СЕКЦИОННЫЕ ДОКЛАДЫ

СОЗДАНИЕ КОФЕЙНОЙ ЛАВКИ СО СЪЕДОБНЫМИ СТАКАНЧИКАМИ «GREENCUP»

Мария Вячеславовна Антипенко,
Юлия Валентиновна Атрощенко, Виктория Витальевна Ворончук,
студентки

Научный руководитель: Алексей Иванович Короткевич,
кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой
банковской экономики

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

Аннотация: Статья посвящена вопросу создания кофейной лавки со съедобными стаканчиками,путем производства качественной экологической продукции со стабильными вкусовыми и физическими свойствами. Особое внимание уделяется растущему спросу на кофейный рынок в Беларуси и решению экологических проблем. Проведен анализ рынка кофейной продукции, рассмотрены конкуренты данной продукции и рассчитан план реализации данного проекта, простой и динамический срок окупаемости и индекс рентабельности.

Ключевые слова: кофе; экологические проблемы; съедобные стаканчики; десерт; конкуренция.

Проектом предусмотрено открытие кофейной лавки со съедобными стаканчиками.При этом предполагаются такие виды съедобных чашек, как:

– ШокоCupBig (300 мл и 60 мл);
– Овсянка CupBig (300 мл и 60 мл).

Рисунок 1. Примеры съедобных чашек

Источник: *собственная разработка*.

Актуальность создания кофейной лавки:
– растущий спрос на кофе на вынос;
– отсутствие прямых конкурентов;
– решение экологических проблем.

На данный момент съедобные стаканчики – это гастрономический тренд в Европе.

Около пятой части всего рынка безалкогольных напитков в Беларуси приходится на долю кофе (в пересчете на выпитые литры), и объем потребляемого кофе продолжает увеличиваться. В настоящее время белорусский кофейный рынок развивается очень динамично, ежегодный прирост достигает 10-12%. Рынок кофе как по отпускным ценам, так и по розничным на 60-70% превышает рынок чая, следовательно, и объем выброшенных стаканчиков растет также.

Стоит отметить, что кофеманы, на самом деле, большие вредители. Не все, конечно. Только те, кто покупает кофе навынос в бумажном стаканчике.

Из обычной минской кофейни ежемесячно выносится около 2000 бумажных стаканчиков.

Для сравнения, в Германии, например, число достигает 2,8 миллиарда. Это сопоставимо со 43 тысячами уничтоженных деревьев, 22 тысячами тонн нефти и больше 111 тонн углекислого газа, выброшенного в атмосферу. В Великобритании похожая ситуация – 2,5 миллиарда бумажных стаканчиков ежегодно.

Вред экологии заключается в том, что стаканчики для кофе не подлежат переработке. Чтобы бумага не протекала, производители покрывают внутренние – а иногда и внешние – стенки стаканчика специальной полипропиленовой пленкой или наносят LDPE-покрытие. Из-за этого такую тару невозможно сдать на переработку – чтобы вновь использовать картон, нужно отделить его от этого вкладыша. Сделать это непросто, ведь покрытие тонкое и к тому же крепко приклеено к бумажной основе. Еще одна причина, по которой стаканчики, сделанные, казалось бы, из экологически чистого материала, вредят окружающей среде.

Из-за того, что в месте шва бумага соприкасается с напитком, стаканчики делают не из вторсырья, а из первичной целлюлозы, а значит ради их создания вырубают деревья. Поэтому съедобные стаканчики для кофе являются решением экологических проблем.

Для анализа конкурентной среды создаваемого предприятия была использована общеизвестная, предложенная М.Е. Портером, модель

пяти сил конкуренции, дающая представление о конкурентных силах, которые воздействуют и/или могут воздействовать на предприятие.

В первую очередь выделим пять составляющих модели, анализ которых будет производиться:

1. Конкуренты центрального ринга:

«ГеккоКапс» – производитель вафельных и бумажных стаканчиков *;*

Кофейни города Минска.

2. Фирмы, выпускающие товары (услуги) – заменители:

френдли-кафе «Супкультура» – выпускают суп в хлебных стаканчиках.

3. Потенциальные конкуренты:

– потенциальными конкурентами выступают физические лица, занимающиеся мелким производством;

Поставщики.

СОАО Кондитерская фабрика «Коммунарка»

ОАО «Лидахлебопродукт»

(Филиал «Лидские хлебопродукты»)

ООО «Амазон-Колорит»

ЗАО «Интернет-магазин Евроопт»

ОАО «Солигорская птицефабрика»

ОАО «Городейский сахарный комбинат»

Потребители:

– Население г. Минска.

Предполагается продавать каждый день около 17 стаканчиков каждого вида кофе. Данный объем потребления в среднем в день в обычных кофейнях г. Минска.

Цена продукции на Латте и Капучино в шоколадном и овсяном стаканчике составляет 7 руб., Эспрессо в овсяном и шоколадном стаканчике стоит 6 рублей.

Данная цена на кофе выше, чем в обычных кофейнях, так как в стоимость включен еще съедобный стаканчик, который клиент может съесть в качестве вкусного десерта и нет необходимости платить за бумажный или пластиковый стаканчик, который потом необходимо выбрасывать.

Прогнозирование показателей деятельности рассматриваемого проекта представлено в таблице 1.

Таблица 1. Прогнозирование показателей деятельности кофейной лавки «GreenCUP»

Наименование	По годам (периодам) реализации проекта				
	2020	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
1. Материальные затраты, тыс. руб.	32712,9	35984,2	39582,7	43540,9	47895,1
2. Заработная плата основных производственных рабочих, тыс. руб.	4700,0	4700,0	4700,0	4700,0	4700,0
3. Отчисления от заработной платы (34,6%), тыс. руб.	1626,2	1626,2	1626,2	1626,2	1626,2
4. Амортизационные отчисления, тыс. руб.	1513,0	1513,0	1513,0	1513,0	1513,0
5. Себестоимость производства и реализации продукции, тыс. руб., в т.ч.	39039,1	42310,4	45908,9	49867,2	54221,2
6. Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	159 521, 0	176 106,0	194 349, 0	214 416,0	236 490,0
Выручка от реализации продукции без НДС, тыс. руб.	198 560,0	218 416,0	240 258,0	264 283,0	290 712,0
8. НДС (20%), тыс. руб.	49640,0	54604,0	60064,4	66070,9	72677,9
9. Выручка от реализации продукции с НДС, тыс.руб.	248 200,0	273 020,0	300 322,0	330 354,0	363 390,0
10. Налог на прибыль (18%), тыс. руб.	28713,8	31699,1	34982,8	38594,9	42568,3
11. Чистая прибыль, тыс. руб.	130807,1	144406,6	159365,9	175821,3	193922,2

Источник: *собственная разработка*

Показатели эффективности проекта показаны в таблице 2.

Таблица 2. Показатели эффективности проекта «GreenCUP»

Виды доходов и затрат, наименование показателей	По годам (периодам) реализации проекта						Итого
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1. ОТТОК НАЛИЧНОСТИ							
1.1.Капитальные затраты без НДС	7563,6						
2. Полный отток	7563,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	

Продолжение таблицы 2.

Виды доходов и затрат, наименование показателей	По годам (периодам) реализации проекта						Итого
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
3. ПРИТОК НАЛИЧНОСТИ							
3.1. Чистый доход организации, в том числе:	0,0	134132,2	148037,0	163332,2	180156,9	198664,1	
3.1.1 чистая прибыль	0,0	132619,5	146524,2	161819,5	178644,3	197151,5	
3.1.2 амортизационные отчисления	0,0	1513,0	1513,0	1513,0	1513,0	1513,0	
4. Сальдо потока	-7563,6	134132,2	148036,9	163332,2	180156,9	198664,1	
5. То же нарастающим итогом	-7563,6	126568,6	274605,6	437937,8	618094,8	816758,9	816758,9
6. Процентная ставка для приведения будущей стоимости денег к их текущей стоимости (ставка дисконтирования – 20%)	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
7. Коэффициент дисконтирования	1,0	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	
8.Дисконтированный отток	7563,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7563,6
9. Дисконтированный приток	0,0	111776,8	102803,4	94520,9	86881,2	79838,6	475821,2
10. Дисконтированный ЧПН	-7563,6	111776,8	102803,4	94520,9	86881,2	79838,6	
11. То же нарастающим (ЧДД)	-7563,6	104213,2	207016,7	301537,7	388418,9	468257,6	468257,6

Окончание таблицы 2.

12. Показатели эффективности проекта	
12.1. Простой срок окупаемости проекта	7 месяцев
12.2. Динамический срок окупаемости проекта	8 месяцев
12.3. Внутренняя норма доходности (ВНД), %	178,4
12.4. Индекс рентабельности (ИР)	0,62

Источник: *собственная разработка*

Таким образом, можно увидеть, что:

простой срок окупаемости вложений – 7 месяцев;

динамический срок окупаемости вложений – 8 месяцев;

индекс рентабельности по проекту – 0,62;

внутренняя норма доходности по проекту – 178,4 %.

Преимущества данного направления деятельности:

1) Эффект. У многих клиентов это вызовет удивление, и они обязательно расскажут свои друзьям о нас;

2) Хорошо продается. Людям очень понравится такой формат стаканчика, поэтому они будут приходить снова и снова;

3) 2 в 1. Стаканчик + десерт;

4) Вкусно. Наши стаканчики состоят из качественных ингредиентов;

5) Брендирование. Можно заказать стаканчики со своими съедобными рисунками или логотипом;

6) Продвижение. Стаканчик продвигает сам себя. О нас начнут говорить люди в соц. сетях;

7) Решение экологических проблем;

Что касается рисков в данном проекте, то к наиболее значимым можно отнести:

– повышение стоимости импортного кофе;

– риск быстрого износа оборудования;

– риск некачественного обслуживания клиентов;– риск ввести в меню блюда, которые не пользуются популярностью.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов: Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 31 августа 2005 г. № 158; в ред. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 2 июля 2015 г. № 40 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2005. – № 158.
2. Карпенко, Е.М. Планирование на предприятии: Бизнес планирование: учеб. пособие / Е. М. Карпенко, Н. П. Драгун. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 224 с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь/ Число мест в объектах общественного питания по типам/ [Электронный ресурс]. //– Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya/obshchestvennoe-pitanie/godovye-dannye/chislo-mest-v-obektakh-obshchestvennogo-pitaniya-po-tipam-/– Дата доступа: 10.05.2019.
4. Портер, М. Э. Конкуренция: пер. с англ.: учеб. пособие / М. Э. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Виктория Павловна Боричевская, студентка

Татьяна Ивановна Маслюкова, доцент кафедры банковской экономики

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

Аннотация: В статье рассмотрены ключевые проблемы и перспективы привлечения иностранных инвестиций в белорусскую экономику.

Ключевые слова: инвестиции; иностранные инвестиции; прямые иностранные инвестиции.

Республика Беларусь — страна с малой открытой экономикой, которая интегрирована в мировую хозяйственную систему на глобальном и региональном уровнях. Открытость национальной экономики обуславливает участие страны в международной конкуренции, что требует постоянной модернизации национального производства, внедрения инноваций, освоения передовых технологий. Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) — наиболее эффективный путь трансфера технологий.

Осознание важности, со стороны органов государственной власти Беларуси, привлечения прямых иностранных инвестиций в отечественную экономику нашло отражение в Программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2016-2020 гг. Была принята