Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/352669

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Управление проектами

1. План маркетинга..... 3
1.1. Анализ рынка сбыта..... 3
1.2. Характеристика продукта..... 4
1.3. Программа производства и сбыта..... 6
1.4. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта на продукцию..... 8
2. Организационный и финансовый план..... 11
3. Расчет показателей эффективности проекта..... 17
Список использованных источников..... 20

Говоря об отрасли общественного питания в целом, следует отметить, что продолжающиеся кризисные явления в российской экономике оказывают свое влияние на деятельность хозяйствующих субъектов в этой отрасли.
Динамика оборота общественного питания представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Динамика оборота общественного питания [25]

Оборот общепита в 2022 г. оценивается на уровне в 2,9-3 трлн. руб. (+2% к прошлому году).
Рост ресторанного рынка в 2022 году составил 104,7% в сравнении с 2021 годом. Оборот ресторанов, кафе и кофеен в минувшем году увеличился до 2,28 трлн руб. [24].
Как говорится в исследовании РБК «Российский рынок кофеен и кафе-кондитерских 2022», в прошлом году затраты на одно посещение кофейни в среднем по стране выросли с 530 до 640 руб., то есть, имеет место рост на 21% [24]. При этом в России в последние годы активно набирает популярность формат specialty-кофе, предполагающий использование премиального зерна, собственной обжарки и домашней атмосферы в заведении,- его доля от общего числа кофеен, составляет не более 10%.
Specialty - это третья волна кофеен.
Есть три отрасли кофейного направления.
Первое - коммерческое. Это то, что мы видим на заправках, на остановках, куда люди приходят выпить недорогой кофе, не обращая особого внимания на его качество. Средний чек в этом случае - до 60–70 руб. за чашку кофе.
Второе направление - атмосферная кофейня. Там продают не качество, а атмосферу. В таких кофейнях люди платят либо за грамотный маркетинг, либо за удобство, либо за какие-то наполнители.
И третье направление - specialty. Это не в первую очередь атмосферность (это вопрос предпочтений владельца), это люди, оборудование и зерно. Люди должны быть максимально обучены, и у них должно быть представление, как готовить тот или иной напиток. Тот напиток - это значит работать на зернах выше 80 баллов по общепринятой оценке q-грейдеров. Оборудование - это значит две-три кофемашины за одним баром, два-три фильтра для очистки воды.
За последние несколько лет количество кофеен увеличилось. Этому есть несколько причин. Дело в том, что стереотипное мышление большинства людей заключается в том, что общепит это легко, максимально маржинально и требует небольших вложений на старте. Сегодня кофейня - это максимально понятный и доступный формат в отрасли. Во-первых, это законно (не кальянную открыть), во-вторых, понятно (кофейня - значит, надо кофе продавать и десерты). Когда кто-то видит очереди в кофейни или развитие того или иного бренда - обязательно появляется масса подражателей. Пока сложившаяся обстановка и нарушение логистических связей не повлияли значительно на кофейный бизнес. Это связано с тем, что трейдеры, закупающие зерна тоннами, имеют достаточный запас. Кроме того, есть такой нюанс: по какой цене трейдер закупил зерно, по такой же он продает целый год. Потребители кофе растут однозначно. И в плане осознания того, что они потребляют, и в своем количестве. Если сравнивать среднестатистического

потребителя сейчас и десять лет назад, то разница будет существенная.

1.2 Характеристика продукта

В меню кофеен присутствуют десятки наименований кофе.
Основные его виды:
1. Эспрессо.
Для его получения горячую воду под высоким давлением пропускают через фильтр с молотым кофе.
2. Доппио.
Более распространенное название этого напитка эспрессо или двойной эспрессо.
3. Ристретто.
Такой же как эспрессо, но меньшего объёма и более крепкий.
4. Лунго. Представляет собой эспрессо, который дольше проливают, дольше готовят. Обладает менее насыщенным, но более горьким вкусом.
5. Американо. Его готовят из одной или двух порций эспрессо, в который добавляется от 30 до 470 мл горячей воды.
6. Капучино. Эспрессо с горячим молоком, верхний слой которого взбит в ровную глянцевую пену. Капучино принято пить без сахара, он вкусен за счёт естественной сладости молока.
7. Латте. Похож на капучино, но в нем больше вспененного молока. И если в капучино идет только пена, то в латте есть еще и обычный молочный слой. Существуют некоторые различия в рецептах, но суть остаётся одинаковой: латте - кофе с молоком. Основное отличие этого напитка от капучино заключается в том, что при варке латте эспрессо добавляется в молоко, а не наоборот. Если вас интересуют пропорции, в которых эспрессо смешивается с молоком и молочной пеной, спросите у бариста: многие кофевары имеют своё мнение на этот счёт. Только не забудьте правильно произнести название напитка: ударение в слове «латте» падает на первый слог.
8. Раф-кофе состоит из эспрессо, жидких сливок и ванильного сахара. Помимо классического ванильного вкуса, кофейни могут предложить цитрусовый, лавандовый или, например, ягодный.
9. Моккачино (мокко) – это разновидность латте, включающая дополнительный ингредиент - шоколад (в виде какао-порошка, сиропа или горячего шоколада).
Бразилия обеспечивает 90% мирового кофейного рынка. Это низкокачественное зерно, которое стоит в среднем до $3 за кг зеленого сырья. Оно растет на плантациях не выше 900 м над уровнем моря. Дело в том, что чем выше над уровнем моря находится плантация, тем менее кофеиносодержащие там произрастают деревья. Кофеин нужен дереву, чтобы отталкивать насекомых, а чем выше плантация - тем меньше там живности, соответственно, меньше кофеина в растении. Кофеин вреден, поэтому чем ниже его содержание в продукте, тем кофе считается более качественным и более вкусным.
Чем выше произрастает кофе, тем больше он впитывает в себя солнечных лучей, в нем больше витаминов. Кофе содержит в себе более 10 тыс. вкусовых свойств, и этот показатель напрямую зависит от того, как и где он произрастал.
В среднем, в зависимости от рецепторов любителя кофе, можно получить привкусы свеклы, томатов, суперфруктов, граната, вишни - и это все будет тот же кофе. Важный момент - обжарка. Общепринято, что кофе должен быть горьким. На самом деле - это серьезный маркетинг, которому более 100 лет. Горьким кофе становится вследствие зажарки до углей низкокачественного сырья. Так делают, чтобы замаскировать качество. Качественный кофе должен быть кислотным и содержать множество вкусовых оттенков.
В то же время студенту, например, не принципиально, какого качества кофе он будет пить, ему важно, чтобы это было ему по карману. А есть ценители, которые более придирчивы к напитку. Но опять же, если клиент заказывает кофе с молоком, он маловероятно почувствует разницу в качестве исходного сырья.

1.3 Программа производства и сбыта

Факторы, оказывающие влияние на деятельность кофейни:
- удобное месторасположение и транспортная доступность;
- большие людские потоки;
- число расположенных рядом торговых центров, жилых микрорайонов;
- уровень обслуживания и наличие достаточного ассортимента изделий;

- привлекательная реклама заведения.
Наиболее оптимальным решением будет открытие кофейни в помещении, которое ранее было предприятием общественного питания (кафе, столовая или пекарня), так как в таких помещениях уже есть различные коммунальные и энергетические системы (вентиляция, водо- и газоснабжение, необходимая мощность энерго- и теплосетей и т.п.), отвечающие определенным санитарно-гигиеническим требованиям.
Для организации бизнеса планируется арендовать помещение площадью 173,9 квадратных метров (рисунок 2).
Сведения о помещении.
Цокольный этаж.
Помещение с хорошим ремонтом.
Разделение на 2 помещения (90м2 и 83м2).
Второй зал - была кухня и подсобные помещения.
Два входа. Есть два окна, во двор. Высота потолка 2,5 м.
Санузел, вентиляционно-приточная система (труба выведена по дому на крышу), кондиционер.
Коммуникации городские: отопление, вода и т.д. (установлен насос для удаления грунтовых вод).
Электроэнергия 220В и 380В.
Подходит под любой вид деятельности.
Парковка: на улице, бесплатная, подходит для легкового и грузового транспорта

1. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
2. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». – [Электронное издание]. Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Постановление Правительства РФ от 22 ноября 1997 г. № 1470 (ред. от 03.09.1998) «Об утверждении Порядка предоставления государственных гарантий на конкурсной основе за счет средств Бюджета развития РФ и Положения об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов Бюджета развития РФ» (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
4. Распоряжение Министерства транспорта России от 14 марта 2008г. № АМ-23-р (в ред. 20.09.2020) «О введении в действие методических рекомендаций «Нормы расхода топлив и смазочных материалов на автомобильном транспорте» – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
5. Аскинадзи В. М. Инвестиции : учебник для вузов / В. М. Аскинадзи, В. Ф. Максимова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 385 с.
6. Бронникова Т. С. Разработка бизнес-плана проекта : учебное пособие / Т.С. Бронникова.-2-е изд., перераб. и доп.-Москва : ИНФРА-М, 2022. - 215 с.
7. Бычков, В.П. Экономика предприятия и основы предпринимательства в сфере автосервисных услуг : учебник / В.П. Бычков. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 394 с.
8. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М. 2022. - 296 с.
9. Горфинкель В.Я. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. - 380 с.
10. Зубеева Е.В. Инвестиционный менеджмент : учеб. пособие / В.В. Мыльник, А.В. Мыльник. Е.В. Зубеева- М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018.-229 с.
11. Инвестиции / Николаева И.П. - М.: Дашков и К, 2020. - 252 с.
12. Инвестиции и инновации: Учебное пособие / Щербаков В.Н., Балдин К.В., Дубровский А.В. - М.: Дашков и К, 2018. - 658 с.
13. Инвестиции : учебник / М.И. Ермилова, Е.В. Алтухова, Н.В. Грызунова [и др.]. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 287 с.
14. Лопарева А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 273 с.
15. Липсиц И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник /

И.В. Липсиц, В.В. Коссов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 320 с.
16. Лукасевич И. Я. Инвестиции : учебник / И.Я. Лукасевич. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. - 413 с.
17. Механизмы государственно-частного партнерства. Теория и практика : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под общей редакцией Е. И. Марковской. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 491 с.
18. Программный продукт «Альт-Инвест-5». ООО «Альт-Инвест» - Москва, Санкт-Петербург.
19. Программный продукт «Альт-Финансы-3». ООО «Альт-Инвест»-Москва, Санкт-Петербург.
20. Смирнов С.Е. Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. - 296 с.
21. Федотова М.А. Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский ; под редакцией М. А. Федотовой. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 522 с.
22. Чараева М.В. Инвестиционное бизнес-планирование : учебное пособие / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. - 176 с.
23. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. - 2-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2019. - 374 с.
24. «Сегодня кофейня - это максимально понятный и доступный формат в отрасли» – Коммерсантъ. Режим доступа: https://www.kommersant.ru.
25. INFOLine: предварительные итоги 2022 года для рынка общепита. Режим доступа: https://infoline.spb.ru/news.
26. Официальный сайт Минфина России. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.minfin.ru.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/352669