

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

БИЗНЕС-ПРОЕКТ ОТКРЫТИЯ МОБИЛЬНОГО КАФЕ

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 43.03.01 Сервис
очной формы обучения группы 09001533
Онипченко Ильи Геннадьевича

Научный руководитель
к.э.н., доц. Вишневская Е.В.

Аннотация

Проект представляет разработку и экономическое обоснование открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака.

Предполагается приобретение и оборудование под закусочную автофургона. Фудтрак «Pizza Truck» будет специализироваться на продаже пиццы и напитков различного рода. Ценовой сегмент – «средний». Целевая аудитория проекта – студенты, а также мужчины и женщины в возрасте от 15 до 50 лет с средним доходом; ведущие активный образ жизни, проводящие много времени вне дома и туристы.

Размер инвестиционных расходов составит 2 433,04 тыс. руб.

Целесообразность открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака подтверждают показатели, характеризующие экономическую эффективность:

- чистая современная стоимость – 2 812,66 руб.;
- срок окупаемости – 1 год 11 месяцев;
- индекс рентабельности – 1,15;
- внутренняя норма доходности – 163,75%;
- коэффициент эффективности инвестиций – 1,36;
- рентабельность инвестиций – 58%.

Содержание

Введение.....	4
1. Описание бизнеса.....	7
2. Анализ отрасли и локального рынка.....	10
3. Организация производства и управления предприятием.....	27
4. Маркетинговый план.....	44
5. Финансовый план.....	55
Заключение.....	64
Список использованных источников.....	67
Приложения.....	74

Введение

Система общественного питания относится к наиболее привлекательной отрасли для предпринимательской деятельности из-за быстрой оборачиваемости капитала, относительно высокой рентабельности и специфики потребности, которую оно удовлетворяет, что обуславливает усиление конкуренции между предприятиями общественного питания.

Рынок услуг общественного питания обладает высокой адаптационной способностью. Так, под влиянием финансово-экономических кризисов 1998 г. и 2008 г. появились новые форматы заведений, выросло качество предоставляемых услуг. Динамичное развитие рынка способствует реализации новых технологий в организацию снабжения предприятий общественного питания полуфабрикатами, сырьем, материалами и введению инноваций.

Для обеспечения устойчивого развития отрасли возникает необходимость в совершенствовании деятельности предприятий питания, внедрении новых форматов предприятий, системном изучении спроса на продукцию и услуги общественного питания.

Интерес к мобильным кафе возрастает в Российской Федерации. Фудтрак и стрит-фуд отражают самую яркую тенденцию российского рынка общественного питания, а также подтверждают прогнозы аналитиков о росте сегмента фаст-фуда в сложившихся рыночных условиях.

Быстрое развитие стрит-фуда, подкрепленное обилием тематических фестивалей, работа над законодательством в области мобильных точек питания, растущий спрос на стрит-фуд и высокий интерес конечных потребителей способствуют развитию фудтраков как перспективного направления развития для ресторанного бизнеса. Об этом свидетельствует и растущее количество фудтраков и различных концепций в формате фудтрака, представленных на различных фестивалях, в парках и на улицах городов.

По данным аналитиков доля посетителей фастфуд-заведений в России за последние три года увеличилась на 4,5-5%, доходы фастфуда составляют

порядка 70–75% от всего рынка общепита. Более того, современный стрит-фуд – не просто система быстрого общественного питания. Это культурное явление. Ведь в каждом регионе уличная еда особенная. Она отражает историю страны, социальную и экономическую обстановку в ней.

Развитие торговли уличной едой в последние годы набирает значительные обороты. После определённого упадка спроса на стрит-фуд в связи с борьбой государства с ларечной торговлей в 2014-2016 годах наступил период относительной стабильности и этот вид бизнеса начал стремительно развиваться. Кроме всего вышеперечисленного, мода на фудтрак набирает обороты в мировом масштабе.

В то же время следует признать, что существенной проблемой, ограничивающей развитие новых форматов предприятий в индустрии общественного питания, является недостаточное научно-методическое обеспечение исследования новых форматов предприятий общественного питания, особенностей их функционирования, спроса на продукцию и услуги общественного питания. Недостаточная проработка указанной проблемы обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка проекта открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака.

Достижение поставленной цели обеспечивалось реализацией следующих задач:

- обосновать актуальность выбранной темы, значение предприятия питания и отрасли в целом;
- провести анализ рынка общественного питания РФ и Белгородской области;
- разработать бизнес-план открытия фудтрака;
- рассчитать экономические показатели хозяйственной деятельности фудтрака;
- провести расчет экономической эффективности открытия фудтрака;

Объектом исследования выступает мобильный торговый объект в формате фудтрака.

Предметом исследования являются организационно-экономические условия деятельности фудтрака как предприятия общественного питания.

Теоретической основой выпускной квалификационной работы и поставленных в ней проблем явились труды российских и зарубежных ученых в области теории и практики функционирования предприятий общественного питания. Большое внимание вопросам развития общественного питания уделяли отечественные и зарубежные специалисты, среди которых следует отметить: Д. Болдуина, А.Д. Ефимова, В.В. Жданова, И.Е. Жидкова, Г.Г. Завилейского, В.В. Ляхову, А.М. Менделевича, В.И. Пивоварова, В.И. Пшеничного, В.А. Ткаченко, А.И. Фомина. Вопросы обеспечения конкурентоспособности нашли отражение в работах: И.В. Вернадского, Д. Гильдера, В.И. Данилова-Данильяна, У. Изарла, Дж.М. Кейнса, В.А. Коптюга, А. Пигу, И. Пригожина, Г.С. Розенберга, Н.С. Розова, И. Стенгерса и других.

Информационную базу работы составили данные Федеральной службы государственной статистики, Министерства экономического развития РФ, исследования отраслевой статистики, информации периодических изданий, ресурсов глобальной информационной сети Интернет, материалов обследований независимых аналитических организаций и собственных прикладных исследований.

В качестве методики исследования применялся теоретический и сравнительный анализ. Для оценки влияния внутренних и внешних факторов, оценки рисков и конкурентоспособности продукции предприятия общественного питания был использован PEST-анализ и SWOT-анализ. Анализ конкурентной среды проводился на основе результатов экспертной оценки.

Работа состоит из введения, 5 разделов, заключения, списка используемых источников и приложений. В работе 60 страниц основного текста, 39 таблиц, 11 рисунков. Список использованных источников включает 68 наименований.

1. Описание бизнеса

В рамках данной выпускной работы разработан бизнес-план открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака. Предполагается приобретение и оборудование под закусочную автофургона. Место расположения проекта – город Белгород.

Факторами успеха проекта являются: рост сегмента стрит-фуда; круглогодичный спрос; высокая емкость рынка за счет особенностей района города: большое количество студентов, туристический поток, место проведения фестивалей; гибкость формата: возможна быстрая смена дислокации в течение дня с целью наибольшего охвата целевой аудитории.

Передвижной стрит-фуд на колесах востребован среди офисных работников, студентов, туристов или просто занятых людей, которые желают попробовать что-то вкусное и сытное, но не имеют времени на посиделки в кафе.

Фудтрак – это точка быстрого питания на основе грузового авто, которое переоборудовано в небольшую кухню с ресторанным оборудованием. Отличительная черта подобного бизнеса – приготовление блюд из полуфабрикатов, что позволяет в разы уменьшить время приготовления, обеспечивая оперативную подачу [57]. К тому же для реализации бизнес-плана фудтрака не требуется значительного стартового капитала.

Основной критерий размещения фудтрака – высокий уровень проходимости. Чем более оживленный поток людей проходит мимо точки, тем большую прибыль можно заработать.

Основные преимущества данного бизнеса заключаются в следующем.

1. Мобильность. Предприниматель без проблем может «перевезти» свой бизнес в любую точку города, если прежнее местоположение оказалось не прибыльным [50].

2. Экономия на строительстве и аренде. Не требует инвестиций в поиск помещения, его дизайн-проект, ремонт и перепланировку.

3. Быстрая окупаемость. При обслуживании 100 человек в день фудтрак окупится в среднем через 4-6 месяцев.

4. Быстрый выход на рынок. Если у вас уже есть фудтрак, всё необходимое оборудование и проект, то двух месяцев будет достаточно, чтобы разработать его дизайн, меню, оформить фургон, установить оборудование и определиться с местом [39].

Предприятие будет называться ИП Онопченко И. Г.

Организационно-правовая форма будет ИП (индивидуальное предпринимательство).

Код по ОКВЭД будет 56 (деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков).

Контактные данные: тел.: +7 (961) 322-32-34,

e-mail: slivki@yandex.com, Онопченко Илья Геннадиевич.

Проект предполагает приобретение и оборудование специализированного автофургона (фудтрака), определение наиболее выгодной точки расположения. Основа меню «Pizza Truck» - пицца. Ценовой сегмент – «средний».

Фудтрак приобретается новым, на базе фургона; его оборудование, разработка технологической карты и меню на основании пожеланий владельца проекта, осуществляется специализированной компанией.

Предполагается дислокация в двух основных точках и одной дополнительной по сезону; время присутствия указано справочно и может изменяться в соответствии с конъюнктурой спроса:

- район набережной р. Везелка (10.00 – 15.00);
- около фонтана НИУ «БелГУ» (15.00-22.00);
- площадка около спорткомплекса им. С.Хоркиной (во время проведения праздников и фестивалей) с 10.00 до 22.00.

Режим работы фудтрака «Pizza Truck» ориентировочно с 10.00 до 22.00, данный временной интервал принят на рассмотрение Правительством РФ в постановлении «Об утверждении правил организации развозной торговли» [4].

Так как итальянская кухня пользуется стабильно высоким спросом, и многие блюда итальянской кухни возможно готовить из полуфабрикатов, то основное меню фудтрака будет включать несколько видов пиццы. Пиццу будут готовить на кухне ресторана, с которым будет заключен договор. Замороженные полуфабрикаты будут каждый день в начале смены отгружаться в ресторане и в дальнейшем храниться непосредственно в фудтраке.

Основной ассортимент фудтрака «Pizza Truck» будет состоять из нескольких видов пиццы, которую можно будет приобрести порционно, маффинов с различной начинкой, горячих и газированных напитков.

Для фудтрака оптимальная форма собственности индивидуальное предпринимательство (ИП), что облегчает процесс регистрации и минимальный набор документов. Будет выбрана упрощенная система налогообложения (УСН) – один из наиболее экономически целесообразных налоговых режимов, позволяющих минимизировать налоговые платежи и сократить объем представляемой отчетности.

Особенностью УСН является замена основных налогов общей системы налогообложения, одним – единым. Применять УСН в 2019 году могут ИП, отвечающие определенным условиям, в частности: лимит дохода по итогам отчетного или налогового периода не превышает 150,0 млн. руб.; количество сотрудников менее 100 человек; стоимость основных средств менее 150 млн. руб.; доля участия других организаций не более 25%.

УСН имеет два объекта налогообложения: доходы (ставка 6%) и доходы, уменьшенные на величину расходов (ставка 15%). При переходе на УСН организации и ИП обязаны самостоятельно выбрать объект налогообложения (доходы или доходы минус расходы).

2. Анализ отрасли и локального рынка

Фудтрак – это кафе-фургон с мобильной кухней для торговли едой и напитками быстрого приготовления.

Появились впервые фудтраки в США, и на сегодняшний день это уже целая индустрия. В России популярность они набрали в последние пять лет, в первую очередь, благодаря фестивалям еды, которые регулярно стали проходить в крупных городах. В США фудтраки раскрутились таким же образом. Однако, если за границей это в полном понимании мобильный бизнес, т.е. можно, получив специальное разрешение, торговать едой на улице, возле метро, в парках и других общественных местах, то в РФ «кафе на колёсах» работают чаще только как кейтеринг. Места массового скопления людей пока закрыты для фудтраков, в связи с отсутствием закона о мобильной торговле, что, безусловно, мешает развитию этого бизнеса. И, несмотря на это, количество кафе-фуговнов в России с каждым годом только увеличивается [9, с. 14].

Существует несколько актуальных вариантов организации фудтрака как бизнеса.

1. Закусочная – в меню предложено около 20 видов бургеров, картошка фри и прохладительные безалкогольные напитки. Для роста дохода потребуются авторские рецепты и оригинальный подход [17, с. 54].

2. Кофейня – ориентирована на продажу качественного натурального кофе (15-20 видов). Также в меню присутствуют коктейли, смузи, лимонад, выпечка [33, с. 28].

3. Пиццерия – в меню предложено около 10 видов наполнителей для пиццы, а также прохладительные напитки, мороженое, легкие салаты.

4. Азиатская кухня – в продаже имеется овощная лапша, роллы, суши, салаты и традиционные для данного региона закуски [30].

5. Гриль-меню – клиентам предлагаются мясные и рыбные блюда, приготовленные на качественном оборудовании (гриль, жарочная поверхность).

Это стейки, ребра, медальоны и др.

Некоторые точки быстрого питания объединяют в себе несколько форматов. Основные отличия фудтрака от классического стационарного заведения общественного питания заключаются в следующем.

1. Мобильность. В данном случае не гости приходят в кафе, а кафе приходит к гостям. Возможность передвигаться позволяет этому бизнесу самому прийти к клиенту вместо того, чтобы всеми правдами и неправдами привлекать его к себе. При этом можно неограниченно расширять географию аудитории и осваивать новые районы. В период проведения массовых мероприятий мобильную точку можно разместить в наиболее подходящем месте.

2. Визуализация. Начиная от внешнего вида и оформления фудтрака, заканчивая процессом приготовления еды. Передвижное кафе должно быть красивым, иногда даже смешным, привлекать внимание [21, с. 126].

3. Контакт с поваром – одно из главных преимуществ фудтрака. Возможность увидеть процесс приготовления делает услугу открытой, и располагает посетителей. К этому давно пришли многие рестораны, оборудованные открытой кухней, но на улице этот контакт проходит в более неформальной обстановке [27, с. 29].

Интерес к мобильным кафе возрастает в Российской Федерации. Фудтрак и стрит-фуд отражают самую яркую тенденцию российского рынка общественного питания, а также подтверждают прогнозы аналитиков о росте сегмента фаст-фуда в сложившихся рыночных условиях.

Быстрое развитие стрит-фуда, подкрепленное обилием тематических фестивалей, работа над законодательством в области мобильных точек питания, растущий спрос на стрит-фуд и высокий интерес конечных потребителей способствуют развитию фудтраков как перспективного направления развития для ресторанного бизнеса. Об этом свидетельствует и растущее количество фудтраков и различных концепций в формате фудтрака, представленных на различных фестивалях, в парках и на улицах городов [14].

Главный же козырь направления *street food* – мобильность торговой

точки. Street food то это еда, которую продают и едят на улице. История такой простой и незатейливой пищи берет свое начало еще в Древнем Риме, где многие попросту не имели кухни или печи в домах, поэтому питались на улицах пшеничной кашей и нутовой похлебкой. Тогда уличная еда считалась едой для бедняков, но в наше время street food претерпел большие изменения. Теперь быстрая уличная еда привлекает все слои населения, ведь ритм жизни большого города не позволяет им тратить время на полноценный обед в ресторане. Кроме того, цены в стрит-фуде ниже, чем в любых заведениях, даже если они и предоставляют практически ту же пищу [31, с. 434].

Сейчас порядка 2,5 миллиардов человек ежедневно покупают уличную еду. Ритм жизни современного города диктует свои правила. Так как все бегут, спешат, что поесть некогда. Поэтому людям и нравится стрит-фуд – это быстро, сытно, дешево и, как ни странно, вкусно.

По данным аналитиков доля посетителей фастфуд-заведений в России за последние три года увеличилась на 4,5–5%, доходы фастфуда составляют порядка 70–75% от всего рынка общепита [26].

Более того, современный стрит-фуд – не просто система быстрого общественного питания. Это культурное явление. Ведь в каждом регионе уличная еда особенная. Она отражает историю страны, социальную и экономическую обстановку в ней.

Именно поэтому среди гастрономических путешественников есть направление «любителей стрит-фуда». Они едут в то или иное место не для того, чтобы посмотреть достопримечательности. Street food или уличная еда – это готовые блюда и напитки, которые продаются уличными торговцами на площадях, рынках и в других людных местах со специальных лотков или передвижных киосков. В основном на улицах предлагаются различные закуски и, так называемые, блюда на скорую руку, которые можно приготовить или подогреть быстро, прямо в присутствии покупателя. Вареная кукуруза, гамбургеры, шаурма, хот-доги, блинчики, вафли и пирожные – вот самые типичные примеры стрит-фуда. Продают их, как правило, в специальной одноразо-

вой посуде, чтобы было удобно перекусить прямо на ходу. Цены в уличных лотках гораздо гуманнее, чем в любом, даже весьма бюджетном, ресторане.

Передвижные «закусочные» имеют витрину, на которой представлены продаваемые вкусности, а также небольшое помещение, необходимое для приготовления пищи. При этом оборудование фургона зависит от его специализации. Так, в киосках, где торгуют кебабами, необходим гриль и другие приспособления для жарки мяса [25, с. 179].

Рассмотрим опыт некоторых зарубежных стран по организации стрит-фуда. В исследовании ОЭСР «Making Cities Work for All» указывается, что в Таиланде, по оценкам Национального статистического управления, по состоянию на 2016 г. число уличных торговцев составляло 40 000. Национальное правительство поощряет самозанятость путем субсидирования предпринимателей с низким уровнем дохода. Аналогичная национальная инициатива под названием «Банк народа» предоставила поставщикам кредиты под низкий процент. С 2002 г. установлен день недели, когда на улицах не разрешается торговать (сначала это была среда, но позже таким днем стал понедельник). В эти дни продавцы должны освободить улицы, чтобы позволить провести уборку. Также были введены сборы на обеспечение общественной гигиены и содержание улиц [11].

Таким образом, политика Таиланда направлена на поощрение уличной торговли. Правительство видит в этом явлении дополнительные рабочие места и считает, что разрешение подобной деятельности будет стимулировать национальную экономику. Важно то, что деятельность таких продавцов регулируется государством. Это видно на примере с установлением обязательного дня, когда продажи на уличных рынках запрещены.

В Северной Ирландии деятельность уличных торговцев регулируется специальным законом «Street Trading Act (Northern Ireland)» 2001 года. В соответствии с положениями данного закона, никто не должен заниматься уличной торговлей, если только данное лицо не уполномочено на это лицензией. Лицензия по заявлению продавца предоставляется советом района, где

будет осуществляться торговля [18, с. 9].

Согласно закону, мобильный продавец – это лицо, уполномоченное лицензией уличной торговли торговать с транспортного средства, которое меняет место расположения, останавливаясь на некоторое время для целей торговли. Лицензия выдается только физическим лицам на определенное местными властями время, но срок ее действия не может превышать 3 года. Местные органы власти определяют улицы, где такая деятельность разрешена.

В Канаде популярно локальное регулирование вопроса нестационарной торговли. То есть нормативно-правовые акты, регулирующие данную деятельность, принимаются на муниципальном уровне. Соответственно продавцы обязаны соблюдать требования местных законов и требования государственных законов (например, санитарно-эпидемиологические требования, требования законодательства о защите прав потребителей и т.д.).

В Ванкувере деятельность по нестационарной торговле подвергается специальному лицензированию. Все лицензии, выдаваемые в Ванкувере, – временные. Их срок – 1 год. Выдаются по заявлению продавцов. В заявлении указывается место желаемой торговли. Если на одно торговое место подано 2 или больше заявок, то проводится лотерея [35].

Правила нестационарной торговли в Германии установлены в законе «Торговые правила» и в Индустриальном кодексе. Деятельность по нестационарной торговле – лицензируемая. За получение лицензии взимается административный сбор. Лицензия остается действительной на всю жизнь продавца и действует на всей территории Германии. Если торговец использует дороги общего назначения для целей торговли, то он должен получить дополнительное временное разрешение на торговлю [46].

В России фудтраки попадают под действие Федерального Закона №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», который предполагает продажу еды только в специально обозначенных местах [1]. Согласно закону, владелец мобильного

торгового объекта должен арендовать конкретный участок и работать только на нем. При этом фудтраки предполагают возможность следования за своими клиентами – останавливаясь у метро, парков, центральных улиц, университетов и бизнес-центров, в зависимости от времени суток и погодных условий.

В соответствии с законодательством нестационарный торговый объект – это торговый объект, представляющий собой временное сооружение или временную конструкцию, не связанные прочно с земельным участком вне зависимости от наличия или отсутствия подключения к сетям инженерно-технического обеспечения. Размещение нестационарных торговых объектов осуществляется в соответствии со схемой размещения таких объектов с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий и достижения нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов.

Схема размещения нестационарных торговых объектов разрабатывается и утверждается органом местного самоуправления. Причем эта схема должна предусматривать размещение не менее чем 60% нестационарных торговых объектов, используемых субъектами малого или среднего предпринимательства, осуществляющими торговую деятельность, от общего количества нестационарных торговых объектов [37].

Для размещения нестационарного объекта торговли продавец должен направить соответствующее заявление в органы местного самоуправления, которые включают такие торговые объекты в схему размещения. Этот вопрос регулируется правилами, утвержденными Постановлением Правительства от 29 сентября 2010 г. № 772. Согласно данным правилам включение объектов в схему размещения осуществляется органом местного самоуправления по согласованию с федеральным органом исполнительной власти или органом исполнительной власти субъекта. Окончательное решение о размещении объекта нестационарной торговли принимает федеральный орган исполнительной власти или орган субъекта Российской Федерации [2].

Сравнивая положения российского и зарубежного законодательства об

организации нестационарной уличной торговли, можно сделать вывод, что в России существует довольно общее регулирование данного вопроса. В целом законодательство России, также как и законодательство других стран, нацелено на создание специальных схем размещения нестационарной уличной торговли. Однако в российском законодательстве по-прежнему отсутствует детальная регламентация деятельности продавцов, использующих нестационарные объекты торговли, а также отсутствует существенная поддержка таких лиц со стороны государства. В частности, отсутствует специальная регламентация возможного графика продажи и санитарных дней, когда торговля запрещена, и перечень товаров, допустимых к продаже [10, с. 43].

Кроме того, для международной практики характерно утверждение объектов нестационарной торговли на местном уровне, тогда как в России окончательное решение принимают не органы местного самоуправления, а органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Также стоит отметить, что во многих странах правительство оказывает финансовую поддержку мобильным торговцам. Среди такой помощи можно отметить субсидии и льготные кредиты. В других странах существует также практика предложения альтернативного места торговли. Например, если конкретная торговая точка переполнена нестационарными объектами торговли, продающими один вид товара, то новым продавцам, желающим торговать таким же видом товара, предлагается альтернативная торговая точка [20, с. 43].

Таким образом, законодательство России в части регулирования нестационарной уличной торговли, в целом, идет по пути государств, осуществляющих детальное регулирование такого вида деятельности. Однако, следуя опыту зарубежных стран, необходимо обеспечить более детальную проработку некоторых аспектов такого типа торговли.

Особо широкое распространение в России уличная торговля получила в 1990-е г., когда продавцы различных товаров заполнили огромные пространства, особенно в крупных городах. Такие рынки можно было наблюдать в подземных переходах, на выходах из станций метро и т.д. Сегодня же ситуа-

ция кардинально поменялась. Уличная торговля медленно, но верно становилась предметом специального правового регулирования [36, с. 15].

В связи с этим стоит отметить существующую практику проведения торгов на право заключения договора на осуществление торговой деятельности в нестационарном торговом объекте. Например, на сайте мэра Москвы размещена интерактивная карта, показывающая действующие и будущие торги на право заключения договора на осуществление торговой деятельности в нестационарном торговом объекте. Некоторые из них предлагают в качестве нестационарного объекта торговли тележки, палатки и т.д. Стоимость таких нестационарных объектов расположилась в диапазоне от 10 тыс. руб. до суммы, превышающей 500 тыс. рублей. Фургоны будут различаться по цвету в зависимости от продукции, которую они продают. Торговать молоком будут из фургонов белого цвета, мясной продукцией – из красного, рыбой – из синего, а овощами и фруктами – из зеленого.

Первая и наиболее важная задача, которую поможет решить «легализация» и развитие торговли на колесах, – дефицит помещений для торговли. Сегодня в РФ на 1000 человек приходится 700 квадратных метров торговых площадей. В Европе в два раза больше – от полутора тысяч [38, с. 164].

На территории Белгородской области в рамках обеспечения сбалансированного развития и размещения инфраструктуры общественного питания необходимо более активно развивать услуги общественного питания в организациях придорожного сервиса и туристических комплексах, более активно внедрять в общественном питании новые формы обслуживания населения.

Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс Белгородской области. Связь общественного питания и туризма будет способствовать увеличению притока туристов, в том числе из числа населения области (школьников и студентов образовательных учреждений, пенсионеров), удлинению их пребывания на территории Белгородской области, увеличению прибыли предприятий общественного питания и сферы туризма [6].

Развитие инфраструктуры общественного питания с одновременным

увеличением доли экономичных форматов (столовых, закусочных, предприятий быстрого питания) приведет к росту обеспеченности населения Белгородской области посадочными местами, посещаемости предприятий общественного питания и увеличению затрат на питание вне дома. В результате роль питания вне дома должна вырасти в среднесрочной перспективе.

В Белгородской области сохраняется значительная дифференциация по уровню обеспеченности услугами общественного питания сельского и городского населения. Организация услуг общественного питания в сельской местности является непривлекательной для бизнеса сферой деятельности. Создание объектов в отдаленных, малонаселенных сельских районах связано с серьезными рисками инвестирования и отсутствием гарантий получения прибыли. Обеспечение жителей таких территорий услугами – одна из основных задач региональной политики в сфере потребительского рынка [6].

В структуре оборота общественного питания Белгородской области, несмотря на незначительное укрупнение сети, преобладают малые предприятия, наблюдается рост числа индивидуальных предпринимателей. Соответственно, в 2017 году доля в структуре оборота общественного питания области крупных и средних организаций составила 41,8%, малых предприятий – 44,5%, индивидуальных предпринимателей – 13,7% (рис. 1).

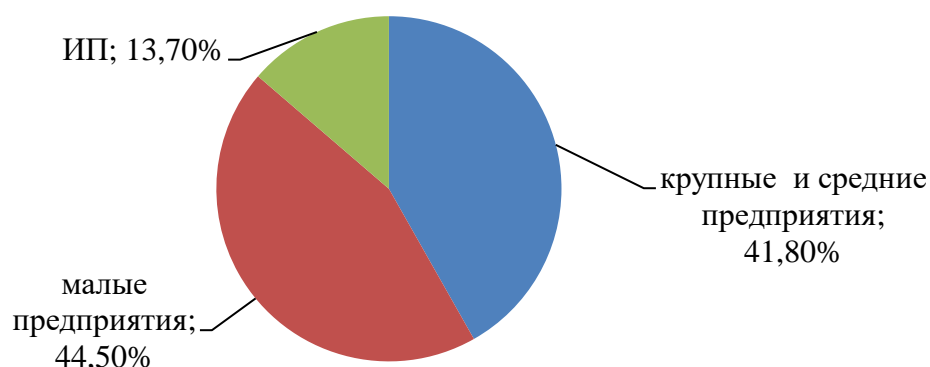


Рис. 1. Структура рынка общественного питания Белгородской области

В соответствии со «Стратегией развития общественного питания в Бел-

городской области на период до 2025 года» оборот общественного питания должен вырасти с 2017 года по 2025 г. на 55,17% и достичь 1 215,0 млн. руб. (рис. 2).

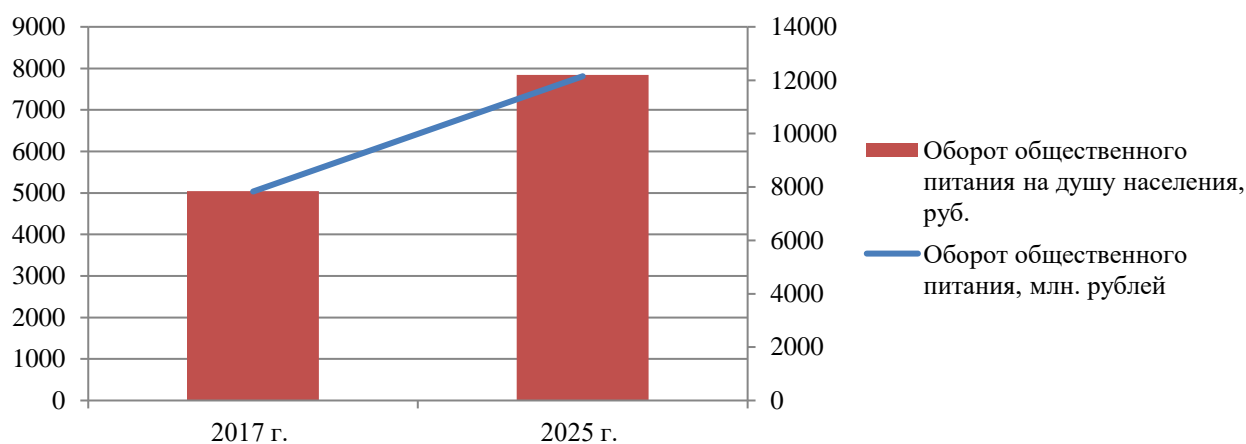


Рис. 2. Прогнозные показатели оборота общественного питания в Белгородской области

Оборот общественного питания на душу населения в Белгородской области в 2017 г. составлял 5046,9 руб., до 2025 г. данный показатель планируется увеличить до 7838,7 руб. или на 55,31% [43].

В 2017 г. обеспеченность населения области услугами общественного питания (общедоступная сеть) на 1000 жителей составила 39 посадочных мест, до 2025 г. планируется увеличить до 42 посадочных места.

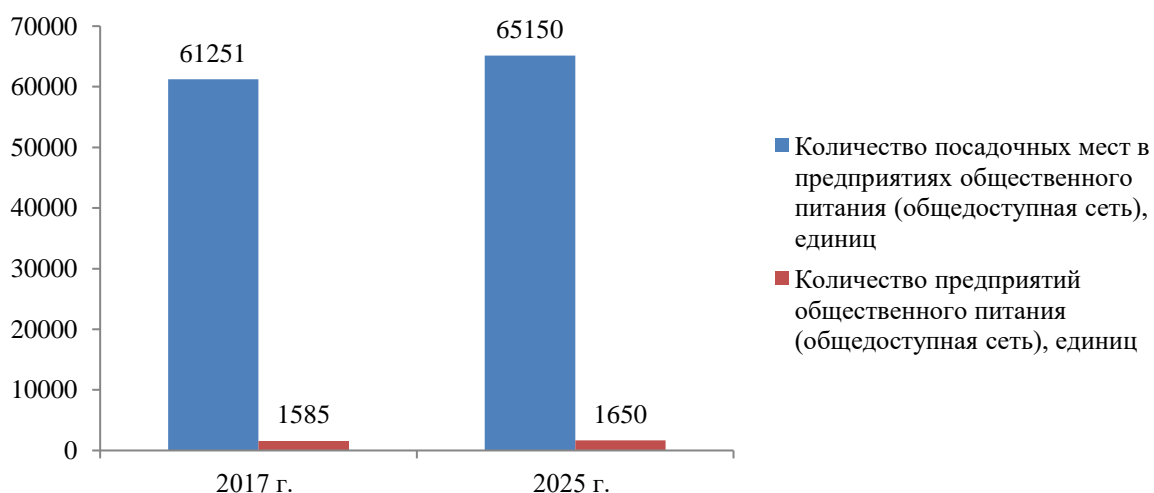


Рис. 3. Количество предприятий общественного питания и посадочных мест в Белгородской области

Общее количество посадочных мест в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть) в 2017 году составило 61251 ед. на 1585 предприятиях, к 2025 г. количество посадочных мест планируется увеличить на 6,36%, количество предприятий общественного питания – на 4,1% (рис. 3).

Данный фудтрак «Pizza Truck» предполагается расположить около НИУ «БелГУ» около набережной р. Везелка до обеда и после обеда около фонтана, предварительно договорившись об аренде земли с администрацией университета. Данное расположение вблизи университета и благоустроенной парковой зоны отдыха с развитой инфраструктурой аргументировано тем, что поток потенциальных потребителей будет формироваться за счет студентов и посетителей парка.

Конкуренция присутствует, но, на наш взгляд, фудтрак «Pizza Truck» сформирует свой контингент потребителей за счет уникальности формата, качества обслуживания и реализуемой населению продукции. Величина сегмента рынка будет увеличиваться за счет участия фудтрака «Pizza Truck» в кейтеринге, праздничных мероприятиях города, фестивалях фудтраков и т.д.

Общее количество мест на предприятиях общественного питания данной локации рассчитаем по формуле.

$$P = N \times K_m \times n, \quad (1)$$

где N – численность населения района, тыс. чел.;

K_m – коэффициент внутригородской миграции, доли единицы;

n – норматив мест на 1000 жителей на расчетный срок.

Коэффициент внутригородской миграции определяем по формуле.

$$K_m = \frac{N - (N_1 - N_2) \times p}{N}, \quad (2)$$

где N_1 – численность жителей района, уезжающих в другие районы, тыс. чел.;

N_2 – численность приезжающих в район из других районов, тыс. чел.;

p – коэффициент, учитывающий преобладание трудоспособного населе-

ния среди мигрирующих (принимается равным 1,65) [44, с. 68].

Коэффициент внутригородской миграции равен:

$$K_m = \frac{4,6 - (0,6 - 2,1) \times 1,65}{4,6} = 2,19$$

Количество мест на предприятиях общественного питания выбранного района составляет:

$$P = 4,6 \times 2,19 \times 46 = 463 \text{ места}$$

Рассмотрим количество занятых мест для выбранного месторасположения фудтрака «Pizza Truck». Характеристика действующих предприятий общественного питания в выбранном районе находится в таблице 1.

Таблица 1

Характеристика действующих предприятий общественного питания

Тип предприятия питания	Адрес	Количество мест	Режим работы	Форма обслуживания	Средний чек, руб.
Кафе «Оранжевый остров»	Попова, 1	40	10.00-21.00	самообслуживание	250
Кафе «КоМод»	Театральный пр., 1,	70	7.30-23.00	самообслуживание	300
Кафе «Экватор»	Победы, 85	180	9.00-20.00	самообслуживание	200
Фудтрак «Гастромобиль»	Парк Победы, центральный вход	-	10.00-22.00	самообслуживание	230
кофейня «Coffee Bean»	Победы, 77	40	8.00-23.00	самообслуживание	300

Суммарное количество мест для посетителей, находящихся поблизости с парковой зоной, на предприятиях общественного питания составляет 330 мест. Следует учитывать, что число потребителей увеличивается в весенне-летний период за счет туристов и отдыхающих. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что фудтрак «Pizza Truck» найдет свою нишу на рынке услуг общественного питания г. Белгород и своих потребителей.

Как показывают исследования, то доминирующую позицию в распределении доли рынка потенциальных конкурентов занимают торговые палат-

ки, что позволяет сделать вывод о том, что реализация продукции фудтрака «Pizza Truck» и ее потребление на свежем воздухе будет востребовано потребителями.

Необходимо сделать сегментацию потенциальных клиентов, с которыми в дальнейшем будет работать обслуживающий персонал. Во внимание принимаются концептуальные подходы в организации фудтрака и его типологическая характеристика [45, с. 72]. На основании этого делается вывод о целевой группе потенциальных клиентов, которых, в первую очередь, может привлечь продукция, предлагаемая фудтраком. Целевые сегменты потенциальных потребителей представлены в таблице 2.

Таблица 2

Целевые сегменты потенциальных потребителей

Наименование сегмента	Доля, %	Характеристика		
		Что чаще покупают	Основные потребности	Ожидания от ассортимента
Студенты	85	Булочки, пицца, кофе, чай,	Быстро утолить голод	Удобная фасовка; низкий уровень цен; комплексность покупки
Горожане	10	Бургеры, пицца, кофе, чай, мороженное	Прогуляться и получить новые впечатления	Качество и свежесть продукции; Экономная большая упаковка; невысокий уровень цен; новинки
Туристы	5	Бургеры, пицца, кофе, чай, мороженное	Прогуляться и получить новые впечатления, утолить голод	Удобная упаковка; средний уровень цен

Нами был проведен анкетный опрос потенциальных потребителей продукции фудтрака (студентов и горожан). Из розданных 150 анкет было получено 142 качественных анкет, что составило 95% и подтверждает репрезентативность полученных сведений.

Участникам анкетирования было предложено оценить предложенные показатели деятельности предприятий общественного питания, находящихся в зоне локации (качество продукции, ассортимент, сервис, цена, местораспо-

ложение, режим работы) по пятибалльной шкале, средневзвешенные показатели представлены в таблице 3.

Таблица 3

Оценка сильных и слабых сторон конкурентов

Критерии	Комод	Оранжевый остров	Экватор	Гастромобиль	Coffe Bean
качество продукции	4,8	4,9	3,5	5	4,2
ассортимент	4,5	4,3	3,2	4,4	3,8
сервис	4,6	4,2	3,2	4,8	4
цена	3,8	4	3,6	4,2	4,1
месторасположение	4,3	4,3	4	5	5
режим работы	5	5	3,5	5	5
Итого	4,50	4,45	3,50	4,73	4,35

На основании данных таблицы 3 составлен многоугольник конкурентоспособности. Отметим, что максимальный средний балл у фудтрака «Гастромобиль», самый низкий – у кафе «Экватор».

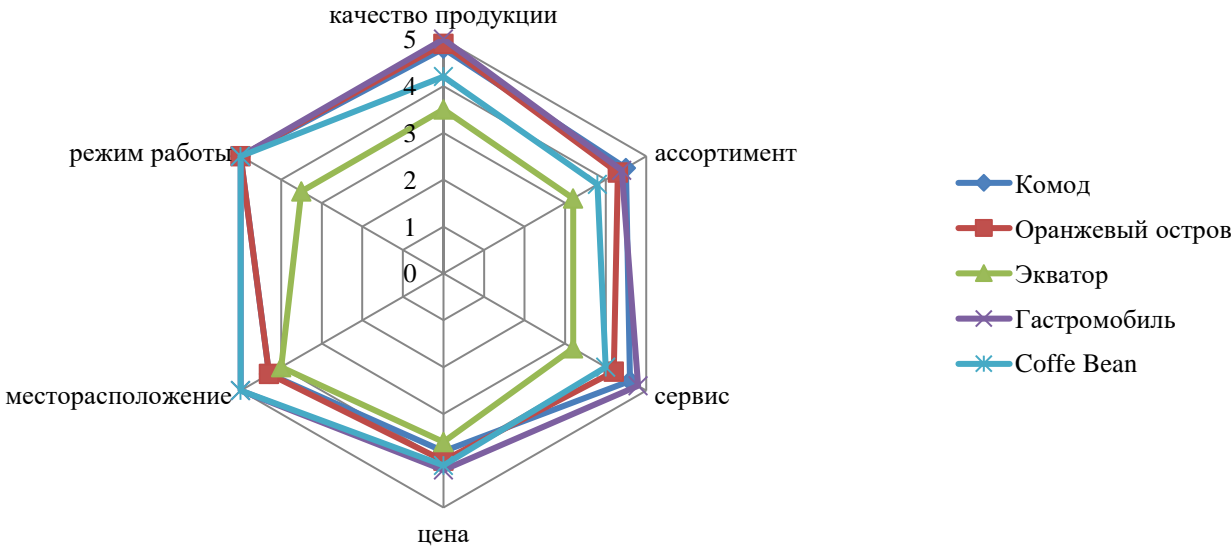


Рис. 4. Многоугольник конкурентоспособности

Обработка результатов исследования позволила построить итоговую матрицу SWOT-анализа фудтрака (табл. 4). SWOT-анализа позволяет проанализировать внутренние и внешние факторы предприятия, оценку рисков и конкурентоспособность продукции.

Матрица SWOT-анализа фудтрака

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – яркий дизайн; – мобильность; – относительно низкая цена; – удачное месторасположение 	<ul style="list-style-type: none"> – отсутствие опыта работы; – отсутствие репутации; – отсутствие собственного производства; – снижение численности студентов;
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – востребованность и увеличивающаяся популярность фудтраков среди потребителей; – появление постоянных клиентов; – создание сезонного меню 	<ul style="list-style-type: none"> – снижение уровня жизни; – отсутствие четкого законодательства в сфере мобильного питания; – постоянно обостряющаяся ситуация на конкурентном рынке

Из данных, приведённых в матрице, можно сделать вывод о том, что фудтрак будет иметь следующие конкурентные преимущества:

- мобильность (может быть в любой точке города, на любом фестивале или празднике);
- простота контроля качества (за работой персонала на маленькой площади проследить легче, чем в средней или большой компании);
- удачное месторасположение.

Таблица 5

Матрица возможностей фудтрака

Вероятность использования	Влияние		
	сильное	умеренное	малое
высокая	Активизация применения элементов коммуникационного комплекса	Внедрение системы бонусов	Разработка и внедрение детского меню
средняя	Повышение культуры общения продавцов с покупателями	Выход на новые сегменты рынка	Совершенствование управленческих процедур на основе компьютеризации
низкая	Расширение спектра оказываемых услуг	Появление новых технологий, направленных на снижение себестоимости услуг	Развитие нового направления кухни

После построения матрицы SWOT-анализа необходимо оценить угрозы

и возможности с точки зрения их важности и степени влияния на фудтрак. Для этого применим метод позиционирования каждой конкретной возможности в матрице возможностей, представленной в таблице 5.

Матрица угроз для деятельности фудтрака представлена в таблице 6. Высокая вероятность ужесточения требований к организациям общественного питания.

Таблица 6

Матрица угроз для деятельности фудтрака

Вероятность реализации угрозы	Возможные последствия		
	критическое состояние	тяжелое состояние	небольшие изменения
высокая	Ужесточение требований к организациям общественного питания	Возрастающее конкурентное давление	Режим налогообложения
средняя	Возможность появления новых конкурентов или усиления позиций уже существующих	Изменения в предпочтениях клиентов	Снижение спроса на некоторые виды предлагаемой продукции
низкая	Форс-мажорные обстоятельства	Ухудшение качества сырья	Неблагоприятная экономическая политика государства

Указанные возможности и угрозы не только влияют на деятельность фудтрака, но и указывают на необходимость разработки мероприятий по их предотвращению.

Чтобы усилить конкурентную позицию фудтрака, разработка мероприятий должна быть нацелена на использование перспектив, соответствующих возможностям фудтрака, и обеспечивать защиту от внешних угроз.

Одним из важнейших пунктов анализа среды является анализ внешней среды, который чаще всего проводится с помощью PEST-анализа [51, с. 102]. PEST-анализ представлен в таблице 7.

Данные приведены по состоянию на конец 2018 года (данные статисти-

ческого сборника «Белгородская область в цифрах»).

Таблица 7

PEST-анализ фудтрака

Политика	Экономика
<ol style="list-style-type: none"> 1. Политическая нестабильность; 2. Введение санкций; 3. Изменение в законодательстве по налогам и сборам (изменение ставки налога на прибыль, ЕНВД); 4. Содействие предпринимательству со стороны государства; 5. Антимонопольное регулирование, контроль за соблюдением правил конкуренции 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ВВП увеличился на 22,79%, сальдо торгового баланса увеличилось на 27,6%, экономика растёт. 2. Инфляция снизилась на 47,7% и составила 3,7. 3. Уровень безработицы снизился на 5,88% и составил 5,2. 4. Рост стоимости бензина.
Социум	Технология
<ol style="list-style-type: none"> 1. Естественный прирост населения на 0,11% по сравнению с предыдущим годом, 60,2% - трудоспособное население. 2. Реальные располагаемые доходы населения увеличились. 3. Увеличился прожиточный минимум. 4. Расслоение общества, низкая социальная мобильность. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Появление нового технологического оборудования, направленного на улучшение качества продукции. 2. Использование ресурсосберегающих технологий сократит издержки фудтрака. 3. Опережение износа и выбытия основных производственных фондов кафе над вводом их в действие. 4. Появление новых продуктов и технологий увеличит расходы на обучение персонала.

Согласно PEST-анализу, фудтрак не будет иметь проблем с наймом персонала, высокими налогами и с нечестной конкуренцией, но с другой стороны доля издержек на бензин с каждым годом растёт. Экономика, в целом, влияет положительно. Более положительное влияние оказывает социальный фактор: рост трудоспособного населения, увеличение реальных доходов населения.

3. Организация производства и управления предприятием

Процесс организация работы фудтрака включает следующие этапы:

- 1) подготовительный (продолжительность 45 дней):
 - выбор и приобретение автомобиля;
 - оборудование фудтрака необходимым инвентарем;
 - разработка меню;
 - выбор организационно-правовой формы осуществления предпринимательской деятельности, подготовка необходимых документов;
 - выбор поставщика полуфабрикатов, заключение договора;
 - определение места расположения фудтрака, заключение договора с собственником земли;
 - приобретение расходных материалов (одноразовая посуда, салфетки, ГСМ);
 - наем обслуживающего персонала (водитель, повар-реализатор – 2 чел. в смену, 2 смены)
- 2) рабочий – деятельность фудтрака:
 - организация продвижения фудтрака в сетях;
 - анализ ассортимента и спроса.

Представим перечисленные этапы в виде диаграммы (рис. 5).

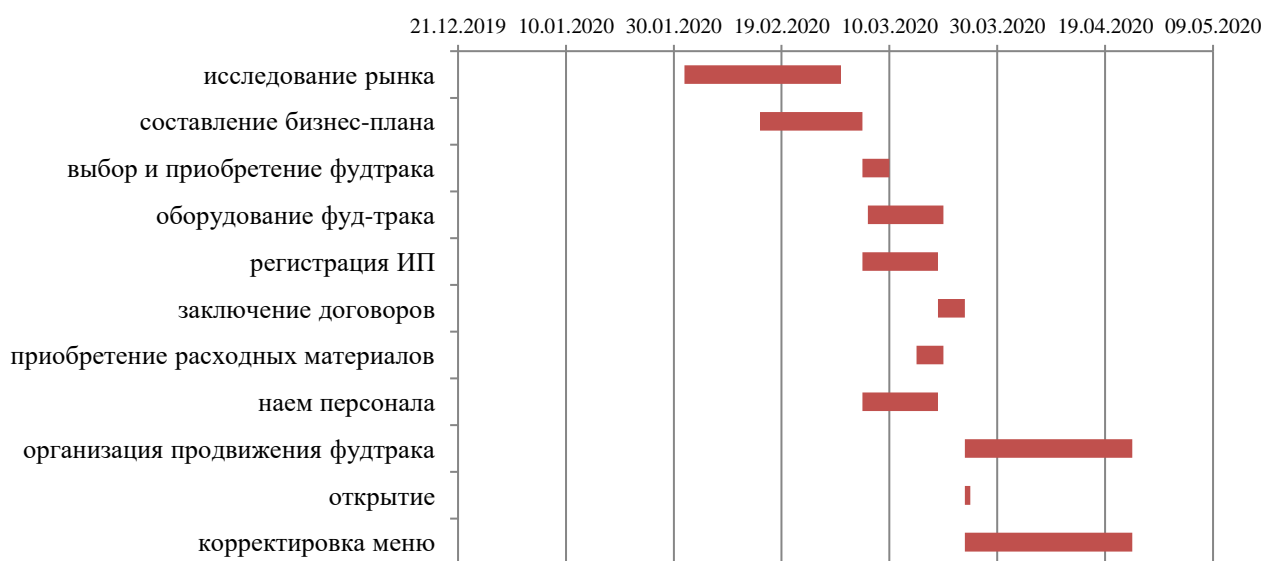


Рис. 5. Этапы открытия фудтрака

Рассмотрим каждый из перечисленных этапов подробнее.

1. Выбор и приобретение автомобиля.

Основным производственным активом является фудтрак – автомобильный фургон, оснащенный оборудованием для приготовления еды. Модель автомобиля зависит от выбранного формата и перспектив развития. На российском рынке уличного фаст-фуда принято использовать следующие марки.

ВАЗ – отличается маневренностью и удобством. Как правило, данную марку покупают для крупных городов и располагают в парках, скверах, на пляжах и для участия в выездных мероприятиях.

Газель – используется для преодоления больших расстояний или для сезонного бизнеса. Часто располагают в небольших городах, на различных курортах, праздниках, возле домов отдыха и пансионатов.

МАЗ – возможность вмонтировать большую кухню, профессиональное оборудование. Данные марки используют для местности, в которых возникает необходимость приготовить большие объемы еды.

В качестве фудтрака будет использован прицеп ENK – это настоящая кухня на колесах, в которых удобно готовить и продавать. В комплект входит все необходимое для быстрой организации работы. Для перевозки прицепа достаточно автомобиля с соответствующими характеристиками (вес прицепа от 1,3 – 3,0 тонны в зависимости от модели фудтрака и комплектации).

Компания «EdaNaKolesah.com» образована в 2014 г. и на сегодняшний день является динамично развивающейся Российской машиностроительной компанией – лидером на рынке производителей автолавок на базе прицепов (фудтраков, кафе на колесах) и мобильных офисов в России и стран СНГ. Производство предприятия находится в Москве. Имеются сервисные центры и представительства в разных регионах России и СНГ. Преимущества прицепа ENK:

– всесезонность (работа не ограничена погодными условиями: обеспечено удобство посетителей и персонала, сохранность продуктов, оборудования, выполнение техпроцессов);

– полноценная кухня ресторана, офис или магазин с современным оборудованием и зонами для хранения для посетителей и персонала. Крышки окон защищают от солнца и дождя, предусмотрен внешний прилавок для покупок и сумок. Работа в помещении с отоплением и кондиционером.

Прицеп имеет гидравлическую подвеску с изменяемым клиренсом. При транспортировке прицеп имеет клиренс 400 мм. В рабочем положении фургон опущен на раму, высота входа всего 20 см. Это позволяет работать персоналу в более комфортных условиях. Прицеп ENK оборудован специальным генератором, который встраивается в звукоизолированный бокс (внутри фудтрака), в пол прячется бензобак на 75 л с выведенным лючком для заправки на АЗС, выводится выхлопная труба через крышу наверх. Хватает примерно на 12 часов работы. Мощность генератора от 10 до 20 кВт.

Стены и пол фудтрака утеплены двойным слоем утеплителя, что позволяет избежать теплопотери. Есть возможность установки теплого пола, и тепловых завес над окнами и над входной дверью. Фудтрак оснащен системой вытяжки и автономной канализацией, мойкой, бойлером. Оснащение водой происходит благодаря резервуаров с водой – баки по 100 л для чистой и грязной воды. Вместе с фудтраком завод-изготовитель выдает ПТС с особой отметкой автолавка. Фудтрак необходимо поставить на учет в ГИБДД, получить гос. номер. Данную услугу можно заказать услугу также на заводе-производителе. На рисунке 6 представлены параметры модели ENK-8 T.

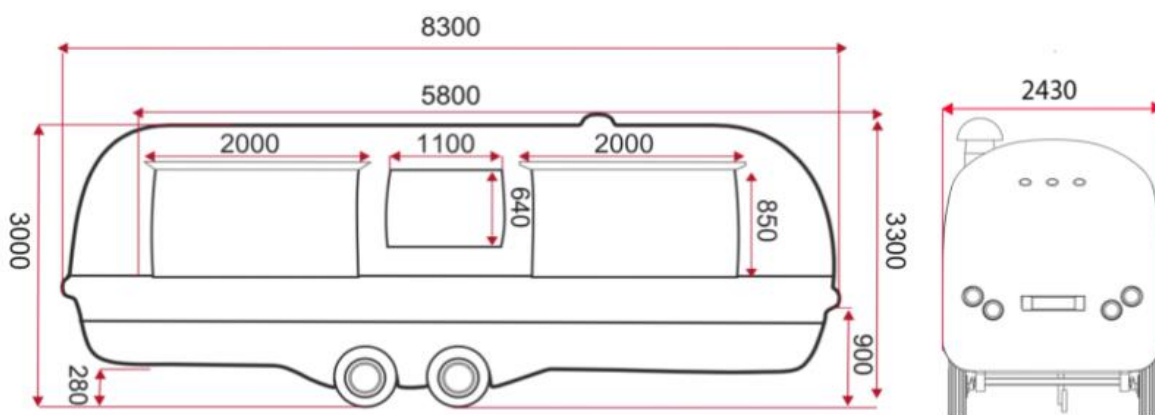


Рис. 6. Параметры модели ENK-8 T, см.

Стоимость фудтрака модель ENK-8 T составляет 1,814 тыс. руб.

2. Оборудование фудтрака необходимым инвентарем. Набор оборудования для приготовления пищи предварительно согласовывается и монтируется на заводе-изготовителе. При необходимости его можно будет в дальнейшем дополнить. Схема расположения оборудования фудтрака представлена на рисунке 7.

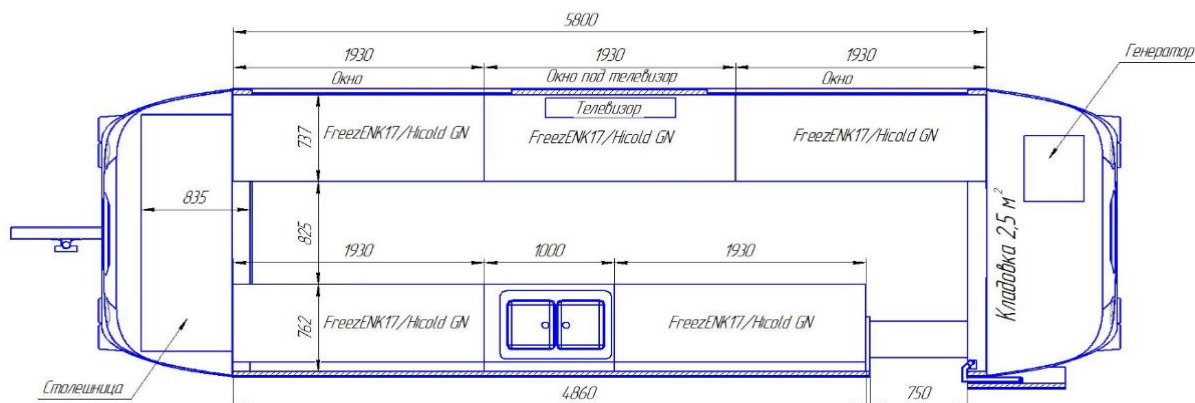


Рис. 7. Схема расположения оборудования

Набор оборудования фудтрака для приготовления блюд представлен в таблице 8. Кухонное оборудование будет приобретено европейских производителей высокого качества. Общая сумма затрат на оборудование фудтрака составит 584,472 тыс. руб.

Таблица 8

Перечень оборудования фудтрака

Название	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Стол морозильный NICOLD SN 11/BT	1	69490,0
Стол охлаждаемый NICOLD SN 11/TN	1	59690,0
Стол морозильный NICOLD SN 1/BT	1	55290,0
Стол охлаждаемый для пиццы NICOLD PZE1-11GN (1/3H)	1	68590,0
Витрина тепловая RTR-120L CONVITO	1	34025,0
Кипятильник CONVITO WB-12 заливного типа	1	4112,0
Фритюрница ERGO EF-062	1	10260,0
Мармит для картофеля фри AMITEK SP1	1	22822,0
Кофемашинa Microbar II Cappuccino AD pearl Nuova Simonelli	1	150870,0
Весы CAS AD-5	1	10848,0
Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8	1	98765,0
Всего	13	584 472,0

Фудтрак в соответствии с требованиями надзорных органов оснащен автономной системой водоснабжения, канализацией, средствами пожаротушения. Система автономного водоснабжения будет использоваться как основной источник чистой проточной воды. Она представляет собой компактную и занимающую минимум места систему из двух резервуаров – один для чистой воды, второй – для отработанной, системы подающих и отводящих труб и насоса, который подаёт воду на кран.

Оснащение фудтрака осуществляет специализированная компания, предлагающая услуги по организации заведений общественного питания «под ключ»: приобретение автомобиля, разработка рекламного оформления, монтаж инженерных сетей и оборудования.

Внешний вид фудтрака – основа успеха бизнеса. Своим дизайном и цветовыми решениями фудтрак должен приковывать к себе внимание прохожих, выделяться на фоне обыденной суеты, отличаться от конкурентов и, конечно же, информировать потребителя о продукте.

Этапы брендинга включают:

- разработка фирменного стиля (цвет, логотип, элементы, подчёркивающие стиль бренда и т.д.);
- изготовление и установка вывесок, крышных конструкций и т.д.;
- оклейка автомобиля.

Стоимость внешней отделки – 25,0 тыс. рублей.

Полная стоимость фудтрака с комплексом услуг по оснащению и брендингу – 2 423,76 тыс. руб. Срок подготовки – 45 календарных дней. В этот же период осуществляется подбор и обучение персонала.

Складирование и хранение ингредиентов осуществляется в холодильных шкафах фудтрака в соответствии с требованиями Роспотребнадзора. Объем шкафа позволяет хранить запас продуктов на два-три дня. Ингредиенты закупаются у поставщика, расположенного в Белгороде, самовывозом.

Технологические карты также предоставляются поставщиком полуфабрикатов. Приготовление продукции осуществляется в точном соответ-

ствии с ними.

Один раз в три дня осуществляется слив жидких отходов производства и легкая чистка емкости их хранения. Чистка производится силами работников фудтрака.

Далее необходимо произвести расчет количества и необходимого перечня кухонной посуды, который базируется на выбранной концепции, формате открываемого заведения и примерно составленного меню.

Анализ рынка общественного питания РФ показал, что наибольшим спросом пользуется русская и итальянская кухни. Рестораны итальянской кухни находятся на втором месте практически во всех мегаполисах России. Сегодня в заведениях среднего уровня часто предлагают различные виды пасты и пиццы, популярен формат пиццерий, а также спагеттерии. В связи с этим меню фудтрака будет включать несколько видов пиццы, напитки горячие и газированные, маффины.

Перечень кухонной посуды и кухонного инвентаря для приготовления пиццы представлен в таблице 9.

Таблица 9

Перечень кухонной посуды и кухонного инвентаря

Название	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Нож кухонный MVQ MESSER 25CM SD6003-A1	1	400,00	400,00
Нож для нарезки MASTER MVQ MESSER 20CM KST20BSL	1	140,00	140,00
Нож для пиццы d= 7 см. Icel	1	633,50	633,50
нож для пиццы MVQ 561101	1	190,00	190,00
Лопатка для пиццы L=27 см рабочая поверхность 12*7 см.	1	975,70	975,70
Корзинка для картофеля фри нержавеющая 130*110*80мм	1	489,00	489,00
Нержавеющий совок для картофеля фри MGSteel 20*20см	1	689,00	689,00
Доска разделочная PC403011G EКСI	2	790,00	1580,00
Противень GEMLUX GL-BT-65	2	290,00	580,00
Лоток BT134 EКСI	1	690,00	690,00
Лоток BT135 EКСI	1	710,00	710,00
Всего	13		7077,20

Стоимость кухонной посуды и кухонного инвентаря для оборудования фудтрака составит 7077,2 руб. Посуда для хранения пищи включает контейнеры и гастроемкости различных размеров (табл. 10).

Таблица 10

Посуда для хранения пищи

Название	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Контейнер для пищевых продуктов прямоугольный 29х19см h=9 3,4л синий полипропилен	2	136,0	272,0
Гастроемкость GN 1/2 [325х265]мм h=40мм 2,5л белый полипропилен Рестола	2	303,0	606,0
Гастроемкость GN 1/2 [325х265]мм h=40мм 2,5л прозрачный полипропилен Рестола	2	284,0	568,0
Гастроемкость GN 1/2 [325х265]мм h=100мм 8л прозрачный полипропилен Рестола	2	379,0	758,0
Всего	8		2204,0

Общая сумма затрат на приобретение кухонного инвентаря (7077,2 руб.) и посуды для хранения пищи составит (2204,0 руб.) 9,28 тыс. руб.

Расходные сервировочные материалы будут приобретены у компании GEOVITA, которая является одним из первых поставщиков продукции из сахарного тростника и кукурузного крахмала на Российский рынок. Серия одноразовой посуды тарелок GEOVITA сделана из растительных и биоразлагаемых материалов: кукурузный крахмал, сахарный тростник, пшеничная солома и пальмовый лист.

Компания GEOVITA предоставляет возможность брендирования одноразовой бумажной посуды при покупке больших объемов. На двухслойные стаканы в стандартном исполнении будет нанесено изображение логотипа, слогана, контактов заведения. Брендирование улучшает имидж заведения, повышает узнаваемость.

Одноразовая посуда, выполненная из сахарного тростника и кукурузного крахмала безопасна для экологии. Стоимость сервировочных материалов будет включена с стоимостью предлагаемых фудтраком продуктов.

Расходные сервировочные материалы

Название	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Одноразовый лоток 207*130*20	1	7,31
Бумажная трубочка	1	1,38
Стакан одноразовый двухслойный для кофе 250 мл	1	4,62
Стакан одноразовый двухслойный для кофе 350 мл	1	7,15
Стакан одноразовый двухслойный для кофе 450 мл	1	7,55
Одноразовая крышка для стакана 250 мл. (с клапаном)	1	1,76
Одноразовая крышка для стакана 350 мл. (с клапаном)	1	2,11
Коробка для пиццы 1 порция 220*220*200 мм. h=40	1	8,32
Коробка для пиццы 340*340*40 мм	1	18,31
Пакет бумажный 220*120*290	1	2,59
Бумажный мешок 80*50*170	1	1,53
Крафт пакет 120*80*240	1	1,85
Уголок для гамбургера	1	0,99
Бумажная салфетка 24*24 1 слойная белая	1	0,25
Бургербокс крафт М 115*115*60 мм.	1	5,69
Набор одноразовых приборов 4/2 мал. «вилка/нож»	1	5,64
Держатель для 2-х стаканов серый Huhtamaki (x150)	1	4,28
Держатель для 4-х стаканов серый (x130) Россия	1	5,43

3. Разработка меню.

Этап составления меню – один из самых важных. Так как итальянская кухня пользуется стабильно высоким спросом, и многие блюда итальянской кухне возможно готовить из полуфабрикатов, то основное меню фудтрака будет включать несколько видов пиццы. Пиццу будут готовить на кухне ресторана, с которым будет заключен договор. Замороженные полуфабрикаты будут каждый день в начале смены отгружаться в ресторане и в дальнейшем храниться непосредственно в фудтраке.

Кроме пиццы меню фудтрака будет картофель фри, несколько видов маффинов и различные напитки. Отметим, что по мере работы фудтрака и изучения покупательских предпочтений возможно расширить меню и добавить новые блюда.

Стоимость пиццы (вес 400 гр) будет составлять 240,0 руб., пиццу можно будет приобрести порционно, стоимость 1 порции составит 60 руб. (табл. 12).

Меню фудтрака

Название	Вес, объем	Стоимость, руб.
Пицца с ветчиной и грибами	400 г	240,0
Пицца закрытая	400 г	240,0
Пицца 4 сыра	400 г	240,0
Пицца Пепперони	400 г	240,0
Пицца Мексиканская	400 г	240,0
Пицца Маргарита	400 г	240,0
Пицца 1 порция	100 г	60,0
Картофель фри	120 г	80,0
Маффин шоколадный	100 г	80,0
Маффин ванильный	100 г	80,0
Маффин с яблоком и корицей	100 г	80,0
Маффин с черникой	100 г	80,0
Чай черный	200 мл	50,0
Чай зеленый	200 мл	50,0
Кофе эспрессо	30 мл	70,0
Кофе американо	200 мл	70,0
Кофе латте	200 мл	90,0
Кофе капучино	200 мл	90,0
Кока-кола Zero	0,5 л	80,0
Кока-кола	0,5 л	80,0
Спрайт	0,5 л	80,0
Фанта	0,5 л	80,0
Чай ФьюзТи манго-ромашка	0,5 л	80,0
Чай ФьюзТи черный лимон-лемонграсс	0,5 л	80,0
Бон Аква, негаз.	0,5 л	80,0
Морс Черная смородина	0,45 л	80,0
Морс Облепиха	0,45 л	80,0
Морс клюквенный	0,45 л	80,0

Все пиццы подаются в картонных коробках с логотипом «Pizza Truck».

Напитки подаются в картонных теплоизолированных стаканах.

4. Выбор организационно-правовой формы осуществления предпринимательской деятельности, подготовка необходимых документов.

Для фудтрака оптимальная форма собственности ИП. Ее преимущества:

- быстрая регистрация ИП;
- госпошлина 800 руб.;
- не требуются устав, уставный капитал, печать и расчетный счет;
- регистрируется только на одного человека;

– максимальный штраф при административной ответственности 50 000 руб.;

– фиксированный платеж в Пенсионный Фонд при доходе не более 300,0 тыс. руб. в 2019 году – 36 238 руб., свыше 300,0 тыс. руб. + 1% от суммы превышения.

– нет отчета за оборудование, используемое в рамках предпринимательской деятельности;

– можно свободно распоряжаться средствами на расчетном счету;

– хозяйственные решения не протоколируются;

– простота оформления ликвидации;

– по желанию можно открыть лицевой счет.

Для регистрации ИП необходимы следующие документы:

– заявление о государственной регистрации физического лица в качестве ИП;

– копия паспорта гражданина РФ;

– документ, подтверждающий оплату государственной пошлины в размере 800 рублей.

В налоговую инспекцию необходимо подать уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения. Необходимо получить разрешение на деятельность в Роспотребнадзоре, для этого необходимо предоставить следующие документы:

– договор на вывоз мусора;

– договор на поставку воды;

– санитарные книжки персонала;

– сертификаты на продукты питания;

– юридическая информация об ИП;

– информация для уголка защиты прав потребителя.

Также необходимо заключить договор аренды с собственником земли. Так как основное месторасположение фудтрака – район набережной р. Везелка (10.00 – 15.00) и около фонтана НИУ «БелГУ» (15.00-22.00), то соб-

ственником земли является НИУ «БелГУ».

На основании договора аренды открывается обособленное подразделение и регистрируется касса.

Для заключения договора на дезинфекцию, дезинсекцию, дератизацию и получения санитарно-эпидемиологического заключения необходимо обратиться в Санэпидемстанцию (цена договора на год составляет около 4 500 рублей). Для этого необходимо предоставить следующие документы:

- наличие меню в печатном виде;
- уголок потребителя;
- медкнижки всех сотрудников;
- документы на предприятие (свидетельство о госрегистрации и свидетельство о постановке в налоговую инспекцию – ОГРН, ЕГРН, ИНН).

«Уголок потребителя» включает документы:

- закон «О защите прав потребителей»;
- книгу жалоб и предложений;
- правила пожарной безопасности;
- санитарно-эпидемиологические правила;
- свидетельство о государственной регистрации;
- санитарно-эпидемиологическое заключение;
- адреса и телефоны организаций по защите прав потребителей;
- телефоны экстренных служб: ГУВД, ФСБ, ГУВД, ЧС;
- перечень категорий граждан, подлежащих обслуживанию вне очереди (инвалиды, ветераны ВОВ и т.д.).

Далее предприятие регистрируют в Пенсионном фонде России и Федеральном фонде обязательного медицинского страхования. Это процедура необходима для найма персонала (страховых и пенсионных выплат). Для регистрации в Пенсионном фонде понадобятся следующие документы:

- заявление о регистрации;
- документы, удостоверяющие личность и подтверждающие регистрацию по месту жительства;

– документы, подтверждающие наличие у физического лица обязанность уплачивать страховые взносы (трудовой договор, договор гражданско-правового характера и т.д.).

5. Выбор поставщика полуфабрикатов, заключение договора.

Для организации деятельности фудтрака необходимо определить поставщиков расходных материалов и полуфабрикатов. С компанией GEOVITA будет заключен договор на поставку одноразовой посуды, за счет покупки большой партии будет компания предоставляет возможность нанести собственный логотип на стаканчики и коробки для пиццы.

Для поставки необходимого сырья выбраны региональные поставщики. Источники поставки сырья могут постоянно обновляться, т. к. цены постоянно обновляются, качество товаров и сроки поставки. Полуфабрикаты пиццы будут приобретены у производителя «Crazy pizza», который специализируется на производстве пиццы.

Таблица 13

Оптовые цены на пиццу

Название	Вес, объем	Оптовая цена, руб.
Пицца с ветчиной и грибами	400 г	160,0
Пицца закрытая	400 г	160,0
Пицца 4 сыра	400 г	160,0
Пицца Пепперони	400 г	160,0
Пицца Мексиканская	400 г	160,0
Пицца Маргарита	400 г	160,0

Маффины в ассортименте будут приобретены у компании ООО «МАГЕН-Д», которая занимается производством замороженной выпечки.

ООО «МАГЕН-Д» – современная пекарня последнего поколения и поставщик изысканных замороженных хлебобулочных полуфабрикатов. Маффины могут храниться до 3 месяцев при температуре -18°C. В производстве хлебобулочных полуфабрикатов на предприятии используются только высококачественные натуральные ингредиенты и составляющие, производственные цеха оборудованы специализированной техникой от ведущих мировых производителей. Все ингредиенты для производства проходят входной кон-

троль на качество и отсутствие пестицидов и ГМО в лаборатории компании. Готовая продукция также подвергается тщательному тестированию на соответствие нормам ГОСТ. В г. Белгород у компании ООО «МАГЕН-Д» есть региональный представитель, который организует сотрудничество с предприятием.

Таблица 14

Оптовые цены на маффины

Название	Вес, объем	Оптовая цена, руб.
Маффин шоколадный	100 г	55,0
Маффин ванильный	100 г	55,0
Маффин с яблоком и корицей	100 г	55,0
Маффин с черникой	100 г	55,0

Напитки, кофе, молоко (для приготовления кофе), чай и картофель фри будут приобретаться у ООО «Родной край», ООО «Добрыня-продукт», ООО «Три кита». Доставка продуктов будет осуществляться самовывозом. Оптовые цены на напитки приведены в таблице 15.

Таблица 15

Оптовые цены на напитки

Название	Вес, объем	Оптовая цена, руб.
Кока-кола Зеро	0,5 л	24,66
Кока-кола	0,5 л	24,66
Спрайт	0,5 л	24,66
Фанта	0,5 л	24,66
Чай ФьюзТи манго-ромашка	0,5 л	44,83
Чай ФьюзТи черный лимон-лемонграсс	0,5 л	44,83
Бон Аква, негаз.	0,5 л	36,14
Морс Черная смородина	0,25 л	50,0
Морс Облепиха	0,25 л	50,0
Морс клюквенный	0,25 л	50,0

На поставку питьевой воды будет заключен договор с компанией «Хрусталь Белогорья», которая занимается продажей и доставкой чистой питьевой воды (стоимость 1 бутылки объемом 19 л составит 85,0 руб.).

Договор на вывоз мусора и прием жидких отходов будет заключен с компанией «ЭкоАрхитектура», которое оказывает профессиональные услуги

по утилизации отходов с 2008 года, имеет необходимые лицензии, позволяющие проводить утилизацию отходов I-IV классов опасности и ликвидацию производственных объектов. Прием жидких отходов будет происходить один раз в 3 дня, вывоз мусора ежедневно в конце смены. Стоимость вывоз мусора и прием жидких отходов составит 3,0 тыс.руб. в месяц.

Количество дней работы в году фудтрака составит 332, что обосновано выделением нескольких дней для проведения санитарных и ремонтных работ.

б. Определение места расположения фудтрака, заключение договора с собственником земли.

Целевая аудитория проекта – студенты, а также мужчины и женщины в возрасте от 15 до 50 лет с средним доходом; ведущие активный образ жизни, проводящие много времени вне дома и туристы.

Точки продаж выбраны с учетом максимального трафика в определенное время суток. Фудтрак имеет возможность передвигаться по городу с целью максимального охвата целевой аудитории во время праздничных и каникулярных периодов.

Договор аренды земли будет заключен с НИУ «БелГУ», так как он является собственником месторасположения фудтрака – район набережной р. Везелка и площадь около фонтана (10.00 – 22.00). Данный участок находится в частной собственности НИУ «БелГУ».

При назначении арендной платы учитываются два важнейших показателя:

– географическое положение природной зоны и экономическое развитие города;

– ценность участка для города (учитывается множество параметров: инженерная и строительная ценность; социальная, экономическая роль; природные качества территории; историческая и архитектурная ценность; прочие параметры).

Арендная плата зависит от кадастровой стоимости земли и размера

ставки рефинансирования Центробанка. Наиболее подвержены рыночным колебаниям земли в городской черте. На цену влияют не только объективные факторы (близость магазинов, значимых улиц), но и субъективные, и нерациональные условия. К ним можно отнести «престижность» района – близость парков и зон отдыха, архитектурных памятников, выделение района «для богатых». Расчет стоимости аренды участка земли приведён в таблице 16.

Таблица 16

Расчет стоимости аренды участка земли

Показатель	Значение
Кадастровая стоимость участка, руб.	421382528,0
Размер участка, кв.м.	59720
Стоимость 1 кв м участка, руб.	7055,97
Стоимость 20 кв м участка, руб.	141119,4
Ставка рефинансирования ЦБ, %	7,75
Стоимость аренды 20 кв. м в год, руб.	10936,75
Стоимость аренды 20 кв. м в месяц, руб.	911,40

Таким образом, проведенные расчеты минимальной стоимости аренды участка земли для расположения фудтрака позволяют предположить размер арендной платы с учетом локации и конкуренции 5,0 тыс. руб.

7. Персонал. Индивидуальный предприниматель (ИП) может нанимать работников по трудовым и гражданско-правовым договорам. К работникам (поварам-анализаторам) предъявляются следующие требования: опыт работы в сфере общественного питания от 1 года, наличие медицинской книжки. График работы сменный, 2/2.

Штатное расписание и фонд оплаты труда приведены в таблице 17.

Таблица 17

Штатное расписание и фонд оплаты труда

Должность	Оклад, руб.	Кол-во, чел.	ФОТ в год, тыс. руб.
Административный			
Бухгалтер	5,0	1	60,0
Производственный			
Водитель	10,0	1	120,0
Повар-реализатор	20,0	4	960,0

Штатное расписание составлено с учетом, что в одну смену работает 2 повара-реализатора с 10.00 до 22.00. Бухгалтерия передана на аутсорсинг.

Предполагается, что главным управляющим фудтрака будет являться владелец предприятия. Обязанности управляющего и поваров-реализаторов представлены в таблице 18.

Таблица 18

Должностные обязанности работников фудтрака

Должность	Обязанности
Владелец/ управляющий	<ul style="list-style-type: none"> – координирует и контролирует общую деятельность заведения и обеспечивает ее эффективность; – обеспечивает своевременные поставки продовольственных товаров, полуфабрикатов и сырья; – принимает, увольняет, поощряет и наказывает сотрудников; – устанавливает обязанности для персонала; – контроль за обслуживанием гостей; – слежение за соблюдением технологий приготовления напитков; – контроль за соблюдением правил эксплуатации; – заполнение необходимой документации; – контроль за производственной и трудовой дисциплиной; – контроль за размещением рекламных материалов.
Повар-реализатора	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдение санитарных требований; – знание инструкций по работе с оборудованием; – строгое выполнение заказа клиентов; – поддержание порядка и чистоты рабочего места; – слежение за наличием продукции; – знание особенностей ассортимента, назначение товара и технологий приготовления напитков; – слежение за сохранностью оборудования.
Водитель	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечивает своевременную подачу автомобиля; – осуществляет вождение автомобиля; – следит за техническим состоянием автомобиля; – прорабатывает маршрут следования; – ведет путевые листы, отмечая маршруты следования, пройденный километраж, расход топлива
Бухгалтер	<ul style="list-style-type: none"> – ведение бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций; отражает на счетах бухгалтерского учета операции, связанные с движением основных средств, товарно-матер. ценностей и денеж. средств; – составляет отчетные калькуляции себестоимости продукции, выявляет источники образования потерь и непроизводительных расходов, подготавливает предложения по их предупреждению; – производит начисление и перечисление налогов и сборов,

	страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в банковские учреждения, средств на финансирование капитальных вложений, заработной платы
--	---

Нанимая к себе работника, ИП берет на себя дополнительные расходы и обязанности – исчисляет и удерживает НДФЛ с доходов выплачиваемых своим сотрудникам. Один раз в месяц (на следующий день после выплаты заработной платы) индивидуальный предприниматель обязан перечислять НДФЛ по ставке 13% в пользу налоговой инспекции, выступая в роли налогового агента. Отчисления во внебюджетные фонды за работников платятся каждый месяц, исходя из размера тарифов страховых взносов, умноженных на заработные платы сотрудников. Начиная с 2017 года взносы нужно платить в Федеральную налоговую службу (ФНС) и Фонд социального страхования (ФСС). Страховые взносы перечисляются в соответствии с общими тарифами, которые на каждый год устанавливает Правительство России. В 2019 году применяются следующие тарифы:

- на обязательное пенсионное страхование – 22%;
- на обязательное медстрахование – 5,1%;
- ФСС – 2,9%.

Фонд оплаты труда и размер отчислений представлен в таблице 19.

Таблица 19

Фонд оплаты труда и размер отчислений, тыс. руб.

Должность	ФОТ	Отчисления				ФОТ с отчислениями
		ПФР 22%	ФФМОС 5,1%	ФСС 2,9%	Всего	
Бухгалтер	60,00	13,20	3,06	1,74	18,00	78,00
Водитель	120,00	26,40	6,12	3,48	36,00	156,00
Повар-реализатор	960,00	211,20	48,96	27,84	288,00	1248,00
Итого	1140,00	250,80	58,14	33,06	342,00	1482,00

Фонд оплаты труда составит 1 140,0 тыс. руб. в год, размер отчислений в социальные фонды и фонд пенсионного страхования – 342,0 тыс. руб. ФОТ

вместе с отчислениями составит 1 482,0 тыс. руб. в год.

4. Маркетинговый план

Для поддержки запуска фудтрака принято решение разработки и реализации коммуникационной кампании, которая позволит занять фудтраку свою нишу на рынке мобильного питания г. Белгород, а также проинформировать потребителей.

Коммуникационная кампания будет затрагивать целевые аудитории потенциальных потребителей фудтрака и представителей СМИ. Кампания строится на технологиях медиарилейшнз, сопровождения специальных событий, рекламы.

Одним из основных специальных мероприятий в рамках коммуникационной кампании будет тестовое открытие фудтрака. В данном случае будет совмещено два направления – специальные события и медиарилейшнз. Группу СМИ выделяем в отдельную целевую аудиторию. Это связано с ее значимостью, особенно на этапе запуска коммуникационной кампании, лидерами мнений могут быть: журналисты изданий, порталов и телеканалов Белгорода; журналисты изданий о кулинарии; создатели крупных кулинарных сайтов; блоггеры, как освещающие вопросы кулинарии, так и новостные и др.; известные шеф-повара и рестораторы.

Перед официальным стартом открытия фудтрака можно запустить техническое открытие в парке, на которое будут приглашены перечисленные выше люди.

В рамках медиарилейшнз необходимо сделать рассылку пресс-релизов о запуске нового фудтрака. После мероприятия необходимо провести мониторинг СМИ, который включает в себя как количественную, так и качественную составляющую. Необходимо проанализировать общее количество публикаций, их направленность. Такая аналитика позволит лучше подготовиться к запуску направления, т.к. на этом этапе могут быть учтены все возможные погрешности.

В рамках реализации коммуникационной кампании необходимо освес-

щение выхода на рынок фудтрака. Для этого важно осуществить следующие моменты:

- создание группы, посвященной фудтраку, в социальных сетях;
- продвижение группы в социальных сетях: таргетированная реклама, реклама в сообществах, посвященных еде, Белгороду, итальянской кухне и т.д.;
- лифлетинг в предполагаемых местах установки фудтрака с информацией о фудтраке.

Таблица 20

План коммуникационной кампании по выводу на рынок фудтрака

Мероприятие	Описание	Цель	Целевая аудитория	Ожидаемый эффект
1	2	3	4	5
Медиарилейшнз				
Техническое открытие фудтрака	Приглашение журналистов, блоггеров, рестораторов на техническое открытие. Презентация фудтрака	заручиться поддержкой лидеров мнений, презентовать новый проект	- представители СМИ и лидеры мнений; - широкая общественности	70% пришедших на открытие разместили информацию в том или ином формате (новость, пост, блог, видео, репортаж, фотоотчет и т.д.)
Рассылка пресс-релиза о запуске фудтрака	Создание информации для распространения по печатным и электронным СМИ	Проинформировать аудиторию о новом формате	Широкая общественность	Публикация в СМИ информации
Events				
Участие фудтрака в фестивале	Выставление фудтрака на фестивале	Презентация нового формата	Любители еды на открытом воздухе	Признание фудтрака любителями; Появление постоянных клиентов
Реклама				
Создание и продвижение группы в социальных сетях	Создание группы, наполнение ее контентом и приглашение целевой аудитории	Использование все доступных каналов продвижения для информирования о фудтраке	- Любители еды с фудтраков; - Поклонники итальянской кухни; - Широкая общественность	Оформление группы, создание фотографий, тем 1000-2000 подписчиков, группы в первый месяц создания 80 постов на странице группы

1	2	3	4	5
Лифлетинг	Раздача листовок в предположительных местах расположения фудтрака	Информирование людей о запуске нового фудтрака, подготовка к продаж	Посетители мероприятий под открытым небом; широкая общественность	Раздача листовок-флаеров, до 5% обратившихся в фудтрак по флаеру

Особый упор необходимо сделать на создание и продвижение группы в социальных сетях, в частности, в социальной сети «ВКонтакте». Данная группа позволит выйти на такие целевые группы, как посетители крупных фестивалей, поклонники итальянской кухни и т.д.

В таблице 21 приведены способы продвижения услуг фудтрака.

Таблица 21

Мероприятия продвижения услуг и товаров фудтрака

Наименование мероприятия	Стоимость, руб.	Стоимость поддержки мероприятия, руб. в год
Создание группы в Вконтакте и её дизайн	-	-
Дизайн наклейки, разработка и нанесение на фудтраке	12 500	3 000
Деревянная доска с прейскурантом цен	1 000	-
Стойка со стрелками, указывающими направление к фудтраку	1 500	-
Итого	15 000	3 000

Ведение социальных сетей (Вконтакте, Instagram) будет осуществляться руководителем и не требует дополнительных затрат.

Основной ассортимент фудтрака «Pizza Truck» будет состоять из нескольких видов пиццы, которую можно будет приобрести порционно, маффин с различной начинкой, горячих и газированных напитков.

Для расчёта финансовых результатов деятельности фудтрака необходимо сделать прогноз продаж продукции фудтрака и разработать рекламную стратегию.

Выбор общего направления в ценообразовании, главных подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия, оказываемые услуги с целью увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия обеспечивается на ос-

нове маркетинга.

Цены и ценовая политика выступают одной из главных составляющим маркетинга фирмы.

Проведем расчет себестоимости продукции фудтрака. Питьевая вода будет приобретена в бутылках объемом 19 л, стоимость 85 руб. Для приготовления кофе будет использоваться кофе в зернах Oro Caffè Italian Style (состав: 60% Арабика, 40% Робуста), вакуумная упаковка с клапаном (стоимость 1 кг 1500 руб.). Для приготовления капучино и латте будут использованы сливки Valio для кофе, жирностью 10% стерилизованные, объем упаковки 1 л, стоимость – 300 руб. Расчет себестоимости кофе на стакан объемом 250 мл приведен в таблице 22.

Таблица 22

Расчет себестоимости кофе (стакан 250 мл)

Название	вода		кофе		сливки		Стаканчик с крышкой	Итого, руб.
	мл	руб.	г	руб.	г	руб.		
Эспрессо	60	0,27	9	13,5	-	-	6,38	20,15
Американо	100	0,45	9	13,5	-	-	6,38	20,33
Капучинно	140	0,63	9	13,5	6	1,8	6,38	22,31
Латте	150	0,67	9	13,5	12	3,6	6,38	24,15

Картофель фри готовится из полуфабриката Картофель фри NORECA SELECT 9 мм, стоимость упаковки весом 2,5 кг составляет 260 руб. Расход растительного масла на приготовление 100 гр. картофеля фри составляет 20 гр. Таким образом, себестоимость упаковки картофеля фри (100 гр) составит 12,07 руб.

Определив себестоимость продукции фудтрака «Pizza Truck» надо определить стратегию ценового позиционирования по отношению к каждому конкуренту, для этого проведем анализ цен конкурентов и сформируем коридор розничных цен, в котором продукция фудтрака «Pizza Truck» будет привлекательна для потенциальных потребителей.

Рассмотрим на примере определения коридора рыночных цен для порции кофе латте (табл. 23).

Определение коридора розничных цен

Конкуренты	Стратегия цены продукции	Коэффициент для расчета цены	Цена конкурентов, руб.	Расчетная стоимость товара, руб.	Коридор розничных цен, руб.
Конкурент 1	минимум на 20% выше	1,2	60	72	70-80
Конкурент 2	минимум га 15% ниже	0,85	85	72,3	
Конкурент 3	на 1 ценовой сегмент ниже	вручную	100	80-90	

На различные группы продукции фудтрака будет разный коэффициент торговой наценки и прибыли с единицы продукции. Себестоимость и размер торговой наценки на пиццу приведены в таблице 24.

Таблица 24

Себестоимость и торговая наценка на пиццу

Наименование	Себестоимость, руб.	Торговая наценка,		Стоимость единицы, руб.
		%	руб.	
Пицца с ветчиной и грибами	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца закрытая	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца 4 сыра	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца Пепперони	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца Мексиканская	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца Маргарита	176,80	35,75%	63,20	240,00
Пицца 1 порция	48,32	24,17%	11,68	60,00

Средний коэффициент торговой наценки на пиццу составляет 35,75% от себестоимости, фудтраку выгоднее продавать пиццу целиком, так как в таком случае торговая наценка больше – 63,20 руб., в случае продажи пиццу порционно коэффициент торговой наценки составляет 24,17% или 11,68 руб. с каждой порции.

Отметим, что основной объем продаж пиццы предполагается производить порционно, несмотря на меньший размер торговой наценки.

Себестоимость и торговая наценка на маффины приведены в таблице 25. Средний коэффициент торговой наценки на маффины составляет 42,88% от себестоимости или 24,01 руб. на единицу продукции.

Себестоимость и торговая наценка на маффины

Наименование	Себестоимость, руб.	Торговая наценка,		Стоимость единицы, руб.
		%	руб.	
Маффин шоколадный	55,99	42,88%	24,01	80,00
Маффин ванильный	55,99	42,88%	24,01	80,00
Маффин с яблоком и корицей	55,99	42,88%	24,01	80,00
Маффин с черникой	55,99	42,88%	24,01	80,00

Коэффициент торговой наценки на горячие напитки гораздо больше рассмотренных выше пиццы и маффинов, он составляет в среднем 190% от себестоимости, на чай он немного ниже средней границы – 172%, на кофе колеблется от 189,84% до 213,81%.

Из предлагаемых в ассортименте кофе наибольшую торговую наценку имеет латте 213,81% или 47,69 руб. на порцию, а наименьшую – капучино 189,84% или 45,85 руб.

Таблица 26

Себестоимость и торговая наценка на горячие напитки

Наименование	Себестоимость, руб.	Торговая наценка,		Стоимость единицы, руб.
		%	руб.	
Чай черный	18,38	172,03%	31,62	50,00
Чай зеленый	18,38	172,03%	31,62	50,00
Кофе эспрессо	20,15	197,79%	39,85	60,00
Кофе американо	20,33	195,17%	39,67	60,00
Кофе латте	22,31	213,81%	47,69	70,00
Кофе капучино	24,15	189,84%	45,85	70,00

Коэффициент торговой наценки на напитки составляет от 60% от себестоимости до 143,31%, наибольший коэффициент торговой наценки будет на газированные напитки (табл. 27).

Все пиццы подаются в картонных коробках, произведенных на заказ в соответствии со стандартами бренда «Pizza Truck». Напитки подаются в картонных теплоизолированных стаканах.

Плановый объем продаж в месяц приведен в приложении 5. Средняя выручка в месяц в течение года по плановым показателям будет составлять

815,1 тыс. руб. При этом отметим что в течение года будет наблюдаться неравномерный спрос на продукцию фудтрака, что связано с наличием каникулярных периодов (основной потребитель продукции фудтрака – студент) и меньшим спросом в холодный период года.

Таблица 27

Себестоимость и торговая наценка на напитки

Наименование	Себестоимость, руб.	Торговая наценка,		Стоимость единицы, руб.
		%	руб.	
Кока-кола Зеро	24,66	143,31%	35,34	60,00
Кока-кола	24,66	143,31%	35,34	60,00
Спрайт	24,66	143,31%	35,34	60,00
Фанта	24,66	143,31%	35,34	60,00
Чай ФьюзТи манго-ромашка	44,83	78,45%	35,17	80,00
Чай Фьюзти черный лимон-лемонграсс	44,83	78,45%	35,17	80,00
Бон Аква, негаз.	36,14	66,02%	23,86	60,00
Морс Черная смородина	50,00	60,00%	30,00	80,00
Морс Облепиха	50,00	60,00%	30,00	80,00
Морс клюквенный	50,00	60,00%	30,00	80,00

План продаж фудтрака в течение года приведен в таблицах 28 и 29. Наибольший объем продаж будет наблюдаться в мае-июне и сентября-октябре, когда доля продаж ежемесячно будет колебаться в пределах 9,52% – 10,25% в общем объеме продаж за год. Это связано с климатическими особенностями, благоприятствующими для совершения прогулок и нахождения на свежем воздухе.

Таблица 28

План продаж фудтрака в течение года, единиц продукции

Группа продукции	месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
пицца	720	792	864	1008	1296	1296	1008	1008	1296	1152	720	720
пицца (порц)	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480
картофель фри	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480
маффины	768	1152	1344	1440	1536	1536	1440	1344	1536	1536	1344	864
чай	816	1104	1344	1440	1488	1488	1440	1344	1536	1536	1344	960
кофе	2304	2736	3216	3408	3552	3696	3696	3648	3888	3552	3264	2640
напитки	1200	1320	1440	1680	2160	2160	1680	1680	2160	1920	1200	1200

Минимальные объем продаж наблюдается в январе 5,67% или 554,4 тыс. руб., что обусловлено длительным каникулярным периодом и погодными условиями данного времени года. В зимнее время планируется проводить профилактические работы, связанные с техническим состоянием фудтрака и эксплуатируемым оборудованием и предоставлять отпуска работникам.

Таблица 29

План продаж фудтрака в течение года, тыс. руб.

Группа продукции	месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
пицца	172,8	190,1	207,4	241,9	311,0	311,0	241,9	241,9	311,0	276,5	172,8	172,8
пицца (порц)	24,5	33,1	40,3	43,2	44,6	44,6	43,2	40,3	46,1	46,1	40,3	28,8
картофель фри	24,5	33,1	40,3	43,2	44,6	44,6	43,2	40,3	46,1	46,1	40,3	28,8
маффины	61,4	92,2	107,5	115,2	122,9	122,9	115,2	107,5	122,9	122,9	107,5	69,1
чай	40,8	55,2	67,2	72,0	74,4	74,4	72,0	67,2	76,8	76,8	67,2	48,0
кофе	146,4	175,2	206,4	218,9	228,0	236,6	236,2	232,3	248,6	228,5	209,3	168,0
напитки	84,0	92,4	100,8	117,6	151,2	151,2	117,6	117,6	151,2	134,4	84,0	84,0
Всего	554,4	671,3	769,9	852,0	976,8	985,4	869,3	847,2	1002,7	931,2	721,4	599,5

Анализ структуры продаж фудтрака показал, что на первом месте про продажам находится пицца – 34%, далее идут напитки: кофе 26% и газированные напитки 14% (рис. 8).

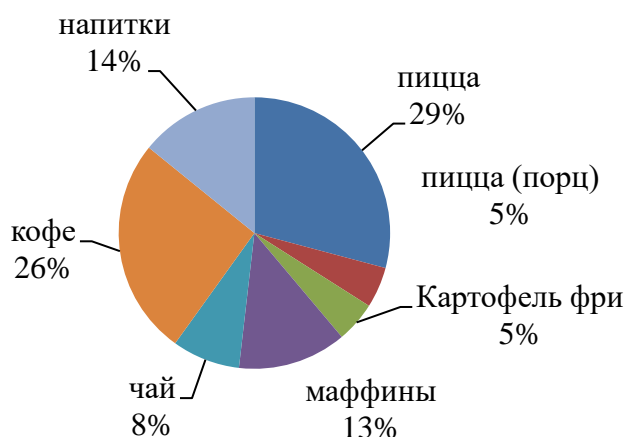


Рис. 8. Структура продаж фудтрака по группам продукции, в процентах

Динамика продаж фудтрака в течение года, представленная на рисунке 9, показывает, что спрос постепенно увеличивается в течение года к летним

месяцам, при этом в июле и августе наблюдается спад спроса на продукцию фудтрака, что связано с каникулами у студентов. В данный период деятельность фудтрака должна быть ориентирована на потребности гостей города и горожан, которые приходят в парковую зону отдыха вдоль р. Везелка.



Рис. 9. Динамика продаж фудтрака в течение года

Прогноз прибыли от продаж фудтрака в течение года представлен в таблице 30. Выручка от продажи продукции фудтрака за год составляет 9 781,2 тыс. руб., при этом себестоимость – 5 346,9 тыс.руб. Прибыль от продаж составляет 45,43% в выручке, за год прибыль от продаж продукции составит 4 434,3 тыс. руб.

Таблица 30

Прогноз прибыли от продаж фудтрака в течение года, тыс. руб.

Показатель	месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
выручка	554,4	671,3	769,9	852,0	976,8	985,4	869,3	847,2	1002,7	931,2	721,4	599,5
себестоимость сырья	303,9	366,3	416,3	465,0	544,6	547,5	470,8	459,5	553,9	512,7	382,8	323,5
прибыль от продаж	250,5	305,0	353,6	387,0	432,2	437,9	398,5	387,7	448,8	418,5	338,6	276,0

Прогноз прибыли от продаж фудтрака в течение 5 лет представлен в

таблице 31. Рост продаж планируется ежегодно 103%, в первый год прибыль от продаж составит 2 434,32 тыс. руб., во второй год – 4 567,35 тыс. руб. и к пятому году деятельности фудтрака достигнет 4 990,87 тыс. руб.

Таблица 31

Прогноз прибыли от продаж фудтрака в течение 5 лет, тыс. руб.

Показатель	Года				
	1	2	3	4	5
Выручка по группам продукции					
пицца	2851,20	2936,74	3024,84	3115,58	3209,05
пицца (порц)	475,20	489,46	504,14	519,26	534,84
картофель фри	475,20	489,46	504,14	519,26	534,84
маффины	1267,20	1305,22	1344,37	1384,70	1426,24
чай	792,00	815,76	840,23	865,44	891,40
кофе	2534,40	2610,43	2688,74	2769,41	2852,49
напитки	1386,00	1427,58	1470,41	1514,52	1559,96
Выручка, всего	9781,20	10074,64	10376,88	10688,18	11008,83
Себестоимость сырья	5346,88	5507,29	5672,50	5842,68	6017,96
Прибыль от продаж	4434,32	4567,35	4704,37	4845,50	4990,87

Маркетинговые технологии – это методы воздействия на широкий круг потребителя организациями, заинтересованными в повышении спроса на производимый ею товар. Они являются частью общей системы маркетинга и являются инструментом воздействия на потенциального потребителя товара. Основными методами продвижения товара являются: брендинг, товарная марка и товарный знак, презентация товара и PR-кампания.

Для реализации проекта открытия фудтрака будут применены следующие маркетинговые технологии: реклама в социальных сетях; меню и упаковка продукции с логотипом заведения.

Для получения фудтраком хорошей прибыли, применение данных технологий играет незначительную роль. Поэтому существует необходимость использовать другие технологии. Среди всего многообразия методов продвижения есть несколько направлений маркетинга и рекламы, дающие наилучшие результаты в сфере общественного питания. Однако важно понимать, что для различных концепций они дают различный эффект, и поэтому к разработке медиаплана конкретного предприятия нужно подходить индиви-

дуально. В целом данный перечень методов в себя включает следующие:

- наружная реклама – красочное оформление фудтрака, которое одновременно выступает рекламой предприятия;

- интернет-реклама – как показывает статистика, целевая аудитория для предприятий общественного питания – это, в основном, активные интернет-пользователи. В интернет-маркетинге, как правило, используют следующие формы продвижения: баннерная и контекстная реклама, обсуждение в блогах, «вирусный» маркетинг;

- POS-материалы – фирменные визитки, флаера, буклеты, воздушные шарики, сахар, ручки, фирменная одноразовая упаковка и этикетки для упаковки блюд, заказанных «на вынос», и прочие мелочи, информирующие и напоминающие о предприятии.

Для продвижения продукции фудтрака используются социальные сети: vk.com, и Instagram. SMM ведет сам инициатор проекта. Публикуются фотографии пиццы с привлекательными описаниями, рецепты пиццы, фотографии довольных покупателей с продукцией «Pizza Truck» (с их согласия), новости города из непосредственного окружения фудтрака и прочая информация. Используется платное продвижение отдельных постов. Рекламный бюджет – 3 000 рублей в месяц.

5. Финансовый план

Финансовый план составлен на пятилетнюю перспективу и учитывает все доходы и затраты проекта, а также учтен фактор сезонности. Инвестиционные затраты составляют 2 433,04 тыс. руб., из которых основная часть приходится на приобретение фудтрака 1 814,0 тыс. руб. (табл. 32).

Таблица 32

Инвестиционные затраты на открытие фудтрака, тыс. руб.

Наименование	Сумма
Приобретение фудтрака	1814,00
Брендинг фудтрака	25,00
Оборудование фудтрака	584,76
Кухонный инвентарь	9,28
Всего	2433,04

Средства на приобретение и организацию работы фудтрака планируется покрыть с помощью банковского кредита сроком на 5 лет со ставкой 18,5% годовых. Погашение кредита осуществляется аннуитетными платежами. Размер ежемесячного платежа составляет 64 166 руб. (табл. 33).

Таблица 33

Условия кредитования

Наименование	Значение
Размер кредита, тыс. руб.	2 500,0
Период кредитования, месяцев	60
Ставка кредитования, %	18,5
Сумма ежемесячного платежа, руб.	64 166,0
Переплата по процентам за кредит, тыс. руб.	1 349,93
Итоговая переплата с учетом комиссий, тыс. руб.	1 349,93
Эффективная процентная ставка, %	20,1

График погашения кредита представлен в **приложении 8**.

Переменные затраты учитывают стоимость сырья, упаковки, топлива и прочих расходных материалов (табл. 34).

В первый год работы фудтрака общая сумма переменных затрат составит 5 526,88 тыс. руб. и к пятому году деятельности размер переменных затрат увеличится до 6 208,5 тыс. руб.

Переменные затраты, тыс. руб.

Наименование	Период, год				
	1	2	3	4	5
Сырье	5346,88	5507,29	5672,50	5842,68	6017,96
ГСМ	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Расходные материалы	84,00	86,52	89,12	91,79	94,54
Всего	5526,88	5689,81	5857,62	6030,47	6208,50

Постоянные затраты включают фонд оплаты труда и отчисления с фонда оплаты труда (30%), платежи по кредиту, арендную плату за пользование точками продаж, обслуживание оборудования, административные расходы, амортизацию, рекламу, расходы на вывоз ТБО и т.д. (табл. 35). В первый год работы фудтрака общая сумма постоянных затрат составит 2 751,65 тыс. руб., на второй год – 2 756,29 тыс. руб. Незначительное увеличение размера постоянных затрат связано с увеличением отчислений с фонда заработной платы.

Таблица 35

Постоянные затраты, тыс. руб.

Наименование	Период, год				
	1	2	3	4	5
Платеж по кредиту	770,16	770,16	770,16	770,16	770,16
ФОТ (с отчислениями)	1518,24	1522,87	1522,87	1522,87	1522,87
Арендная плата	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Обслуживание оборудования	42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
Административные расходы	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Амортизация	239,88	239,88	239,88	239,88	239,88
Реклама	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Вывоз ТБО	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Договор с Санэпидстанцией	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Аренда гаража	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Всего	2751,65	2756,29	2756,29	2756,29	2756,29

Наибольшая статья постоянных затрат – фонд оплаты труда персонала и отчисления с него. Амортизационные отчисления рассчитаны линейным методом, срок полезного использования основных фондов – 10 лет.

Страховые взносы ИП в 2019 году делятся на два вида: фиксированные

и дополнительные. Фиксированные взносы одинаковы для всех предпринимателей, независимо от вида деятельности, размера доходов или системы налогообложения: на пенсионное страхование 29 354 рубля; на медицинское страхование 6 884 рубля.

Таким образом, в 2019 году за себя каждый индивидуальный предприниматель должен перечислить 36 238 рублей.

В 2020 году сумма страховых отчислений за себя у индивидуальных предпринимателей увеличивается до 40,874 тыс. руб. Таким образом, ФОТ (с отчислениями) в первый год работы фудтрака составит 1 518,24 тыс. руб., на второй год он увеличится до 1 522,87 тыс. руб.

Проведем расчет экономической эффективности деятельности фудтрака (табл. 36).

Таблица 36

Экономическая эффективность, тыс. руб.

Показатель	Года, тыс. руб.					
	0	1	2	3	4	5
Инвестиционные затраты	2433,04	-	-	-	-	-
Выручка	-	9781,20	10074,64	10376,88	10688,18	11008,83
Переменные затраты	-	5526,88	5689,81	5857,62	6030,47	6208,50
Постоянные затраты	-	2751,65	2751,65	2751,65	2751,65	2751,65
Прибыль до налогообложения	-	1502,67	1633,18	1767,60	1906,06	2048,67
Налог на прибыль	-	90,16	97,99	106,06	114,36	122,92
Чистая прибыль	-	1412,51	1535,19	1661,55	1791,70	1925,75
Чистый денежный поток	- 2433,04	1547,26	1669,94	1796,30	1926,45	2060,51

Так как ИП работает по упрощенной системе налогообложения то размер налога на прибыль составит 6%. Чистая прибыль в первый год составит 1 547,26 тыс. руб., во второй год – 1 669,94 тыс. руб. и к пятому году размер чистой прибыли увеличится до 2 060,51 тыс. руб.

Определим точку безубыточности, которая устанавливает порог прибыльности от реализации продукции фудтрака и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки будут равны выручке от реализации (т.е. прибыль = 0) [61, с. 214]. Проведем анализ

безубыточности деятельности фудтрака (рис. 10).

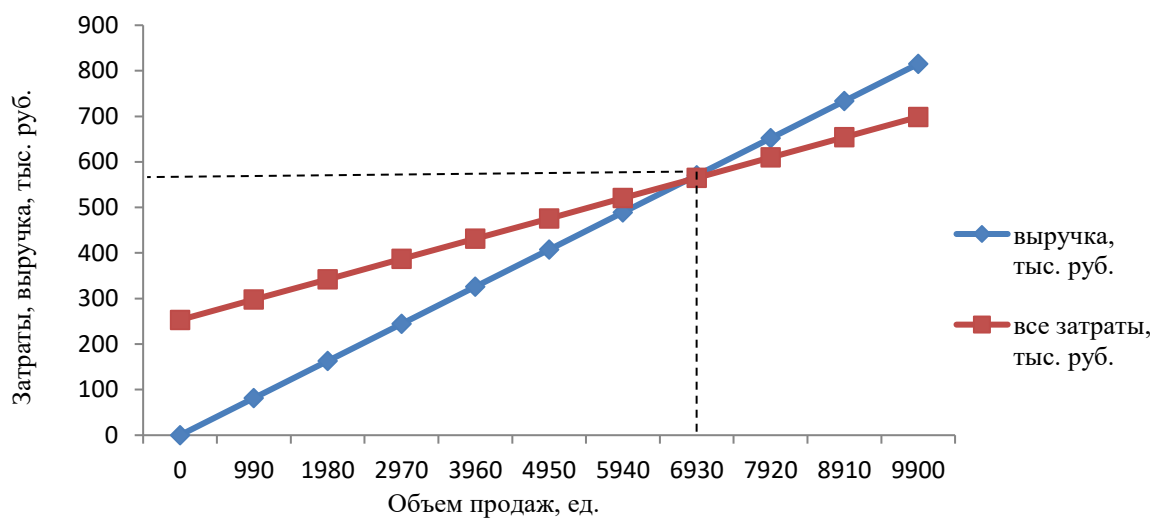


Рис. 10. Точка безубыточности фудтрака

При объеме продаж 6 940 единиц продукции в месяц (или 231 единица продукции в день) выручка фудтрака составит 571,393 тыс. руб. и издержки будут равны выручке от реализации.

Анализ эффективности инвестиций представлен в таблице 37. Чистый приведенный доход (NPV) представляет собой величину разностей результатов инвестиционных затрат за расчетный период, приведенных к одному моменту времени, т.е. с учетом дисконтирования денежного потока (результатов) и инвестиционных вложений (затрат) и равен 2 822,12 тыс. руб.

Таблица 37

Анализ эффективности инвестиций

Годы	Начальные инвестиционные затраты (-) и чистые денежные потоки, тыс. руб.	Дисконтированный множитель при ставке «r», равной 20%	Современная стоимость, тыс. руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, тыс.руб.
0	-2433,04	1	-2433,04	-2433,04
1	1547,26	0,833	1289,38	-1143,66
2	1669,94	0,694	1159,68	16,02
3	1796,30	0,578	1039,52	1055,55
4	1926,45	0,482	929,04	1984,59
5	2060,51	0,402	828,07	2812,66
NPV				2812,66

Индекс доходности (PI) показатель эффективности инвестиции, представляющий собой отношение дисконтированных доходов к размеру инвестиционного капитала.

$$PI = 2812,66 / 2433,04 = 1,16$$

На 1 рубль инвестиций приходится 1,16 руб. прибыли, то есть проект следует принять, он эффективен.

Период окупаемости (DPP) – это минимальный временной интервал от начала осуществления проекта, за пределами которого чистый приведенный доход становится не отрицательным. DPP показывает срок, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, с учетом дисконтирования, покрыли затраты на инвестиции. Точка, в которой NPV станет положительным, будет являться точкой окупаемости [64, с. 188].

По данным таблицы 37 срок окупаемости PP равен 1,57 года, а дисконтированный срок окупаемости равен 1,88 года или 1 год 11 месяцев (рис. 11).

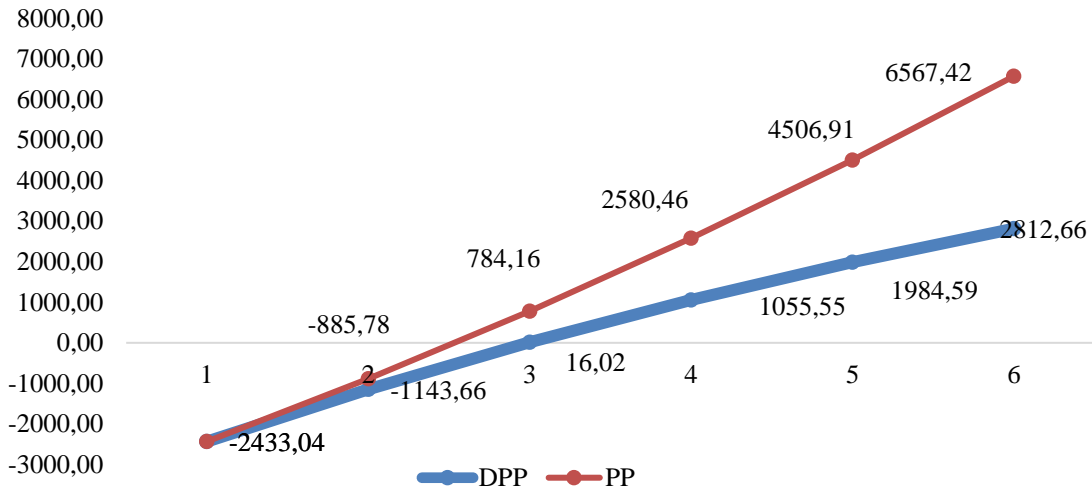


Рис. 11. Срок окупаемости проекта

Коэффициент эффективности инвестиций (ARR) не предполагает дисконтирования показателей дохода, поскольку доход характеризуется показателем чистой прибыли. Алгоритм его расчета исключительно прост, поэтому показатель широко используется на практике. Коэффициент эффективности

инвестиций рассчитывается делением среднегодовой прибыли (PN) на среднюю величину инвестиций, которая составляет половину исходной суммы капитальных вложений, если по истечении срока реализации проекта все капитальные затраты будут списаны [80, с. 79].

$$ARR = 1,36.$$

Рентабельность инвестиций ROI занимает центральное место в отчетах об эффективности использования капитала, данный коэффициент объективно отражает, сколько прибыли или финансовых потерь получают акционеры по итогам работы компании. Коэффициент имеет двойкий экономический смысл: его анализ важен как для действующих инвесторов, которые отслеживают текущую рентабельность и результаты своего проекта, так и для инвесторов потенциальных, которые оценивают прибыльность или убыточность вложений прежде, чем принять решение об инвестировании [16, с. 76].

$$ROI = 58\%.$$

IRR (Internal Rate of Return, IRR) определяет максимальную стоимость привлекаемого капитала, при которой инвестиционный проект остается выгодным. IRR рассчитывается как значение ставки дисконтирования, при которой NPV=0 [62, с. 141].

Таблица 38

Исходные данные для показателя внутренней нормы доходности

Год	Поток, тыс. руб.	Расчет 1		Расчет 2		Расчет 3		Расчет 4	
		r=162%	PV, тыс. руб.	r=165%	PV, тыс. руб.	r=163%	PV, тыс. руб.	r=164%	PV, тыс. руб.
0	-2433,04	1		1	-	1	-	1	-
1	1547,26	0,617	-2433,04	0,606	-2433,04	0,613	-2433,04	0,610	-2433,04
2	1669,94	0,381	955,10	0,367	937,73	0,376	949,24	0,372	943,45
3	1796,30	0,235	636,31	0,223	613,39	0,231	628,53	0,227	620,89
4	1926,45	0,145	422,51	0,135	399,88	0,142	414,78	0,138	407,24
5	2060,51	0,090	279,70	0,082	259,91	0,087	272,90	0,084	266,31
			184,67		168,48		179,08		173,68
NPV			45,25		-53,65		11,48		-21,48
IRR = 163,75%									
IRR = 163,62%									

Эффективность вложений капитала в данный проект равна эффективности инвестирования под IRR процентов в какой-либо финансовый инструмент с равномерным доходом. Расчёт показателя внутренней нормы доходности произведен в таблице 38.

Значение IRR больше ставки дисконтирования, используемой для приведения стоимости будущих свободных денежных потоков, генерируемых проектом, следовательно, инвестирование в такой проект даст положительную приведенную стоимость, и инвестирование в такой проект имеет экономическую целесообразность [65, с. 32].

При решении вопросов финансирования проекта учет рисков – одно из наиболее важных условий эффективности под его выполнения.

Таблица 39

Анализ рисков открытия фудтрака

Вид риска	Эксперты			Средний бал	Вес	Балл по риску
	1	2	3			
Неурегулированность правового поля	80	100	95	91,67	0,33	30,25
Изменение локации	80	85	70	78,33	0,25	19,58
Дополнительные расходы	75	60	60	65,00	0,25	16,25
Рост конкуренции	50	60	40	50,00	0,2	10,00
Снижение покупательной способности населения	50	70	65	61,67	0,25	15,42
Повышение цен на импортное сырье	25	40	30	31,67	0,25	7,92
Изменение тенденций и отказ от употребления кофейных напитков	10	10	10	10,00	0,17	1,67
Быстрый износ оборудования	15	10	5	10,00	0,14	1,43
Воровство со стороны сотрудников	20	20	30	23,33	0,14	3,33
Некачественное обслуживание клиентов	25	30	20	25,00	0,17	4,17
Неумение управлять персоналом	30	25	25	26,67	0,13	3,33
Отсутствие правильного учета	10	15	15	13,33	0,13	1,67
Неэффективная организация труда	15	10	5	10,00	0,13	1,25
Нестабильность качества услуг	20	15	15	16,67	0,14	2,38
Снижение качества поставляемых ингредиентов	20	15	15	16,67	0,2	3,33

Причиной возникновения рисков являются неопределенности, существующие в каждом проекте. Риски могут быть «известные» – те, которые определены, оценены, для которых возможно планирование. Риски «неиз-

вестные» – те, которые не идентифицированы и не могут быть спрогнозированы. Хотя специфические риски и условия их возникновения не определены, большую часть рисков можно предвидеть [56, с. 63].

Организации принимают во внимание риски в той степени, в какой они соотносятся с угрозами проекта или с благоприятными возможностями, повышающими вероятность успешного выполнения проекта. Риски, представляющие собой угрозу для проекта, могут приниматься в том случае, если риск соразмерен выгоде, которую можно получить, приняв этот риск.

Рассмотрим более подробно каждые из существующих рисков. Главная проблема – риск неурегулированности правового поля размещения мобильных объектов в городской среде. Сегодня это самый большой риск для запуска фудтракского проекта. Данный риск по оценкам экспертов занимает наибольший балл.

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 придется либо снижать цены, либо переходить на аудиторию с более высокими доходами, также возможно создание более бюджетного меню на основе существующего и поиск более доступных по цене ингредиентов.

Риск повышения конкуренции. Снизить риск позволяет наличие уникального торгового предложения, а также прочих конкурентных преимуществ.

Риск снижения качества поставляемых ингредиентов. Снизить риск можно путем постоянного мониторинга рынка, созданием базы альтернативных поставщиков.

Риск изменения тенденций и отказ от употребления кофейных напитков. Этот риск минимален. Однако, даже в этом случае всегда можно сосредоточить внимание на приготовлении других напитков.

Риск быстрого износа оборудования. Этот риск достаточно высок,

а простой производства недопустимы, поэтому для снижения риска необходимо знать инженера, к которому можно обратиться в случае неожиданной поломки, а также проводить тщательное текущее обслуживание оборудования и заключить постгарантийный договор с поставщиком оборудования.

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 проводить регулярный мониторинг спроса на те или иные блюда.

Проведенный анализ чувствительности проекта позволяет сделать вывод о том, что данный проект обладает достаточно высокой надежностью и безопасностью реализации.

Данный проект предполагает открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака. Проект даёт следующие финансовые результаты:

IRR – внутренняя норма доходности – 163,75%;

NPV – чистая приведенная стоимость за 5 лет – 2 812,66 руб.;

DR – ставка дисконтирования – 20%;

DPP – дисконтированный срок окупаемости – 1 год 11 месяцев;

ROI – рентабельность инвестиций – 58%.

Заключение

Был разработан бизнес-план открытия мобильного торгового объекта в формате фудтрака, проведено экономическое обоснование приобретения и оборудования для автофургона. Основа меню «Pizza Truck» – пицца. Ценовой сегмент – «средний». Организационно-правовая форма будет ИП.

Фудтрак приобретается новым, на базе фургона; его оборудование, разработка технологической карты и меню на основании пожеланий владельца проекта, осуществляется специализированной компанией.

Предполагается дислокация в двух основных точках и одной дополнительной по сезону; время присутствия может изменяться в соответствии с конъюнктурой спроса: район набережной р. Везелка (10.00 – 15.00); около фонтана НИУ «БелГУ» (15.00-22.00); площадка около спорткомплекса им. С.Хоркиной (во время проведения праздников и фестивалей) с 10.00 до 22.00. Данное расположение вблизи университета и благоустроенной парковой зоны отдыха с развитой инфраструктурой аргументировано тем, что поток потенциальных потребителей будет формироваться за счет студентов и посетителей парка.

Так как итальянская кухня пользуется стабильно высоким спросом, и многие блюда итальянской кухни возможно готовить из полуфабрикатов, то основное меню фудтрака будет включать несколько видов пиццы. Пиццу будут готовить на кухне ресторана, с которым будет заключен договор. Замороженные полуфабрикаты будут каждый день в начале смены отгружаться в ресторане и в дальнейшем храниться непосредственно в фудтраке.

Кроме пиццы меню фудтрака будет картофель фри, несколько видов маффинов и различные напитки. Отметим, что по мере работы фудтрака и изучения покупательских предпочтений возможно расширить меню и добавить новые блюда.

Отметим, что конкуренция присутствует, но, на наш взгляд, фудтрак «Pizza Truck» сформирует свой контингент потребителей за счет уникально-

сти формата, качества обслуживания и реализуемой населению продукции. Величина сегмента рынка будет увеличиваться за счет участия фудтрака «Pizza Truck» в кейтеринге, праздничных мероприятиях города, фестивалях фудтраков и т.д.

Для расчёта финансовых результатов деятельности фудтрака был сделан прогноз продаж продукции фудтрака и разработана рекламная стратегия.

В рамках реализации коммуникационной кампании необходимо освещение выхода на рынок фудтрака. Для этого необходимо:

- создание группы, посвященной фудтраку, в социальных сетях;
- продвижение группы в социальных сетях: таргетированная реклама, реклама в сообществах, посвященных еде, Белгороду, итальянской кухне и т.д.;
- лифлетинг в предполагаемых местах установки фудтрака с информацией о фудтраке.

Для продвижения продукции фудтрака будут использоваться социальные сети: vk.com, и Instagram. SMM ведет сам инициатор проекта. В публикациях будут фотографии пиццы с привлекательными описаниями, рецепты пиццы, фотографии довольных покупателей с продукцией «Pizza Truck» (с их согласия), новости города из непосредственного окружения фудтрака и прочая информация.

Средняя выручка в месяц в течение года по плановым показателям будет составлять 815,1 тыс. руб. При этом отметим что в течение года будет наблюдаться неравномерный спрос на продукцию фудтрака, что связано с наличием каникулярных периодов (основной потребитель продукции фудтрака – студент) и меньшим спросом в холодный период года.

Наибольший объем продаж будет наблюдаться в мае-июне и сентября-октябре, когда доля продаж ежемесячно будет колебаться в пределах 9,52% – 10,25% в общем объеме продаж за год. Это связано с климатическими особенностями, благоприятствующими для совершения прогулок и нахождения на свежем воздухе.

Рост продаж планируется ежегодно 103%, в первый год прибыль от продаж составит 2 434,32 тыс. руб., во второй год – 4 567,35 тыс. руб. и к пятому году деятельности фудтрака достигнет 4 990,87 тыс. руб. Фонд оплаты труда составит 1 140,0 тыс. руб. в год, размер отчислений в социальные фонды и фонд пенсионного страхования – 342,0 тыс. руб. ФОТ вместе с отчислениями составит 1 482,0 тыс. руб. в год.

Был составлен финансовый план на пятилетнюю перспективу, который учитывает все доходы и затраты проекта, а также учтен фактор сезонности. Инвестиционные затраты составляют 2 433,04 тыс. руб., из которых основная часть приходится на приобретение фудтрака 1 814,0 тыс. руб.

Средства на приобретение и организацию работы фудтрака планируется покрыть с помощью банковского кредита сроком на 5 лет со ставкой 18,5% годовых.

Проведенный анализ чувствительности проекта позволяет сделать вывод о том, что данный проект обладает достаточно высокой надежностью и безопасностью реализации.

Данный проект предполагает открытие мобильного торгового объекта в формате фудтрака. Проект даёт следующие финансовые результаты:

IRR – внутренняя норма доходности – 163,75%;

NPV – чистая приведенная стоимость за 5 лет – 2 812,66 руб.;

DR – ставка дисконтирования – 20%;

DPP – дисконтированный срок окупаемости – 1 год 11 месяцев;

ROI – рентабельность инвестиций – 58%.

Список использованных источников

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2009 №381-ФЗ с изм. от 31.12.2017 N 487-ФЗ, от 25.12.2018 N 488-ФЗ. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

2. Правила оказания услуг общественного питания: Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 г. №1036 с изм. от 21.05.2001 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

3. Проект Правил организации развозной торговли в России: Проект Постановления Правительства РФ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

4. Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015 - 2016 годы и период до 2020 года: Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 N 2733 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

5. Стратегия развития общественного питания в Белгородской области на период до 2025 года: Утверждена постановлением Правительства Белгородской области от 28 мая 2018 г. N 197-пп Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/550119928>

6. Услуги общественного питания. Общие требования: ГОСТ Р 50764-2009 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

7. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования: ГОСТ 30389-2013 Дата введения 2016-01-01 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

8. Услуги общественного питания. Термины и определения: ГОСТ да-

та введения 2015-01-01 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

9. Агафонова В.В. Тенденции развития отечественного рынка услуг // Вестн. Самар. гос. экон. академии. 2017. № 4. С. 12-17.

10. Адаптивные стратегии предприятий услуг общественного питания в экономическом пространстве города : принципы формирования, условия реализации: автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Тинчурина Л. Р. Ростов-на-Дону, 2012. 26 с.

11. Антонова В.А. Систематизация факторов развития ресторанного бизнеса в особых экономических условиях // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Том 3. Выпуск №3. С. 83-90. Режим доступа: <http://rrbusiness.ru/journal/annotation/1244/> (дата обращения 18.04.2019)

12. Баринов В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. № 6. С. 22-26.

13. Блинов А.О. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. № 4. С. 66-70.

14. В Нижегородской области стартует проект «Автолавки в село» Режим доступа: https://www.nta-nn.ru/news/economy/2018/news_596771/ (дата обращения 25.04.2019)

15. Васильева, З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // Маркетинг в России и за рубежом. 2016. № 2. С. 15-19.

16. Васюкова А.Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник; под ред. А.Т. Васюковой. М.: Дашков и Ко, 2015. 416 с.

17. Главчева С.И. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2015. 407 с.

18. Дементьева А.В., Дементьева М.Л., Ходорова З.С. Изучение спроса в общественном питании. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2016. 12 с.

19. Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность продукции. М.: Экономика, 2013. 186 с.
20. Еремин Н.А. Анализ состояния отрасли общественное питание в РФ и пути её развития. М.: Лаборатория книги, 2012. 95 с.
21. Ефимова А.Д., Ефимова О.П. Экономика общественного питания: учеб. пособие; под ред. Н.И. Кабушкина. 4-е изд., испр. Мн.: Новое знание, 2014. 347 с.
22. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие. М.: ИнфраМ, 2014. 312 с.
23. Захаров А.Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. 2014. № 1-2. С. 72-80.
24. Иванова Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия: учебное пособие. Ростовн/Д: Феникс, 2014. 212 с
25. Ильхасан И.А. Роль отрасли общественного питания в экономике региона // Научные исследования: векторы развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 24 июня 2017 г.). Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. С. 179-180.
26. Исследование рынка общепита Москвы, июль 2018 года Режим доступа: <https://zdanie.info/2393/2467/news/12346>
27. Киселёв Г.Ю. Анализ товарооборота предприятия общественного питания. М.: Лаборатория книги, 2016. 106 с.
28. Клименко А.А. Влияние бренда предприятия общественного питания на удовлетворенность и лояльность потребителей в контексте теории «ценности клиента» // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. №3 (51). С. 291-297.
29. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. М.: Прогресс, 2014. 642 с.
30. Кузьмина Ю.В. Особенности формирования конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса. Режим доступа: <https://interactive->

plus.ru/ru/article/79918/discussion_platform (дата обращения 10.04.2019)

31. Кулькушева А.А., Гребнев Г.Д. Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях // Молодой ученый. 2016. №27. С. 433-436.

32. Куприянова Т. Управляемая конкурентоспособность: как ее добиться? // Консультант директора. 2013. № 22. С. 24-26.

33. Мазанкова Т.В. Ресторанный рынок на современном этапе и проблемы его развития: сборник статей. М.: Берлин: Директ-Медиа, 2015. 115 с.

34. Мазилкина Е.И., Паничкина Т.Г. Управление конкурентоспособностью. М.: ОмегаЛ, 2017. 188 с.

35. Мамчур Г.В. Опыт развития новых форматов предприятий общественного питания // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 7. Ч. 3. Режим доступа: URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/07/56179> (дата обращения: 11.03.2019).

36. Медведева О.М. Формирование критериев конкурентоспособности предприятия общественного питания // Практический маркетинг. 2016. № 2 (228). С. 12-16.

37. Методические рекомендации при организации выездной и праздничной торговли Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420262868> (дата обращения: 14.03.2019).

38. Милл Р.К. Управление рестораном: учебник; ред. Г.А. Клебче. 3-е изд. М.: Юнити-Дана, 2015. 536 с.

39. Мурашова С.Ю. Роль и место общественного питания в современной системе хозяйствования // Успехи современного естествознания. 2014. № 7. С. 103-104; Режим доступа: URL: <http://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=12967> (дата обращения: 20.04.2019).

40. Некрасов Н.Е. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия. М.: Лаборатория книги, 2014. 149 с.

41. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в общественном питании:

учебно-практическое пособие. М.: А-Приор, 2013. 256 с.

42.Новикова Д.Т. Управление качеством услуг на предприятиях в индустрии гостеприимства: учеб. пособие. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2012. 328 с.

43. Об обороте общественного питания Белгородской области // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. Режим доступа: URL: http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/d03b69004c555984b605be052efb10e3/0515-17-12-2.htm (дата обращения 15.03.2019)

44. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т.Н. Костюченко, Н.Ю. Ермакова, Ю.В. Орел и др. Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2017. 138 с.

45. Организация производства и логистика предприятий общественного питания: учебное пособие / под ред. Н.С. Родионова, Я.П. Домбровская, А.А. Дерканосова, Е.В. Белокурова; науч. ред. Н.С. Родионова. Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2016. 128 с.

46. Правовое регулирование мобильной уличной торговли как драйвер развития МСП Режим доступа: <https://www.ictsd.org/bridges-news/> (дата обращения 17.04.2019)

47.Ратушный А.С. Технология продукции общественного питания: учебник; под ред. А.С. Ратушного. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. 336 с.

48.Резник Г.А., Маскаева А.И., Пономаренко Ю.С. Сервисная деятельность: учебник. М.: НИЦ Инфра-М, 2013. 342 с.

49. Ресторанный бизнес. Стратегия роста программы лояльности: как наладить коммуникацию с бережливым клиентом. Доставка готовой еды: сервис превращается в лидирующий сегмент рынка: Тематическое приложение к ежедневной деловой газете РБК, 2016. №129 (2385) // РБК. Исследования рынков. Режим доступа:

www.rbcplus.ru/pdf/57900a917a8aa94e9d8e5940/rbcplus_None_1.pdf (дата обращения 12.04.2019)

50. Романова А. Победят ли сервисы по доставке еды традиционные кафе и рестораны? // Российская газета – Экономика Северо-Запада. №7470 (7) Режим доступа: <https://rg.ru/2018/01/16/reg-szfo/pobediat-li-servisy-po-dostavke-edy-tradicionnye-kafe-i-restorany.html> (дата обращения 25.04.2019)

51. Рубин Ю.В., Шустов В.В. Конкуренция: реалии и перспективы М.: Знание, 2014. 218 с.

52. Светуных С.Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях. СПб.: Питер, 2014. 242 с.

53. Сергеев В.С. Маркетинговая деятельность в обеспечении конкурентоспособности предприятия. М.: Лаборатория книги, 2015. 162 с.

54. Теплов В.И. Теоретическое обоснование ценностной модели развития потребительской лояльности к предприятию общественного питания // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 4 (52). С. 5-21.

55. Тинчурина Л. Р. Учёт динамики экономического пространства города при реализации адаптивной маркетинговой стратегии предприятием общественного питания: принципы и технологии // Terra Economicus. 2012. vol. 6. С. 198-201.

56. Титова Н.А. Формирование и оценка конкурентоспособности предприятия розничной торговли: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2013. 100 с.

57. Торговля на колесах готовится получить права. Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/153099/> (дата обращения 19.04.2019)

58. Фасхиев Х.А. Конкурентоспособность / Фасхиев Х.А., Крахмалева А.В., Сафарова М.А. Набережные Челны: КамПИ, 2015. 186 с.

59. Фасхиев Х.А. Анализ методов оценки качества и конкурентоспособности // Методы менеджмента качества. 2013. № 3. С. 6-10.

60. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса: учебное пособие. 5-е

изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. 248 с.

61. Фридман А.М. Экономика предприятия общественного питания: учебник. М.: Дашков и Ко, 2014. 463 с.

62. Хаксевер К., Рендер Б. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. СПб.: Питер, 2012. 341 с.

63. Цопкало Л.А. Контроль качества продукции и услуг в общественном питании: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2012. 230 с.

64. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: учебное пособие; ред. М.И. Баканова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2012. 640 с.

65. Чугунова О.В. Инновационные направления развития сферы общественного питания // Научное обозрение. Экономические науки. 2017. № 3. С. 29-39.

66. Шеховцов Р.В. Формирование и развитие сервисной экономики в России // Научная мысль Кавказа. 2012. № 14 (40). С. 24-32.

67. Rahman M. Joint risk management through transactionally efficient relational contracting / M. Rahman, M. Kumaraswamy // Constr Manage Econ, 2012, №20 (1).

68. Rahman M. Assembling integrated project teams for joint risk management / M. Rahman, M.M. Kumaraswamy // Constr Manage Econ, 2015, № 23 (4).

Приложения

Базовая комплектация фудтрака

Базовая комплектация	Характеристика
Количество полноценных рабочих мест	2-3 чел.
Площадь внутреннего пространства, м2	16
Масса	
Вес прицепа без оборудования, кг	1100
Максимальная грузоподъемность с оборудованием, кг	2500
Характеристики конструкции	
Прилавки	
Вставной внешний прилавок, 2 шт	Да
Детали корпуса, облицовка и утепление	
Корпус из композитного материала.	Да
Фургон утеплен. Толщина утеплителя 40 мм	Да
Подвеска пружинная, независимая с амортизаторами	Да
Обшивка стенок салона и потолка: Матовая нержавеющей сталь. Толщина листа 0,5 мм	Да
Пол: Рифленый алюминий на подложке из ламинированной фанеры 20 мм.	Да
Окна и дополнительное остекление	Да
Окно, 1 шт. Гнутое каленое стекло с интегрированной сдвижной форточкой, толщиной 6 мм. Размер окна: длина 1750 мм, высота 860 мм	Да
Светотехника	Да
Наружное освещение встроено в открывающееся окно	Да
Внутренне освещение (рабочая зона)	Да
Освещение светодиодное, круглый плафон.	Да
Освещение светодиодное, 2 линейки по потолку	Да
Электроподготовка	
Фургон рассчитан на номинальную мощность 20 кВт	Да
Питание универсальное 220/380 вольт, три блока розеток по 4 шт.	Да
Электрошкаф-пульт с системой защиты для управления сетью, розетками и светом.	Да
Переходник для подключения фургона к внешней сети для подключения сетевого удлинителя (сетевой удлинитель в комплект не входит)	Да
Встроенное оборудование	
Вытяжной зонт с жиро-уловителем и подсветкой	Да
Мойка из нержавеющей стали, подача воды электронасосом, привод педалью. Кран с подогревом. Емкости для воды: 30 л чистой и 30 л для использованной. Бочки съемные, с возможностью демонтажа/монтажа для проведения регулярной санитарной обработки. Возможность работы с внешним водопроводом (опционально).	Да
Мебель, полки, шкафы	
Полки для хранения вдоль колесных ниш	Да
Столешницы из пищевой нержавеющей стали вдоль правого и левого борта:	Да
- столешница по левому борту, 4500x700 мм	
- столешница по правому борту 3760x740 мм	
Шкаф для одежды	Да

1. Таблица

N п/п	Наименование показателя	Единица измерения	Фактическое значение показателя (2017 год)	Планируемое значение показателя по годам:								2025 г. к 2017 г., %
				2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Оборот общественного питания	млн. рублей	7830,0	8250,0	8650,0	9100,0	9600,0	10150,0	10750,0	11400,0	12150,0	119,3
1.1	Оборот общественного питания на душу населения	рублей	5046,9	5322,6	5580,6	5871,0	6193,5	6548,4	6935,5	7354,8	7838,7	119,3
2	Количество посадочных мест в предприятиях общественного питания (общедоступная сеть)	ед.	61251	61666	61946	62396	62945	63495	64045	64595	65150	106,4
2.1	Обеспеченность населения области услугами общественного питания (общедоступная сеть) в расчете на 1000 человек населения	пос. мест	39,0	39,5	40	40	40,5	41	41	41,5	42	107,7
2.1	Количество предприятий общественного питания (общедоступная сеть)	ед	1585	1590	1595	1600	1610	1615	1625	1635	1650	104,1

2.

Технические характеристики оборудования фудтрака

<p>Стол морозильный NICOLD SN 11/BT</p> <p>оборудование российского производства характеризуется надежностью, герметичностью, экологичностью и долговечностью.</p> <p>В правую часть конструкции встроен экономичный, но мощный холодильный агрегат. Сбереечь энергию позволяет цельнозаливной корпус из стали марки AISI304 с пенополиуретановой теплоизоляцией. Проволочный электронагреватель проложен по контуру стола во избежание примерзания дверей. Глухие распашные дверцы комплектуются петлями-доводчиками с фиксаторами положения при угле открытия в 180°. Камера стола NICOLD SN 11/BT разделена на две самостоятельные секции. Решетчатые полки устанавливаются на направляющие, способные выдержать вес до 50 кг. Падению продуктов препятствуют небольшие бортики полок.</p>
<p>Стол охлаждаемый NICOLD SN 11/TN</p> <p>Встроенный экономичный холодильный агрегат делает оборудование мобильным и доступным. Корпус из нержавеющей стали обеспечит надежность конструкции. Каждая камера среднетемпературного стола NICOLD SN 11/TN снабжена решетчатой полкой и глухой дверью со встроенной ручкой. Столешница из цельного листа стали имеет борт вдоль задней кромки.</p>
<p>Стол охлаждаемый для пиццы NICOLD PZE1-11GN (1/3H)</p> <p>Охлаждаемый стол для пиццы NICOLD модели PZE1-11GN (1/3H) используется для хранения топпинга и заготовок теста, а также для сбора продукта перед выпечкой. Это удобное и продуманное рабочее место пиццайоло.</p> <p>Охлаждаемый стол PZE1-11GN (1/3H) полностью сделан из нержавеющей стали марки AISI 304, т.е. прост в обслуживании и безопасен для контакта с пищевыми продуктами. Объем холодильной камеры — 220 л, поддерживается температурный режим от +2 до +10 °С. Особенности стола охлаждаемого для пиццы NICOLD PZE1-11GN, 2 распашные двери, в верхней части стола устанавливаются гастроемкости 1/3 GN, максимальная глубина гастроемкостей 100 мм</p> <p>Глубина рабочей части столешницы 324 мм</p> <p>Нижнее расположение агрегата</p> <p>Полностью выполнен из нержавеющей стали AISI 304</p>
<p>Кипятильник CONVITO WB-12 заливного типа</p> <p>Профессиональный кипятильник WB-12 «Convito» с каплесборником и регулятором температуры предназначен для быстрого получения кипяченой воды. Такой кипятильник можно установить на линию раздачи в кафе, барах, ресторанах, закусочных, на предприятиях общественного питания, в детских садах, школах, офисах, гостиницах и в медицинских учреждениях.</p> <p>Корпус кипятильника выполнен из нержавеющей стали AISI 304, верхняя крышка изготовлена из специального пластика и имеет пароотводное отверстие. В модели WB-12 предусмотрено специальное смотровое стекло для визуального контроля уровня воды и световая индикация, работающая на включение/выключение кипятильника.</p>
<p>Фритюрница ERGO EF-062</p> <p>Фритюрница ERGO EF-062 с двойной загрузкой предназначена для приготовления широкого спектра блюд: закусок, десертов, гарниров, выпечки. Установка всего одной фритюрницы значительно расширяет основное меню, пивную и десертную карту. Традиционно во фритюре обжаривают картофель, курицу, морепродукты, рыбу, тесто. Фритюрница ERGO EF-062 имеет настольное исполнение и не занимает много места. Компактная конструкция при высокой производительности делает эту модель незаменимой для заведений с большим потоком посетителей — столовые, фастфуд, фуд-корты. Об-</p>

<p>жарка продуктов в масле происходит при температуре, не допускающей кипения. Любое блюдо получается вкусным, аппетитным и, что главное, безопасным. Жарка при температуре не выше 190 °С исключает окисление масла и образование продуктов сгорания. Сохраняется целостность и индивидуальные вкусовые качества каждого ингредиента.</p>
<p>Жарочная поверхность AMITEK FT2L гладкая/гладкая</p> <p>Жареная рыба, нежное филе, вкусный омлет и сочное мясо — каждое из этих блюд и любое другое, где в процессе приготовления необходим прямой контакт с горячей поверхностью, вы сможете приготовить используя жарочную поверхность FT2L итальянского производителя AMITEK. Корпус и поверхность аппарата выполнены из нержавеющей стали. Жарочная поверхность оснащена двумя пакетным переключателями, у которых предусмотрена независимая регулировка температуры от 0 до 300 °С для двух рабочих зон аппарата. Это дает возможность готовить разные блюда одновременно. Наличие борта по периметру поверхности позволяет предотвратить разбрызгивание жира при приготовлении блюд. Удобная емкость для сбора жира расположена по всей ширине аппарата.</p>
<p>Мармит для картофеля фри AMITEK SP1</p> <p>Мармит для картофеля фри AMITEK SP1 предназначен для поддержания в горячем состоянии самой популярной закуски фастфуда. Подогрев картофеля осуществляется за счет инфракрасного излучения. При этом продукт не контактирует с горячей поверхностью, а значит не происходит его повторная тепловая обработка. Воздействие ИК излучения надолго сохраняет картофель горячим и хрустящим, не влияет на вкусовые свойства. Мармит для картофеля фри AMITEK SP1 — компактное настольное оборудование для кухни и линии раздачи. Подходит для установки в стационарном и мобильном заведении питания. Вместе с другим оборудованием AMITEK (Италия) образует эффективную технологическую линию для оснащения столовых, кафе быстрого питания, магазинов с отделом кулинарии.</p>
<p>Тостер AMITEK TS6</p> <p>Итальянский тостер AMITEK TS6 предназначен для профессионального использования на предприятиях общественного питания и в магазинах с кулинарией. Помимо приготовления тостов, хот-догов и гамбургеров модель разогревает сэндвичи, пиццу и другие продукты. Итальянское качество оборудования гарантирует долгий срок службы даже при интенсивной эксплуатации. Позвоните специалистам компании «КЛЕН» и выясните все интересующие вопросы по тостеру AMITEK TS6.</p>
<p>Кофемашина Microbar II Cappuccino AD pearl Nuova Simonelli</p> <p>Суперавтоматическая кофемашина Nuova Simonelli Microbar II Cappuccino AD с 1 съемной термокомпенсированной группой используется на предприятиях общественного питания и в офисах для приготовления кофе эспрессо, капучино, ристретто, лунго, макиато и других кофейных напитков с молоком. Модель оснащена поворотной палочкой, позволяющей подавать горячую воду, и микрометрической регулировкой помола. Группа выполнена из литого алюминия и нержавеющей стали, корпус - из нержавеющей стали и пластика ABS.</p> <p>Комплектация: Набор наклеек с названиями напитков, колечко для регулировки капучинатора, круглая рукоятка, мерка для одинарной порции кофе, ключ, щеточка для очистки сеточки, чистящие таблетки в упаковке 70шт., чистящая жидкость для капучинатора 100 мл, коробка для аксессуаров, труба подключения к водопроводной сети с фильтром.</p> <p>Особенности: 2 строчный ЖК-дисплей, программирование: Меню из 8 напитков на основе кофе, Меню из 5 напитков на основе молока, Дозирование воды, кофе и молока, Температура воды и пара, Температура и густота пены молока, Температура варки, Сила трамбовки, Включение и выключение, 2 чашки за цикл варки, Интеллектуальное предварительное заваривание, Программа мойки, Встроенный счетчик порций: общий и порци-</p>

онный, Цикл декальцинации, Бойлер: Предохранительный клапан, Программируемая температура, Высокопроизводительный насос, Съёмный капучинатор, Регулируемое по высоте сопло, Вариант без кофеина, Объемное дозирование, Режим энергосбережения, Самодиагностика, Встроенный редуктор давления

Дополнительные характеристики: Производительность: 140 эспрессо/час, 60 капучино/час, 10 л горячей воды/час, 80 чашек/день, Диаметр жернова: 50 мм, Подключение к воде: 3/4

Весы CAS AD-5

Профессиональные порционные весы CAS — простая и надежная экономичная модель с ярким дисплеем. Предназначены для простого взвешивания и фасовки грузов с большой платформой. Идеально подходят для взвешивания посылок и бандеролей.

Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8

Технические характеристики Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8

Вместимость: 8 пицц

Диаметр пиццы: 340 мм

Размер тепловой камеры: 700x700x150 мм

Габаритные размеры: 990x920x680 мм

Мощность: 11,2 кВт

Напряжение: 380 В

Вес: 149 кг

Производство: Италия

Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8 производится итальянской компанией PIZZA GROUP — одним из лидеров европейского рынка по производству оборудования для полного цикла приготовления пиццы. Печь создана по новейшим технологиям, сочетает в себе высококачественные итальянские комплектующие, отвечает всем современным стандартам качества и требованиям безопасности профессионального оборудования. Детали оборудования выполнены из нержавеющей стали и антикоррозийных материалов. Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8 устанавливается на профессиональной кухне пиццерии, бара, кафе, ресторана, заведения фастфуд. Она прекрасно подходит для мест с ежедневным большим количеством посетителей. Благодаря вместительности тепловой камеры печи Вы можете одновременно приготовить сразу несколько видов пицц и быстро выполнить заказ для посетителей. При этом сохраняется качество каждого из них — тесто равномерно пропекается, а сверху появляется аппетитная сырная корочка.

Данные кадастра о стоимости земельного участка

Выписка по объекту ул Победы , д. 85 , г Белгород - кадастровый номер 31:16:0114030:12

Тип: **земельный участок**

Статус: **ранее учтенный**

Кадастровый номер: **31:16:0114030:12**

Регион: **Белгородская область**

Кадастровый район: **г.Белгород кадастровый район**

Почтовый индекс: **308015**

Адрес полный: **ул Победы , д. 85 , г Белгород**

Адрес по документам: **Белгородская область, г. Белгород, ул. Победы, 85**

Площадь: **59 720 м2 (квадратный метр)**

Форма собственности: **государственная федеральная**

Разрешенное использование: **для размещения объектов среднего профессионального и высшего профессионального образования**

По документу числится: **для эксплуатации нежилых зданий и сооружений (объекты учреждения образования)**

Категория земель: **земли населенных пунктов**

Дата постановки на учёт: **18.03.2005**

Дата обновления информации: **02.03.2019**

Кадастровая стоимость: **421 382 528 руб.** ([получить справку](#))

Дата определения стоимости: **01.01.2014**

Дата внесения стоимости в базу: **01.01.2015**

Дата утверждения стоимости: **01.01.2015**

Предварительный расчет налога по общей формуле: **421 383 руб.**

Дата обновления базы: **01.03.2019**

Выгрузка сведений из ГКН: **02.03.2019**

Особые отметки:

Сведения об использовании земель имеют статус «Актуальные незасвидетельствованные». Право зарегистрировано на объект с видом использования земель [Для иных видов использования, характерных для населенных пунктов].

Дата выгрузки 11.03.2019 12:50 [Обновить](#)

СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ИЗ ЕГРП:

Всего количество владельцев: **2**

Владелец №1: [ФИО будет в выписке](#)

Свидетельство о регистрации:

№ 91

от 23.12.1999 (постоянное (бессрочное) пользование)

Владелец №2: [ФИО будет в выписке](#)

Свидетельство о регистрации:

№ 31-31-01/052/2006-821

от 03.10.2006 (собственность)

АРЕСТ, ОБРЕМЕНЕНИЯ И ЗАЛОГ:

Арест и ограничения: **данные по запросу**

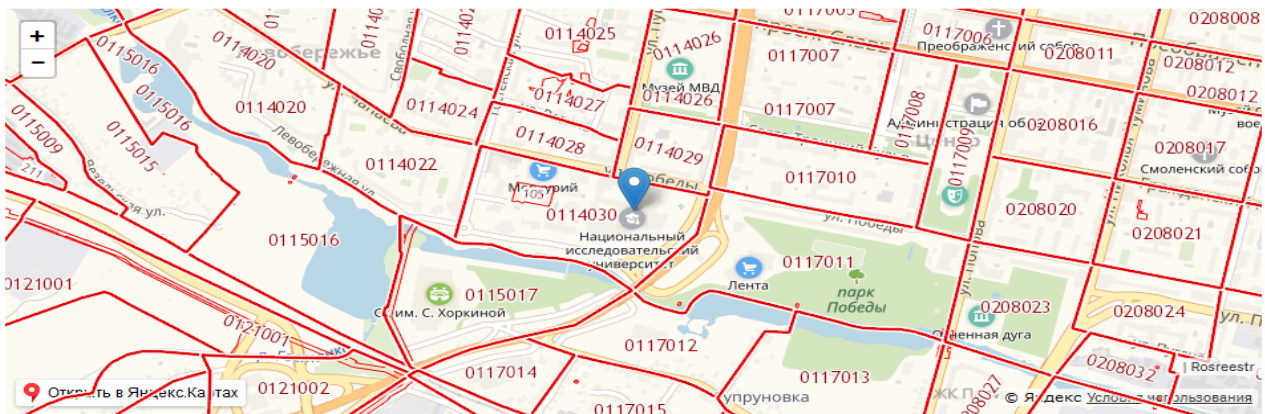
Наличие залога в банке: **данные по запросу**

[Получить данные об аресте и залоге](#)

Единая Информационная база ГИС ГМП

[Получить выписки на этот объект >](#)

Информация выше дублируется из Кадастровой карты и может быть устаревшей. Актуальная информация содержится в выписке из ЕГРН.



Анкета

1. Возраст
2. Пол
3. Как часто посещаете предприятия общественного питания
4. Назовите Ваши любимые предприятия общественного питания
5. Какую кухню Вы предпочитаете
6. Средний чек
7. Посещали ли Вы перечисленные ниже предприятия общественного питания
 - Комод
 - Оранжевый остров
 - Экватор
 - Гастромобиль
 - Coffe Bean
8. Если посещали, то оцените по пятибальной шкале критерии для каждого из перечисленных ниже предприятий общественного питания
 - Комод
 - качество продукции _____ ассортимент _____ сервис _____
 - месторасположение _____ режим работы _____ цена _____
 - Оранжевый остров
 - качество продукции _____ ассортимент _____ сервис _____
 - месторасположение _____ режим работы _____ цена _____
 - Экватор
 - качество продукции _____ ассортимент _____ сервис _____
 - месторасположение _____ режим работы _____ цена _____
 - Гастромобиль
 - качество продукции _____ ассортимент _____ сервис _____
 - месторасположение _____ режим работы _____ цена _____
 - Coffe Bean
 - качество продукции _____ ассортимент _____ сервис _____
 - месторасположение _____ режим работы _____ цена _____
9. Как вы относитесь к продаже еды на улицах с фудтраков
 - положительно _____ нейтрально _____ отрицательно _____
- 10.

Плановый объем продаж в месяц

Наименование	Стоимость, руб.	Объем продаж в месяц	
		ед.	руб.
Пицца с ветчиной и грибами	240,00	165	39600
Пицца закрытая	240,00	165	39600
Пицца 4 сыра	240,00	165	39600
Пицца Пепперони	240,00	165	39600
Пицца Мексиканская	240,00	165	39600
Пицца Маргарита	240,00	165	39600
Пицца 1 порция	60,00	660	39600
Картофель фри	60,00	660	39600
Маффин шоколадный	80,00	330	26400
Маффин ванильный	80,00	330	26400
Маффин с яблоком и корицей	80,00	330	26400
Маффин с черникой	80,00	330	26400
Чай черный	50,00	660	33000
Чай зеленый	50,00	660	33000
Кофе эспрессо	60,00	990	59400
Кофе американо	60,00	990	59400
Кофе латте	70,00	660	46200
Кофе капучино	70,00	660	46200
Кока-кола Зеро	60,00	165	9900
Кока-кола	60,00	165	9900
Спрайт	60,00	165	9900
Фанта	60,00	165	9900
Чай ФьюзТи манго-ромашка	80,00	165	13200
Чай ФьюзТи черный лимон- лемонграсс	80,00	165	13200
Бон Аква, негаз.	60,00	165	9900
Морс Черная смородина	80,00	165	13200
Морс Облепиха	80,00	165	13200
Морс клюквенный	80,00	165	13200

Приложение 5

План продаж фудтрака в течение года, единиц продукции

Группа продукции	месяц												Всего
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Пицца с ветчиной и грибами	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца закрытая	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца 4 сыра	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца Пепперони	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца Мексиканская	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца Маргарита	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Пицца 1 порция	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Картофель фри	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Маффин шоколадный	192	288	336	360	384	384	360	336	384	384	336	216	3960
Маффин ванильный	192	288	336	360	384	384	360	336	384	384	336	216	3960
Маффин с яблоком и корицей	192	288	336	360	384	384	360	336	384	384	336	216	3960
Маффин с черникой	192	288	336	360	384	384	360	336	384	384	336	216	3960
Чай черный	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Чай зеленый	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Кофе эспрессо	744	816	936	984	1032	1104	1128	1152	1176	1008	960	840	11880
Кофе американо	744	816	936	984	1032	1104	1128	1152	1176	1008	960	840	11880
Кофе латте	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Кофе капучино	408	552	672	720	744	744	720	672	768	768	672	480	7920
Кока-кола Zero	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Кока-кола	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Спрайт	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Фанта	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Чай ФьюзТи манго-ромашка	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Чай ФьюзТи черный лимон-лемонграсс	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Бон Аква, негаз.	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Морс Черная смородина	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Морс Облепиха	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980
Морс клюквенный	120	132	144	168	216	216	168	168	216	192	120	120	1980

Приложение 6

План продаж фудтрака в течение года, руб.

Группа продукции	месяц												Всего
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Пицца с ветчиной и грибами	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца закрытая	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца 4 сыра	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца Пепперони	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца Мексиканская	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца Маргарита	28800	31680	34560	40320	51840	51840	40320	40320	51840	46080	28800	28800	475200
Пицца 1 порция	24480	33120	40320	43200	44640	44640	43200	40320	46080	46080	40320	28800	475200
Картофель фри	24480	33120	40320	43200	44640	44640	43200	40320	46080	46080	40320	28800	475200
Маффин шоколадный	15360	23040	26880	28800	30720	30720	28800	26880	30720	30720	26880	17280	316800
Маффин ванильный	15360	23040	26880	28800	30720	30720	28800	26880	30720	30720	26880	17280	316800
Маффин с яблоком и корицей	15360	23040	26880	28800	30720	30720	28800	26880	30720	30720	26880	17280	316800
Маффин с черникой	15360	23040	26880	28800	30720	30720	28800	26880	30720	30720	26880	17280	316800
Чай черный	20400	27600	33600	36000	37200	37200	36000	33600	38400	38400	33600	24000	396000
Чай зеленый	20400	27600	33600	36000	37200	37200	36000	33600	38400	38400	33600	24000	396000
Кофе эспрессо	44640	48960	56160	59040	61920	66240	67680	69120	70560	60480	57600	50400	712800
Кофе американо	44640	48960	56160	59040	61920	66240	67680	69120	70560	60480	57600	50400	712800
Кофе латте	28560	38640	47040	50400	52080	52080	50400	47040	53760	53760	47040	33600	554400
Кофе капучино	28560	38640	47040	50400	52080	52080	50400	47040	53760	53760	47040	33600	554400
Кока-кола Zero	7200	7920	8640	10080	12960	12960	10080	10080	12960	11520	7200	7200	118800
Кока-кола	7200	7920	8640	10080	12960	12960	10080	10080	12960	11520	7200	7200	118800
Спрайт	7200	7920	8640	10080	12960	12960	10080	10080	12960	11520	7200	7200	118800
Фанта	7200	7920	8640	10080	12960	12960	10080	10080	12960	11520	7200	7200	118800
Чай ФьюзТи манго-ромашка	9600	10560	11520	13440	17280	17280	13440	13440	17280	15360	9600	9600	158400
Чай ФьюзТи черный лимон-лемонграсс	9600	10560	11520	13440	17280	17280	13440	13440	17280	15360	9600	9600	158400
Бон Аква, негаз.	7200	7920	8640	10080	12960	12960	10080	10080	12960	11520	7200	7200	118800
Морс Черная смородина	9600	10560	11520	13440	17280	17280	13440	13440	17280	15360	9600	9600	158400
Морс Облепиха	9600	10560	11520	13440	17280	17280	13440	13440	17280	15360	9600	9600	158400
Морс клюквенный	9600	10560	11520	13440	17280	17280	13440	13440	17280	15360	9600	9600	158400

Приложение 7

Себестоимость сырья, тыс.руб.

Группа продукции	месяц												Всего
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Пицца с ветчиной и грибами	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца закрытая	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца 4 сыра	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца Пепперони	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца Мексиканская	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца Маргарита	21,22	23,34	25,46	29,70	38,19	38,19	29,70	29,70	38,19	33,95	21,22	21,22	350,06
Пицца 1 порция	19,71	26,67	32,47	34,79	35,95	35,95	34,79	32,47	37,11	37,11	32,47	23,19	382,69
Картофель фри	4,92	6,66	8,11	8,69	8,98	8,98	8,69	8,11	9,27	9,27	8,11	5,79	95,59
Маффин шоколадный	10,75	16,13	18,81	20,16	21,50	21,50	20,16	18,81	21,50	21,50	18,81	12,09	221,72
Маффин ванильный	10,75	16,13	18,81	20,16	21,50	21,50	20,16	18,81	21,50	21,50	18,81	12,09	221,72
Маффин с яблоком и корицей	10,75	16,13	18,81	20,16	21,50	21,50	20,16	18,81	21,50	21,50	18,81	12,09	221,72
Маффин с черникой	10,75	16,13	18,81	20,16	21,50	21,50	20,16	18,81	21,50	21,50	18,81	12,09	221,72
Чай черный	7,50	10,15	12,35	13,23	13,67	13,67	13,23	12,35	14,12	14,12	12,35	8,82	145,57
Чай зеленый	7,50	10,15	12,35	13,23	13,67	13,67	13,23	12,35	14,12	14,12	12,35	8,82	145,57
Кофе эспрессо	14,99	16,44	18,86	19,83	20,79	22,24	22,73	23,21	23,69	20,31	19,34	16,92	239,36
Кофе американо	15,12	16,59	19,03	20,00	20,98	22,44	22,93	23,42	23,90	20,49	19,51	17,07	241,49
Кофе латте	9,10	12,31	14,99	16,06	16,60	16,60	16,06	14,99	17,13	17,13	14,99	10,71	176,67
Кофе капучино	9,85	13,33	16,23	17,39	17,97	17,97	17,39	16,23	18,55	18,55	16,23	11,59	191,28
Кока-кола Зеро	2,96	3,26	3,55	4,14	5,33	5,33	4,14	4,14	5,33	4,73	2,96	2,96	48,83
Кока-кола	2,96	3,26	3,55	4,14	5,33	5,33	4,14	4,14	5,33	4,73	2,96	2,96	48,83
Спрайт	2,96	3,26	3,55	4,14	5,33	5,33	4,14	4,14	5,33	4,73	2,96	2,96	48,83
Фанта	2,96	3,26	3,55	4,14	5,33	5,33	4,14	4,14	5,33	4,73	2,96	2,96	48,83
Чай ФьюзТи манго-ромашка	5,38	5,92	6,46	7,53	9,68	9,68	7,53	7,53	9,68	8,61	5,38	5,38	88,76
Чай ФьюзТи черный лимон-лемонграсс	5,38	5,92	6,46	7,53	9,68	9,68	7,53	7,53	9,68	8,61	5,38	5,38	88,76
Бон Аква, негаз.	4,34	4,77	5,20	6,07	7,81	7,81	6,07	6,07	7,81	6,94	4,34	4,34	71,56
Морс Черная смородина	6,00	6,60	7,20	8,40	10,80	10,80	8,40	8,40	10,80	9,60	6,00	6,00	99,00
Морс Облепиха	6,00	6,60	7,20	8,40	10,80	10,80	8,40	8,40	10,80	9,60	6,00	6,00	99,00
Морс клюквенный	6,00	6,60	7,20	8,40	10,80	10,80	8,40	8,40	10,80	9,60	6,00	6,00	99,00

График погашения кредита

№ платежа	Дата платежа	Сумма платежа	Основной долг	Начисленные проценты	Ежемесячные комиссии	Остаток задолженности
1	2	3	4	5	6	7
1	Январь, 2019	64 165,52	25 623,86	38 541,67	0,00	2 474 376,14
2	Февраль, 2019	64 165,52	26 018,89	38 146,63	0,00	2 448 357,25
3	Март, 2019	64 165,52	26 420,02	37 745,51	0,00	2 421 937,24
4	Апрель, 2019	64 165,52	26 827,32	37 338,20	0,00	2 395 109,91
5	Май, 2019	64 165,52	27 240,91	36 924,61	0,00	2 367 869,00
6	Июнь, 2019	64 165,52	27 660,88	36 504,65	0,00	2 340 208,13
7	Июль, 2019	64 165,52	28 087,31	36 078,21	0,00	2 312 120,81
8	Август, 2019	64 165,52	28 520,33	35 645,20	0,00	2 283 600,48
9	Сентябрь, 2019	64 165,52	28 960,02	35 205,51	0,00	2 254 640,47
10	Октябрь, 2019	64 165,52	29 406,48	34 759,04	0,00	2 225 233,99
11	Ноябрь, 2019	64 165,52	29 859,83	34 305,69	0,00	2 195 374,15
12	Декабрь, 2019	64 165,52	30 320,17	33 845,35	0,00	2 165 053,98
13	Январь, 2020	64 165,52	30 787,61	33 377,92	0,00	2 134 266,38
14	Февраль, 2020	64 165,52	31 262,25	32 903,27	0,00	2 103 004,13
15	Март, 2020	64 165,52	31 744,21	32 421,31	0,00	2 071 259,92
16	Апрель, 2020	64 165,52	32 233,60	31 931,92	0,00	2 039 026,32
17	Май, 2020	64 165,52	32 730,53	31 434,99	0,00	2 006 295,78
18	Июнь, 2020	64 165,52	33 235,13	30 930,39	0,00	1 973 060,65
19	Июль, 2020	64 165,52	33 747,50	30 418,02	0,00	1 939 313,15
20	Август, 2020	64 165,52	34 267,78	29 897,74	0,00	1 905 045,37
21	Сентябрь, 2020	64 165,52	34 796,07	29 369,45	0,00	1 870 249,30
22	Октябрь, 2020	64 165,52	35 332,51	28 833,01	0,00	1 834 916,78
23	Ноябрь, 2020	64 165,52	35 877,22	28 288,30	0,00	1 799 039,56
24	Декабрь, 2020	64 165,52	36 430,33	27 735,19	0,00	1 762 609,23
25	Январь, 2021	64 165,52	36 991,96	27 173,56	0,00	1 725 617,27
26	Февраль, 2021	64 165,52	37 562,26	26 603,27	0,00	1 688 055,01
27	Март, 2021	64 165,52	38 141,34	26 024,18	0,00	1 649 913,67
28	Апрель, 2021	64 165,52	38 729,35	25 436,17	0,00	1 611 184,32
29	Май, 2021	64 165,52	39 326,43	24 839,09	0,00	1 571 857,89
30	Июнь, 2021	64 165,52	39 932,71	24 232,81	0,00	1 531 925,17
31	Июль, 2021	64 165,52	40 548,34	23 617,18	0,00	1 491 376,83
32	Август, 2021	64 165,52	41 173,46	22 992,06	0,00	1 450 203,36
33	Сентябрь, 2021	64 165,52	41 808,22	22 357,30	0,00	1 408 395,14
34	Октябрь, 2021	64 165,52	42 452,76	21 712,76	0,00	1 365 942,38
35	Ноябрь, 2021	64 165,52	43 107,24	21 058,28	0,00	1 322 835,13
36	Декабрь, 2021	64 165,52	43 771,81	20 393,71	0,00	1 279 063,32
37	Январь, 2022	64 165,52	44 446,63	19 718,89	0,00	1 234 616,69
38	Февраль, 2022	64 165,52	45 131,85	19 033,67	0,00	1 189 484,84
39	Март, 2022	64 165,52	45 827,63	18 337,89	0,00	1 143 657,21
40	Апрель, 2022	64 165,52	46 534,14	17 631,38	0,00	1 097 123,07
41	Май, 2022	64 165,52	47 251,54	16 913,98	0,00	1 049 871,53

Продолжение прил. 8

1	2	3	4	5	6	7
42	Июнь, 2022	64 165,52	47 980,00	16 185,52	0,00	1 001 891,52
43	Июль, 2022	64 165,52	48 719,70	15 445,83	0,00	953 171,83
44	Август, 2022	64 165,52	49 470,79	14 694,73	0,00	903 701,04
45	Сентябрь, 2022	64 165,52	50 233,47	13 932,06	0,00	853 467,57
46	Октябрь, 2022	64 165,52	51 007,90	13 157,63	0,00	802 459,67
47	Ноябрь, 2022	64 165,52	51 794,27	12 371,25	0,00	750 665,40
48	Декабрь, 2022	64 165,52	52 592,76	11 572,76	0,00	698 072,64
49	Январь, 2023	64 165,52	53 403,57	10 761,95	0,00	644 669,07
50	Февраль, 2023	64 165,52	54 226,87	9 938,65	0,00	590 442,19
51	Март, 2023	64 165,52	55 062,87	9 102,65	0,00	535 379,32
52	Апрель, 2023	64 165,52	55 911,76	8 253,76	0,00	479 467,56
53	Май, 2023	64 165,52	56 773,73	7 391,79	0,00	422 693,83
54	Июнь, 2023	64 165,52	57 648,99	6 516,53	0,00	365 044,84
55	Июль, 2023	64 165,52	58 537,75	5 627,77	0,00	306 507,09
56	Август, 2023	64 165,52	59 440,21	4 725,32	0,00	247 066,89
57	Сентябрь, 2023	64 165,52	60 356,58	3 808,95	0,00	186 710,31
58	Октябрь, 2023	64 165,52	61 287,07	2 878,45	0,00	125 423,24
59	Ноябрь, 2023	64 165,52	62 231,91	1 933,61	0,00	63 191,32
60	Декабрь, 2023	64 165,52	63 191,32	974,20	0,00	0,00
Итого по кредиту		3 849 931,38	2 500 000,00	1 349 931,38	0,00	

Расчёт потребности фудтрака в основных фондах

Группы основных фондов	Кол-во	Срок использования, лет	Общая стоимость, тыс. руб.	Амортизационные отчисления, тыс. руб.	
				Ежегодно	Ежемесячно
Фудтрак	1	25	1814,00	72,56	6,05
Стол морозильный NICOLD SN 11/VT	1	10	69,49	6,95	0,58
Стол охлаждаемый NICOLD SN 11/TN	1	10	59,69	5,97	0,50
Стол морозильный NICOLD SN 1/VT	1	10	55,29	5,53	0,46
Стол охлаждаемый для пиццы NICOLD PZE1-11GN (1/3H)	1	10	68,59	6,86	0,57
Витрина тепловая RTR-120L CONVITO	1	10	34,03	3,40	0,28
Кипятильник CONVITO WB-12 заливного типа	1	5	4,11	0,82	0,07
Фритюрница ERGO EF-062	1	5	10,26	2,05	0,17
Мармит для картофеля фри AMITEK SP1	1	5	22,82	4,56	0,38
Кофемашина Microbar II Cappuccino AD pearl Nuova Simonelli	1	10	150,87	15,09	1,26
Весы CAS AD-5	1	10	10,85	1,08	0,09
Печь для пиццы PIZZA GROUP Entry Max 8	1	10	98,77	9,88	0,82
Итого	12		2398,76	134,76	11,23

Этапы открытия фудтрака

Название задачи	Дата начала	Длительность	Дата окончания
исследование рынка	01.02.2020	29	01.03.2020
составление бизнес-плана	15.02.2020	19	05.03.2020
выбор и приобретение фудтрака	05.03.2020	5	10.03.2020
оборудование фудтрака	06.03.2020	14	20.03.2020
регистрация ИП	05.03.2020	14	19.03.2020
заключение договоров	19.03.2020	5	24.03.2020
приобретение расходных материалов	15.03.2020	5	20.03.2020
наем персонала	05.03.2020	14	19.03.2020
организация продвижения фудтрака	24.03.2020	31	24.04.2020
открытие	24.03.2020	1	25.03.2020
корректировка меню	24.03.2020	31	24.04.2020