

**Кофе с собой!**

«Кофе на вынос» — это точка торговли, товаром которой является свежезаваренный кофе в одноразовом стакане. Покупатель приобретает товар и покидает заведение. У него есть возможность наслаждаться напитком на ходу. Открытие кофе с собой сможет стать отличным проектом начинающего или уже опытного предпринимателя. У этого проекта низкий порог входа в нашем примере стартовые вложения на открытие начинаются от 250 тысяч рублей.

**Регистрация**Зарегистрировать бизнес можно:  
- в формате ИП с упрощенной системой налогообложения (ОКВЭД 56.10 — «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания»), патенте или НПД (если вы не планируете нанимать сотрудников, и ваша прибыль не превысит 2500000. Узнать больше о режиме НПД <https://мойбизнестула.рф/self-employed/>)

**!!! Получить бесплатную консультацию по системам налогообложения и зарегистрироваться в качестве Индивидуального предпринимателя или «самозанятого» можно в центре «Мой Бизнес» Тульской области.**

**Запись на консультацию по телефону горячей линии: 8 800 600 777 1**

**Помещение**

Открытие кофе с собой и дальнейшая судьба такого бизнеса связана с первым шагом – выбором места, где будет располагаться заведение. Обычно постоянными клиентами кофейни становятся 2-3% от общего трафика посетителей. Поэтому место должно быть многолюдным — это повысит шансы на привлечение лояльных покупателей. Лучшие локации – это остановки общественного транспорта, парки, набережные, переходы, центр города, вокзалы, аэропорты, рынки, места возле учебных учреждений и больниц. Главным преимуществом этого бизнеса является то что для его организации не требуется много места, а это значит можно сэкономить на аренде.

Важно понимать, что ключевым показателем является не число проходящих мимо людей, а их готовность приобрести предлагаемый товар.

**Рассмотрим возможные способы расположения в деталях:** При выборе в пользу таких организаций полезными вариантами станут все развлекательные объекты – кинотеатры, парки развлечений, площадки для игр и т.п.

Преимущество здешней аудитории в ее заранее сформированной задаче потратить финансы, в связи с этим покупка стаканчика кофе становится почти обязательной.

Кроме того, можно обратить внимание на большие продуктовые магазины – это широкая зона для пешеходов, или на близость кондитерских и пекарен. Наличие таких заведений рядом провоцирует аудиторию покупать кофе.

Единственным недостатком размещения в торговых комплексах является высокая арендная плата, вызванная постоянным спросом.

**Учебные заведения.** Прибыль принесет расположение вблизи университетов и колледжей, так как трафик клиентов обеспечен в рабочее время с сентября по май. Минус, конечно, в отсутствии спроса на кофе во время летних каникул у учащихся.

**Бизнес-центры.** Основной плюс развития проекта рядом с БЦ состоит в платежеспособности аудитории. Здесь никто не будет экономить на дополнениях к заказу, тем самым увеличивая среднюю стоимость чека.

**Остановки.** Если удалось найти подходящий вариант рядом с остановками общественного транспорта – не задумываясь используйте свою возможность. Однако, помните, что в этом пункте залог успеха – это заметность и доступность (в паре шагов от автобуса/маршрутки и т.д.). Если вариант не удовлетворяет требованиям, лучше обратиться к альтернативам.

**Вокзалы.** Размещение, связанное с крупными перемещениями пассажиров, может вызвать сложности у начинающего предпринимателя. Вокзалы ж/д и автотранспорта не привлекают комфортом, а платежеспособность аудитории вызывает вопросы.

**!!! Для оценки местоположения выбранного помещения, рекомендуем воспользоваться сервисом Бизнес Навигатор МСП** <https://smbn.ru/>

**Особые требования**

Кофе на вынос относится к заведениям общепита. Поэтому, при организации деятельности вы должны руководствоваться "МР 2.3.6.0233-21. 2.3.6. Предприятия общественного питания. Методические рекомендации к организации общественного питания населения. Методические рекомендации" (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 02.03.2021) (вместе с "Рекомендациями по правилам обработки установок для дозированного розлива питьевой воды", "Рекомендациями по отбору суточных проб", "Рекомендуемой номенклатурой, объемом и периодичностью проведения лабораторных и инструментальных исследований в организациях питания образовательных учреждений") ссылка: <https://www.profiz.ru/upl/2021/МР%202.3.6.0233-21.%202.3.6.%20Предприятия%20общественного%20питания..pdf>

На основании Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» для организаций и предпринимателей, организующих свою деятельность в сфере общественного питания, установлен уведомительный порядок начала предпринимательской деятельности. Это значит, что специальных разрешений от контрольно-надзорных органов на открытие точки общественного питания получать не нужно, но о начале деятельности необходимо уведомить Управление Роспотребнадзора по Тульской области (Тула, Тульская обл., ул. Оборонная, 114). В своем уведомлении предприниматель подтверждает, что его деятельность (включая помещение, оборудование, а также работников) соответствует установленным для такой деятельности обязательным санитарным нормам и требованиям.

Кроме того, на руководителя и работников необходимо оформить личные медицинские книжки.

**Необходимое оборудование.**

Оборудование для кофе с собой включит в себя:

**- Кофемашина**(от нее во многом будет зависеть качество напитка, следите, чтобы мощность аппаратуры не была меньше 5 киловатт, объем бака был не менее 8 л. и присутствовала возможность работать со стаканчиками до 400 мл., многие поставщики зерен предлагают аппаратуру в аренду или даже бесплатно, если покупать сырье только у них, тогда кофемашину на старте можно не покупать, и итоговая сумма вложений уменьшится);

**- Холодильник** (пригодится для хранения молочной продукции);

- **Кофемолка** (пригодится если кофемашина не обладает функцией перемолки);

- **Одноразовая посуда** (Стаканчики с крышками и удобными держателями подарят комфорт клиентам);

- **Кофейная стойка** (необходима для полноценной работы и взаимодействия с гостями);

- **Мерные приборы**

- **Полки для хранения**

- **Стол**

***Ингридиенты:***К расходным материалам относятся:

**- Питьевая вода** (вкус кофе напрямую зависит от воды. Специалисты рекомендуют придерживаться стандартов и закупать воду образцов SCAA и SCAE. Средний расход на день составит 50-60 л);

**- Молоко**(лучше покупать свежее молоко с долгим сроком хранения. Приветствуется разнообразие молочных основ: растительное и животное происхождение;

**- Зерна кофе;**

**- Топпинги;**

**- Сиропы.**

Определиться с достойным поставщиком кофе можно по следующим параметрам:  
**- Стоимость продукта** (1 кг кофе примерно расходуется на 120 стаканчиков);  
- **Ассортимент и объемы поставок** (рассчитывайте на удобное для вашей точки количество поставляемой продукции, выбор зависит от спроса и объема продаж);  
- **Гарантии**(обсудите варианты возврата, обмена товара, договоритесь о сроках рассмотрения претензий);  
- **Местоположение**(чем ближе база поставщика, тем дешевле и быстрее будет процесс поставки);  
- **Условия оплаты**(идеальный вариант это оплата с отсрочкой платежа);  
- Удостоверьтесь, что вся продукция соответствует ГОСТам и имеет **документы о подтверждении качества**.

**Виды услуг:**

Стандартное меню входят:   
- все виды кофе (американо, эспрессо, латте, капучино);   
- кофе с топингами, ликерами, специями; чай, горячий шоколад и какао; летние коктейли на основе кофе, безалкогольный мохито, холодный чай с сезонными добавками;   
- готовые снеки (вафли, шоколадные батончики, печенье, пончики, круассаны).

Основной упор делаем на качестве напитка, ведь если вы единожды предложите невкусный кофе, покупатель больше не вернется в вашу точку.

В среднем одна точка приносит примерно 180 000 рублей выручки в месяц. Повысить доходы можно за счет продажи снеков и кофе в зернах. Основные факторы успеха: удачное расположение торговой точки (высокая проходимость, рядом нет конкурентов); хороший вкус напитков; быстрый сервис; доступная цена.

**Маркетинговая стратегия**

По данным маркетинговых исследований ежегодно в России растет уровень потребления кофе. Многие люди предпочитают пить кофе за пределами дома.

Однако у большинства людей не хватает времени, чтобы заезжать в специализированные кофейни, да и стоимость чашечки кофе будет далеко не каждому «по карману». В таких рыночных условиях появился бизнес «кофе на вынос», позволяющий людям насладиться любимым напитком в короткое время и за небольшие деньги.

***Целевая аудитория***

Целевая аудитория достаточно обширная и во многом будет завесить от местоположения вашей точки. Это люди в возрасте от 16 до 45 лет, которые любят пить кофе «на ходу». Если точка расположена рядом с парком или сквером, то покупателями будут молодежь и мамы, гуляющие с детьми. Если продаете кофе возле института — учащиеся. Места в центре города привлекают «разношерстную» публику – таксисты, работники близлежащих офисов, прохожие.

***SWOT анализ***

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны проекта**   * Цена ниже чем у конкурентов; * Широкий ассортимент: чай, кофе, безалкогольные напитки; * Акции: «Шестой стакан в подарок», розыгрыш призов среди активных клиентов; * Свежая выпечка; * Месторасположение: высокая проходимость в ТЦ; * Поставка кофейных зерен высокого качества; * Общительный и доброжелательный персонал. | **Слабые стороны проекта**   * Отсутствие свежеприготовленных закусок; * Неизвестная торговая марка; * Текучка кадров. |
| **Возможности и перспективы**   * Возможность открытия сети торговых точек по городу, расширение узнаваемости бренда. | **Угрозы внешней среды**   * Открытие конкурентов вблизи торговой точки; * Стремительный рост цен на ингредиенты; * Неудовлетворенность клиента качеством кофе. |

**Кофе на вынос – это импульсная покупка**. Поэтому ваша задача – привлечь покупателя здесь и сейчас. Для этого придумайте яркую вывеску Постоянным клиентам можно предложить программу лояльности и «развлекательные» мелочи: Хорошо работает акция «каждый десятый кофе в подарок». Для этого нужно распечатать флаеры, где бариста будет отмечать количество купленных кофе. Если вы продвигаетесь в Инстаграм, можно устроить акцию «кофе за сториз». Суть такая: покупатель делает фото со стаканчиком и выкладывает его в сториз с пометкой вашего ларька. У женщин пользуются популярностью кофе с предсказаниями, напечатанными на дне стаканчика. Такая посуда стоит не дороже обычной, просто нужно найти производителя. По желанию бариста может писать имя покупателя на стаканчике.

**Экономическая справка**Вложения на старте бизнеса – 250000 рублей.  
Средний чек – 120 рублей.  
Выручка за год - 2 160 000 рублей.  
Срок окупаемости –2 месяца.

**Риски бизнеса**

- Смена сезона (грозу для заведения представляет наступление дачного сезона. Летом люди выбирают природу, а город остается без трафика клиентов, привлечь посетителей в теплое время года можно новым меню, прохладной водой и интересными рецептами).

- Каникулы у учащихся если вы открылись в местах образовательных учреждений и это ваши основные клиенты (создайте такой ассортимент товара, который удовлетворит людей из разных сфер).

- Погодные условия (дождь помешает в ведении бизнеса, а вот мороз, наоборот, заставит людей купить стаканчик теплого кофе).

- В целом, риски можно нивелировать, обращая внимания на выбор в меню и правильно подбирая поставщиков.