



Бизнес-план по дисциплине  
Бизнес-план по дисциплине  
«Стратегический менеджмент»  
«Стратегический  
менеджмент»  
Выполнили студенты группы ЭКП-1-14  
Афонин Никита  
Садыкова Алина  
ЭКП-1-14  
Яшина Анжелика  
Афонин Никита  
Садыкова Алина  
Яшина Анжелика

**Гонконгские вафли –  
лакомство для всех!**

***Give me Waffle – гонконгские вафли,  
приготовленные из натуральных продуктов  
прямо на глазах у посетителей.***

***Вафля состоит из 30 шариков, в каждый  
из которых добавляется начинка. Сверху  
вафля поливается различными сиропами  
и топпингами, добавляются свежие  
фрукты, взбитые сливки или мороженое –  
в итоге получается десерт, от которого  
невозможно оторваться!***





*Место реализации  
проекта:  
ТРК Тандем,  
Пр-кт Ибрагимова 56*

*Целевая  
аудитория:  
Молодежь от 12 до  
25,  
студенты,  
школьники,  
молодые пары с  
детьми от 3 до 15,  
семейные пары*

*Площадь  
помещения:  
от 6-30 кв.м.,  
в зависимости  
от  
формата точки*



# формат точек



## Take-away

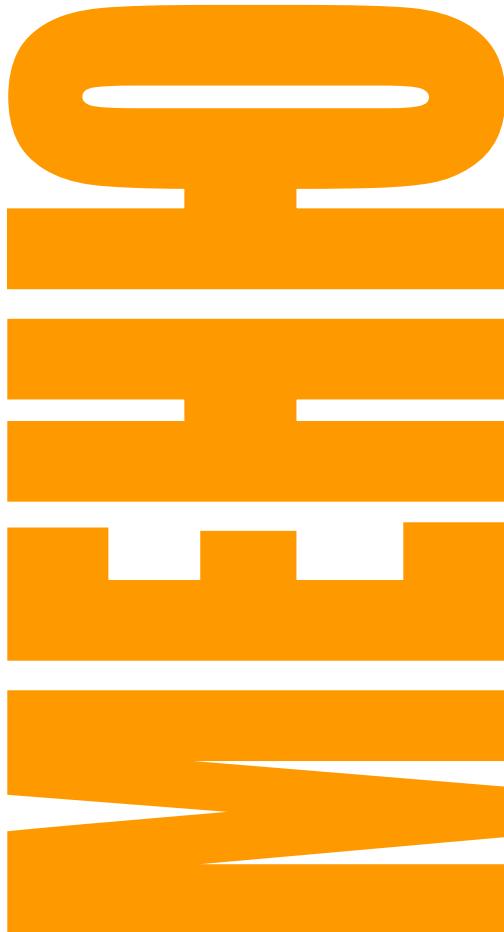
Рассчитан на максимально быстрое обслуживание гостя по принципу «с собой».  
Реализуется в виде острова в торговом центре.  
Площадь: 6-15 кв.м.



## Фудкорт

Располагается в зоне питания  
торгового центра или иного  
общественного заведения  
Площадь: 10-30 кв.м.





1. ВЫБЕРИ ВАФЛЮ

Ванильная Шоколадная Классическая

2. ВЫБЕРИ НАЧИНКУ

M&M's Snickers Kinder Bounty Сыр Сыр  
Молочный шоколад Ветчина Бекон Крабовое мясо  
Копченая грудка

3. ВЫБЕРИ НАПОЛНЕНИЕ

Мороженое Сливки + Киви Сливки + Банан Томаты, огурец, корейская морковка, маринованный огурчик  
Сливки + Апельсин

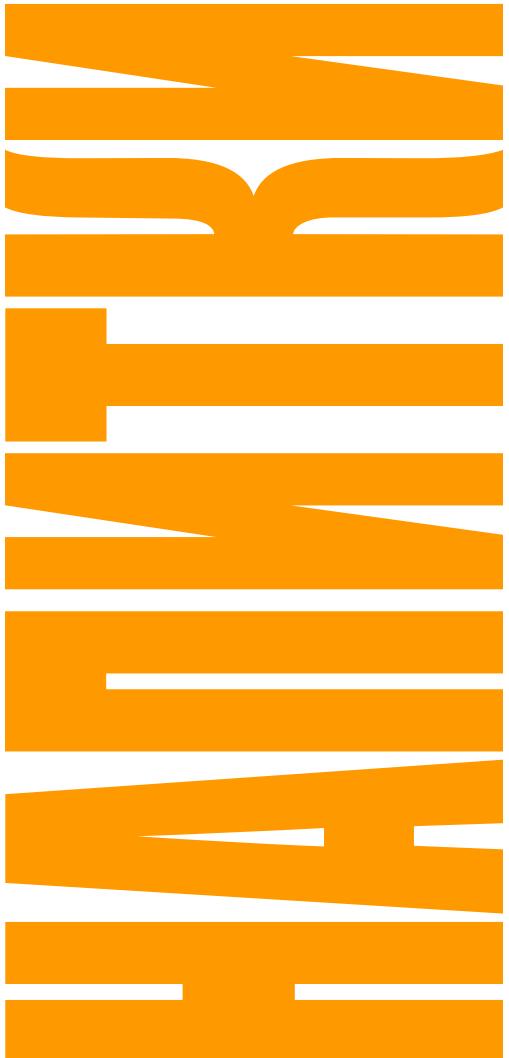
4. ВЫБЕРИ ТОППИНГ И ДОБАВКУ

Шоколад Вишня Клубника Карамель Третий шоколад

Кокосовая стружка Соусы

ТОППИНГ ДОБАВКИ, СОУСЫ

- Сырный  
- Чесночный  
- Барбекю  
- Тысяча Островов



**ГОРЯЧИЕ НАПИТКИ**

Напиток	330 мл	450 мл	500 мл
Американо	69 ₽	89 ₽	109 ₽
Капучино	79 ₽	99 ₽	119 ₽
Латте	79 ₽	99 ₽	119 ₽
Гляссе	79 ₽	99 ₽	119 ₽
Холодный кофе	99 ₽	—	—
Каcко	99 ₽	—	—
Чай (чёрный, зелёный, фруктовый)	109 ₽	—	39 ₽

**МОЛОЧНЫЕ КОКТЕЙЛИ**

Напиток	330 мл	500 мл
Шоколадный	119 ₽	119 ₽
Карамельный	119 ₽	119 ₽
Клубничный	119 ₽	119 ₽
Молоко	39 ₽	49 ₽

**ГОРЯЧИЕ КОКТЕЙЛИ**

Напиток	330 мл	500 мл
Глинтвейн	99 ₽	99 ₽
Гранатовый грог	99 ₽	99 ₽
Имбирный сбитьё	99 ₽	99 ₽
Фруктовый тодди	99 ₽	99 ₽

**ЛИМОНАДЫ**

Напиток	330 мл	500 мл
Мохито	89 ₽	89 ₽
Тропический	89 ₽	89 ₽
Клубничный	89 ₽	89 ₽

# SWOT-анализ

	<b>Возможности</b> 1.Снижение себестоимости 2.Внедрение системы лояльности 3.Увеличение ассортимента 4.Выход за пределы ТЦ 5. Захват новых потребителей	<b>Угрозы</b> 1.Неизвеста реакция потребителей 2.Низкие барьеры входа 3.Выпуск продукции крупными игроками рынка 4.Ужесточение законодательства 5.Увеличение стоимости аренды или продуктов
<b>Сильные стороны</b> 1.Совершенно новый продукт на рынке 2.Мобильность и компактность 3.Небольшое количество персонала 4.Вкусный и качественный продукт 5.Большой ассортимент	<b>Сильные стороны и возможности</b> Возможность снизить издержки за счет аренды благодаря мобильности и компактности. Захват новых потребителей за счет сезонных предложений	<b>Сильные стороны и угрозы</b> Так как это новый продукт нужно познакомить покупателей с ним путем хороших скидок и дегустации. Возможность обыграть крупных игроков за счет мобильности
<b>Слабые стороны</b> 1.Молодые, неопытные руководители 2.Сезонность бизнеса 3.Высокая конкуренция на самом рынке 4.Узкая специализация 5.Малоизвестный бренд и продукт	<b>Слабые стороны и возможности</b> Возмещение узкой специализации большим ассортиментом. Возможность входа за пределы ТЦ и создание программы лояльности сделает бренд и продукт более узнаваемым	<b>Слабые стороны и угрозы</b> Рост руководителей как бизнесменов, поиск новых идей, полезных знакомств. Обходить конкурентов за счет более качественного продукта

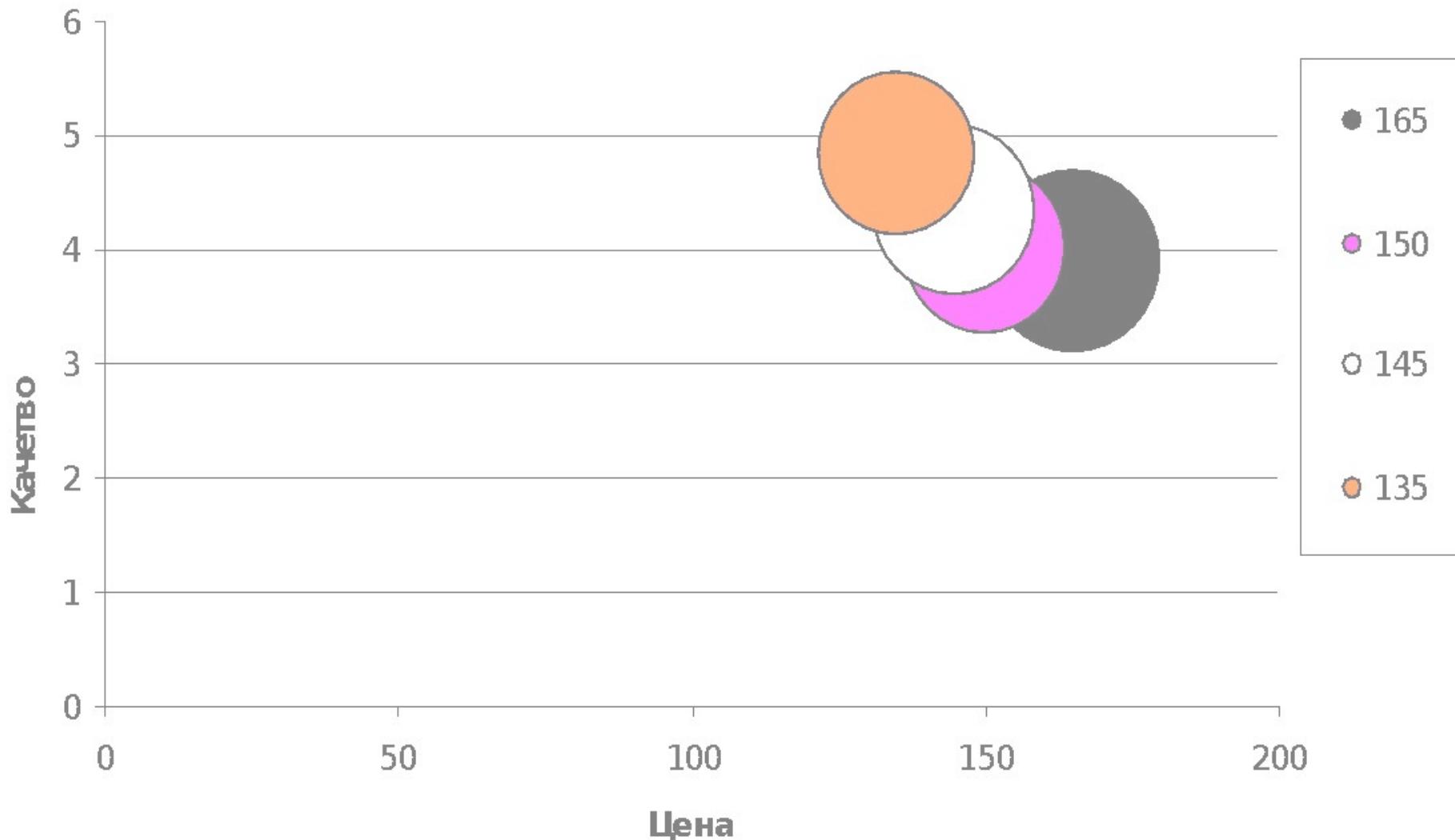
# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Показател и	Waffle love	Bubble Waffle	Lovely ВАФЛИ	Give me Waffle
Цена	150 (4)	165 (3)	145 (4)	135 (5)
Ассорти- мент	(5)	(3)	(4)	(5)
Местопол о- жение	ТЦ Респуб- лика (3)	Park House (5)	Сувар Плаза (4)	ТРК Тандем (5)
Удобство покупки	(3)	(5)	(5)	(5)

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Реклама	Инстаграм (4)	Инстаграм (4)	Инстаграм, Участие в фестиваля х (5)	Инстаграм (4)
Оформле- ние	(5)	(3)	(4)	(5)
Оценка	(4)	(3,88)	(4,33)	(4,83)

# Позиционная карта



# Анализ отрасли 5 сил Портера

## 1. Угроза входа новых игроков.

Угроза входа новых игроков существует, так как барьеры входа низкие, низкие, в том числе, первоначальные затраты.

## 2. Рыночная власть покупателей.

Качество- одна из самых важных составляющих нашего бизнеса, потому что качество – это важная часть удовлетворения потребностей клиента, а это самое главное.

Пока игроков на рынке мало – важно зарекомендовать свой продукт, как качественный, что поможет расти компании.

Так же одно из важнейших условий, цена – важно держать цены на одном уровне, потому что покупатель, в случае завышенной цены, может отказаться от продукта.

## 3. Рыночная власть поставщиков.

Поставщики в данной отрасли не играют ведущую роль, потому что не предоставляют каких-либо инновационных услуг и все находятся в черте города. Мы, как потребители, можем переходить от одного поставщика к другому, с целью снижения издержек, не неся при этом каких-либо дополнительных рисков.

## Анализ отрасли 5 сил Портера

### 4. Появление товаров-заменителей.

Товары-заменители (или товары-субституты) ограничивают потенциал компании с точки зрения роста цен. Они оказывают влияние на установление верхней границы рыночных цен, что в условиях роста издержек производства может снизить рентабельность. Единственный выход из этой ситуации – это повышение качества продукции и дифференцирование своего товара от товаров-заменителей, иначе будет иметь место невысокая прибыль и ограниченный рост компании. Так в качестве товаров-заменителей могут выступать: различное печенье, пончики, вафли.

### 5. Внутриотраслевая конкуренция

Не смотря на то, что продукт на рынке новый, конкуренция в отрасли очень велика, так как может существовать неопределенное количество конкурентов именно в отрасли, особенно при формате точки в ТЦ.



## Социальные сети Инстаграм

Фотографии с нашими вафлями будут пользоваться большой популярностью в соц.сетях, что на данный момент является одним из самых мощных каналов для привлечения клиентов. Также очень хорошо работает «сарафанное радио»- довольные покупатели обязательно расскажут своим знакомым о вафлях, купленных у нас

## Маркетинг

Постоянное проведение маркетинговых мероприятий, различные скидки и акции также приведут к увеличению клиентопотока, посещающего наш ТЦ.

## Формирование стратегии развития торговой точки

Разработанный нами бизнес-план основан на выборе стратегии дифференциации, т.е. направлен на создание отличительных черт продукции, деятельности предприятия, по сравнению с конкурентами. Стратегия дифференциации состоит в предложении потребителю товара с уникальными потребительскими свойствами и поддержание этой уникальности в течении длительного времени. В данном случае уникальностью нашей деятельности является приготовление трех типов вафель с различными вкусовыми начинками и различными добавками. Конкурентное преимущество появится, когда новые свойства товара привлекут достаточное количество покупателей.

# Анализ проектных рисков

<b>Фактор риска</b>	<b>Чем грозит</b>	<b>Возможности преодоления</b>
<b>Повышение стоимости сырья</b>	Снижение уровня доходности ресторана или увеличение стоимости блюд для посетителей, что снижает объем продаж	Переход от одного поставщика к другому с целью уменьшения издержек
<b>Открытие в городе прямых конкурентов</b>	Уменьшение потенциальной доли емкости рынка и снижение доходности	Анализ и постоянный мониторинг конкурентной среды. Создание моды на бренд, проведение регулярных PR акций
<b>Низкий уровень профессионализма обслуживающего персонала и работников кухни</b>	Неудовлетворенность посетителей, низкий объем продаж, снижение репутации	Внедрение системы сервис-менеджмента и создание внутренней системы мотивации и штрафов для персонала

## Финансовый план. Исходные данные

Площадь, м2	10
Стоимость м2 в ТРК Тандем	4000
Количество продавцов (мин.количество продавцов – 1 бариста,1 повар в одной смене, график 2/2)	4
Заработкая плата	18000
Средний чек (покупка 1 вафли и 1 напитка)	200
Продаж в день	70

## Финансовый план. Первоначальные расходы на открытие точки

Регистрация юр. лица – 5000 руб

Аренда помещения – 40000 руб

Изготовление островка:

Изготовление мебели -72500 руб (изготовление ТТ, шкафа, столешницы)

Брендирование – 25500 руб (печать, оклейка островка)

Кухня:

Продукты для старта – 40000 руб (продукты из магазина МЭТРО)

Закупка оборудования – 75000 руб (Бытовая техника, посуда для кухни и бара)

Непредвиденные расходы – 17000 руб

Итого: 275000 руб.



## Финансовый план. Ежемесячные доходы и расходы

### Ежемесячные доходы:

Ежедневные продажи – 420000 руб.

### Ежемесячные расходы:

Аренда помещения – 40000 руб

Коммунальные расходы – 5000 руб

Телефон, интернет – 1000 руб

Реклама в соц.сетях – 5000 руб

Хоз. расходы – 10000 руб (салфетки, трубочки, ложки, мыло и т.п.)

Заработка плата – 72000 руб

Отчисления в фонд (ПФ РФ) – 18720 руб

Кухня: закупка продуктов и бара – 147000 руб.

Аренда кофемашины – 5000 руб.

Покупка стаканчиков с собственным логотипом – 25200 руб.

Итого – 328930 руб.

## Финансовый план

**Сумма инвестиций на открытие бизнеса - 275000 руб.**

**Ежемесячная прибыль – 91080 руб.**

**Ежемесячные расходы – 328920 руб.**

**Ежемесячные доходы – 420000 руб.**

**Срок окупаемости – 4 месяца**



Спасибо за  
внимание!