

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/357911>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Бизнес планирование

Описание бизнеса и анализ рынка 7
Описание бизнес-идеи и бизнес-модели 7
Анализ рынка и потребителей 13
Анализ потребителей 14
Анализ рынка 17
Модель XY-Z 19
Конкурентная среда 19
Продукт и ценностное предложение 22
Ценообразование 27
Уровень цен 27
Уровень цен в сравнении с конкурентами 28
Специальная цена для посредника 29
Система скидок 29
Политика дифференциации цен 29
Специальные условия оплаты 30
Местоположение и распределение 30
План маркетинга 33
План продвижения 33
Реклама 36
Личные продажи 40
Стимулирование сбыта 42
Связи с общественностью 43
План продаж 44
ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН 47
Система налогообложения 47
Планируемая схема управления персоналом 48
Основные требования к персоналу 49
Расчет заработной платы и графика работы 51
Отпуск 54
ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН 55
Описание процессов и технологии производства 61
План инвестиций 63
Материальные производственные ресурсы 67
Рынки производственных ресурсов 69
Поставщики и система отношений с ними 71
Процесс оказания услуг 73
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН И ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ 75
АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА 79

Описание бизнес-идеи и бизнес-модели

ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА И АНАЛИЗ РЫНКА

Описание бизнес-идеи и бизнес-модели

Yagen – это уникальное кафе с тремя разными зонами: «Китай», «Корея» и «Япо-ния», где посетители могут насладиться изысканными и необычными блюдами традици-онной и современной азиатской кухни (китайской, японской и корейской), как в окруже-нии любителей музыкального жанра «К-поп», так и среди любителей телесериалов «до-рам» и любителей уникальной японской анимации «Аниме», а также просто в окружении людей, которые любят вкусно поесть. В основе концепции нашего кафе лежат несколько факторов:

- Вкусная еда (можно попробовать блюда трех разных культур в одном месте)
- Объединение любителей К-Поп культуры, носителей и ценителей азиатской кухни и культуры

Географический рынок кафе – г. Санкт-Петербург. Идея такого кафе, на сегодняшний день, является уникальной и оригинальной, так как она дает возможность людям, интересующимся азиатской культурой, найти то самое место, где можно порадовать себя разнообразными, вкусными блюдами; прийти на к-поп вечеринку, посвященную дню рождения любимого айдола и т.д. Также в нашем кафе будут проводиться трансляции концертов к-поп артистов, дорам и аниме.

Рис. 1. Канва бизнес-идеи

Потребительские сегменты

Кафе Yagen ориентировано на пять основных сегментов: на людей, интересующихся азиатской культурой (К-Поп, дорамы, аниме); любителей корейской, японской и китайской кухни; на носителей культур данных стран; людей, желающих погрузиться в атмосферу азиатской поп-культуры и попробовать что-то новое. Проведя небольшой опрос, мы выяснили, что большая часть наших потенциальных клиентов это люди от 19 до 25 лет (молодая аудитория) (См. Рис. 2), у которой имеется определенный интерес к к-поп культуре. Согласно опросу, 80% из опрошенных - девушки, а 20% - мужчины. (См. Рис. 3) Помимо молодой аудитории, частью потребительских сегментов также будут люди 14-18 - подростки.

Рис. 2. Вопрос: Оцените привлекательность для Вас посещения кафе с разделением на 3 зоны: Япония с тематикой аниме; Корея с тематикой к-поп; Китай с тематикой дорам

Рис. 3. Пол опрошенных

Ценностное предложение

Основной ценностью кафе Yagen является сочетание тематики и элементов кафе, а именно: наличие трех зон разных культур со своим меню, языком и тематикой, которая в свою очередь является уникальной чертой, у которой нет аналогов в Санкт-Петербурге.

□ «Китай»- зона китайской еды и культуры, оформление в стиле китайских дорам, меню на китайском и русском языках

□ «Корея»- зона корейской еды и культуры и корейского барбекю, оформление в стиле поп-культуры страны, а именно в стиле К-поп, меню на корейском и русском языках

□ «Япония»- зона японской еды и культуры, оформление в стиле японского аниме, меню на японском и русском языках

Двойное меню, на русском языке и языке зоны, облегчает возможность заказа для туристов из Японии, Кореи и Китая.

Yagen - это уникальное место, в котором люди могут вкусно поесть в окружении любимой музыки / дорамы / аниме, а также обрести новые знакомства, познакомиться с носителями, получить бурю эмоций от просмотра live-концертов, да и просто хорошо провести время, поедая вкусные блюда. Такая комбинация услуг, которая удовлетворяет определенный набор потребностей, одновременно для разных потребительских сегментов, делает кафе Yagen исключительным и необычным.

Каналы сбыта

Основной канал сбыта, с помощью которого мы сможем доносить наше ценностное предложение до представителей целевых сегментов, будет являться собственно само кафе, так как все услуги от аренды до обслуживания клиентов будут производиться именно в нем. В дополнение к этому, мы хотим предложить несколько способов для контакта с нашими клиентами:

- Социальные сети
- Таргетированная реклама
- Реклама у блогеров
- Создание собственного сайта и группы ВКонтакте
- Вывеска
- Доставка

Взаимоотношения с клиентами

Наше кафе предоставляет персональную поддержку клиентам. Мы гарантируем качество обслуживания, кулинарных блюд и создания приятной атмосферы для каждого клиента. Для этого мы предоставляем индивидуальное обслуживание каждому клиенту, например, подбор наиболее подходящего меню или оказание помощи во время получения еды. Также сотрудники нашего заведения индивидуально обсуждают

все необходимые де-тали и моменты при аренде зоны для мероприятий, например, ими обговаривается время аренды, помещение и т.д. Для улучшения качества обслуживания, у наших клиентов бу-дет возможность дать обратную связь- оставить отзыв об обслуживании. Наши посетите-ли также не будут обделены вниманием при посещении всякого рода мероприятий, устроенных нашим заведением. В этом случае, они конечно не будут обслужены персо-нально, но покупка билета будет происходить индивидуально, например, билет можно будет купить как при посещении кафе, позвонив по телефону или забронировав билет в Интернете, поэтому мы создаем аккаунты в соц. сетях и включаем в каналы взаимоотно-шений с клиентами группы и сообщества в Интернете. Помимо брони билетов, в Интер-нете мы будем опубликовывать посты с актуальной информацией об акциях и конкурсах нашего кафе.

Потоки поступления доходов

Поскольку предоставляемые услуги (аренда, продажа блюд) покупаются единора-зово, в определенный момент (конкретный случай), то и заранее предсказать периодиче-ски повторяющийся заказ какого-либо продукта или услуги очень трудно. Тогда логичнее всего отнести потоки поступления доходов к потоку от «одиночных» сделок. Мы выде-лили несколько основных способов создания потоков доходов нашего заведения:

- Продажа блюд и обслуживание (доход от продажи блюд нашего кафе; обслужи-вание клиента во время заказа и приёма пищи)
- Аренда (арендные платежи – доход от сдачи в аренду определенной зоны кафе на время (проведение мероприятий в арендованной зоне))
- Продажа билетов (плата за присутствие на различных мероприятиях, вечеринках, организованных кафе)
- Продажа еды на вынос- доставка (платежи от продажи блюд, которые заказывают за пределами кафе)

Ключевые ресурсы

- Человеческие ресурсы(персонал):

А) Официанты, а также люди, работающие на кухне– данный персонал -ключевое звено нашего кафе, потому что они обеспечивают качество обслуживания и еды, которое привлекает и удерживает клиентов. Официанты выполняют важную функцию взаимо-действия с гостями, принимают заказы, обслуживают их и создают хорошую атмосферу, чтобы клиенты чувствовали себя уютно и комфортно. Повара же готовят еду, и, если ка-чество еды неудовлетворительное, клиенты не будут возвращаться.

Б) Персонал неосновной деятельности кафе – маркетолог, IT-специалист и работ-ники других областей (люди, которые работают для благополучия основных видов дея-тельности кафе, создавая необходимые условия для этого).

В) Менеджмент кафе – люди, которые нужны для единой работы всех составляю-щих бизнеса, регулирования и аранжировки всех видов деятельности кафе

- Материальные ресурсы – помещение, котором располагается ресторан, а также оборудование и интерьер.
- Финансовые ресурсы

Финансовые ресурсы очень важны и необходимы нашему кафе, в особенности при запуске, так как многие затраты (на покупку оборудования, ремонт, первичные маркетин-говые мероприятия) более других требуют наличие достаточного количества финансовых средств для их осуществления. Конечно же, финансовые ресурсы требуются и для покуп-ки производственных ресурсов, которые связаны с деятельностью заведения.

Ключевые виды деятельности

Кафе Yagen будет предоставлять три ключевых вида деятельности:

- •Обслуживание посетителей заведения и изготовление на заказ вкусных блюд азиатской кухни.

Последнее является очень важной составной пред-ставленной нами бизнес-модели кафе, поскольку кафе-это прежде всего ме-сто, куда люди приходят поесть, то есть ее базой в любом случае послужит продовольственная деятельность

- Организация отдыха посетителей и предоставление в аренду зон для празд-нования мероприятий, отдыха в комфортной обстановке. Наша задача- предоставить качественные услуги и продукты, реагировать оперативно на жалобы

клиентов и принимать меры, направленные на повышение их удовлетво-ренности.

- Проведение тематических мероприятий в честь выхода новых к-поп альбо-мов, дорам или аниме.

Ключевые партнёры

Для ритмичного функционирования нашего заведения, мы планируем построить долгосрочные отношения с:

- Поставщиками продуктов (Яндекс-Маркет, Global Foods), которые продают широ-кого ассортимента,

необходимые нашему заведению, качественные производ-ственные ресурсы (продукты), а также доставляют их по адресу нашего кафе. Све-жие и качественные продукты нужны для выполнения продовольственной дея-тельности кафе, обслуживания клиентов.

- Обслуживающими компаниями по ремонту оборудования, техники, имеющейся в нашем кафе: они помогут хорошо функционировать продовольственной деятель-ности нашего кафе, так как будут обеспечивать постоянную работу необходимых инструментов для приготовления еды.
- Службами доставки (Яндекс.Еда, Delivery Club), которые будут предоставлять услуги по доставке, в нашем случае, наша задача- приготовление и упаковка еды, все остальное возьмет на себя агрегатор. Данное сотрудничество позволит нам по-лучить весомую прибыль.
- Картографические службы (Яндекс Карты, 2GIS)
- Блогерами ,чья деятельность связана с азиатской культурой(Ян Гэ, SergeyKuvaevJP, KyunghaMIN и т.д)
- Культурные центры

Структура издержек

Для функционирования, предлагаемая нами бизнес-модель будет иметь расходы, которые будут перечислены ниже:

- Первоначальные инвестиции:
 - A. Покупка или аренда оборудования (кухонное, услуги, и т.д.)
 - B. Покупка инвентаря (мебель для кафе, посуда и т.д.)
 - C. Регистрация бизнеса
 - D. Обучение и найм персонала
 - E. Ремонт и обновление помещения
 - F. Создание меню
- Постоянные и условно-постоянные издержки
 - A. Арендная плата помещения
 - B. Затраты на амортизацию
 - C. Зарплата административного персонала
 - D. Затраты на обслуживание систем пожарной безопасности и коммунальных услуг
 - E. Затраты на обслуживание сайта
 - F. Затраты на обслуживание оборудования
 - G. Затраты на ведение бухгалтерии
 - H. Затраты на оплату Интернета
- Переменные издержки
 - A. Затраты на продукты для приготовления блюд (производственные ресурсы)
 - B. Зарплата рабочего персонала
 - C. Затраты на рекламу
 - D. Комиссия служб доставки
 - E. Хозяйственные товары (бумага, хоз.средства и т.д.)

Изложенные выше затраты нашего кафе необходимы для обеспечения его полно-ценной работы в различных направлениях. Их целью является диверсификация деятель-ности, объединение разных видов деятельности в пределах одного канала и рост клиен-тов всех направлений. Важно отметить, что используются общие маркетинговые меро-приятия для привлечения клиентов, что еще больше усиливает синергию всех видов дея-тельности и позволяет им развиваться параллельно.

Анализ рынка и потребителей

По оценке INFOLine, на Петербург и Ленобласть приходится 9,4% российского оборота общественного питания или 259 миллиардов рублей. Петербург опережает Москву по количеству объектов общепита на 100 тыс. населения. Большую долю в струк-туре заведений занимают рестораны полного обслуживания TSR (около 50%). Самым быстрорастущим форматом является Grab&Go (+25%), который включает в себя пекарни и некоторые кофейни и предназначен для того, чтобы потребитель мог взять еду с собой или употребить на месте. Миссия этих заведений - обеспечить быстрое и удобное пита-ние .

Анализ потребителей

Для людей интересно что-то новое, особенно когда это касается развлекательных мест, мест для отдыха, наша идея с созданием кафе будет очень актуальна. Также, помимо этого в наше время, люди все больше проникаются Азиатской культурой, набирает значи-тельную популярность кухня Азиатских стран и поэтому есть спрос на данное предложе-ние. Мы выделили основных потребителей услуги:

1. Потребители, погруженные в Азиатскую культуру (к-поп, дорамы, аниме)

Потребителям, которые интересуются разной поп-культурой Азиатских стран будет интересно погрузиться в атмосферу нашего кафе, они смогут насладиться прослушиванием к-попа, а также просматриванием дорам и аниме. Даже если потребитель интересуется только одним направлением, это не мешает ему прийти к нам, так как в нашем заведении существуют 3 зоны, поэтому можно выбрать как определенное направление, так и попробовать все три.

2. Потребители, любящие Корейскую кухню

Также в нашу целевую аудиторию будут входить люди, любящие только корейскую еду, или желающие ее попробовать, они смогут прийти и насладиться ей

3. Потребители, любящие Китайскую кухню

Как и сказано выше, в нашу целевую аудиторию также могут входить люди, любящие только китайскую еду, или желающие ее попробовать, они смогут попробовать ее в нашем кафе

4. Потребители, любящие Японскую кухню

Как и сказано выше, в нашу целевую аудиторию также могут входить люди, любящие только японскую еду, или желающие ее попробовать, они смогут приобрести и попробовать еду японской кухни у нас в кафе.

5. Потребители, которые хотят погрузиться в атмосферу азиатских поп-культур.

Следующими, кто входит в нашу целевую аудиторию, это потребители, желающие погрузиться в атмосферу азиатских поп-культур, они смогут выбрать для себя самое интересное, так как мы нацелены не на единственную культуру, а разнообразные ее аспекты.

6. Желающие попробовать новое

Далее, потребители, которые хотят попробовать что-нибудь новое, то есть в культуре, еде, посмотреть и попробовать еду разных стран, другой культуры. Кроме кухни, можно послушать и открыть, новую для себя музыку, посмотреть дорамы или аниме, узнать, что это такое и погрузиться в саму поп-культуру. Возможно приобрести для себя что-то новый опыт и получить незабываемые впечатления.

7. Носители культуры

Также нашими потребителями могут стать носители культур, в области которой мы хотим продвигать наше кафе. Так как в России достаточно много иностранцев, при этом не малое их количество именно из стран Азии, им будет интересно посетить наше кафе, попробовать еду их страны. Также не менее важным ценностным предложением для таких потребителей будет наше оригинальное меню, которое составлено на двух языках, то есть в каждой зоне по соответствующему языку.

Таблица 1. Описание потребителей

Сравнительные признаки Студенты Заинтересованные в поп-культуре Случайные посетители/ желающие попробовать новое

Возраст 18-22 14-25 25-35

Пол Мужской и Женский Преимущественно женский Мужской и Женский

Род деятельности Обучение/ обучение и работа Обучение/ Обучение и работа Работа

Финансовое положение Доход позволяющий обеспечить только нормальное существование, то есть на:

продукты, предметы первой необходимости. Покупать дорогую технику или откладывать деньги на крупные покупки или поездки затруднительно Хватает денег на питание и одежду, покупка более дорогих вещей, таких как телевизор, вызывает проблемы Средний стабильный доход, обеспечивающий нормальное существование, позволяющий заложить свободные суммы на непредвиденные затраты или развлечения (примерно 3 раза в месяц)

Частота посещения заведений общественного питания Несколько раз в неделю 4-5 раз в неделю Примерно 4 раза в месяц

Степень интереса к тематическому кафе Средняя-Высокая Высокая Средняя (может быть высокой)

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/357911>