## БИЗНЕС-ПЛАН ЛАУНДЖ-БАР

## 1. Краткий обзор

В лаундж-баре будут представлены кальяны, напитки, многочисленные кондитерские изделия, холодные и горячие закуски.

Формат заведения близок к концепции «французской» кофейни. Основная идея — организация уютного пространства для отдыха. Упор делается на качество обслуживания клиента.

Открытие собственного лаундж-бара может стать очень прибыльным вложением ресурсов, если вы грамотно предложить клиенту качественные продукты и высокий уровень сервиса.

Срок окупаемости составляет от **12** месяцев.

Первоначальные вложения будут в диапазоне от 1 000 000 до **2 000 000** руб.

Точка окупаемости достигается на **6** месяц работы заведения.

## 2. Описание бизнеса

В данном бизнес-плане мы рассматриваем открытие лаундж-бара с большим выбором кальнного меню. Кроме того, в заведении предполагается наличие полноценной кухни с холодным, горячим и кондитерским цехом. Меню регулярно будет пополняться сезонными предложениями.

Ассортимент напитков будет включать в себя не только классические позиции, такие как эспрессо, капучино, латте, ристретто, американо, но и разнообразные фирменные коктейли. Можно предложить посетителям выбирать размер чашки, а также экспериментировать с добавлением сиропов и топпингов. Для разработки меню найден опытный бариста, который поможет пополнить ассортимент эксклюзивными напитками.

Меню кухни разрабатывается поваром. Предпочтительно вводить европейскую кухню, включающую в себя широкую десертную карту. Как правило, к кофе предпочитают брать легкую еду, поэтому основная часть меню будет состоять из закусок и салатов.

Услуги заведения оказываются по двум направлениям:

* Обслуживание внутри заведения — основная услуга;
* Предоставление напитков и некоторых позиций из меню «на вынос» — дополнительная услуга.

Уникальным торговым предложением лаундж-бара будет наличие мобильного приложения, с помощью которого клиент может забронировать столик, сделать предварительный заказ и оставить отзыв. Также клиент может посмотреть, какой состав персонала работает в этот день. Таким образом и официанты, и повара имеют возможность нарабатывать собственную клиентскую базу. Это, в свою очередь, сказывается на возможности получать хорошее вознаграждение в виде чаевых.

Проект также является уникальным за счет интерьера. Основная идея создания лаундж-бара — это организация уютного пространства для отдыха. Оставляя всю лишнюю суету, клиент получает возможность насладиться ароматным кальяном и авторской кухней в приятной компании. Именно этому способствует неповторимый интерьер заведения. При выборе мебели учитывается удобство кресел, высоту столов, размер диванов. Эти мелочи действительно играют большую роль для посетителей, поэтому в вопросах интерьера будет привлечен дизайнер.

При выборе места следует опираться на близость расположения бизнес-центров, учебных заведений, торговых комплексов. Лаундж-бар должен располагаться таким образом, чтобы мимо проходил большой трафик целевой аудитории. Однако самое благоприятное — открывать кофейню в оживленном районе, но на тихой улочке. Это связано с тем, что чаще всего клиент приходит в кофейню не чтобы поесть, а чтобы провести время.

Предварительный режим работы лаундж-бара по будням с 16.00 до 02.00. В выходные дни с 14.00 до 06.00. Также будет проведен анализ посещаемости с последующей корректировкой режима работы.

## 3. Описание рынка сбыта

Если рассматривать открытие полноценного лаундж-бара с кальянами и широким выбором разнообразных блюд, то целевая аудитория заведения достаточно большая. В целом, это люди от 18 до 45 лет с достатком от 30 000 руб. и выше.

В выходные дни в лаундж-бар часто заходят семьи с детьми, так как их привлекает широкий выбор десертов.

А случайный прохожий, желающий выпить чашечку кофе или взять с собой, может заглянуть в любой момент.

Для того, чтобы охватить максимальное количество сегментов потребителей, необходимо поддерживать средний уровень цен, а также регулярно вводить специальные предложения.

У стационарной кофейни большая конкуренция на рынке. Конкурентами кофейни являются не только такие же заведения, которые наряду с блюдами европейской кухни предлагают широкий ассортимент кофейных напитков. Это и кафе, и рестораны, а во время проведения бизнес-ланчей даже столовые. Мини-кофейни, расположенные в торговых центрах не являются конкурентами, так как они ориентированы на другую аудиторию. Точки «кофе с собой» являются конкурентами только для отдельной услуги заведения — кофе на вынос. Однако это является дополнительной услугой кофейни, поэтому проводить специальные меры для снижения конкуренции по данному виду услуг нецелесообразно.

Для того чтобы выделиться среди огромного количества заведений, необходимо разработать уникальное торговое предложение, а также поддерживать неизменно высокий уровень качества блюд и сервиса.

## 4. Маркетинг

Маркетинг лаундж-бара включает в себя все мероприятия, которые направлены на привлечение клиентов. В него входит и создание концепции кофейни, и проработка интерьерных решений, и планирование рекламных мероприятий.

Маркетинг начинается с **создания бренда компании**. Это и фирменный стиль компании, и концепция внутренней коммуникации. Первый пункт включает в себя название лаундж-бара, логотип, внутренний дизайн, а также оформление визиток, вывески и меню. Иначе говоря, это создание общей концепции, в рамках которой проводятся все рекламные кампании лаундж-бара. Внутренняя коммуникация также состоит из определенных правил взаимодействия как между сотрудниками, так и с поставщиками ресурсов.

В такой высококонкурентной отрасли как общественное питание, значимую роль играют всевозможные **акции и специальные предложения**. Зачастую именно наличие скидок в определенные часы работы или бонусной программы привлекает потенциальных клиентов.

Конечно, в выборе того или иного вида рекламных предложений следует отталкиваться от предпочтений вашей целевой аудитории. Например, если концепция кофейни предполагает ориентацию на студентов, то заведомо успешными будут такие предложения, как «Закажи десерт и получи кофе в подарок», «Покажи студенческий и получи скидку 10%», «Копи бонусы и получи кофе бесплатно», и так далее.

Однако более взрослую и состоятельную аудиторию такими предложениями вряд ли удастся привлечь. В случае работы с этой категорией клиентов привлечение возможно за счет **внедрения дополнительных услуг**, например, возможность заранее забронировать столик по телефону или с помощью мобильного приложения.

Для офисных работников основным критерием выбора места для обеда является **наличие бизнес-ланчей**, а также специальных предложений на еду «на вынос».

Значительное увеличение траффика может дать грамотное **применение перекрестного маркетинга**. Например, если кофейня располагается близи фитнес-центра или салона красоты, то можно договориться о рекламе друг друга. Возможно также предоставление клиенту скидки за ссылку на рекомендации со стороны партнера.

Для того, чтобы отличаться от большинства конкурентов, можно проводить в вашем заведении **тематические вечера**: приглашать экспертов в области питания и обучать посетителей культуре потребления кофе.

## 5. План производства

Выбор формы организации лаундж-бара зависит от планируемого размера заведения, а также от количества реализуемой продукции. Так, если ввести в меню алкогольные напитки, то нужно регистрировать ООО. Это обусловлено тем, что лицензия на алкоголь выдается только юридическим лицам. При выборе системы налогообложения советуем выбрать УСН (15% доход — расход).

Разрешительные документы на ведение деятельности лаундж-бара можно получить уже после того как фирма зарегистрирована, а все этапы подготовки помещения к началу работы пройдены. Все инженерные системы должны быть введены в эксплуатацию, а также установлен кассовый аппарат. После этого производится оформление документов в следующем порядке:

1. Уведомление на размещение от СЭС. При этом Санэпидемнадзор осуществляет проверку соблюдения санитарных требований и проводит ряд экспертиз;

2. Заключение МЧС по пожарной безопасности. Для этого необходимо предоставить следующие документы:

* План эвакуации;
* Инженерный и технологический проект;
* Договор на противопожарную сигнализацию;
* Инструкции по пожарной безопасности;
* Приказы о назначении лиц, ответственных за пожарную безопасность;
* Огнетушители.

3. Заключение СЭС на разрешение ведения деятельности ресторана. Оно предоставляется при наличии всех условий, необходимых для работы:

* Наличие полностью оборудованного помещения;
* Медицинские книжки на каждого сотрудника;
* Договора с обслуживающими организациями. Это целый пакет документов для открытия кафе: на вывоз мусора и утилизацию ТБО, обслуживание систем кондиционирования, дезинсекцию помещений и т. д.

Полный цикл открытия лаундж-бара можно представить в виде совокупности шагов, осуществляемых в следующем порядке:

* Регистрация бизнеса. Выбор формы собственности и системы налогообложения;
* Подбор помещения и заключение договора аренды;
* Создание концепции кофейни, разработка дизайн-проекта;
* Ремонт и отделка помещения согласно нормам СЭС;
* Проведение сигнализации и системы видеонаблюдения;
* Инженерное проектирование заведения: проверка соответствия требованиям к системе вентиляции, водоснабжения, канализации, электроснабжения;
* Покупка производственного оборудования;
* Технологическое проектирование: расстановка и подключение оборудования;
* Закупка и поставка мебели, посуды, предметов интерьера;
* Получение разрешительных документов;
* Подбор персонала: управляющий, менеджер, официант, шеф-повар, повар, бухгалтер, уборщица;
* Разработка меню и карты бара, составление технико-технологических карт;
* Закупка необходимого количества ингредиентов на кухню и в бар;
* Установка программного обеспечения, кассового аппарата, внедрение системы учета покупок;
* Проведение рекламной кампании открытия;
* Начало работы заведения.

Очень ответственно необходимо подойти к выбору месторасположения кофейни. Следует оценить проходимость помещения, а также определить, насколько клиентам удобно добираться до заведения. Площадь помещения рассчитывается исходя из количества посадочных мест. Для кофейни на 20-40 человек достаточно аренды 120 - 150 кв.м.

На этапе создания дизайн-проекта лаундж-бара к дизайнерам, которые могут сделать качественные инженерный и технологический проекты. Это необходимо, в первую очередь, для того, чтобы все проведенные коммуникации могли выдержать мощность ресторанного оборудования и обеспечить бесперебойное функционирование бара. Также профессиональный проект — это гарантия того, что ремонт будет произведен с учетом всех требований регулирующих органов и в будущем вам не придется ничего переделывать.

## 6. Организационная структура

Для полноценной работы бара вам потребуется набрать штат сотрудников на следующие вакансии:

* Управляющий. Он организует работу торгового зала, контролирует выполнение обязанностей официантов и бариста. Следит за слаженной работой кухни и зала, своевременной отдачей блюд. Совместно с поваром занимается организацией мероприятий. Принимает на работу и занимается обучение официантов и бариста. График работы: ежедневно с 16.00 до 02.00.
* Повар. Основная обязанность — это контроль за приготовлением и своевременной отдачей всех блюд. Повар составляет меню и следит за бесперебойной работой кухни. График работы: ежедневно с 15.00 до 01.00.
* Повар. В штате два повара, однако в одну смену на кухне находится один повар. Он полностью готовит и отдает блюда с кухни. График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня.
* Бариста. Готовит все виды напитков: кофе, чаи, коктейли. Хорошо разбирается в сортах кофе, знает множество способов приготовления. Имеет приятную внешность, приветлив, общителен. Находится в прямом подчинении у управляющего. График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня с 16.00 до 02.00.
* Официант. В обязанности официанта входит сервировка стола, обслуживание и расчет клиента. Официант должен знать про каждое блюдо из меню: составные ингредиенты, вкус, время приготовления, способ подачи. Официанты кофейни внешне привлекательны, имеют хорошую память и вежливо обслуживают каждого клиента. График работы: 2 рабочих дня через 2 выходных дня с 15.30 до 02.00.
* Уборщица. Основная обязанность — поддержание чистоты в зале, служебных помещениях, на кухне, при входе в кофейню. График работы: ежедневно.
* Бухгалтер. Ведет документооборот, сдает отчеты в контролирующие органы, снимает кассовые остатки, выдает заработную плату и т.д. График работы: с 10.00 до 18.00 ежедневно.

Заработная плата сотрудников имеет форму оклада. Дополнительной мотивацией в работе обслуживающего персонала является получение чаевых. Чаевые делятся между участниками смены в конце каждого рабочего дня.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Персонал** | **Кол-во** | **Зарплата на 1 сотрудника(руб.)** | **Зарплата Итого(руб.)** |
| Управляющий | 1 | 30 000 | 30 000 |
| Повар | 2 | 20 000 | 40 000 |
| Бариста | 2 | 20 000 | 20 000 |
| Официант | 2 | 15 000 | 30 000 |
| Уборщица | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Бухгалтер | 1 | 25 000 | 25 000 |
| **Общий фонд ЗП** | | | **155 000** |

Полный расчет ФОТ со страховыми взносами представлен в финансовой модели.

## 7. Финансовый план

Самые крупные затраты при открытии кофейни приходятся на покупку кухонного и кофейного оборудования, а также на ремонт и отделку помещения.

Оборудование обойдется минимум в 1 000 000 рублей. Эта сумма может меняться в зависимости от вида кухни, кальянного оборудования и количества предоставляемых блюд, а также от поставщиков.

На ремонт и отделку помещения придется выделить около 500 000 – 700 000 рублей. Для того, чтобы сэкономить на строительных материалах, а также сократить дополнительные издержки на устранение некачественных работ, будет заказан дизайн—проект.

**Сумма первоначальных инвестиций** составляет **от 2000000 - 3000000 руб.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Инвестиции ИТОГО (руб.)** | **1 800 000** |
| Оборудование | От 1 000 000 |
| Текущие расходы | От 500 000 |
| Прочие инвестиции | 300 000 |

Эффективность инвестиций

Доход лаундж-бара рассчитывается исходя из средних показателей посещаемости заведения и средней стоимости одного чека. На эти показатели влияет как фактор сезонности, так и общая ситуация на рынке.

Текущие расходы компании складываются из продуктов, аренды, заработной платы, затрат на маркетинг и связь, а также налоговых отчислений и амортизации. Самый большой удельный вес в расходах приходится на производственную себестоимость продукции.

Срок выхода на точку безубыточности составляет **6 месяцев.**

Однако первоначальные инвестиции окупаются минимум через **12 месяцев.**

## 

## 8. Факторы риска

Различают внешние и внутренние факторы риска. Первые связаны с состоянием рыночной среды, общим уровнем цен, наличием тех или иных тенденций в потреблении. Внутренние риски связаны с организацией работы внутри компании.

К внешним риска относят:

* Риск повышения цен на импортное сырье. Качество импортного кофе не сравнимо с отечественными аналогами, поэтому повышение курса доллара может серьезно сказаться на уменьшении прибыли компании;
* Риск снижения покупательной способности населения. В этом случае вам придется либо снижать цены, либо переходить на аудиторию с более высокими доходами;
* Риск повышения конкуренции. Снизить риск позволяет наличие уникального торгового предложения, а также прочих конкурентных преимуществ;
* Риск изменения тенденций и отказ от употребления кальянных коктейлей. Этот риск минимален. Однако, даже в этом случае вы всегда можно сосредоточить внимание на приготовлении блюд и напитков.

К внутренним рискам относят:

* Риск быстрого износа оборудования. Этот риск достаточно высок, а простои производства недопустимы, поэтому для снижения риска вам необходимо знать инженера, к которому можно обратиться в случае неожиданной поломки;
* Риск воровства со стороны сотрудников. Этот риск снижается за счет введения системы видеонаблюдения;
* Риск некачественного обслуживания клиентов. Снижается за счет продуманной системы наказания и введения штрафов;
* Риск ввести в меню блюда, которые не пользуются популярностью. Для того чтобы нивелировать риск, нужно включить в обязанность шеф-повара регулярный мониторинг спроса на те или иные блюда.

Риски в бизнесе общественного питания различаются по вероятности возникновения, а также по возможным способам устранения последствий. Однако важно учесть как можно большее количество рисков, чтобы разработать план действий по проведению превентивных мероприятий.

**Финансовая модель**

На открытие лаундж-бара потребуется инвестировать от 2 000 000 до 3 000 000 рублей:

Диапазон по аренде помещения (от 120-150 кв. м.) – 150.000 – 250.000р.

Ремонт, услуги дизайнер – от 500 000 до 700 000р.

Мебель и медиа-аппаратура – от 200 000 до 300 000р.

Кухонные принадлежности – от 50 000 до 100 000р.

Кальнные принадлежности – от 100 000 до 150 000р.

Рекламный бюджет – 50 000 р.

Регистрация бизнеса и прочие расходы – 50 000 р.

Основная посещаемость заведения будет приходиться на пятницу, субботу и воскресенье. Пиковые часы: с 18 до 24 ч. Средний чек с человека будет составлять от 1000 руб. Среднее количество посетителей после раскрутки бизнеса (3 мес.) – 30 чеков в день или 900 чеков в месяц. Потенциальная выручка заведения составит от 900 000 р. в месяц.

На обустройство помещения планируется потратить от 500 000 р. Будут приобретены удобные мягкие диваны с подлокотниками, кресла, низкие столы. Обязательно будет сделано профессиональное освещение для создания должной атмосферы.

В качестве персонала будут трудоустроены повар (2 чел), бармен-бариста (2 чел.), кальянщики (2 чел.), официанты (2 чел.), управляющий (1чел), уборщица (1 чел.). Всего на заработную плату планируется расходовать 20% от выручки заведения.

Постоянные ежемесячные расходы заведения:

· Аренда помещения – 150.000 – 250.000р.

· Коммунальные платежи – от 30 000 р.

· Продукты питания (чай, кофе, печенье) – от 50 000 р.

· Хозяйственные расходы – от 10 000 р.

· Реклама – от 20 000 р.

Итого – от 260 000 – 360 000р.

Структура постоянных расходов:

Переменные расходы:

· Заработная плата и страховые отчисления – от 150 000 р. (20% от выручки)

· Табак и кальянные принадлежности – от 50 000 р. (10% от выручки)

· УСН – от 30000 р. (6% от выручки )

Итого – от 230 000 р.

Общие ежемесячные расходы составят в среднем от 490 000 – 600 000 р.

Сколько зарабатывает лаундж-бар.

Чистая прибыль бара по расчетам бизнес плана составляет от 300 000 р. в месяц. Рентабельность заведения составляет: 71,6%. При таких показателях, с учетом периода на раскрутку бизнеса (4- 6 мес.) окупаемость вложений в бизнес наступит через 8 – 10 месяцев работы заведения.