

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://studservis.ru/biznes-plan/91538>

Тип работы: Бизнес план

Предмет: Бизнес-планирование

-

Разработка стратегии развития предприятия. Кофейня.

1.Характеристика предприятия

На сегодняшний день сеть кофеен «Шоколадница» – одна из крупнейших и самых динамично развивающихся компаний в сфере ресторанного бизнеса в Москве, регионах России и странах СНГ. В настоящее время в Москве и в Московской области уже работают около 240 кофеен, которые расположены как в историческом центре Москвы, так и спальных районах, а также в оживленных торговых и бизнес-центрах, аэропортах.

Ассортимент «Шоколадницы» весьма разнообразен и способен удовлетворить любой, даже самый изысканный вкус. Наряду с прекрасным кофе, сваренным из свежесжаренных зерен, элитными сортами чая, соками и коктейлями наша сеть славится своими тортами и изысканными десертами.

Все блюда эксклюзивны и готовятся по разработанным кондитерами «Шоколадницы» технологиям с использованием только натуральных продуктов.

С 2008 года сеть активно развивает программу франчайзинга. География франчайзинга «Шоколадницы» охватывает не только крупнейшие города России, но и страны СНГ (Азербайджан, Казахстан, Украина), также компания ведёт переговоры и поиск партнёров в странах дальнего зарубежья.

В специальных предложениях и обязательно предлагают отведать чашечку фирменного горячего шоколада. В доступном для обзора месте всегда расположена специальная витрина, с помощью которой можно выбрать понравившийся десерт. Есть у гостей возможность и лично пообщаться с баристом - специалистом по приготовлению кофе. Ассортимент любой из кофеен «Шоколадница» разнообразен и способен удовлетворить самый изысканный вкус. Наряду с прекрасным кофе, сваренным из свежесжаренных зерен, элитными сортами чая, соками и коктейлями, «Шоколадница» славится своими блинчиками и изысканными десертами.

С целью привлечения гостей в кофейню в часы, когда загрузка зала является минимальной, используют маркетинговый прием «счастливый час».

Проведем PEST – анализ, который демонстрирует влияние внешних факторов на деятельность компании.

Р - Политико-правовые факторы: К факторам политического воздействия, которые постоянно оказывают влияние на компанию, относится изменение законодательства в области налогообложения и лицензирования.

Е - Экономические факторы: Большое значение имеют покупательная способность населения и характер распределения доходов населения. Все эти факторы сильно влияют на предприятие в отрицательную сторону.

Колебания курса доллара и евро относительно рубля напрямую затрагивают интересы данного бизнеса. Постоянное повышение или понижение курса доллара по отношению к российскому рублю приводит к удорожанию или удешевлению стоимости ингредиентов, а значит, компания должна увеличивать или уменьшать цены на блюда меню, чтобы быть на приемлемом уровне рентабельности.

Развитию сети кофеен до недавнего времени благоприятствовали общие тренды. Рынок кофеен в 2013 г. расширялся намного быстрее, чем в 2009-м. Количество заведений впервые превысило отметку 10 тыс. Более половины из 70 ведущих игроков отмечают рост количества своих торговых точек, у 40% число заведений снизилось, для четырех брендов показатели остались на прежнем уровне. Имела место консолидация сетей, особенно в Испании и Великобритании.

Все больше компаний использовали социальные сетевые сервисы, мобильные приложения и программы лояльности. Применение этих новых инструментов коммуникации с гостями и укрепления лояльности клиентов, а также предложение им дополнительных бонусов и услуг – один из ключевых факторов успеха. В 2015 г. всех участников рынка затронула общая проблема – высокие и волатильные цены на кофе, какао и

молоко. В 2016 году в связи экономическими санкциями в отношении России ситуация по развитию кофеен изменилась в худшую сторону, темпы открытия новых кофеен снизились. В настоящее время конкурентная ситуация на данном рынке достаточно сложная. Лидер рынка – Costa Coffee, бренд, под которым работают 1550 точек в 14 европейских странах.

В третий раз лидеры рейтинга – три бренда, под каждым из которых работает более 1000 кофеен. Самые сильные показатели роста – у McCafé, сеть выросла на 282 заведения (+23%).

Рост количества заведений: на первом месте по абсолютным показателям McCafé (+282), за ним следуют Costa Coffee (+208), Starbucks (+105) и российский бренд «Шоколадница» (+61).

Далее проведем анализ внешних факторов, которые оказывают влияние на стратегии развития предприятий питания.

-

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/biznes-plan/91538>