recommendations for the implementation of the results of work: use as an economic justification for the preparation of a package of documents for obtaining subsidies to support small businesses in the city of Jurga.

Scope: production of confectionery products.

Economic significance: as a result of the application of the business plan, a mini-confectionery with an individual design of products will be opened, 6 workplaces with a salary of at least 12 thousand rubles will be created, the amount of tax deductions will be 155 668 rubles, deductions to OPS and FFOMS will be 36 238 rubles a year, the internal rate of return for the year will be 71, 93%.

Содержание

Введение	10
1 Обзор литературы	12
1.1 Направления инвестиций в основной капитал предприятия	13
2 Объект и методы исследования	23
3 Расчёты и аналитика	27
3.1 Маркетинговый анализ среды создания мини-кондитерской «Люксбери»	27
3.2 Маркетинговый план создания мини-кондитерской	34
3.3 Организационно-производственный план	36
4 Результаты исследования	39
4.1 Расчёт инвестиционных затрат	39
4.2 Расчёт операционных затрат	42
4.3 Оценка экономической эффективности реализации проекта	50
5 Значимость корпоративной социальной ответственности в экономике предприятия	61
5.1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности	65
Заключение	69
Список использованных источников	70
Диск CD: В конверте на обороте обложке	

Введение

В работе предлагается рассмотреть проект по созданию мини-кондитерской «Люксбери» по производству и продаже вкусных, полезных и здоровых кондитерских изделий. Дополнительно, рассмотреть оценку экономической эффективности инвестирования в проект и возможность его реализации в г. Юрге.

Актуальность бизнес-плана определяется следующим. Современный рынок России весьма неустойчив, поэтому, на наш взгляд, необходимо вкладывать средства и организовывать экономическую деятельность в тех сегментах рынка, которые относятся к наиболее стабильно приносящим доход. А это, прежде всего, продукты питания, в том числе и кондитерские изделия. Психология людей такова, что они готовы хотя бы изредка «баловать» себя какими-либо вкусными и оригинальными пирожными, тортами, печеньем и т.д. даже в условиях невысоких доходов. Тем более, когда это касается детей, на которых во многом и ориентирован данный проект.

Мини-кондитерская «Люксбери» с индивидуальным дизайном изделий, это предприятие по производству полезных и вкусных кондитерских изделий. Мини-кондитерская «Люксбери», изготавливает не только высококачественные кондитерские изделия, производимые по секретной швейцарской технологии, но и незабываемо вкусные торты и пирожные, имеющие, ко всему прочему, оригинальный дизайн. Формат мини-кондитерской «Люксбери» – ритейл. Основной акцент в ассортименте сделан на выпечку кондитерских изделий. Уникальность выпечки - исключительное качество изделий и неповторимый дизайн, который клиент может выбрать сам, по доступной цене. Актуальность темы определила цель и задачи работы.

Цель выпускной квалификационной работы - разработка бизнес-плана создания мини-кондитерской «Люксбери».

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- провести маркетинговый анализ рынка общественного питания для создания мини-кондитерской «Люксбери»;
- разработать маркетинговый организационно-производственный планы создания мини-кондитерской «Люксбери»;
- оценить экономическую эффективность реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.

Объект исследования – мини-кондитерская «Люксбери».

Предмет исследования – процесс бизнес-планирования предприятия «Люксбери».

Теоретическая и практическая значимость исследования: Теоретическая значимость исследования заключается в обосновании значимости бизнес-планирования в предпринимательстве. Кроме того, полученные выводы позволят говорить о важности структуры бизнес-плана и порядка его разработки.

Практическая значимость состоит в создании конкурентоспособной мини-кондитерской «Люксбери».

В процессе написания дипломной работы были использованы материалы публикаций в монографиях и статьях периодических изданий Сайфулина Р.С., Уткина Э.А. и других авторов.

1 Обзор литературы

Чтобы полностью раскрыть выбранную тему дипломной работы и провести анализ составленного бизнес-плана, использована различная литература, как научная, так и аналитическая.

Раскрытию основных понятий бизнес-планирования послужили работы таких авторов, как Р. Абрамс, И. И. Ушаков, Б.А. Романов, И. А. Дубровина, В.В. Дмитренко и др.

На основе работ «Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса» Р. Абрамс [1] и «Бизнес-план – один из методов стратегического планирования» В. В. Дмитренко [2] были раскрыты вопросы разработок бизнес-плана и оценки важности ресурсов, которые требуются для достижения поставленных целей.

По В. В. Дмитренко, бизнес-план включает в себя внутренние и внешние факторы предприятия. При составлении плана необходимо оценивать проблемы, которые могут возникнуть в будущем. После анализа ситуации приступают к постановке задач и целей. Сначала определяется, какой продукцией будет заниматься фирма, а затем, определяется цена на перспективу.

К основным целям бизнес-плана относятся:

- Помогает получить ценный опыт планирования;
- Определяет жизнеспособность продукции и самого предприятия;
- Вызывает интерес и гарантирует поддержку потенциальных инвесторов фирмы;
- Детализирует перспективы в виде системы показателей развития.

Сегодня, бизнес-план становится неотъемлемым документом в ведении предпринимательской деятельности. Инвесторы требуют бизнес-план в качестве показателя того, что идея действительно является стоящей финансовых вложений [2].

Изучая статью В.А. Верникова «Бизнес-планирование стартапов в контексте привлечения венчурных инвестиций» [3], были освоены навыки успешности создания бизнеса с нуля на основе бизнес-плана, позволяющего уточнить как саму сущность и цели проекта, так и количество необходимых инвестиционных средств.

При анализе финансово-хозяйственной деятельности мини-кондитерской «Люксбери» были использованы такие учебные пособия как «Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия» А. Н. Торхова [4] и «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия» В. Д. Герасимова [5].

На основе знаний, полученных из учебно-методического комплекса «Информационные системы экономического анализа» Д.В. Денисова и Г. Е. Голкина [6] были произведены финансовые и экономические расчёты.

Для законного обоснования бизнес-плана были использованы такие нормативно-правовые акты, как Федеральный закон о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения от 30. 03. 1999 г. №52-ФЗ (с изменениями) [7]; Федеральный закон о качестве и безопасности пищевых продуктов от 02. 01. 2000 г. №29-ФЗ (с изменениями) [8]; Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 30 ноября 1994 г. №51 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.) [9]; Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть вторая) от 26 января 1996 г. №14 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.) [10]; Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть четвёртая) от 18 декабря 2006 г. №230 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.) [11]; Закон РФ «о государственной поддержке малых предприятий» [12].

1.1 Направления инвестиций в основной капитал предприятия

Для того чтобы предприятие развивалось и увеличивало экономические показатели, в него необходимо постоянно вкладывать денежные средства. Это помогает вовремя сменить оборудование, модернизировать производство

или выпустить новую линейку продукции.

Наиболее интересный и выгодный план развития фирмы – это инвестиции в основной капитал предприятия. Последний включает активы предприятия: здания, технику, а некоторые специалисты относят сюда и персонал. Работники фирмы с высокой квалификацией способны качественно управлять процессами компании и предлагать новые идеи.

Инвестируя в основной капитал, увеличивается качество предлагаемых услуг и повышается спрос на продукцию. Такие вложения позволяют фирме наращивать свои объёмы на рынке и способствуют приобретению статуса лидера в производстве того или иного товара.

Если не инвестировать в собственный капитал фирмы, долго она не просуществует или будет занимать последние места на рынке. Другое дело – объём этих вложений, он зависит от размера предприятия и средств владельца.

Важно отметить, что понятие инвестирования в основные средства существует и на уровне целого государства. В этом случае средства бюджета распределяются между строительством крупных объектов (стадионов, спортивных комплексов, медицинских учреждений) и реализацией международных мероприятий (всевозможные чемпионаты мира). Сроки окупаемости таких вложений могут занимать несколько десятков лет.

Перед началом инвестирования нужно определиться, какую именно часть основного капитала лучше спонсировать. От этого зависит дальнейшая продуктивность дел фирмы и приток денежных средств [13].

Существуют четыре основных направления вложений, одно из которых может выбрать владелец предприятия:

- 1 Реальные в основной капитал на длительный период – вложение средств в строительство новых объектов (зданий, производственных сооружений, складов). Этот процесс занимает несколько лет, после которых на счёт предприятия поступит первая чистая прибыль;

- 2 Вложения в краткосрочные программы, которые принесут доход до

конца отчётного периода. К примеру, вы можете осуществить поставку небольшого нового оборудования, благодаря которому сможете механизировать отдельные виды производства. Окупаемость данного направления достаточно быстра, но и доход невелик, в отличие от объёмов при реальных инвестициях;

3 Выпуск ценных бумаг или выдача кредитов сторонним фирмам. Выпуская акции, вы сможете поднять репутацию и статус фирмы, привлечь новых инвесторов и задать новый темп развития своего предприятия. Оформление займов под небольшой процент позволит получить дополнительные средства и повторно использовать их в обороте. Главное, грамотно выбирайте заёмщиков, чтобы данный вид инвестирования не принёс убытков компании;

4 Оформление всевозможных разрешений на работу: лицензий, сертификатов, патентов. Такие вложения позволяют в дальнейшем увеличить стоимость вашего товара и повышают уверенность клиентов в надёжности фирмы.

Осуществляя капитальные вложения в развитие собственного бизнеса, предприниматель, в первую очередь, должен задуматься над тем, что именно он будет финансировать, какие объекты производства заменять новыми.

Инвестиции в основной капитал включают следующие направления, гарантирующие высокую окупаемость:

1 Обучение наёмных работников – получение ими навыков в бухгалтерии, искусстве управлять активами, курсы личностного роста, семинары по повышению собственных продаж;

2 Увеличение штата сотрудников и образование дополнительных филиалов;

3 Проведение исследований – краш-тесты автомобилей, опросы клиентов, пилотные проекты;

4 Ремонт имеющегося оборудования для увеличения его функциональности и повышения качественных характеристик;

5 Покупка нового транспорта для увеличения объёма грузоперевозок или количества пассажиров;

6 Приобретение новых инструментов, имеющих высокое качество и длительный срок службы;

7 Инвестиции в строительство нового производственного здания для роста объёма продаж;

8 Покупка земельных участков для сооружения дополнительных построек или ведения хозяйства.

Бывает так, что предприниматель деньги вложил, а доход от инвестиций почему-то не приходит или темпы его роста настолько малы, что владелец бизнеса сомневается в их целесообразности [14].

При осуществлении инвестирования в основной капитал необходимо учитывать, что на этот процесс действует множество факторов, которые в совокупности могут повлиять на результат самым разным образом.

Важно учитывать следующие моменты:

1 Конкурентные преимущества выпущенного товара. Сюда входит качество, оригинальность, польза для клиентов;

2 Использование мощности производства в таком режиме, чтобы оно смогло обеспечить поставку нужного объёма товара, но и не стояло без дела;

3 Продвижение услуг/товаров. Маркетинговая политика – реклама в СМИ, аренда рекламных баннеров на улицах города, раздача буклетов, опросы;

4 Целесообразное использование имеющихся средств. Их нужно тратить только на самое основное и грамотно подбирать подрядчиков, поставщиков, которые предлагают низкую цену и высокое качество;

5 Обращение за помощью к независимым профессионалам, которые помогут выявить недостатки предприятия и подскажут, как лучше управлять капиталом.

Организуя приток средств в основной капитал, необходимо учитывать и то, что его дальнейшее развитие зависит не только от деятельности фирмы.

Существуют и внешние события, которые могут повлиять на становление предприятия на рынке.

За пределами компании воздействие оказывают:

- 1 Текущий курс экономической политики государства – поддержка малого и среднего бизнеса, борьба с монополией, коррупцией;
- 2 Индекс-дефлятор – общий уровень цен на все товары по стране;
- 3 Налоговые ставки – их повышение заставляет многих уходить в теневой бизнес, инвестировать в который мало кто решится;
- 4 Социальное развитие в стране – чем беднее население, тем меньше спрос;
- 5 Уровень инвестиционного риска по стране – за последние годы инвестиции в основной капитал России значительно снизились, хотя и есть потенциал.

По некоторым причинам не все владельцы предприятий, особенно начинающие, могут осуществлять инвестиции в основной капитал.

К таким сдерживающим фактам компании относятся: кризисное явление в экономике, боязнь всё потерять, малая сумма накоплений, непростая процедура получения кредита на развитие компании, высокие проценты по привлечённым средствам, низкий спрос на производимые товары, малый доход от вложений в основной капитал небольших фирм, прорехи в законах страны, старое оборудование или низкая мощность производства.

Инвестор должен понимать, что чем больше он вложит в основной капитал, тем больше он получит в дальнейшем прибыли от функционирования предприятия. Первый период после вливания денег в производство может быть убыточным для фирмы, но через некоторое время вы вернёте вложенные средства и начнёте получать доход.

Не вкладывая собственные деньги в предприятие, в том числе в основной капитал, нельзя поставить фирму на ноги и получать прибыль от своей деятельности. Только наличие первоначальных вложений поможет

получить плоды своих трудов.

Развитие собственного бизнеса путём повышения суммы основного капитала гарантирует успех грамотному руководителю. У каждого предпринимателя имеется несколько возможностей организовать процесс инвестирования.

Существует два вида средств вложения:

- 1 Собственные;
- 2 Привлечённые.

Структура инвестиций в основной капитал с использованием собственных средств включает:

- 1 Полученную прибыль;
- 2 Амортизационные отчисления.

Данные источники есть в каждой фирме и вполне подходят для целей вложения в основной капитал. Но здесь есть риск потери собственных активов при неграмотном подходе управляющего.

Менее рискованной и более привлекательной для предприятия считается доля привлечённых инвестиций в основной капитал:

- 1 Средства из бюджета страны – гранты и другая денежная помощь от региона;
- 2 Выпуск собственных ценных бумаг – облигации и акции способствуют привлечению дополнительных средств;
- 3 Помощь стороннего инвестора – самый удобный вариант вложений.

Если вы сумеете позиционировать свой проект правильно, и инвестор захочет вложить свои деньги, вы в любом случае ничего не потеряете даже при низком результате сделки. Инвестором может выступать как частное лицо, так и другая фирма с российскими корнями, а нередко могут осуществляться иностранные инвестиции в основной капитал;

- 4 Кредиты банков и других компаний. В настоящее время – это самый распространённый вид инвестирования.

Чтобы инвестиции приносили деньги, необходимо заниматься их

планированием и расчётом, то есть, вести инвестиционную политику. Она затрагивает все способы привлечения и вложения активов фирмы. Самое первое место в ней уделяется вложениям в основной капитал. Он является фундаментом развития бизнеса и даёт старт развитию всего предприятия.

Разрабатывая инвестиционную политику, необходимо просчитать возможные сбои в производстве, поломки или аварии. На эти цели также необходимо выделять средства посредством инвестирования [15].

В целом, индекс инвестиций в основной капитал (показательность эффективности политики) затрагивает:

- 1 Основные и оборотные активы;
- 2 Резервные фонды и размеры накоплений;
- 3 Обновление оборудования;
- 4 Принятие решений и их реализацию по запланированным проектам;
- 5 Распределение полученных доходов на цели инвестирования;
- 6 Поиск источников средств для вложений;
- 7 Сферы инвестирования;
- 8 Учёт расходов и полученной прибыли, соотношение показателей;
- 9 Контроль за налоговыми отчислениями;
- 10 Дальнейшее реинвестирование активов.

Важный фактор существования фирмы – наличие стратегии развития. Дальнейшее функционирование предприятия будет зависеть именно от неё. Стратегия определяет направления инвестирования и задаёт темп дальнейшего использования активов.

При учёте инвестиций в основной капитал принимаются следующие решения, связанные с реализацией стратегии:

- 1 Разработка плана компании по вложению в основной капитал;
- 2 Структурирование бюджета фирмы;
- 3 Оценка влияния микроклимата фирмы и экономической обстановки в стране на рост основного капитала;
- 4 Планирование объёма и нишей вложения средств;

5 Подбор источников привлечения средств.

Основной капитал и его наращивание в процессе жизнедеятельности фирмы позволяет реализовать стратегию в нужном направлении посредством инвестирования. Если руководитель сможет увеличить основной капитал за сравнительно небольшой период, то он однозначно поднимет темпы производства и будет следовать намеченной стратегии [16].

Использование инвестиций в основной капитал при помощи только собственных средств неэффективно и занимает много времени. Для этих целей лучше найти и привлечь инвестора, который пожелает раскрутить ваш бизнес и получить выгоду с этого через определённый период.

Такой человек, который захочет вложить средства в основной капитал фирмы, потребует для рассмотрения:

- 1 Бизнес-план;
- 2 Инвестиционный договор.

Надеяться, что даже при длительном сроке существования вашей фирмы, инвестор сразу же вложит деньги в ваши активы не стоит. Такие люди думают и о своей выгоде, которую они получают в ходе реализации проекта. Вы должны представить разработанный план таким образом, чтобы у инвестора не осталось сомнений в его прибыльности.

При этом необходимо грамотное составление договора. В нём прописываются все права и обязанности сторон сделки. Если вы упустите какой-то момент, то можете остаться и должником инвестора.

Важно предусмотреть такие пункты, которые прямо говорят о том, что, если проект окажется невыгодным, вы не будете расплачиваться за это с инвестором. Главное, правильно сделайте все расчёты на этапе планирования, чтобы инвестирование действительно принесло свои плоды.

Чтобы заинтересовать потенциального инвестора, необходимо в подробностях рассказать, какую выгоду получит он лично от участия в вашем проекте. По желанию вы можете придумать и специальные условия для такого человека по завершении проекта. К примеру, он может получать

ежемесячный доход с вашей прибыли или стать совладельцем бизнеса.

Этап планирования при дальнейшем инвестировании основного капитала – это важнейший шаг к реализации проекта. Составлением бизнес-плана занимаются специалисты, если он готовится для крупной компании. Если у вас небольшое предприятие, и вы планируете привлекать средства из бюджета государства, то можете и сами написать бизнес-план.

Оценка инвестиций в основной капитал осуществляется по следующим пунктам, которые должны быть указаны при планировании инвестиций:

1 Цель вложений и её обоснование – какую пользу принесут вложенные активы;

2 Сумма, требующаяся для реализации проекта в общем и по каждому отдельному направлению. Счёт и прогнозирование показателей затрат инвестиций в основной капитал;

3 Срок, необходимый для осуществления поставленной цели;

4 Время, которое понадобится для возврата вложенных средств;

5 Прибыль, которую сможет получить предприятие и инвестор по окончании проекта.

Инвесторы – это люди, имеющие большие активы и желающие их приумножить. Для того чтобы привлечь такого человека в свой бизнес, потребуется приложить максимум усилий. От стараний предпринимателя будет зависеть развитие его фирмы и становление его как эффективного руководителя [17].

Существует ряд рекомендаций:

1 Обратитесь к посредникам, которые занимаются поиском инвесторов. Они предлагают свои услуги за плату, но и имеют широкую базу инвесторов;

2 Составьте безукоризненный бизнес-план самостоятельно или с помощью профессионалов;

3 Отдельно обозначьте для инвестора специальные выгодные условия;

4 Если у вас большая фирма, то вы можете проводить всевозможные семинары или мероприятия, направленные на состоятельные слои населения. Последние могут проявить интерес именно к вашей компании;

5 Разработайте качественную структуру управления своим предприятием. Внутри фирмы должен быть порядок всё время. Он способствует более быстрому продвижению дел и заключению выгодных сделок;

6 Заводите как можно больше деловых контактов, знакомьтесь с новыми людьми и посещайте различные семинары других компаний – здесь можно найти потенциального инвестора [18].

2 Объект и методы исследования

Мини-кондитерская «Люксбери», изготавливает не только высококачественные кондитерские изделия, производимые по секретной швейцарской технологии, но и незабываемо вкусные торты и пирожные, имеющие, ко всему прочему, оригинальный дизайн.

Кондитерские изделия мини-кондитерской подходят как для розничной торговли, благодаря низкой цене и превосходному качеству, так и для индивидуальных заказов, благодаря неповторимому дизайнерскому оформлению.

Для расположения мини-кондитерской лучше всего подходит г. Юрга ул. Волгоградская 2, так как клиентам из различных городов и областей будет удобно добираться и транспортировать нашу продукцию.

Мини-кондитерская «Люксбери» осуществляет следующие виды деятельности (в соответствии с кодами ОКВЭДред. 2 10.71 (производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения):

- 1 Производство пищевых изделий;
- 2 Производство хлеба и булочек;
- 3 Производство мучных кондитерских изделий;
- 4 Производство тортов и пирожных (основной вид деятельности);
- 5 Производство кремов для начинки;
- 6 Производство пирогов и бисквитов;
- 7 Производство вафель;
- 8 Продажа безалкогольных напитков (дополнительный вид деятельности);
- 9 Продажа мороженого (дополнительный вид деятельности) [19].

Организация работает в следующих отраслях промышленности (в

соответствии с классификатором ОКОНХ 18114):

Промышленность;

Кондитерская промышленность;

Производство кондитерских изделий.

Основным смыслом существования компании является получение рентабельности выше среднего по отрасли и прибыли.

Основным рынком сбыта является не только Кемеровская область, но и Томская и Новосибирская области.

Ассортимент продукции мини-кондитерской «Люксбери» соответствует нормам федерального закона о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения.

Финансовые ресурсы мини-кондитерской «Люксбери» формируют уставный капитал, прибыль, амортизационные отчисления, кредиты и другие поступления, не противоречащие закону. Исходя из балансовой прибыли формируются фонды, уплачиваются налоги и другие предусмотренные законодательством платежи. Первоначальные вложения – 1 200 000 рублей. Деньги расходуются на оформление предпринимательства, оборудование помещения, закупку первой партии товара и т.д. [20].

Наиболее важным достоянием компании являются ее сотрудники. Организация добросовестно выполняет свои обязательства перед ними, а именно:

- 1 Своевременно выплачивает заработную плату;
- 2 Создает условия труда благоприятные для работы;
- 3 Обеспечивает полным социальным пакетом;
- 4 Предоставляет своевременные отпуска и премиальные вознаграждения за перевыполнение рабочего плана;
- 5 Обеспечивает информацией о положении дел в компании.

Мини-кондитерская «Люксбери» новая и перспективная организация, имеющая не только большой потенциал в развитии, но и имеющая конкурентоспособное производство. Не желая останавливаться на

достигнутом, компания стремится завоевать покупателей в других регионах России и стран ближнего зарубежья.

Исходные данные, полученные студентом в результате прохождения производственной преддипломной практики, содержат информацию о рынке общественного питания г. Юрги. Границы объекта исследования определяются рынком общественного питания, территориально ограниченного г. Юргой.

Объект исследования – мини-кондитерская «Люксбери».

Постановка задачи: Разработка бизнес-план мини-кондитерской «Люксбери».

В работе разработана финансовая модель бизнес-плана мини-кондитерской «Люксбери» в виде программы MS Excel, с возможностью изменения исходных параметров проекта (сценарий) и автоматического получения результатов в виде движения денежного потока проекта, показателей оценки экономической эффективности, необходимого размера финансирования.

Применяемые методы исследования в работе:

– Методы проведения маркетингового анализа для бизнес-планирования: Анализ пяти сил Портера, PEST/STEP анализ, SWOT – анализ. ABC - анализ;

– Метод разработки маркетингового плана по маркетинговому миксу: товар (услуга), цена, место, продвижение;

– Методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов.

Работа носит опытно-конструкторский характер и имеет практическое значение. Результаты выполнения работы: возможность использования бизнес-план для открытия кафе ресторана [21].

Полученные показатели эффективности реализации проекта:

Срок окупаемости, месяцев	9
Индекс прибыльности (PI)	8,71
Ставка дисконтирования (месячная)	2,08%
Чистый приведенный доход, NPV	10 062 427
Средняя норма рентабельности (ARR)	401,26%
Дисконтированный срок окупаемости, месяцев	9
Необходимые инвестиции	-1 343 606

3 Расчеты и аналитика

3.1 Маркетинговый анализ среды создания мини-кондитерской «Люксбери»

Мини-кондитерская «Люксбери» — предприятие по производству продукции питания, имеющее идею создания вкусных и полезных кондитерских изделий, которые подойдут для украшения любого праздника.

Конкурентный анализ в сегменте кондитерских кафе

Основными конкурентами в сфере предоставления кондитерских услуг являются такие организации как: «Кондитерская», «Домашний», Пекарни, ценовая сегментация на рынке.

Показателем ценовой политики заведений общественного питания является уровень среднего чека.

Ценовая политика заведения зависит от нескольких факторов:

- Типа заведения (ресторан, бар, фаст-фуд, кафе, столовая и так далее);
- Уровня обслуживания;
- Места расположения;
- Другие факторы.

Наиболее популярными в настоящий момент заведениями являются заведения со средним чеком до 700 р. (настоящий проект предполагает средний чек на уровне 700 р.).

PEST (STEP) анализ

PEST - акроним для Политических (P – political), Экономических (E – economic), Социальных (S – social) и Технологических (T – technological) факторов, которые используются, чтобы оценить рынок, в котором планируется реализовывать проект. PEST-анализ - полезный инструмент понимания рынка, позиции компании, потенциала и направление бизнеса.

PEST-анализ помогает руководителю компании или аналитику увидеть картину внешнего окружения компании, выделить наиболее важные влияющие факторы [22].

Анализ выполняется по схеме «фактор - вероятность - влияние - возможные меры». Результаты PEST-анализа позволяют оценить внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности создаваемой компании.

Таблица 1 - «PEST-анализ создаваемой мини-кондитерской «Люксбери»»

Наименование фактора	Вероятность	Влияние на компанию	Возможные ответные меры
Политические факторы			
1 Вводимые специальные налоговые режимы для предприятий малого и среднего бизнеса, увеличение налоговой загрузки на бизнес	Среднее	Изменение налоговой загрузки на бизнес	Мониторинг законодательства, Налоговая оптимизация бизнеса путем выбора наиболее оптимальных систем налогообложения.
2 Государственное регулирование деятельности предприятий общественного питания (Расширение требований к кафе за счет изменения требований ГОСТа на услуги общественного питания, а также санитарных и противопожарных норм)	Среднее	Снижение прибыли, уход с рынка	Мониторинг законодательства, соблюдение всех установленных норм с самого начала деятельности и выстраивании системы контроля за данными нормами в компании.
3 Преимущество власти	Среднее	Постоянная, понятная политическая власть.	Выстраивать стабильные отношения с государственными структурами
4 Ограничения по продаже и торговли определенными видами продукции (к примеру, продажа алкогольной продукции)	Среднее	Рост затрат на соблюдения ограничений.	Мониторинг законодательства

Продолжение таблицы 1

Экономические факторы			
1 Повышение покупательской способности населения и рост платежеспособного спроса в условиях экономической стабильности	Высокий	Изменение выручки компании	Расширение бизнеса
2 Увеличение потребления и снижение склонности к сбережению	Средняя	Увеличение выручки компании	Расширение бизнеса
3 Рост экономики.	Средняя	Рост выручки	Рост компании
4 Изменение ставки привлечения финансирования (стоимости денег)	Высокая	Изменение рентабельности ведения бизнеса	Привлечение или отказ от заемного финансирования
Наименование фактора	Вероятность	Влияние на компанию	Возможные ответные меры
Социальные факторы			
1 Изменение уровня доходов населения	Высокая	Рост или снижение выручки	Диверсификация бизнеса, направленность услуг на разные слои населения
2 Рост посещаемости заведений общественного питания в связи с ростом доходов населения и смены культуры питания	Средняя	Увеличение выручки	Расширение бизнеса
3 Изменение уровня рождаемости в г.Юрга	Средняя	Изменения рождаемости	Предложение услуг, направленных не только для детей, но и для семейных с более взрослыми детьми
Технологические факторы			
1 Увеличение торговли детским питанием и фаст-фудом через Интернет	Высокая	Снижение выручки	Участие в торговле через интернет, создание собственного интернет-магазина.
2 Новые технологии предоставление услуг общественного питания для детей	Средняя	Снижение выручки	Мониторинг технологий, участие во внедрении новых технологий в своей компании
3 Появление нового технологического оборудования	Высокое	Увеличение конкуренции, снижение выручки	Мониторинг технологий, приобретение нового оборудования, обучение персонала.

Оценим влияние пяти сил Портера на предполагаемый проект, привлекательность введения бизнеса:

Угроза появления продуктов-заменителей: продукты-заменители на рынке функционирования создаваемого кафе присутствуют, причем значительно. Аналогичные услуги предлагают кондитерские и пекарни, рестораны, кафе и т.д. Возможно, в части обеспечения потребности в питании появление магазинов интернет-доставки продуктов питания.

Степень влияния угрозы – средняя.

Угроза появления новых игроков: Рынок высоко конкурентный и насыщенный. Угроза появления новых игроков на рынке значительная. Конкурирование возможно лишь уровнем сервиса и предлагаемым ассортиментом.

Наличие большого количества сетевых игроков, которые, как правило, имеют высокий уровень сервиса, определённый круг лояльных потребителей, и за счёт экономии на масштабе, могут устанавливать более низкие цены.

Степень влияния угрозы – значительная.

Рыночная власть поставщиков: поставщиками для кондитерской являются производители и оптовые компании, предоставляющие продукты питания и товары для ее функционирования. Существует возможность выбора поставщиков. При работе необходимо снижать зависимость компании от определенных поставщиков. Создаваемому детскому кафе необходимо постоянно искать поставщиков наиболее приемлемых по цене и качеству, и подбирать такую продукцию, что бы она удовлетворяла потребности кухни и нравилась клиентам.

Рыночная власть поставщиков – средняя.

Рыночная власть потребителей: Потребители не привязаны к определенной кондитерской и чувствительны к изменению качества предоставления услуг и в меньшей степени к ценам. Возможно, привлечение и удержание потребителей высоким качеством предоставления услуг и хорошо подобранным ассортиментом, и дополнительными услугами. Дети

прекрасно запоминают расположение мест, где им понравилось, и мало обращают внимание на уровень цен. Для них важно, чтобы было интересно. Для родителей же – безопасно, качественно, недорого и комфортно.

Тенденции в потребительском сегменте:

- сокращение суммы среднего чека в заведениях общественного питания;
- сокращение темпов роста всех сегментов рынка общественного питания;
- перераспределение спроса в демократичном сегменте между столовыми и популярными сетевыми заведениями;
- перераспределение спроса между участниками рынка общественного питания, работающих в различных ценовых сегментах, а именно, смещение спроса в более низкие ценовые категории.

Рыночная власть потребителей – сильная.

Уровень конкурентной борьбы: данный вид бизнеса характеризуется высоким уровнем конкуренции. На рынке существуют раскрученные и известные компании. Наиболее хорошие места в плане размещения бизнеса уже заняты. Стратегия создаваемой компании – следование за лидерами в данном виде бизнеса и создание уникального торгового предложения.

Высокий уровень конкуренции и до недавнего времени возрастающий уровень жизни населения привели к тому, что новый игрок может успешно выйти на рынок, заняв пустующую нишу в регионе, предложив более низкий уровень цен при более высоком уровне сервиса, либо предложив интересную, инновационную концепцию заведения общественного питания.

Уровень конкурентной борьбы – сильный.

Проведем SWOT-анализ создаваемого бизнеса, выделив слабые стороны, недостатки, возможности и сильные стороны. SWOT-анализ — метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие. Все факторы делятся на

четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы). Метод включает определение цели проекта и выявление внутренних и внешних факторов, способствующих её достижению или осложняющих его.

SWOT – анализ будет базироваться на данных и выводах полученных в предыдущих главах на основе проведения PEST/STEP анализа и анализа пяти сил Портера.

«S» Сильные стороны (Strengths):

- удачное расположение кафе;
- хорошая детская кухня;
- широкий ассортимент, как для детей, так и для взрослых;
- квалифицированный персонал;
- современное оборудование;
- индивидуальный подход к клиентам;
- Развлечения.

«W» слабые стороны (Weaknesses):

- отсутствие сформированной группы постоянных клиентов, популярности;
- отсутствие опыта работы на рынке;
- отсутствие сформированных отношений с поставщиками.

«O» – Возможности (Opportunities):

- рост рынка, за счет увеличения доходов населения и экономической активности;
- развитие интернет-торговли блюдами под заказ;
- рост рынка за счет увеличения рекламной активности;

«T» – Угрозы (Threats):

- падение платежеспособности населения;
- экономические факторы (инфляция, уровень доходов);
- угроза изменения законов, регулирующие деятельность детских

кафе;

- высокий уровень налогов;
- трудности с привлечением квалифицированных сотрудников;

После того как составлен конкретный список слабых и сильных сторон организации, а также угроз и возможностей, наступает этап установления связей между ними. Приведем полученные стратегии создаваемого бизнеса.

Таким образом, исходя из проведенного SWOT-анализа, необходимо работать над снижением влияния внешних угроз и использованием благоприятных возможностей рынка. Также необходима работа над усилением слабых и сильных сторон компании.

Таблица 2 – «Матрица SWOT-анализа создаваемой мини-кондитерской»

	«О» -Opportunities	«Т» -Threats
«S» Strengths	<p>Используя силу и возможности компании необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расширять ассортимент предлагаемых изделий и услуг мини-кондитерской; 2. Более активными темпами развивать деятельность компании; 3. Использовать агрессивные рекламные инструменты для увеличения своей доли на рынке; 4. Использовать кредитные ресурсы для увеличения доли на рынке; 5. Развивать собственные франчайзинговые схемы; 6. Осуществлять продажу продукции с доставкой на дом; 7. Развивать торговлю через сеть Интернет, путем создания интернет магазина, торгующего продукцией собственного производства (кондитерские изделия) 	<p>Для устранения угроз при использовании силы необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проводить диверсификацию бизнеса за счет: <ul style="list-style-type: none"> - предоставления различных видов кондитерских изделий и широкого ассортимента; - торговли производимой собственной продукцией через интернет; - создание сети детских кафе и формирование узнаваемого бренда; - развитие франчайзинговых схем; - кейтеринг (выездное оказание услуг кафе); - организация интернет кафе; - развитие игровой комнаты. 2. Поддержка репутации компании. Увеличение лояльности клиентов, работа над повышением качества услуг и предоставляемых товаров; 3. Налоговая оптимизация бизнеса, мониторинг законодательства; 4. Разработка системы материального и нематериального поощрения работников.
«W» Weaknesses	<p>Возможности по устранению слабых сторон компании это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бенчмаркинг (копирование) - стратегия использования возможностей – копирование бизнес-процессов и действий наиболее успешных конкурентов, переманивание персонала, обучение персонала; 2. Формирование положительной репутации и бренда компании; 3. Формирование системы наставничества персонала, системы оплаты труда в зависимости от результатов деятельности компании. 	<p>Стратегии для того, чтобы угрозы не увеличили слабые стороны компании:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Деятельность по развитию смежных (сопутствующих) направлений; 2. Развитие корпоративной культуры направленной на повышение лояльности персонала к компании; 3. Гибкая ценовая политика.

3.2 Маркетинговый план создаваемой мини-кондитерской

Маркетинговый план – это будущие шаги маркетинговых мероприятий и коммуникаций, направленные на достижение долгосрочных целей компании, с расчётом всех затрат, рисками и стратегией.

Концепция данного проекта предполагает создание и открытие миникондитерской среднего класса площадью 247, 5 кв.м.

Product (Продукция или услуги создаваемой мини-кондитерской)

Цена (Price) — денежная сумма, которую потребители должны уплатить для получения товара или услуги.

Promotion (Продвижение мини-кондитерской)

Place (Месторасположение и дистрибуция мини-кондитерской)

Дистрибуция (Place) — всевозможная деятельность, благодаря которой продукция мини-кондитерской становится доступным для целевых потребителей [23].

Таблица 3 – «Коммуникационная стратегия продвижения мини-кондитерской»

Этап	Сроки	Бюджет, руб.	Цель	Способы продвижения
1. Подготовительный	июль-сентябрь (1-3 месяц)	90 000	<ul style="list-style-type: none"> - Подготовить проект к запуску - Информировать потенциальных потребителей о ближайшем открытии кафе 	<ul style="list-style-type: none"> - оформление входной группы - размещений наружной рекламы недалеко от кафе - внутреннее оформление помещений
2. Запуск кафе	октябрь (4 месяц)	80 000	<ul style="list-style-type: none"> - Информировать потенциальных потребителей об открытии кафе - Обеспечить первичный поток пациентов - Обеспечить запоминаемость названия кафе 	<ul style="list-style-type: none"> - создание интернет-сайта кафе - реклама в интернете - развитие и SEO продвижение сайта кафе - печать визиток, лифлетов, листовок - директ-мэйлинг работникам ближайших офисов и административных учреждений - размещение рекламы в интернете

Продолжение таблицы 3

3.Привлечение клиентов	ноябрь (5месяц)	5000	<ul style="list-style-type: none"> - Уведомлять потребителей о проводящихся акциях - Закрепить образ кафе - Обеспечить постоянный поток посетителей 	<ul style="list-style-type: none"> - внутренний маркетинг и рекомендации - поддержание чистоты и аккуратности оформления вывески, входной группы в целом и зала кафе - повторная печать (по мере необходимости) полиграфической продукции
4. Стимуляция продаж	бмесяц и далее	5000	<ul style="list-style-type: none"> - Уведомлять потребителей о проводящихся акциях стимуляции продаж - Поддерживать и увеличивать поток посетителей - Поддерживать образ бренда кафе 	<ul style="list-style-type: none"> - реклама в интернете - реклама в прессе - создание видеоматериалов, курсов для привлечения потоков для кулинарных курсов и обучения

Для продвижения кафе понадобится 170 000 руб. в первые четыре месяца, в дальнейшем отлаженные процессы продвижения продукции позволят привлекать посетителей с незначительными тратами на маркетинговую деятельность.

3.3 Организационно-производственный план

Создание мини-кондитерской состоит из определенных этапов и работ. Представим данные этапы в виде диаграммы Ганта.

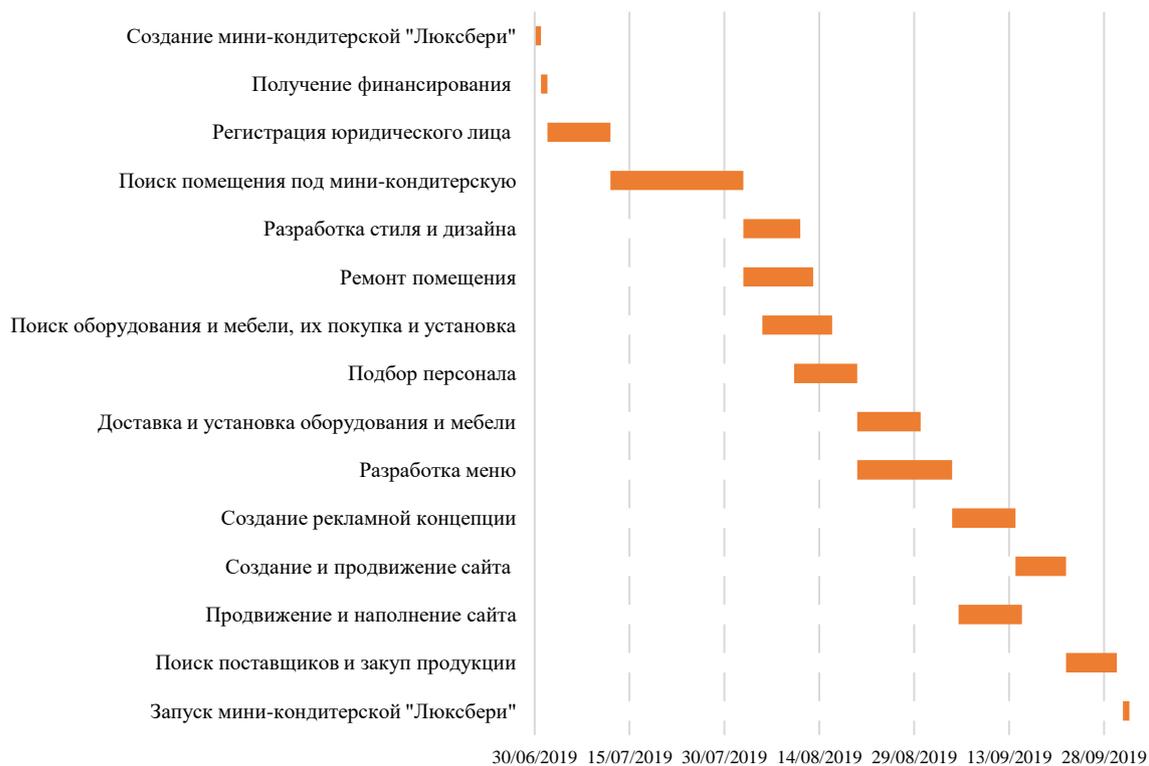


Рисунок 1 – «Диаграмма Ганта проекта создания мини-кондитерской «Люксбери»»

На рисунке 1 представлена диаграмма Ганта проекта создания мини-кондитерской «Люксбери»: в течение июля будут решаться организационные вопросы: регистрация, подбор помещения. В августе необходимо провести ремонт помещения, подобрать и заказать мебель, оборудование, заняться подбором персонала. В сентябре оборудование должно быть расставлено, подключено, счета по проведенному ремонту оплачены, в том числе и подрядчикам; персонал готов выйти на работу, установлена онлайн касса. В начале октября происходит запуск кафе.

Выделяют несколько принципов выбора оптимального места для размещения предприятия:

- расположить заведение максимально удобно потребителю;
- не открывать заведение там, где ранее было убыточное заведение;

- найти помещение, подходящее по техническим характеристикам организации;

- заранее уточнить градостроительные планы;

- оценить удобство подходов и подъездов к кафе-ресторану

Рассмотрим требования к помещению кафе. Требования к помещениям общественного питания содержатся в СанПиН 2.3.6.1079-01, основные из которых следующие:

- нужно соблюдать размещение зон по направлению технологического процесса: склад => производство => торговля => административно-бытовые и подсобные помещения.

- не допускается пересечение противоположных производственных потоков;

- расположение помещений должно быть спланировано с учетом системы входов и выходов;

- зонирование должно обеспечить эвакуацию людей в случае пожара;

- характеристики помещения должны соответствовать действующим СНиП и противопожарным стандартам;

4 Результаты исследования

4.1 Расчет инвестиционных затрат

До запуска кафе необходимо провести его ремонт и подобрать, закупить, расставить оборудование.

Оборудование для кондитерской подразделяется на следующие основные категории:

- тепловое: печи, плиты, тепловые шкафы, тепловые витрины и т. д.
- холодильное: холодильные шкафы, охлаждаемые столы, барные холодильники, винные витрины и т. д.
- электромеханическое: посудомоечные машины, миксеры, овощерезки и т. д.
- нейтральное: моечные ванны, мусорные баки, полки, столы, тележки, шкафы, вентиляционные зонты и т. д.
- барное: комбайны, блендеры, кофемолки, кофеварки, льдогенераторы, соковыжималки, миксеры и т. д.
- весовое (весы).
- линии раздачи.
- салат-бары.
- фильтры и смягчители воды.
- хлебопекарное: дозаторы, мукопросеиватели, тестоделители, тестомесы, тестозакаточные и тестораскаточные машины и т.д.

Перечень оборудования представлен в таблице.

Таблица 4 – «Перечень оборудования»

№ п/п	Наименование оборудования	Кол-во	Цена, руб.	Сумма, руб.
1	Печь «UNOX»	1	41 000	41 000
2	Холодильный шкаф Ариадна	2	40 000	80 000
3	Мукопросеиватель Каскад	1	28 000	28 000
4	Расстроечный шкаф Арго	2	41 500	83 000
5	Тестомесильная маш.спиральная «Sinmag»	1	21 000	21 000
6	Плита электрическая 4-х комфор.	1	37 000	37 000
7	Электропечь	1	85 000	85 000
8	Взбивальная машина Комби	1	23 000	23 000
9	Тестораскаточная машина с насадкой «Fimar»	1	55 800	55 800
10	Холодильник Pozis	1	17 000	17 000
11	Витрина мучная	2	10 000	20 000
	Итого по цеху:			490 800
Инвентарь и посуда				
1	Посудомоечная машина	1	68 000	68 000
2	Весы	1	6000	6 000
3	Стол/стулья			90 000
4	Посуда			20 000
	Итого инвентарь и посуда			184 000
	Итого по производству в руб.:			674 800

Таким образом, необходимо оборудование на сумму 674 800 руб.

Ремонт кафе требуется косметический, в среднем, по данным других компаний, на ремонт 1м² нужно потратить не более 1900 руб. Таким образом, для кафе в 200 м² ремонт обойдется в 380 000 руб.

Необходимо также установить онлайн-кассу, переход на которую охватит еще большее число лиц с 01.07.2019 г. После 01.07.2019 онлайн-касса для всех ИП и ООО, работающих по УСН, является обязательным атрибутом при проведении расчётных операций. При определённой гибкости организации могут обойти установку кассовых приборов и в области оказания услуг по общественному питанию. Однако для этого, в штате столовой не должно быть наёмных работников, включая руководящий персонал. Данное условие осуществимо при заключении с сотрудниками

гражданско-правовых договоров. Однако предусмотрим вариант подключения онлайн-кассы.

Приобретение онлайн-кассы включает в себя не только расходы, связанные непосредственно с её покупкой, нужно понести следующие дополнительные денежные траты:

- покупка фискального накопителя.
- заключение договора с оператором фискальных данных.
- подключение интернета.
- заключение договора на обслуживание кассы.
- услуги за пользование интернетом.

Касса - онлайн Кассатка 7, Фискальный накопитель на 36 мес. Обойдется в 20 тыс. руб. Добавим сюда обслуживание фискальных данных в 3000 руб. в год. Итого 29000 руб. на три года.

Федеральным законом – 349 установлен порядок налогового возмещения стоимости приобретённого кассового оборудования. Такая мера принята для облегчения перехода на онлайн-кассы для некоторых субъектов предпринимательской деятельности. Согласно закону, налоговый вычет составляет 18000 рублей. Поэтому из стоимости купленного кассового прибора государство возвращается только данную сумму.

Законодатель установил, что такая льгота применяется исключительно к индивидуальным предпринимателям, работающим на патентной системе налогообложения и едином налоге на вменённый доход. Наше кафе работает на УСН, поэтому налогового возмещения предоставлено не будет.

Для равномерного распределения затрат, спланируем в распределение оплаты стоимости в таблицах

Таблица 5 – «Распределение оплаты стоимости ремонта кафе ежемесячно»

Наименование	Июль	Август	Сентябрь	Итого
	1	2	3	
Распределение затрат, %	0%	80%	20%	100%
Распределение затрат, руб	0	304 000	76 000	380 000

Таблица 6 – «Распределение оплаты стоимости оборудования»

Наименование	Июль	Август	Сентябрь	Итого
	1	2	3	
Распределение оплаты затрат, %	0%	10%	90%	100%
Распределение оплаты, руб.	0	67 480	607 320	674 800

Таким образом, большая часть оплаты ремонта кафе будет проведена в августе, а стоимости оборудования – по мере его доставки, в сентябре.

Рассчитаем потребность в финансировании по инвестиционной деятельности в таблице.

Таблица 7 – «Расчет объема финансирования на инвестиционную деятельность»

Месяца	Июль 2019	Август 2019	Сентябрь 2019	ИТОГО
Инвестиционная деятельность	0	-371 480	-712 320	-1 083 800
Ремонт кафе	0	-304 000	-76 000	-380 000
Онлайн касса			-29 000	-29 000
Оборудование для кафе	0	-67 480	-607 320	-674 800

4.2 Расчет операционных затрат

Формирование фонда оплаты труда

Управление кафе осуществляется исполнительным директором, которому напрямую подчинены два кондитера и два продавца. Также для поддержания помещения в порядке требуется уборщица.

Фонд оплаты труда (ФОТ) формируется исходя из МРОТ = 11 280 руб., районного коэффициента 30%, взносов в страховые фонды (ПФ-22%, ФОМС – 5,1%, ФСС – 2,9%, на травматизм – 0,2%). В таблице рассчитаны составляющие ФОТ создаваемого кафе.

Таблица 8 - «Фонд оплаты труда, 1 месяц, руб.»

Наименование	Количество, человек	Оклад, руб. в месяц на человека	Район. коэфф.	Итого, руб.	Соц. взносы с ЗП	Итого с соц. взносами, руб.
Управление						
Директор	1	25000	7500	32500	9815	42315
Производственный персонал						
Повар-кондитер	2	20000	6000	26000*2=52000	15704	67704
Продавец	2	18000	5400	23400*2=46800	14134	60934
Технический персонал	1	12000	3600	15600	4711	20311
Итого кафе	5	114400	34549	114400	34549	148949
Всего ФОТ	6	146900	44364	146900	44364	191264

Таким образом, ФОТ составляет 191 264 руб. ежемесячно.

Нужно учесть также, что в период ремонта управляющий кафе будет получать заработную плату. На период косметического ремонта кафе ФОТ директора составит 33 852 руб. ежемесячно.

Таблица 9 – «Фонд оплаты труда в период ремонта»

Директор	Оклад	Районный коэффициент	Итого, руб	Соц. взносы с ЗП	Итого с соц. взносами, руб.
Управляющий кафе	20 000	6000	26 000	7 852	33 852
ИТОГО на период ремонта			26 000	7 852	33 852

Не будем показывать расчет НДФЛ, так как не можем спрогнозировать объем налоговых вычетов, к тому же, НДФЛ выплачивается из заработной

платы работника и влияния на финансовый результат деятельности компании не оказывает. Оплата труда рассчитывается 2 раза в месяц с отсрочкой платежа на 15 дней.

К Фонду оплаты труда нужно отнести и сумму страховых взносов за ИП. Размеры фиксированных взносов ИП на 2019 год следующие (п. 1 ст. 430 НК РФ).

Таблица 10 – «Фиксированные взносы ИП в 2019 г.»

Вид взноса	Сумма
Взнос в ПФР, если доход ИП за год не превышает 300 тыс. руб.	29 354 руб.
Взнос в ПФР, если доход ИП за год превышает 300 тыс. руб.	29 354 руб. + 1% от суммы превышения, но не более 234 832 руб. (29 354 руб. x 8)
Взнос в ФФМОС	6 884 руб.

Таким образом, всего страховых взносов каждый ИП должен будет платить:

- минимум в сумме 36 238 руб. (29 354 руб. + 6 884 руб.) при условии, что он будет зарегистрирован в качестве предпринимателя весь 2019 год;
- максимум в сумме 241 716 руб. (234 832 руб. + 6 884 руб.).

Соответственно, максимально возможная сумма 1%-х взносов ИП составит 205 478 руб. (234 832 руб. – 29 354 руб.). На такие пенсионные взносы ИП выйдет при сумме годового дохода более 20,5 млн.

Нужно учесть, что в 2020 г. суммы взносов будут увеличены.

Таблица 11 – «Суммы взносов ИП в 2018-2020гг.»

Наименование взноса	2018г	2019г	2020г
ПФР / рублей	26 545	29 354	32 448
ФФОМС / рублей	5 840	6 884	8 426
Всего обязательных взносов / рублей	32 385	36 238	40 874

Индивидуальный предприниматель зарегистрировался, 1 июля 2019г. Полных месяцев получается 6 (с июля по декабрь). За них ИП должен заплатить:

в ОПС — $29354/12 \times 6 = 14\,677$ руб.;

в ФФОМС — $6884/12 \times 6 = 3442$ руб.

Оплата производится дважды в год: в июне (7338,5 руб. в ПФР) и декабре (7338,5 руб. в ПФР и 3442 руб., в ФФОМС), но в нашем случае все платежи в первый год будут осуществлены в декабре

С 2020 года взносы ИП за себя увеличатся, соответственно, оплата составит примерно 40 874 руб. в год, примем эту сумму на весь оставшийся расчетный период.

В 2019 году в случае, если величина дохода плательщика превышает 300 000 руб., - в фиксированном размере 29 354 руб. + 1% от суммы дохода плательщика, превышающей 300 000 руб. В нашем случае сумма 1% составит 31 020 руб., которые оплатим в декабре 2019 г. совокупно с прочими страховыми взносами.

В 2020 году в случае, если величина дохода плательщика превышает 300 000 руб. - в фиксированном размере 32 448 руб. + 1% от суммы дохода плательщика, превышающей 300 000 руб. Расчет строится из ежемесячной выручки в 1260 000 руб., начиная с января 2020 г., дополнительный взнос составит $= 1\% * ((1260\,000 * 12) - 300\,000) = 148\,200$ руб. ежегодно. Оплата будет проводиться в декабре месяце.

Расчет налога на доходы (УСН доходы 6%)

На сумму оплаченных страховых взносов можно уменьшить налог УСН «доходы» (6%), но не более, чем на 50%. Расчеты подтвердили, что

К январю 2020 г. платеж по доходам 6% составит 204 120 руб. (пропускаем оплату в июле и октябре).

Страховых взносов уплачено за этот период составят 205 786 руб.

К январю 2021 г. и далее платеж по доходам 6% составит 907 200, данную сумму можно разбить на 4 авансовых платежа (апрель, июль, октябрь и январь) по 226 800 руб.

Страховые взносы ежеквартально составляют:

1 квартал – 133 091 руб.

2 квартал – 149 315 руб.

3 квартал – 133 091 руб.

4 квартал – 305 941 руб.

Все эти суммы больше 50% от налога Доходы 6%, так что уменьшаем налог для простоты расчетов сразу в 2 раза, до 3%.

Таким образом, в январе 2020 г. оплатим налог на доходы в размере 102 060 руб., а с апреля 2020 г. ежеквартально по 113 400 руб.

Расчет условно-постоянных затрат (маркетинг, коммунальные услуги, административно-хозяйственные расходы) [24].

Маркетинговые мероприятия

Расчет произведен согласно приведенной маркетинговой стратегии предприятия.

Маркетинговые мероприятия, с 1 по 3 месяц реализации проекта составляют 90 000 руб., примерно по 30 000 руб. ежемесячно, в месяц запуска проекта 80 000, в 5 месяц 5 000, далее не более 5 000 руб. в месяц.

Этап	Сроки	Бюджет в месяц, руб.	Всего
1. Подготовительный	1 - 3 месяц реализации проекта	30 000	90 000
2. Запуск кафе	4 месяц реализации проекта	80 000	80 000
4. Стимуляция продаж	5 месяц	5 000	5 000
5. Поддержание имиджа	6 месяц и далее	5 000	5 000

Маркетинговые мероприятия на инвестиционном этапе включают в себя: создание интернет-сайта кафе, оформление входной группы, наружная реклама, внутреннее оформление помещений, реклама в интернете, развитие и seo продвижение сайта кафе, печать визиток, листовок, директ-мэйлинг работникам ближайших офисов, изготовление видеоматериалов для сайта и обучения, разработка новых программ обучения и рецептов.

Коммунальные расходы

Затраты на оплату коммунальных расходов, в том числе оплата поставщикам ресурсов (вода, электричество). Оплата осуществляется ежемесячно.

Таблица 12 – «Расчет коммунальных платежей для компаний»

Услуга	К-во	Тариф	Всего за мес.
Свет	5000	5,72	28 600
Вода	40	29,7	1188
Водоотведение	40	18,77	750,8
Итого			≈ 30 000

В первые 3 месяца затраты составляют 30 000 руб. в месяц. В дальнейшем, после запуска кафе данные затраты составляют примерно 3% от выручки. Данные затраты являются условно-постоянными. Таким образом, после 4-го месяца реализации проекта стоимость данных затрат составит 37 800 руб. в месяц.

Административно-хозяйственные расходы

Затраты на оплату административно-хозяйственных расходов. На период строительства составляет 15 000 руб. в месяц, после запуска кафе данные затраты составляют 2 % от выручки. Затраты являются условно-постоянными. После 5-го месяца реализации проекта стоимость данных затрат составит 25 200 руб. в месяц.

Расчет оборотного капитала

Данные затраты включают затраты на формирование складских запасов сырья и материалов, готовой продукции, деньги на расчетных счетах, деньги в пути.

Таблица 13 - «Исходные данные для расчета затрат на оборотный капитал»

Наименование	Количество, дней
Кредиторская задолженность	14
Запасы сырья и материалов,	5

Формулы для расчетов необходимого оборотного капитала следующие:

Кредиторская задолженность в рублях = Затраты переменные за месяц / 30 дней * Кредиторская задолженность в днях.

Запасы сырья и материалов в рублях = Затраты на закуп в месяц / 30 дней * Запасы в днях.

Запасы готовой продукции и дебиторская задолженность в деятельности заведений не образуется. Расчеты за продукции идут день в день, дебиторская задолженность отсутствует. Вся готовая продукция реализуется в день ее изготовления.

Таблица 14 - «Расчет оборотного капитала, руб.»

Наименование	Месяцы			
	3	4	5	6-й и последующие месяцы
Кредиторская задолженность	0	220 500	279 300	294 000
Запасы сырья и материалов	0	78 750	99 750	105 000
Изменения:				
Кредиторская задолженность	0	220 500	58 800	14 700
Запасы сырья и материалов	0	78 750	21 000	5 250
Итого изменения оборотного капитала	0	141 750	37 800	9 450

Таблица 15 – «Потребность в финансировании по операционной деятельности»

Операционная деятельность	-108 852	-108 852	32 898	-184 806
Оборотный капитал		0	141 750	141 750
Фонд оплаты труда	-33 852	-33 852	-33 852	-101 556
На период ремонта	-33 852	-33 852	-33 852	-101 556
Маркетинговые мероприятия	-30 000	-30 000	-30 000	-90 000
Коммунальные расходы	-30 000	-30 000	-30 000	-90 000
Административно-хозяйственные расходы	-15 000	-15 000	-15 000	-45 000

Таким образом, для запуска проекта необходимо в первые три месяца 184 806 руб.

Сопоставляя с потребностями финансирования инвестиционной деятельности, выявляем общую потребность в финансировании

Таблица 16 – «Расчет потребности в финансировании»

Месяц	Июль 2019	Август 2019	Сентябрь 2019	ИТОГО
Инвестиционная деятельность	0	-371 480	-712 320	-1 083 800
Операционная деятельность	-108 852	-108 852	32 898	-184 806
Потребность в финансировании	-108 852	-480 332	-679 422	-1 268 606
Потребность в финансировании накопительно	-108 852	-589 184	-1 268 606	

Общая потребность в финансировании для запуска проекта составляет 1 268 606 руб.

При расчетах выявили, что наибольший объем финансирования составляет 1 343 606 руб. именно столько денежных средств необходимо на 3 месяц проекта для погашения задолженностей.

У организатора есть небольшая доля собственных средств, прочие планируется взять в банке под 14,5% годовых [25].

Структура финансирования в таблице.

Таблица 17 – «Структура финансирования, в % от размера капитала»

Наименование	% от объема финансирования	Сумма финансирования, руб.
Собственный капитал	10,0%	-134 361
Заемный капитал	90,0%	-1 209 245
ИТОГО		-1 343 606

Рассмотрим наиболее желаемые из возможных параметров финансирования.

Таблица 18 – «Параметры заемного финансирования»

Стоимость заемного капитала, % годовых	14,5%
Срок возврата кредита, месяцев	45
Отсрочка первого платежа по процентам, месяцев с момента реализации проекта	5
Отсрочка первого платежа по возврату основного долга, месяцев с момента реализации проекта	5
Срок возврата кредита, месяцев с начала реализации проекта, месяцев	50
Сумма начисленных и уплаченных процентов, руб.	360 361

4.3 Оценка экономической эффективности реализации проекта

Доходы

Первые 3 месяца предусмотрены для проведения ремонтных работ помещения под мини-кондитерскую, и запуск работы мини-кондитерской предусмотрен на 4 месяц реализации проекта (октябрь 2019 года).

Средний чек создаваемой мини-кондитерской планируется на уровне 700 руб. за чек. Т.к. организация будет расположена вместе с хорошей проходимостью и возможностью парковки, то планируемая минимальная посещаемость составит 60 человек в день. Расчет плана продаж в мини-кондитерской следующий:

Таблица 19 – «Расчет плана продаж, руб.»

Средний чек, руб./чек	700
Посещаемость, человек в день	60
Дней в месяце	30
Выручка в месяц, руб.	1 260 000

Планируется, что 100% загрузку кафе из ожидаемого плана продаж достигнет на 6 месяце реализации проекта. Загрузка организации будет нарастать постепенно.

Основные показатели продаж следующие:

Таблица 20 - «Основные показатели продаж, руб.»

Показатель	Месяцы			
	3	4	5	6-й и последующие месяцы
Процент загрузки, %	0%	75%	95%	100%
Ежемесячная выручка, руб.	0	945 000	1 197 000	1 260 000

Расходы

Затраты на приобретение продуктов

Включает в себя затраты на приобретение продукта. Статья

переменных затрат. Зависит от объема выручки. Прямые затрат равны произведению объема выпуска продукции на производственную себестоимость.

Таблица 21 – «Расчет затрат на приобретение продуктов, руб.»

Посещаемость, человек в день	60
Дней в месяце	30
Затраты на приобретение продуктов, руб./чек	350
Затраты на приобретение продуктов, руб.	630 000

Таблица 22 - «Расчет затрат на приобретение продуктов, руб. в месяц»

Показатель	Месяцы			
	3	4	5	6-й и последующие месяцы
Процент загрузки, %	0%	75%	95%	100%
Выручка, руб.	0	945 000	1 197 000	1 260 000
Затраты на приобретение продуктов, руб.	0	472 500	598 500	630 000

Таким образом, в месяц необходимо 630 000 руб. для закупки продуктов при выходе загрузки кафе на полную мощность.

Рассчитаем примерную себестоимость чека, исходя из описанных выше расходов.

Таблица 23 – «Себестоимость 1 чека»

Наименование затрат	Сумма, руб. за чек
Продукты	350,0
Заработная плата	106,3
Коммунальные расходы	21,0
Административно-хозяйственные расходы	14,0
ИТОГО себестоимость, руб. на 1 чек	491,3
Средний чек, руб./чек	700,0
Рентабельность по себестоимости	42%

Таким образом, в структуре себестоимости чека наибольший вес занимают продукты (50%), потом ФОТ, за исключением страховых взносов ИП за себя, наименьшую долю занимают коммунальные и административно-хозяйственные расходы. Рентабельность в 42% фактически будет уменьшаться из-за того, что возрастут условно-постоянные затраты.

Рассмотрим отчет о ДДС на этапе запуска проекта.

Таблица 24 – «Отчет о ДДС за 1-6 месяцы реализации проекта»

Месяца	Июль 2019	Август 2019	Сентябрь 2019	Октябрь 2019	Ноябрь 2019	Декабрь 2019
Статья затрат	1	2	3	4	5	6
Инвестиционная деятельность	0	(371 480)	(712 320)	0	0	0
Ремонт кафе	0	(304 000)	(76 000)			
Оборудование для кафе	0	(67 480)	(607 320)			
Установка онлайн кассы на три года			(29 000)			
Реверсия (поступления в постпрогнозный период)						
Операционная деятельность	(133 852)	(133 852)	7 898	166 786	326 836	296 597
Выручка	0	0	0	945 000	1 197 000	1 260 000
Затраты на приобретение продуктов			0	(472 500)	(598 500)	(630 000)
Оборотный капитал		0	141 750	37 800	9 450	
Фонд оплаты труда	(33 852)	(33 852)	(33 852)	(191 264)	(191 264)	(240 403)
На период ремонта	(26 000)	(26 000)	(26 000)			
Управление		0	0	(32 500)	(32 500)	(32 500)
Производственный персонал	0	0	0	(114 400)	(114 400)	(114 400)
Страховые социальные взносы ИП (за себя и 1% с выручки более 300 т.р.)	0	0	0	0	0	(49139)
Страховые социальные взносы за персонал	(7 852)	(7 852)	(7 852)	(44 364)	(44 364)	(44 364)
Маркетинговые мероприятия	(30000)	(30000)	(30000)	(80 000)	(5 000)	(5 000)
Коммунальные расходы	(30 000)	(30 000)	(30 000)	(28 350)	(35 910)	(37 800)
Административно-хозяйственные расходы	(15 000)	(15 000)	(15 000)	(18 900)	(23 940)	(25 200)
Аренда помещения	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)
УСН доходы 6%	0	0	0	0	0	0
Финансовая деятельность	133 852	505 332	704 422	0	(56 495)	(50 440)
Потребность / излишек в финансировании	(133 852)	(505 332)	(704 422)	166 786	326 836	296 597
Собственный капитал						
Поступление	13 385	50 533	70 442	0	0	0
Нарастающим итогом	13 385	63 918	134 361	134 361	134 361	134 361
Выбытие						

Заемный капитал						
Поступление	120 467	454 799	633 980	0	0	0

Продолжение таблицы 24

Выбытие					(26 872)	(26 872)
Начисление %%	728	1 464	6 978	14 723	14 900	14 398
Оплата %%					(29 623)	(23 568)
Заемный капитал нарастающим итогом	120 467	575 266	1 209 245	1 209 245	1 182 373	1 155 501
Остаток %%	728	2 192	9 170	23 892	9 170	0
Остаток %% и займов	121 195	577 458	1 218 415	1 233 138	1 191 543	1 155 501
Баланс наличности на начало периода	0	0	0	0	166 786	437 127
Баланс наличности на конец периода	0	0	0	166 786	437 127	683 285
Денежный поток	(133 852)	(505 332)	(704 422)	166 786	297 213	273 030
Накопленный денежный поток	(133 852)	(639 184)	(1343 606)	(1176 820)	(879 607)	(606 577)
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,98	0,96	0,94	0,92	0,90
Дисконтированный денежный поток	(133 852)	(495 019)	(675 963)	156 782	273 684	246 284
Накопленный дисконтированный поток	(133 852)	(628 871)	(1304 835)	(1148 053)	(874 369)	(628 086)

Отчет о ДДС ежемесячно включает в себя все самые важные показатели, особенно в первые месяцы запуска проекта по всем трем видам деятельности организации.

Инвестиционная деятельность охватывает инвестиции в первые три месяца запуска проекта.

Доходы по текущей деятельности начинают поступать с 4 месяца запуска проекта.

По финансовой деятельности поступление заемного и собственного капитала также осуществляется в первые три месяца запуска проекта.

Несмотря на то, что денежный поток на 4 месяц приобретает положительное значение, накопленный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток остаются отрицательными величинами.

Рассмотрим отчет о ДДС в следующие месяцы развития проекта

Таблица 25 – «Отчет о ДДС за 7 -13 месяцы реализации проекта»

Месяц	Январь 2020	Февраль 2020	Март 2020	Апрель 2020	Май 2020	Июнь 2020	Июль 2020
Статья затрат	7	8	9	10	11	12	13
Инвестиционная деятельность	0	0	0	0	0	0	0
Ремонт кафе							
Оборудование для кафе							
Установка онлайн кассы на три года							
Реверсия (поступления в постпрогнозный период)							
Операционная деятельность	243 676	345 736	345 736	232 336	345 736	329 512	232 336
Выручка	1 260 000	1260 000	1 260 000	1260 000	1260 000	1260 000	1 260 000
Затраты на приобретение продуктов	(630 000)	(630 000)	(630 000)	(630 000)	(630 000)	(630 000)	(630 000)
Оборотный капитал							
Фонд оплаты труда	(191 264)	(191 264)	(191 264)	(191 264)	(191 264)	(207 488)	(191 264)
На период ремонта							
Управление	(32 500)	(32 500)	(32 500)	(32 500)	(32 500)	(32 500)	(32 500)
Производственный персонал	(114 400)	(114 400)	(114 400)	(114 400)	(114 400)	(114 400)	(114 400)
Страховые социальные взносы ИП (за себя и 1% с выручки более 300 т.р.)	0	0	0	0	0	(16224)	0
Страховые социальные взносы за персонал	(44 364)	(44 364)	(44 364)	(44 364)	(44 364)	(44 364)	(44 364)
Маркетинговые мероприятия	(5 000)	(5 000)	(5 000)	(5 000)	(5 000)	(5 000)	(5 000)
Коммунальные расходы	(37 800)	(37 800)	(37 800)	(37 800)	(37 800)	(37 800)	(37 800)
Административно- хозяйственные расходы	(25 200)	(25 200)	(25 200)	(25 200)	(25 200)	(25 200)	(25 200)
Аренда помещения	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)	(25 000)
УСН доходы 6%	(102 060)	0	0	(113 400)	0	0	(113 400)
Финансовая деятельность	(40 834)	(40 510)	(40 185)	(39 860)	(39 536)	(39 211)	(38 886)
Потребность / излишек в финансировании	243 676	345 736	345 736	232 336	345 736	329 512	232 336

Продолжение таблицы 25

Собственный капитал							
Поступление	0	0	0	0	0	0	0
Нарастающим итогом	134 361	134 361	134 361	134 361	134 361	134 361	134 361
Выбытие							
Заемный капитал							
Поступление	0	0	0				
Выбытие	(26 872)	(26 872)	(26 872)	(26 872)	(26 872)	(26 872)	(26 872)
Начисление %%	13 962	13 638	13 313	12 988	12 663	12 339	12 014
Оплата %%	(13 962)	(13 638)	(13 313)	(12 988)	(12 663)	(12 339)	(12 014)
Заемный капитал нарастающим итогом	1128 629	1101 757	1 074 885	1048 013	1021 141	994 268	967 396
Остаток %%	0	0	0	0	0	0	0
Остаток %% и займов	1 128 629	1101 757	1 074 885	1048 013	1021 141	994 268	967 396
Баланс наличности на начало периода	683 285	886 127	1 191 353	1496 904	1689 380	1995 581	2 285 882
Баланс наличности на конец периода	886 127	1191 353	1496 904	1689 380	1995 581	2 285 882	2 479 332
Денежный поток	229 714	332 099	332 423	219 348	333 073	317 173	220 322
Накопленный денежный поток	(376 863)	(44 765)	287 659	507 007	840 080	1 157 253	1 377 575
Коэффициент дисконтирования	0,88	0,87	0,85	0,83	0,81	0,80	0,78
Дисконтированный денежный поток	202 982	287 464	281 873	182 197	271 013	252 810	172 028
Накопленный дисконтированный поток	(425 103)	(137 640)	144 233	326 430	597 443	850 252	1 022 281

На участке 7-13 месяцы запуска проекта денежные потоки по операционной деятельности повторяются, за исключением ФОТ и оплаты налогов, а накопленный денежный поток приобретает в марте 2020 года положительное значение за счет активной операционной и положительной финансовой деятельности.

Отчет о ДДС поквартально представлен в Приложении Б, а по годам в таблице.

Таблица 26 – «Отчет о ДДС по годам реализации проекта»

Статья затрат	1	2	3	4	5	Сумма
Инвестиционная деятельность	(1 083 800)	0	0	(29 000)	8 882 273	7 769 473
Строительство кафе	(380 000)	0	0	0	0	(380 000)
Оборудование для кафе	(674 800)	0	0	0	0	(674 800)
Установка онлайн кассы	(29 000)	0	0	(29 000)	0	(58 000)
Реверсия	0	0	0	0	8 882 273	8 882 273
Операционная деятельность	2 373 147	3 506 160	3 506 160	3 506 160	1 718 103	14 609 731
Выручка	10 962 000	15 120 000	15 120 000	15 120 000	8 820 000	65 142 000
Затраты на приобретение продуктов	(5 481 000)	(7 560 000)	(7 560 000)	(7 560 000)	(4 410 000)	(32571000)
Оборотный капитал	189 000	0	0	0	(189 000)	0
Фонд оплаты труда	(1 888 293)	(2 484 240)	(2 484 240)	(2 484 240)	(1 511 697)	(10852709)
Маркетинговые мероприятия	(210 000)	(60 000)	(60 000)	(60 000)	(35 000)	(425 000)
Коммунальные расходы	(418 860)	(453 600)	(453 600)	(453 600)	(264 600)	(2 044 260)
Административно-хозяйственные расходы	(264 240)	(302 400)	(302 400)	(302 400)	(176 400)	(1 347 840)
Аренда помещения	(300 000)	(300 000)	(300 000)	(300 000)	(175 000)	(1 375 000)
УСН доходы-расходы 6%	(215 460)	(453 600)	(453 600)	(453 600)	(340 200)	(1 916 460)
Финансовая деятельность	996 535	(445 204)	(398 446)	(351 689)	(27 197)	(226 001)
Потребность / излишек в финансировании	1 289 347	3 506 160	3 506 160	3 477 160	10 600 376	22 379 204
Собственный капитал						
Поступление	134 361	0	0	0	0	134 361
Нарастающим итогом	134 361	134 361	134 361	134 361	134 361	
Заемный капитал						
Поступление	1 209 245	0	0	0	0	1 209 245
Выбытие	(214 977)	(322 465)	(322 465)	(322 465)	(26 872)	(1 209 245)
Оплата %%	(132 094)	(122 738)	(75 981)	(29 223)	(325)	(360 361)
Заемный капитал нарастающим итогом	994 268	671 803	349 338	26 872	0	
Остаток %% и займов	994 268	671 803	349 338	26 872	0	
Баланс наличности на начало периода	0	2 285 882	5 346 839	8 454 553	11 580 024	

Продолжение таблицы 26

Баланс наличности на конец периода	2 285 882	5 346 839	8 454 553	11 580 024	22 153 204	
Денежный поток	1 157 253	3 383 422	3 430 179	3 447 937	10 600 052	22 018 843
Накопленный денежный поток	1 157 253	4 540 675	7 970 854	11 418 791	22 018 843	

Отчет о ДДС по годам демонстрирует благоприятное развитие проекта при заданных условиях. Уже первый год увеличивает баланс наличности на конец периода до 2 285 882 руб., и 5 год реализации этот баланс будет составлять 22 153 204 руб., при том, что мы не учли возможное развитие инвестиционной и финансовой деятельности, а оцениваем только развитие операционной деятельности.

Расчет амортизационных отчислений в Приложении В. Также представим Бюджет расходов и доходов.

Таблица 27 – «Бюджет расходов и доходов»

Наименование	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	ИТОГО
Выручка	10 962 000	15 120 000	15 120 000	15 120 000	8 820 000	65 142 000
Прямые затраты (себестоимость)	(7 369 293)	(10 044 240)	(10 044 240)	(10 044 240)	(5 921 697)	(43 423 709)
Валовая прибыль	3 592 707	5 075 760	5 075 760	5 075 760	2 898 303	21 718 291
Амортизация	(210 960)	(210 960)	(210 960)	(210 960)	(210 960)	(1 054 800)
Операционные расходы:	(1 222 100)	(1 116 000)	(1 116 000)	(1 145 000)	(651 000)	(5 192 100)
Коммунальные расходы	(418 860)	(453 600)	(453 600)	(453 600)	(264 600)	(2 044 260)
Маркетинговые мероприятия	(210 000)	(60 000)	(60 000)	(60 000)	(35 000)	(425 000)
Административно-хозяйственные расходы	(264 240)	(302 400)	(302 400)	(302 400)	(176 400)	(1 347 840)
Онлайн касса	(29 000)			(29 000)		
Аренда помещения	(300 000)	(300 000)	(300 000)	(300 000)	(175 000)	(1 375 000)
Операционная прибыль	2 159 647	3 748 800	3 748 800	3 719 800	2 036 343	15 471 391
Проценты за кредит	(132 094)	(122 738)	(75 981)	(29 223)	(325)	(360 361)
Прочие расходы	0					0
Прочие доходы					8 882 273	8 882 273

Продолжение таблицы 27

Прибыль до налогообложения	2 027 553	3 626 062	3 672 819	3 690 577	10 918 292	23 993 303
УСН	(215 460)	(453 600)	(453 600)	(453 600)	(340 200)	(1 916 460)
Операционная прибыль	1 812 093	3 172 462	3 219 219	3 236 977	10 578 092	22 076 843

Прибыль ежегодно увеличивается, начиная с конца первого года реализации проекта с 1 812 093 руб. до 10 578 092 руб. в конце пятого года развития проекта.

На основании отчета о ДДС и бюджета расходов и доходов составим прогнозный баланс.

Таблица 28 – «Прогнозный баланс»

Наименование	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Активы					
Основные средства	843 840	632 880	421 920	210 960	0
Кафе	843 840	632 880	421 920	210 960	0
Оборотные активы	2 390 882	5 451 839	8 559 553	11 685 024	22 153 204
Денежные средства	2 285 882	5 346 839	8 454 553	11 580 024	22 153 204
Запасы сырья и материалов	105 000	105 000	105 000	105 000	0
Итого активы	3 234 722	6 084 719	8 981 473	11 895 984	22 153 204
Пассивы					
Обязательства	1 288 268	965 803	643 338	320 872	0
Заемный капитал	994 268	671 803	349 338	26 872	0
Кредиторская задолженность	294 000	294 000	294 000	294 000	0
Капитал	1 946 454	5 118 916	8 338 135	11 575 112	22 153 204
Собственный капитал	134 361	134 361	134 361	134 361	134 361
Нераспределенная прибыль (убыток)	1 812 093	3 172 462	3 219 219	3 236 977	10 578 092
Нераспределенная прибыль (убыток) прошлых лет		1 812 093	4 984 555	8 203 774	11 440 751
Итого пассивы	3 234 722	6 084 719	8 981 473	11 895 984	22 153 204

Уменьшение основных средств ежегодно свидетельствует о списании амортизационных отчислений, в дальнейшем исправное и годное оборудование подлежит переоценке. Объем оборотных активов ежегодно увеличивается, что позволит расширить прочие виды деятельности компании и получать дополнительно доход, например, от финансовых вложений.

Количество обязательств ежегодно уменьшается, а объем капитала

увеличивается за счет нераспределенной прибыли.

В целом, подобное развитие организации может быть признано успешным и эффективным.

Реверсия – это остаточная стоимость объекта при прекращении поступлений потока доходов или доход от продажи объекта в конце периода владения [26].

Стоимость реверсии можно спрогнозировать с помощью:

1 установления цены продажи, исходя из анализа текущего состояния рынка;

2 принятия допущений относительно изменения стоимости недвижимости за период владения;

3 капитализации дохода за год, следующий за годом окончания прогнозного периода, с использованием самостоятельно рассчитанной ставки капитализации.

Рассчитаем реверсию в таблице.

Таблица 29 – «Денежный поток от реверсии, руб.»

Чистый операционный доход в 5 году, руб	3 506 160
Коэффициент капитализации	25,00%
Затраты на продажу	5%
Стоимость объекта с НДС	13 323 410
Остаточная стоимость без НДС	0
НДС	2 220 568
Поступления от продажи	11 102 841
Налог на прибыль	2 220 568
Поступления от продажи для ДДС	8 882 273
Доход от продажи для БДР	8 882 273

Таким образом, продажа бизнеса может принести доход в 8 882 273 руб.

Рисками для реализуемого проекта могут быть:

- увеличение себестоимости продуктов;
- рост МРОТ и страховых взносов ИП за себя и работников организации;
- уменьшение выручки за счет уменьшения среднего чека или количества

посетителей.

При уменьшении количества посетителей до 30 человек в день при чеке 700 руб. получаем следующие показатели эффективности проекта (таблица [27]).

Таблица 30 – «Показатели проекта при уменьшении посетителей до 30 человек в день»

Срок окупаемости, мес	55
Индекс прибыльности (PI)	0,74
Ставка дисконтирования (месячная)	2,08%
Чистый приведенный доход, NPV	-402 859
Средняя норма рентабельности (ARR)	46,92%
Дисконтированный срок окупаемости, мес	56
Необходимые инвестиции	-1 479 220
Доход от продажи для БДР	1 029 953

Доход от продажи бизнеса меньше, чем вложения в него, а срок окупаемости 56 месяцев, то есть проект почти не окупается. Поэтому терять клиентов очень невыгодно.

Так как проходимость кафе более 60 человек мало реальна, рассмотрим вариант развития кафе по положительному сценарию за счет увеличения чека до 1000 руб. Это возможно при увеличении количества заказов «под заказ» и доставки продукции через Интернет. Тогда увеличатся и административно-хозяйственные расходы до 5% от выручки, но увеличится и выручка.

Таблица 31 – «Показатели проекта при увеличении чека до 1000 руб.»

Срок окупаемости, мес	7
Индекс прибыльности (PI)	14,69
Ставка дисконтирования (месячная)	2,08%
Чистый приведенный доход, NPV	17 060 925
Средняя норма рентабельности (ARR)	674,95%
Дисконтированный срок окупаемости, мес	7
Необходимые инвестиции	-1 282 856
Доход от продажи для БДР	14 135 393

Таким образом, наилучшим вариантом будет сохранение количества клиентов на уровне 50-60 в день и рост среднего чека до 900-1000 руб.

5 Значимость корпоративной социальной ответственности в экономике предприятия

Анализ эффективности программ КСО предприятия

Основные этапы анализа:

- 1 Определение стейкхолдеров организации.
- 2 Определение структуры программ КСО.
- 3 Определение затрат на программы КСО.
- 4 Оценка эффективности и выработка рекомендаций.

Определение стейкхолдеров организации.

Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. Например, к прямым стейкхолдерам относятся потребители или сотрудники компании, а к косвенному местному населению, экологические организации и т.д. Важным представляется то, что в долгосрочной перспективе для организации важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры. Структуру стейкхолдеров организации необходимо внести в табл. 1.

Таблица 32 – «Стейкхолдеры организации»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1 Сотрудники	1 Конкуренты
2 Поставщики	2 Регулирующие органы
3 Инвесторы	3 Местные сообщества
4 Потребители	4 СМИ

Вывод: представленные в таблице 1 группы стейкхолдеров можно условно разделить на прямых и косвенных. К прямым относятся те, которые на прямую влияют на стратегическую и операционную деятельность

компаний, на сроки и качество производства товаров или оказания услуг. Косвенные стейкхолдеры могут воздействовать косвенно на операционную деятельность компании, на сроки и качество производства, но напрямую влияют на стратегию компании.

Определение структуры программ КСО

Структура программ КСО составляет портрет КСО компании. Выбор программ, а, следовательно, структура КСО зависит от целей компании и выбора стейкхолдеров, на которых будет направлены программы. Задача на данном этапе назвать мероприятия КСО, реализуемые компанией, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ. Полученные данные необходимо свести в табл. 2.

Таблица 33 – «Структура программ КСО»

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
1 Подарки сотрудникам на день рождения сотрудника, новогодние подарки детям	Эквивалентное финансирование	собственники	Ежегодно	Реклама, помощь сотрудникам
2 Участие сотрудников в уборке территории района и города	Корпоративное волонтерство	Сотрудники	Ежегодно	Содержание в чистоте зон отдыха
3 Проведение пожертвований в благотворительные фонды с процентов от продаж	Социально значимый маркетинг	Потребители	Ежегодно	Проведение социальных программ на средства, полученные с процента от продаж
4 Проведение мероприятий по соблюдению правил этического поведения	Социально-ответственное поведение	Сотрудники	Ежегодно	Соблюдение правил этического поведения

Вывод: мероприятия, приведённые в Таблице 2 целесообразны, так как по мимо соблюдения законов и производства качественного продукта, организация добровольно принимает на себя обязательства перед обществом

и работниками следовать высоким стандартам поведения в соответствии с эстетическими нормами, а также инвестировать в устойчивое развитие общества в местах его оперирования.

Определение затрат на программы КСО

При финансовом учете затрат на корпоративные подарки сотрудникам организации, выраженных в натуральной форме, учитывается их фактическая рыночная стоимость (1000) и количество сотрудников (6).

При учете мероприятий корпоративного волонтерства, финансовая оценка производится на основе затрат человеко-часов (или человеко-дней) на программу волонтерства, умноженных на почасовую (или среднедневную) зарплату сотрудника, что в общей сложности составило 4 000 руб.

При расчете затрат на благотворительные пожертвования учитывается процент, полученный с продажи одного товара, участвующего в благотворительной акции и количество проданного товара, участвующего в благотворительной акции.

Таблица 34 – «Затраты на КСО»

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1	Корпоративные подарки	Руб.	1 000	1 000*6 = 6 000
2	Участие сотрудников в уборке территории района и города	Руб.	4 000	4 000
3	Проведение пожертвований в благотворительные фонды с процентов от продаж (1 руб. с 1 имбирного печенья)	Руб.	1	1*21 600=21 600
4	Проведение мероприятий по соблюдению правил этического поведения	Руб.	5 000	5 000
	ИТОГО:	Руб.	10 001	36 600

Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Как показывают исследования, серьезно улучшаются финансовые показатели тех компаний, которые закладывают социальную ответственность в свою миссию.

1 Программы КСО соответствуют целям и стратегии организации мини-кондитерская «Люксбери»;

2 В организации преобладает внутреннее КСО;

3 Программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров в полной мере;

4 Реализуя программы КСО организация получает такие преимущества как: повышение репутации организации, повышение лояльности персонала, привлечение инвестиций, реклама организации;

5 Затрат на мероприятия КСО адекватны и приемлемы для организации;

6 Мини-кондитерская «Люксбери» развивается и со временем может взять больше КСО программ, такие как: осуществление психологических тренингов, тренингов на сплочение сотрудников организации и курсов совершенствования полученных знаний.

5.1 Разработка программ корпоративной социальной ответственности для предприятия

Определение целей и задач программы КСО

Таблица 35 – «Определение целей КСО на предприятии»

Миссия компании	Стать предпочтительным местом для покупок изделий, благодаря инновационным решениям, исключительным предложениям, превосходя все ожидания покупателей	Цели КСО 1) Развитие персонала; 2) Рост производительности труда; 3) Улучшение имиджа организации; 4) Возможность привлечения инвестиционного капитала; 5) Выход на мировой рынок
Стратегия компании	1 Построение клиентоориентированной организации; 2 Внедрение идеологии постоянного совершенствования; 3 Модернизация системы управления персоналом;	

Таким образом, рассматривая имеющуюся степень развития корпоративной социальной ответственности мини-кондитерской «Люксбери» наблюдаются ее полнота и реализация всех направлений. Так же возможна интеграция целей КСО в стратегию организации.

Определение стейкхолдеров программы КСО

Таблица 36 – «Определение стейкхолдеров программ КСО»

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1	Развитие персонала	Собственники
2	Рост производительности труда	Сотрудники
3	Улучшение имиджа организации	Потребители
4	Возможность привлечения инвестиционного капитала;	Инвесторы
5	Выход на мировой рынок	Поставщики
4	Возможность привлечения инвестиционного капитала;	Инвесторы
5	Выход на мировой рынок	Поставщики

Основные стейкхолдеры представленные в таблице 5, выбраны на основе заинтересованности в той или иной цели КСО и способности повлиять на успех и затраты организации.

Определение элементов программы КСО

Таблица 37 - «Определение элементов программы КСО»

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1	Собственники	Эквивалентное финансирование	Реклама организации, помощь сотрудникам
2	Сотрудники	Корпоративное волонтерство	Содержание в чистоте зон отдыха
3	Потребители	Социально значимый маркетинг	Проведение социальных программ на средства, полученные с процента от продаж
4	Инвесторы	Социальные инвестиции	Инвестиции в социальные, экологические программы
5	Поставщики	Благотворительные пожертвования	Помощь нуждающимся, реклама организации, продвижение организации на мировом рынке

Затраты на программы КСО

Таблица 38 – «Затраты на мероприятия КСО»

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период (год)
1	Корпоративные подарки	Руб.	1 000	1 000*6 = 6 000
2	Участие сотрудников в уборке территории района и города	Руб.	4 000	4 000
3	Проведение пожертвований в благотворительные фонды с процентов от продаж (1 руб. с 1 имбирного печенья)	Руб.	1	1*21 600 =21 600
4	Проведение мероприятий по соблюдению правил этического поведения	Руб.	5 000	5 000
ИТОГО:		Руб.	10 001	36 600

При финансовом учете затрат на корпоративные подарки сотрудникам организации, выраженных в натуральной форме, учитывается их фактическая

рыночная стоимость (1000) и количество сотрудников (6).

При учете мероприятий корпоративного волонтерства, финансовая оценка производится на основе затрат человеко-часов (или человеко-дней) на программу волонтерства, умноженных на почасовую (или среднедневную) зарплату сотрудника, что в общей сложности составило 4 000 руб.

При расчете затрат на благотворительные пожертвования учитывается процент, полученный с продажи одного товара, участвующего в благотворительной акции и количество проданного товара, участвующего в благотворительной акции.

Ожидаемая эффективность программ КСО

Таблица 39 – «Оценка эффективности мероприятий КСО»

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1	Корпоративные подарки	6 000	Повышение морального духа персонала	Улучшение материального благополучия граждан
2	Участие сотрудников в уборке территории района и города	4 000	Сплочение коллектива	Улучшение экологической обстановки в регионе
3	Проведение пожертвований в благотворительные фонды с процентов от продаж	21 600	Улучшение имиджа компании	Помощь нуждающимся
4	Проведение мероприятий по соблюдению правил этического поведения	5 000	Повышение квалификации персонала	Улучшение социального уровня населения

Выбор мероприятия «Корпоративные подарки» считается правильным, так как соотношение затрат на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества является оптимальным.

Выбор мероприятия «Участие сотрудников в уборке территории района и города» считается правильным, так как соотношение затрат на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества является оптимальным.

Выбор мероприятия «Проведение пожертвований в благотворительные

фонды с процентов от продаж» считается правильным, так как соотношение затрат на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества является оптимальным.

Выбор мероприятия «Проведение мероприятий по соблюдению правил этического поведения» считается не оптимальным, так как соотношение затрат на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества показывает, что при высоких затратах мероприятие не принесёт желаемого эффекта обществу.

Заключение

В представленном Бизнес-плане рассмотрена идея создания такого места отдыха, где жители Юрги могли бы не только приятно отдохнуть и провести свой досуг, но и приобрести кондитерские изделия для своего праздника. Этим местом должна стать мини-кондитерская «Люксбери». Необходимо отметить, что на сегодняшний день ни одна городская организация по производству кондитерских изделий не предоставляет своим клиентам возможность заказывать изделия с индивидуальным дизайном. С целью поиска своей ниши на рынке кондитерских изделий были проведены достаточно детальные маркетинговые исследования.

В бизнес-плане были представлены основные этапы создания организации по изготовлению кондитерских изделий, определена её организационно-правовая форма, выявлено предполагаемое место положения создаваемой организации на рынке (рыночная ниша), представлено описание услуг, которые она будет оказывать потребителям, проанализирована целесообразность создания подобной организации с точки зрения рентабельности и прибыльности.

В выпускной квалификационной работе рассчитаны затраты на изготовление продукции, инвестиционную деятельность, ремонт помещения организации, закупку оборудования и установку онлайн-кассы. Также в выпускной квалификационной работе отображены предложения по снижению цены и увеличению спроса на кондитерские изделия с индивидуальным дизайном.

Цель достигнута, поставленные задачи решены. Все предложенные аргументы и подтверждающие их расчёты доказывают возможность реализации бизнес-плана мини-кондитерской «Люксбери».

Данный проект позволяет решить важные задачи развития малого предпринимательства в любом городе или посёлке, создать новые рабочие места, снизить цену и повысить качество кондитерских изделий.

Список использованных источников

- 1 Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер. – 2015. – 486 с.
- 2 Бизнес-план – один из методов стратегического планирования. Статья / В. В. Дмитренко. - *Juvenisscientia*. – 2015. – 3 с.
- 3 Бизнес-планирование старарпов в контексте привлечения венчурных инвестиций. Статья / В. А. Верников – научно-практический журнал МИР. – 11 с.
- 4 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / А. Н. Торхова – Директ-Медиа. – 2017. – 104 с.
- 5 Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия/В. Д. Герасимова – М: КноРус. – 2017. – 360 с.
- 6 Информационные системы экономического анализа. Учебно-методический комплекс/Д.В. Денисова, Г. Е. Голкина – Москва: Евразийский открытый ин-т. – 2015. – 131 с.
- 7 Федеральный закон о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения от 30. 03. 1999 г. №52-ФЗ (с изменениями)
- 8 Федеральный закон о качестве и безопасности пищевых продуктов от 02. 01. 2000 г. №29-ФЗ (с изменениями)
- 9 Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая) от 30 ноября 1994 г. №51 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.): [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
- 10 Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть вторая) от 26 января 1996 г. №14 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.): [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/
- 11 Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть четвёртая) от 18 декабря 2006 г. №230 – ФЗ (с послед. Изм. и доп.): [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/

- 12 Закон РФ «о государственной поддержке малых предприятий»: [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/
- 13 Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия/И. Г. Давыденко, В. А. Алешин, А. И. Зотова - КноРус. – 2016. – 376с.
- 14 Бизнес-план/ И. И. Ушаков – М.:Питер. – 2017. – 224 с.
- 15 Бизнес планирование на предприятии/ И. А. Дубровина - Дашков и К° - 2016. – 432 с.
- 16 Экономический анализ предприятия. Учебник/Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина – М., Инфра-М. – 2017. – 384 с.
- 17 Анализ Финансово-хозяйственной деятельности предприятия/ А. А. Канке, И. П. Кошечая – Питер. – 2016. – 224 с.
- 18 Принятие выгодных финансовых решений, критерии и алгоритмы/ З. А. Отарашвили, О. А. Павлова – Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ». – 2016. – 48 с.
- 19 Анализ экономики и управления предприятиями: Учебно-практическое пособие/Б. А. Романов - Дашков и К° – 2016. – 248 с.
- 20 Информационные системы экономического анализа: учебно-методический комплекс/ Г. Е. Голкина, Д. В. Денисов – Евразийскийоткрытыйинститут. – 2017. – 131 с.
- 21 UTmagazine: [Электронный ресурс]. URL: <https://utmagazine.ru/posts/8654-biznes-planirovanie>
- 22 4BRAIN: [Электронный ресурс]. URL:<https://4brain.ru/blog/как-составить-бизнес-план-самостоятельно>
- 23 Официальный сайт Росстата РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>
- 24 Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. URL:<https://www.nalog.ru/rn54/>
- 25 Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/>

26 СПС «Консультант плюс» [Электронный ресурс]. URL:
<http://www.consultant.ru/>

27 Анализ инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. URL:
<https://exceltable.com/master-klass/analiz-investicionnogo-proekta-excel>