

# ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ВУЗА (ОТКРЫТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ «ALMA MATER»)

*Залуцкий М.Д., Кукарко Р.Н., Мишин А.В.,  
Пучинский П.Ю., Санько В.А.,* студенты 5 курса ИПД

Научный руководитель:  
доцент *Т.И. Кислая* (ЧУО «Институт предпринимательской деятельности»)

## БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЕ

**Название проекта:** ОРГАНИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ВУЗА (ОТКРЫТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО КАФЕ «ALMA MATER»)

**Характеристика намечаемой к выпуску продукции:** продукция предприятия общественного питания широкого ассортимента, традиционная белорусская кухня из продуктов высокого качества.

Рынок сбыта: Ленинский район г. Минска (студенты и сотрудники Частного учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности»)

Конкурентные преимущества: непосредственная близость к потребителю (кафе будет располагаться на территории вуза), использование современных технологий приготовления пищи на основе высокотехнологичного и энергосберегающего оборудования, применение новых форм обслуживания потребителей, в том числе на основе внедрения системы расчетов с использованием сервис-чеков при организации корпоративного питания.

**Предполагаемая форма участия инвестора в проекте:** прямое инвестирование внутри страны (банковский кредит).

**Стоимость бизнес-проекта:** 180 млн руб.,  
в т. ч. по источникам финансирования:  
собственных средств: 150 млн руб.;  
кредитов банков: 30 млн руб.

**Направления использования инвестиций:** подготовка производства, закупка оборудования.

**Показатели эффективности проекта:**

Ставка дисконтирования: 13 %;  
Динамический срок окупаемости проекта: 2 года;  
Индекс доходности: 1,2;  
Внутренняя норма доходности: 29 %;  
Чистый дисконтированный доход: 31,9 млн руб.

**Дата составления инвестиционного предложения:** 20.09.2010.

## АВТОРЕФЕРАТ БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Наличие пункта общественного питания является одним из критериев оценки конкурентоспособности высшего учебного заведения Республики Беларусь, что и обусловило выбор темы бизнес-проекта. Рост оборота общественного питания за первое полугодие 2010 г. составил 109,2 % к соответствующему периоду 2009 г. Вместе с тем отмечается необходимость увеличения темпов расширения сети организаций питания, в том числе ввод в действие объектов придорожного сервиса и корпоративного питания.

Институт предпринимательской деятельности, функционирующий на рынке образовательных услуг с 1992 года, не имеет в своей структуре пункта общественного питания. В связи с этим к рассмотрению предлагается бизнес-план создания студенческого кафе «Alma Mater».

Исследование рынка общественного питания Ленинского района города Минска позволило выделить ряд основных конкурентов создаваемой организации по географическому признаку и

наценочной категории, а также определить перспективные направления развития предприятия на основе SWOT-анализа (табл. 1).

Таблица 1

**SWOT-анализ студенческого кафе «Alma Mater»**

Внешние факторы  Внутренние факторы	<b>Возможности:</b> 1. Расширение перечня оказываемых услуг; 2. Привлечение инвесторов, постоянных поставщиков; 3. Благоприятная полтика государства в отношении малых предприятий	<b>Угрозы:</b> 1. Неблагоприятные демографические изменения; 2. Рост инфляции; 3. Снижение общего уровня покупательной способности
<b>Сильные стороны:</b> 1. Высококвалифицированные специалисты; 2. Современное оборудование; 3. Широкий ассортимент; 4. Высокое качество обслуживания; 5. Низкие цены; 5. Удобное географическое положение (на территории вуза)	Поле «СИВ» стратегия, учитывающая конкурентные преимущества и возможности внешней среды, позволит занять прочные позиции на рынке	Поле «СИУ» оптимальное соотношение цена/качество позволит минимизировать угрозу снижения выручки из-за падения спроса
<b>Слабые стороны:</b> 1. Недостаточный управленческий опыт; 2. Несформировавшийся имидж кафе	Поле «СЛВ» привлечение постоянных поставщиков качественной продукции позволит сформировать положительный имидж предприятия	Поле «СЛУ» недостаточный управленческий опыт и неблагоприятные условия внешней среды могут стать угрозой существования предприятия

При этом стратегия маркетинга будет ориентирована на расширение спроса за счет стимулирования роста объема продаж, гибкой ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа кафе.

Задача предприятия: удовлетворение потребности студентов и сотрудников Института предпринимательской деятельности в качественном и доступном питании.

Основными целями бизнес-проекта являются:

- получение прибыли на основе максимального удовлетворения спроса потребителей;
- достижение устойчивой производительности;
- обеспечение благосостояния работников предприятия;
- завоевание положительной репутации;
- разработка и производство новых видов продукции.

Для эффективности реализации инвестиционного проекта нами оценены возможные финансово-экономические риски в деятельности студенческого кафе «Alma Mater» (табл. 2).

Проведенные расчеты показывают, что для осуществления данного проекта необходимо наличие 150 млн руб. собственных средств, а также привлечение банковского кредита в размере 30 млн руб. Главным источником кредитования является коммерческий банк ЗАО «Белорусский Банк Малого Бизнеса». В табл. 3 представлен график погашения основного долга и процентов по кредиту.

Предлагаемый проект является не только экономически обоснованным, но и имеет конкретную социальную значимость для Института предпринимательской деятельности.

Таблица 2

## Возможные риски при реализации проекта

Виды рисков	Отрицательное влияние на прибыль
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Появление новых конкурентов	Снижение спроса
Снижение цен конкурентов	Снижение цен и прибыли
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Снижение платежеспособного спроса потребителей	Падение продаж
Рост цен на сырье, материалы, перевозки	Снижение прибыли из-за роста цен
Зависимость от поставщиков	Снижение прибыли из-за роста цен поставщиков
Недостаток оборотных средств	Необходимость привлечения кредитов

Таблица 3

## График погашения кредитной задолженности кафе «Alma Mater»

График платежей		Ежемесячный взнос, в том числе:	
		% по кредиту	погашение основного долга
1	09/2010	500 000	2 500 000
2	10/2010	500 000	2 500 000
3	11/2010	500 000	2 500 000
4	12/2010	500 000	2 500 000
5	01/2011	500 000	2 500 000
6	02/2011	500 000	2 500 000
7	03/2011	500 000	2 500 000
8	04/2011	500 000	2 500 000
9	05/2011	500 000	2 500 000
10	06/2011	500 000	2 500 000
11	07/2011	500 000	2 500 000
12	08/2011	500 000	2 500 000
<b>ИТОГО:</b>		6 000 000	30 000 000

Период окупаемости данного проекта составляет два года, экономическая эффективность проекта подтверждается проведенными расчетами (табл. 4).

Таблица 4

## Основные показатели деятельности студенческого кафе «Alma Mater»

Показатели (руб.)	2011	
	В месяц	В год
Выручка от реализации	71 627 000	859 524 000
Балансовая прибыль	25 345 000	302 814 000
Себестоимость реализованной продукции	4 367 500	52 410 000
Постоянные издержки	41 025 000	492 300 000
Переменные издержки	5 367 500	64 410 000
Сумма маржинального дохода	66 259 500	795 114 000
Доля маржинального дохода в выручке	0,93	0,93
Предел безубыточности	44 112 903	529 354 838
Запас финансовой устойчивости предприятия (%)	38,41	38,41