

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Предпринимательство

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Планирование деятельности малого предприятия

Обучающийся

И.Д. Зуев

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук Т.В. Полтева

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Консультант

канд. пед. наук, доцент О.Н. Брега

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

Аннотация

Тема бакалаврской работы «Планирование деятельности малого предприятия» является актуальной, поскольку в современных экономических условиях малые предприятия выступают ключевым фактором развития экономики, требующим совершенствования подходов к планированию их деятельности для обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития в условиях рыночной неопределенности.

Цель бакалаврской работы – исследование теоретических и практических аспектов планирования деятельности малого предприятия.

Задачи бакалаврской работы:

- раскрыть теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия;
- провести анализ деятельности малого предприятия ООО «Кафе Старый Дом» и выявить предпосылки для развития деятельности предприятия;
- разработать бизнес-план по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом».

Объектом исследования является ООО «Кафе Старый Дом».

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, возникающие в процессе развития предприятия посредством реализации предлагаемого проекта.

Структурно бакалаврская работа включает в себя следующие элементы: введение, три раздела, заключение, список используемой литературы, приложения.

Abstract

The title of the graduation work is «Planning the activities of a small enterprise».

The graduation work consists of an introduction, three chapters, 5 figures, 14 tables, a conclusion and a list of scientific literature from 25 references, including foreign sources.

The aim of this graduation work is to analyze the company's activities and develop a business plan for the introduction of a new service.

The object of the graduation work is the company Old House Cafe LLC.

The subject of the graduation work is the organizational and economic relations that arise in the process of enterprise development through the implementation of the proposed project.

The key issues of the graduation work are the study of the structure of business planning.

The graduation work may be divided into several logically connected parts which are the theoretical foundations, the analysis of the company's activities and the development of a business plan.

The first part describes in details the theoretical foundations of planning the profitability of a small enterprise and a business plan as a tool for enterprise development.

The second part outlines the results of the analysis of the company's activities and market analysis.

The third part consists of developing a business plan for the proposed project.

In conclusion, we would like to stress that planning the activities of a small enterprise allows us to outline the range of problems that an entrepreneur will face when achieving his goals in an unstable, competitive environment in order to provide solutions to these problems.

Содержание

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия... 7	
1.1 Понятие и сущность планирования деятельности малого предприятия.....	7
1.2 Особенности бизнес-планирования для малых предприятий.....	16
2 Анализ деятельности малого предприятия ООО «Кафе Старый Дом» и выявление предпосылок для развития деятельности предприятия	24
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Кафе Старый Дом».....	24
2.2 Анализ рынка и конкурентов.....	29
3 Разработка бизнес-плана по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом».....	34
3.1 Маркетинговый, организационный, производственный планы по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом»	34
3.2 Финансовый план и анализ рисков	38
Заключение	45
Список используемой литературы	48
Приложение А Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО Кафе Старый дом за 2024 г.	51
Приложение Б Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО Кафе Старый дом за 2023 г.	53

Введение

Тема планирования деятельности малого предприятия приобретает особую значимость в современных условиях, поскольку успешное функционирование предприятия напрямую зависит от способности руководства грамотно организовать работу, своевременно реагировать на изменения рынка и соответствовать актуальным требованиям отрасли.

Планирование деятельности в малом предприятии включает элементы стратегического и оперативного планирования. Стратегическое планирование определяет политику предприятия, цели и стратегию, а оперативное планирование определяет конкретные действия для достижения целей предприятия.

Бизнес-планирование – важнейшая часть управления предприятием, охватывающая широкий спектр исследований, направленных на поиск оптимальных методов, инновационных решений и эффективных стратегий. Оно служит инструментом, позволяющим не только четко формулировать цели и направления развития, но и учитывать влияние внешних и внутренних факторов, рационально распределять ресурсы, минимизировать риски и находить новые возможности для роста.

Качественная разработка бизнес-плана является важным этапом в процессе стратегического управления, способствуя принятию обоснованных решений, привлечению инвестиций, внедрению инновационных технологий и расширению присутствия на рынке. Грамотное планирование позволяет малому бизнесу не только адаптироваться к изменениям, но и успешно развиваться в долгосрочной перспективе.

Цель бакалаврской работы – исследование теоретических и практических аспектов планирования деятельности малого предприятия.

В ходе работы необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия;

- провести анализ деятельности малого предприятия ООО «Кафе Старый Дом» и выявить предпосылки для развития деятельности предприятия;
- разработать бизнес-план по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом».

Объект исследования – ООО «Кафе Старый Дом». Основная деятельность – предоставление услуг в сфере питания.

Предметом исследования являются хозяйственные отношения, возникающие при осуществлении планирования деятельности малого предприятия.

При написании бакалаврской работы используются следующие методы исследования: анализ, опрос, синтез, обобщение, дедукция и индукция.

Теоретическая база бакалаврской работы включает материалы А.В. Брагиной, В.И. Бабенко, Т.В. Торгонской, В.С. Сухорукова, Е.Ю. Рыбаковой и других, раскрывающие основные понятия, подходы и положения, необходимые для всестороннего изучения выбранной темы. Она служит основой для формирования логики исследования и аргументации его ключевых положений.

Информационная база состоит из статистических и финансовых данных, а также внутренней отчётности предприятия, которые используются для анализа текущего состояния объекта исследования и обоснования практических выводов. Эти сведения позволяют подтвердить достоверность результатов и достижение поставленной цели.

Результаты проведенного исследования обладают практической ценностью для объекта исследования, так как бизнес-план может быть использован в деятельности ООО «Кафе Старый Дом».

Бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов основной части, заключения, списка используемой литературы и приложений.

1 Теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия

1.1 Понятие и сущность планирования деятельности малого предприятия

Планирование – это комплексный процесс, направленный на оптимальное распределение ресурсов с целью достижения поставленных целей. Планирование деятельности предприятия представляет собой систематическую подготовку принятия решений, ориентированных на будущее [21].

Планирование играет важную роль в жизни любого предприятия, так как позволяет эффективно использовать ресурсы, минимизировать риски и обеспечивать устойчивое развитие.

Раскроем особенности планирования на малых предприятиях, но перед этим рассмотрим, что такое малое предприятие.

Малое предприятие, представляет собой хозяйствующий субъект рыночной экономики, характеризующийся ограниченной численностью персонала и объемом осуществляемой деятельности.

Малые предприятия пользуются особыми льготами и поддержкой государства, направленными на снижение налоговой и административной нагрузки, что способствует их развитию, созданию новых рабочих мест и общему экономическому росту [22].

Малые предприятия играют важную роль в экономике, создавая рабочие места и способствуя развитию конкуренции.

Планирование деятельности малого предприятия включает определение целей, стратегии и тактики развития, а также разработку бизнес-плана. Основные цели планирования деятельности малого предприятия представлены на рисунке 1.

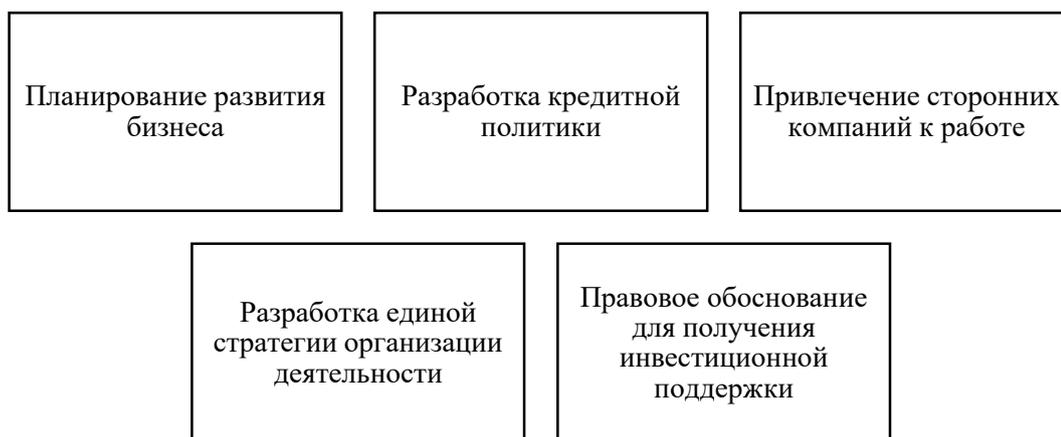


Рисунок 1 – Основные цели планирования

Раскроем позиции исследователей о роли планирования деятельности в успешном развитии предприятия.

Согласно позиции Д.Е. Баркина «планирование в жизни предприятия, особенно малого и среднего, играет важную роль. Практически вся система хозяйственного управления и регулирования производства основана на методах планирования. В современной быстро меняющейся внешней среде невозможно добиться положительных результатов, не планируя работу малых и средних предприятий и не прогнозируя её последствий. Мировой опыт показывает, что только тщательное и разумное планирование деятельности малого и среднего предприятия может обеспечить его выживание и достижение стабильно высоких результатов. Отказ от применения планирования деятельности малого и среднего предприятия при управлении им сопровождается колебаниями, ошибочными решениями, несвоевременной переменной ориентации и приводит к плохому состоянию дел» [3].

На основании анализа научной позиции Д.Е. Баркина можно констатировать, что планирование является фундаментальным элементом системы хозяйственного управления и регулирования производства, особенно значимым для субъектов малого и среднего предпринимательства. В условиях современной динамичной внешней среды отсутствие системы планирования

приводит к существенным управленческим рискам: колебаниям в развитии, принятию ошибочных решений и несвоевременной смене стратегических ориентиров, что неизбежно влечет за собой ухудшение финансово-экономических показателей предприятия.

В соответствии с мнением Б.И. Бабенко «любой, кто основательно хочет заниматься предпринимательской деятельностью, получать доход в рыночной сфере от собственной деятельности, должен обладать отлично обдуманым и многогранно аргументированным подробным проектом – документ, устанавливающий стратегию и тактику ведения бизнеса согласно выбранной отрасли рынка. Кроме того, должна быть выбрана цель бизнеса, технологические процессы организации производства и реализации продукции» [2].

А.С. Лашина в своей работе утверждает: «планирование есть неотъемлемая часть системы управления объектом хозяйствования и является элементом общей организационной структуры управления предприятием. Планирование как одна из функций управленческой деятельности направлено на выбор наилучшей альтернативы развития объекта управления, рассчитанной на определенный временной период» [9].

Анализ точек зрения исследователей позволяет сделать вывод о том, как важно использовать планирование для эффективного функционирования и развития малого бизнеса, а также о необходимости адаптации к условиям внешней и внутренней среды.

Планирование необходимо для обеспечения рациональной работы предприятия. Оно позволяет предпринимать рациональные шаги для минимизации возможных негативных последствий и обеспечения устойчивости.

Исследователь А.С. Иванова в своей работе выделяет следующие положительные моменты планирования:

- «делает возможной подготовку к потреблению дальнейших подходящих и выгодных условий;

- создает возможность предвидения, учета и оперативного решения появляющихся вопросов; – мотивирует и заставляет руководителей воплощать свои намерения и решения в предстоящей работе;
- совершенствует организацию, координацию и согласованность действий;
- формирует предпосылки улучшения образовательной подготовки персонала, занимающихся плановой работой;
- расширяет потенциал в информационном обеспечении компании; способствует целесообразному и пропорциональному размещению, расположению и применению ресурсов» [8].

Виды планирования можно классифицировать по нескольким основным характеристикам: по обязательности исполнения, по срокам, по содержанию плановых решений, по учету изменения данных, по глубине.

Одним из основных видов классификации планирования является классификация по содержанию плановых решений, она характеризует уровень и масштаб устанавливаемых целей.

Данная классификация отражает иерархическую структуру планирования общего к частному, где каждый уровень имеет свои особенности и служит основой для следующего уровня.

Согласно этой классификации, существует: стратегическое, тактическое и операционное планирование. Рассмотрим их.

Раскроем стратегическое планирование. Стратегическое планирование – это долгосрочное планирование, которое ориентировано на общие цели бизнеса и его развитие в будущем. Основная цель – создание устойчивой базы для роста и адаптации предприятия к изменениям внешней среды. В качестве примера может выступать стратегия расширения бизнеса на новые регионы или создание новых продуктов.

Стратегическое планирование заключается в определении миссии, стратегических целей, рынка, конкурентных преимуществ и долгосрочных ориентиров. Оно также включает планирование финансовых, маркетинговых,

организационных и производственных аспектов бизнеса на несколько лет вперед.

А.Н. Пальчиков в своей работе отмечает, что «стратегическое планирование также предоставляет структурированные организационные планы, которые эффективны в определении сроков, оценок и назначений, что придает дополнительную важность стратегическому планированию как помощи в создании сравнительного анализа и мониторинге эффективности. Это также позволяет руководителям учиться посредством оценки эффективности плана или оценки проблем, влияющих на организацию» [12].

Согласно научным положениям А.Н. Пальчикова, стратегическое планирование выступает как комплексный инструмент управления, обеспечивающий организацию структурированных планов с четко определенными временными рамками, оценочными показателями и распределением ответственности.

Уэллс и Доэрти отмечают, что стратегическое планирование не только создает будущее предприятия, но и создает основу для совершенствования усилий. Выраженные преимущества обеспечивают основу для планирования и тщательного изучения специфики предприятия с целью разработки структуры для принятия решений [25].

А.С. Псеунова считает, что «стратегическое планирование не является одноразовой задачей и требует постоянного обновления и адаптации. Данный процесс играет важную роль в управлении развитием компании и позволяет успешно решать ряд ключевых вопросов» [13].

Анализ позиций исследователей позволяет сделать вывод о том, что стратегическое планирование представляет собой комплексный, динамический и непрерывный процесс, направленный на создание будущего предприятия и постоянное совершенствование её деятельности через адаптацию к меняющимся условиям внешней и внутренней среды.

Следующий вид планирования, который необходимо рассмотреть, – тактическое планирование. Тактическое планирование – направлено на

среднесрочные цели и задачи, которые должны быть выполнены в рамках общей стратегии. Это планирование на период от нескольких месяцев до года и фокусируется на оптимизации текущих процессов для достижения стратегических целей. В качестве примера может выступать проведение рекламной кампании для увеличения доли рынка или модернизация производственного процесса для повышения эффективности.

Тактическое планирование включает конкретные действия и решения по реализации стратегии на более короткий срок. Это может быть планирование маркетинговых кампаний, улучшение качества обслуживания клиентов, увеличение производительности, снижение издержек и т. д.

А.В. Брагина передает роль тактического планирования, отмечая, что «разработка рациональных стратегического, тактического и оперативного планов позволяет гарантировать конкурентные преимущества предприятию в современных нестабильных условиях» [4].

В.С. Сухорукова в своем анализе излагает мнение: «потребность тактического управления в российских требованиях объясняется последующими причинами. За последние годы кардинально преобразилась среда, в которой функционируют отечественные организации. Неустойчивое социально-экономическое состояние большинства организаций обусловлено игнорированием глубоких социально-экономических познаний, организационных опытов и навыка работы в конкурентоспособной среде, а также потребностью социализации организаций к беспрестанно изменяющимся требованиям окружающей адаптации» [15].

Научный взгляд исследователя позволяет раскрыть причины, по которым необходимо тактическое планирование на малом предприятии.

Также следует рассмотреть оперативное планирование. Оперативное планирование – направлено на краткосрочные цели, которые должны быть выполнены в рамках текущего периода (например, в течение месяца, квартала или недели). Оперативное планирование фокусируется на непосредственном выполнении задач, связанных с текущей деятельностью предприятия. В

качестве примера может выступать планирование и выполнение ежедневных операций по продажам, закупке товаров, оплате счетов и управлению денежными средствами.

Оперативное планирование включает конкретные задачи, которые нужно выполнить в ближайшее время, например, составление производственного графика, определение объемов закупок, разработка краткосрочного бюджета и управление денежными потоками.

Т.В. Торгонская утверждает, что «оперативное планирование является ключевой функцией управления и играет важнейшую роль в обеспечении эффективного и бесперебойного функционирования предприятия. Способность управленческого персонала быстро и адекватно реагировать на изменения ситуации, предотвращать и устранять сбои и отклонения, координировать работу различных подразделений и обеспечивать выполнение производственных заданий в срок и с требуемым качеством становится залогом успеха и конкурентоспособности компании в современных условиях» [16].

Теоретическое видение автора точно передает роль и суть оперативного планирования.

Е.Ю. Рыбакова излагает мнение, что: «оперативное планирование – это то, что ежедневно делает руководитель предприятия, то есть каждодневное планирование. Процесс оперативного планирования содержит несколько стадий: выявление проблемы; определение вероятных действий; подготовительный отбор одного из определенных вероятных действий; анализ вероятных последствий; конечный отбор действия» [14].

Точка зрения исследователя характеризует оперативное планирование и объясняют ее стадии.

Операционное планирование включает финансовое планирование, производственное планирование, сбытовое, кадровое, материальное планирования.

Основное планирование, которое нам понадобится для исследования и составления бизнес-плана – это финансовое планирование, рассмотрим его.

Финансовое планирование для малого предприятия – это процесс разработки и реализации плана, который помогает управлять финансовыми потоками, контролировать расходы и доходы, а также достигать поставленных бизнес-целей. Финансовое планирование включает в себя оценку текущего финансового состояния предприятия, прогнозирование его доходов и расходов на будущие периоды, а также определение стратегий для достижения финансовой стабильности и роста бизнеса.

Основные этапы финансового планирования включают:

- оценку текущего финансового положения – анализ доходов, расходов, долгов и активов;
- постановку финансовых целей – краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- разработку стратегии и плана действий – как сэкономить, куда инвестировать, как управлять долгами;
- исполнение плана – реализация намеченных шагов;
- мониторинг и корректировка – регулярная проверка прогресса и корректировка плана по мере необходимости;

Эффективное финансовое планирование помогает не только достичь целей, но и уменьшить финансовые риски, улучшить управление личным или бизнес-бюджетом.

М.С. Зотова в своей работе подчеркивает, что «любые методы финансового планирования стоит внедрять в работу каждого предприятия, чтобы обеспечить его прибыльную работу в будущем и настоящем периоде» [7].

Утверждение точно передает эффективность финансового планирования.

С.А. Айданалиева излагает мнение, что «финансовое планирование позволяет предприятию не только прогнозировать свои доходы и расходы, но

и своевременно корректировать стратегию, что способствует повышению устойчивости предприятия и его способности к адаптации в условиях динамичной экономической среды» [1].

Л.Ю. Масюра характеризует суть финансового планирования и объясняет ее роль: «при прогнозировании финансово-хозяйственной работы проекта, вычисляются чистую прибыль от реализации проекта и поток денежных средств, оформляется проектно-балансовая ведомость» [11].

На основании анализа позиций С.А. Айданалиевой и Л.Ю. Масюры можно сделать вывод, что финансовое планирование представляет собой комплексный инструмент управления предприятием, который выполняет две важнейшие функции. Во-первых, оно обеспечивает прогнозирование финансовых показателей, включая расчет чистой прибыли и анализ денежных потоков, что находит отражение в проектно-балансовой ведомости. Во-вторых, финансовое планирование выступает как механизм адаптации предприятия к меняющимся экономическим условиям через возможность своевременной корректировки стратегии развития.

В финансовое планирование помимо финансового анализа, инвестиционного, бюджетного планирования, управления рисками входит налоговое планирование.

Налоговое планирование малого предприятия – это процесс разработки и применения стратегии, направленной на оптимизацию налоговых обязательств предприятия с учетом действующего налогового законодательства. Правильное налоговое планирование помогает снизить налоговую нагрузку, избегать штрафов и санкций, а также эффективно управлять финансовыми ресурсами предприятия [23].

С.А. Гурфова считает, что «налоговое планирование трактуется как законный способ обхода налогов с использованием льгот и приёмов сокращения налоговых обязательств, которые предоставляются действующим законодательством. Оно обусловлено правом каждого налогоплательщика применять все допустимые законами средства, приёмы и способы (в том числе

и пробелы в законодательстве) для того, чтобы свести к минимуму свою налоговую нагрузку» [6].

Утверждение исследователя точно характеризует налоговое планирование.

Налоговое планирование для малого предприятия – это не только способ снизить налоговую нагрузку, но и эффективный инструмент для управления финансовыми рисками и повышения финансовой устойчивости предприятия.

Рассмотрим особенности бизнес-планирования для малых предприятий и особенности бизнес-планов.

1.2 Особенности и структура бизнес-планирования для малых предприятий, содержание бизнес-плана

Бизнес-планирование – это процесс разработки подробного плана действий, направленного на достижение конкретных целей предприятия, включая анализ рынка, оценку рисков и определение стратегий развития [24].

Е.Г. Хитарова в своей статье утверждает, что «под бизнес-планированием понимают совокупность процессов создания прогнозов хозяйственной деятельности, а также руководства бизнес-процессами экономического субъекта с целью реализации поставленных задач в инвестиционной и финансовой сферах» [18].

На основе утверждения Е.Г. Хитровой можно сформулировать вывод, что под бизнес-планированием подразумевается комплексная управленческая деятельность, включающая прогнозирование хозяйственной деятельности предприятия и управление бизнес-процессами для достижения целей в инвестиционной и финансовой сферах.

С.А. Айдналиева отмечает: «Бизнес-планирование – это направленный на управление процесс определения долгосрочных целей для бизнеса или бизнес-сегмента и формулирования реалистичных стратегий для достижения этих целей» [1].

Исходя из термина С.А. Айданалиевой, можно сформулировать вывод, что бизнес-планирование представляет собой целенаправленный управленческий процесс, который фокусируется на двух ключевых аспектах: формулировка долгосрочных целей развития бизнеса или его отдельных сегментов; разработка эффективных стратегий достижения этих целей.

Бизнес-планирование способствует определению стратегии развития предприятия, разработке соответствующих документов, проведению анализа рынка и конкурентов, выявлению рисков и определению необходимых ресурсов для успешной реализации задуманного проекта.

Рассмотрим особенности бизнес-планирования для малых предприятий.

Особенности бизнес-планирования для малых предприятий связаны с их ограниченными ресурсами, высокой степенью неопределенности и необходимостью гибкости в управлении.

Ключевые аспекты бизнес-планирования включают в себя адаптивность и гибкость, ограниченные ресурсы, фокус на нишевые рынки, простоту и реалистичность, быструю окупаемость, минимальные бюрократические процедуры.

Адаптивность и гибкость заключается в том, что малые предприятия часто сталкиваются с быстрыми изменениями на рынке, поэтому их бизнес-планы должны быть гибкими и предусматривать возможность корректировки стратегий.

Ограниченные ресурсы означают, что в отличие от крупных компаний, малые предприятия имеют ограниченный доступ к финансированию, поэтому в бизнес-плане важно учитывать рациональное распределение средств и эффективное управление затратами.

Фокус на нишевые рынки означает, что малый бизнес часто ориентирован на узкие сегменты рынка, поэтому бизнес-план должен включать детальный анализ целевой аудитории, конкурентных преимуществ и стратегии удержания клиентов.

Простота и реалистичность заключается в том, что в бизнес-плане для малого предприятия должны быть четко сформулированы цели, стратегии и методы их достижения без избыточной детализации и сложных прогнозов.

Быстрая окупаемость заключается в том, что в условиях ограниченных финансовых ресурсов малые предприятия стремятся к скорейшему возврату вложенных инвестиций, поэтому в бизнес-плане особое внимание уделяется анализу сроков окупаемости и финансовым рискам.

Минимальные бюрократические процедуры означают, что малые предприятия, как правило, ведут бизнес с упрощенными управленческими и бухгалтерскими процессами, что упрощает реализацию бизнес-плана.

Бизнес-планирование для малых предприятий отличается практичностью, направленностью на эффективное использование ресурсов и высокой степенью адаптивности к изменяющимся рыночным условиям.

Функции бизнес-планирования представлены на рисунке 2.

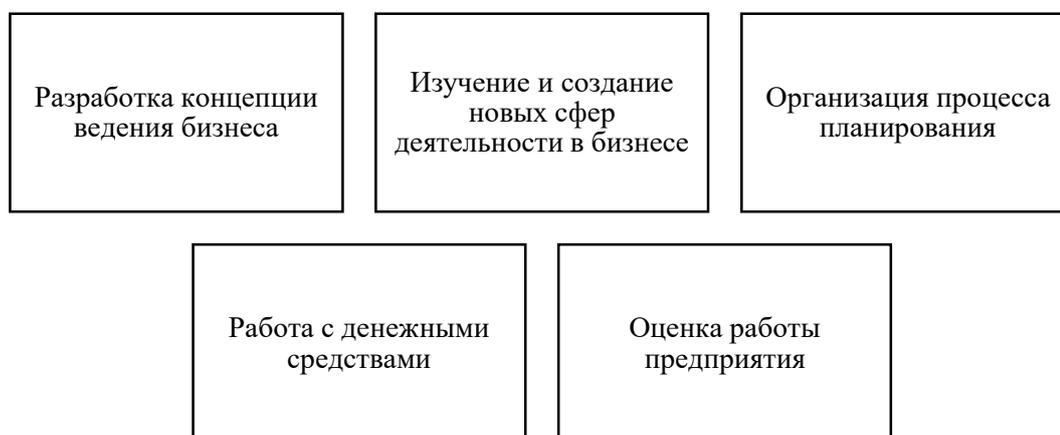


Рисунок 2 – Функции бизнес-планирования

Бизнес-план – это документ, в котором описываются цели предприятия, стратегия их достижения, финансовые расчёты и возможные риски. Он нужен для привлечения инвесторов, получения кредитов и успешного ведения бизнеса.

Е.С. Гавриш утверждает: «Бизнес-план – это письменный документ, который представляет собой стратегический план создания и/или развития бизнеса компании. Он отражает текущее состояние, цели и стратегию их достижения, предполагаемые потребности и ожидаемые результаты развития бизнеса компании» [5].

На основании утверждения Е.С. Гавриш можно сделать вывод о том, что бизнес-план является важнейшим инструментом стратегического управления, который представляет собой письменный документ, формализующий стратегические цели и задачи развития бизнеса.

Н. В. Щербаков излагает точку зрения, что «методологически бизнес-план может быть описан как краткое, точное и доступное изложение предполагаемого бизнеса, важный инструмент для анализа различных ситуаций, помогающий выбрать наиболее перспективные решения и определить пути их достижения, что особенно важно для неплатежеспособных предприятий сельского хозяйства.

Основная цель разработки бизнес-плана – поиск инвестиций и стратегическое представление развития предпринимательства. Бизнес-план помогает решить ряд задач, таких как определение стратегии фирмы, постановка долгосрочных и краткосрочных целей, определение стратегий и тактик достижения данных целей, назначение ответственных за реализацию каждой стратегии, оценка кадрового потенциала и условий мотивации для достижения поставленных целей, а также оценка финансового положения и соответствие ресурсов для достижения целей. В этом ключе, бизнес-план может рассматриваться как показатель успеха. Он помогает определить направление действий и управлять предприятием, а также является важным инструментом стратегического планирования, руководством для выполнения и контроля. Цели и задачи, изложенные в бизнес-плане, переводятся в язык цифр, что позволяет сопоставлять прогнозы с реальными результатами для обеспечения контроля над ходом дела» [20].

О.А. Мамаева в своей работе отмечает, что «бизнес-план представляет собой документ, который содержит результаты комплексного исследования деятельности предприятия, в том числе характеристики производства и реализации продукции, анализ рынка и рыночной конъюнктуры, а также включает в себя план дальнейшего развития бизнеса» [10].

Анализ позиций исследователей позволяет сделать вывод о том, что бизнес-план является стратегическим документом, детально описывающим цели предприятия, пути их достижения и ожидаемые результаты, служащим основой для реализации бизнес-идей и привлечения инвестиций.

Рассмотрим основные разделы бизнес-плана малого предприятия в таблице 1.

Таблица 1 – Составляющие бизнес-плана для малого предприятия.

Название	Описание
Резюме предприятия	Краткое описание предприятия, его целей и ключевых показателей
Описание предприятия	Информация о предприятии, её миссия, юридическая форма и структура
Анализ рынка	Исследование конкурентов, целевой аудитории и тенденций отрасли
Маркетинговая стратегия	Способы продвижения и продаж продукта или услуги
Операционный план	Описание процессов работы, логистики и производства
Финансовый план	Расчёты доходов, расходов, рентабельности и точки безубыточности;
Риски и стратегия их минимизации	Анализ возможных угроз и способов их предотвращения

Резюме предприятия представляет собой концентрированное изложение ключевых аспектов предприятия. В нем отражаются: концептуальная основа предпринимательской инициативы, стратегические цели и тактические задачи, количественные показатели эффективности, инвестиционные потребности и период окупаемости.

В разделе описания предприятия представляется систематизированная информация: о юридическом статусе предприятия, о корпоративных

ценностях и миссии, об организационной структуре управления, о кадровом потенциале ключевых специалистов, о генезисе развития предприятия.

В разделе маркетинговая стратегия излагается: методология ценообразования и конкурентные преимущества, комплекс маркетинговых коммуникаций, стратегические подходы к реализации продукции, система лояльности потребителей, бюджетирование маркетинговых мероприятий.

Операционный план содержит: технологическую схему производственного процесса, требования к материально-технической базе, параметры логистических цепочек, нормативы кадровой обеспеченности, временные рамки операционной деятельности.

Финансовый план состоит из прогностической модели финансовых потоков, инвестиционные потребности, расчет точки нулевой прибыли, показатели рентабельности, график достижения финансовой окупаемости, идентификация рисков и методы их минимизации.

В процессе бизнес-планирования важно дать оценку отраслевой среды, дать анализ предприятия, оценку сильных и слабых сторон, оценку возможностей и угроз.

Анализ можно провести с помощью SWOT-анализа (сильные стороны, слабые стороны, угрозы, возможности). Либо провести оценку предприятия с помощью такого инструмента, как SMART. S (specific) – конкретность, M (measurable) – измеримость цели, A (achievable) – цель должна быть реалистичной, достижимой, R (relevant) – актуальность и значимость цели, T (time bound) – цель должна иметь дедлайн.

SWOT-анализ – это инструмент стратегического планирования, который помогает оценить положение предприятия, проекта или идеи, выявляя сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

Рассмотрим, как использовать SWOT-анализ. Необходимо определить ключевые факторы – собрать объективные данные о бизнесе. Затем заполнить матрицу SWOT, разделив все факторы на 4 категории. И, наконец, разработать

стратегию: усилить сильные стороны, минимизировать слабые стороны, использовать возможности, предотвратить угрозы.

А.Р. Хузин отмечает, что «SWOT-анализ (сила, слабость, возможности, угрозы) поможет оценить возможности компании и одновременно эффективность конкурента. Сильные стороны компании говорят о ее деловой компетентности и опыте, который присутствует в фирме. Слабость дает информацию о тех областях, в которых фирма испытывает недостаток в производительности. Анализируются угрозы со стороны конкурентов и других источников. Анализ возможностей позволит выявить экономические изменения и технологические усовершенствования, которые могут повлиять на бизнес компании и где менеджеры могут воспользоваться преимуществами для получения прибыли» [19].

Исследователь подчеркивает, что SWOT-анализ является мощным инструментом для всесторонней оценки ситуации, выявления ключевых факторов успеха и разработки эффективных стратегий.

Существует также PEST-анализ, это инструмент стратегического планирования, который помогает оценить внешние факторы (макроокружение), влияющие на бизнес, который рассматривает четыре группы факторов: политические, экономические, социально-культурные, технологические.

Для эффективного управления рисками в процессе бизнес-планирования малых предприятий необходимо систематически анализировать и минимизировать потенциальные угрозы. Согласно А.С. Ивановой, риски включают деловые (ошибки управления), операционные (сбои в процессах), финансовые (невыполнение обязательств), валютные (изменение курсов валют), инфляционные (снижение покупательной способности), риски ликвидности (невозможность быстрой продажи активов), процентные (изменение ставок) и случайные (непредсказуемые события, такие как катастрофы или политические изменения). Для их минимизации требуется включение в бизнес-план таких мер, как разработка резервных планов,

использование страхования, оптимизация финансовых потоков, мониторинг рыночных изменений и внедрение гибких стратегий, что особенно важно для малых предприятий с ограниченными ресурсами» [8].

В результате проведённого теоретического анализа можно сделать вывод о том, что планирование деятельности малого предприятия является ключевым инструментом управления, обеспечивающим рациональное использование ресурсов, минимизацию рисков и устойчивое развитие в условиях высокой конкуренции и нестабильной внешней среды.

Анализ научных позиций показывает, что стратегическое, тактическое и оперативное планирование, включая финансовое и налоговое, формируют основу для достижения долгосрочных и краткосрочных целей. Бизнес-планирование для малых предприятий характеризуется гибкостью, фокусом на нишевые рынки и быструю окупаемость, а бизнес-план, включающий резюме, описание предприятия, анализ рынка, маркетинговую стратегию, операционный и финансовый планы, а также оценку рисков с помощью SWOT и PEST-анализов, служит инструментом для реализации стратегий и привлечения инвестиций. Эффективное планирование позволяет малым предприятиям адаптироваться к изменениям и повышать конкурентоспособность.

2 Анализ деятельности малого предприятия ООО «Кафе Старый Дом» и выявление предпосылок для развития деятельности предприятия

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО «Кафе Старый Дом»

Объектом исследования для работы стало малое предприятие, ООО «Кафе Старый Дом» в качестве Общества с ограниченной ответственностью, регистрационный номер 1116320025304 от 20 сентября 2011 года, акт о регистрации выдан «Международной инспекцией Федеральной налоговой службы № 24 по Самарской области». Адрес: Самарская область, г. Тольятти, ул. Революционная, д. 28, кв. 24.

Расположение кафе считается достаточно удобным, потому что находится рядом с оживленными местами, а именно: парк, банк, детские сады, школы, магазины, торговый центр.

Государственная регистрация и дальнейшая деятельность ООО регламентируется Федеральным законом от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [17].

Регистрация предпринимательской деятельности подтверждена выпиской из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства и свидетельством о внесении записи в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства с 1 августа 2016 года.

Деятельность предприятия регулируется Гражданским, Налоговым, Трудовым кодексами.

20 сентября 2011 года было основано ООО «Кафе Старый Дом» начавшее свою деятельность как обычное предприятие общественного питания. За два года работы кафе прошло значительный путь развития и роста. Руководство постоянно работало над улучшением качества обслуживания и расширением спектра предоставляемых услуг. Одним из важных достижений

стало внедрение системы бронирования зала и специальное обслуживание, что позволило гостям заранее планировать свои визиты и сделало посещение кафе еще более комфортным и удобным. Этот шаг стал логичным продолжением развития заведения и ответом на растущий спрос со стороны клиентов.

Основным видом деятельности является: деятельность ресторанов и услуг по доставке продуктов питания. Помимо основного, дополнительно зарегистрированы еще 3 вида деятельности: деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания; аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом; деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах.

Миссия ООО «Кафе Старый Дом» заключается в предоставлении качественных услуг, на основе собственной качественной кухни, с помощью квалифицированных профессионалов.

В обязанности персонала входит не только получение прибыли от клиента, но и создание уютного пространства для душевных встреч, где каждый клиент наслаждается вкусной едой, теплой атмосферой и внимательным сервисом.

ООО «Кафе Старый Дом» применяет упрощенную систему налогообложения. Предприятие платит 15 % от прибыли, а также страховые взносы за сотрудников.

Малое предприятие имеет расчетный счет в ПАО Сбербанк и кассовый аппарат. Расчеты с клиентами ведутся наличным, безналичным способом, и онлайн переводом с пробиванием чека через кассовый аппарат.

Численность сотрудников составляет 9 человек. Тип структуры управления – линейная.

На рисунке 3 представлена организационная структура.

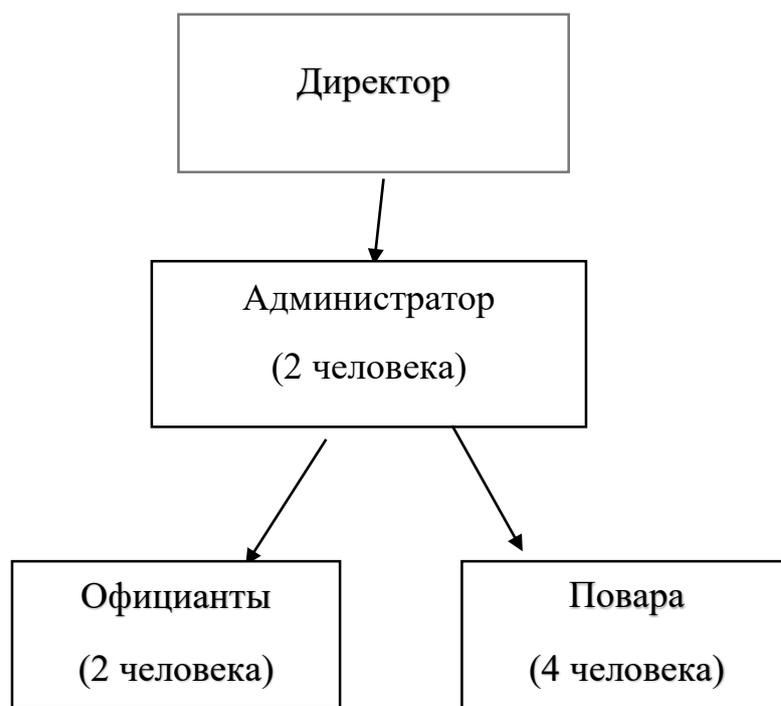


Рисунок 3 – Организационная структура кафе «Старый дом» на начало 2025 г.

Линейная структура наиболее удобная, её преимущества заключаются в следующем: оперативное рассмотрение вопросов; простое взаимодействие; высокий уровень дисциплины и контроля; четкие разграничения прав и обязанностей.

Рассмотрим обязанности каждого сотрудника в ООО «Кафе Старый Дом». Этот список можно адаптировать в зависимости от специфики кафе.

В обязанности директора кафе входит: разработка и реализация стратегии развития кафе; контроль бюджета, учет доходов и расходов, взаимодействие с бухгалтерией; подбор, обучение и мотивация персонала; оформление документов, соблюдение норм СанПиН и других регламентов; заключение договоров, контроль закупок; организация рекламных кампаний, работа с отзывами клиентов.

В обязанности администратора кафе входит: составление графиков, контроль выполнения обязанностей; обеспечение высокого уровня сервиса; решение конфликтных ситуаций, прием бронирований; учет выручки, ведение отчетности; контроль чистоты в зале и исправности оборудования.

В обязанности официанта кафе входит: встреча, консультирование по меню, прием заказов, подача блюд и напитков; подготовка зала, уборка столов; расчет гостей, работа с платежными системами; своевременная передача заказов и контроль их выполнения; вежливое и дружелюбное обслуживание.

В обязанности повара кафе входит: соблюдение рецептуры и технологий; проверка свежести ингредиентов; поддержание чистоты на кухне; учет остатков и потребностей в закупках; взаимодействие с официантами и администратором.

Рассмотрим экономические показатели предприятия, рассчитанные на основании данных бухгалтерской (финансовой) отчетности, представленной в Приложениях А и Б.

Данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Экономические показатели работы ООО «Кафе Старый Дом» за 2022 – 2024 гг.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Изменение			
				2023-2022гг.		2024-2023гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
Выручка, тыс. руб.	6 512	8 172	8 224	1 660	25,5	52	0,6
Расходы по обычной деятельности, тыс. руб.	3 294	8 223	8 040	4 929	149	-183	-2,2
Прочие расходы, тыс. руб.	3 019	0	0	0	-100	0	0
Налоги на прибыль (доходы) тыс. руб.	65	82	82	20	26,2	0	0
Чистая прибыль, тыс. руб.	134	- 133	102	-267	х	235	х
Капитал и резервы, тыс. руб.	538	183	478	-355	-66	295	161,2
Оборотные активы, тыс. руб.	541	419	545	-122	-77	126	30
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	3	236	67	233	7767,7	-169	-71
Рентабельность продаж %	2,1	х	1,2	х	х	х	х
Рентабельность активов %	24,8	х	18,7	-24,8	х	18,7	х

На основе данных таблицы можно сделать несколько ключевых выводов о финансово-экономических показателях ООО «Кафе Старый Дом» за 2022-2024 гг.

Динамика выручки демонстрирует положительную тенденцию с 2022 г. по 2023 г., увеличившись сначала на 25,5% (1 660 т. р.), в 2024 г. продолжила расти на 52 т. р., что свидетельствует о расширении масштабов деятельности предприятия.

Структура затрат характеризуется значительным ростом операционных расходов в 2023 г. на 149%, но в 2024 г. произошло снижение на 2.2%.

Анализ прибыли показал, что после положительной чистой прибыли в 134 т. р. в 2022 г., в 2023 г. зафиксировано отрицательное значение в размере -133 т. р., а в 2024 г. чистая прибыль составила 102 т. р.

Оценка собственного капитала и резервов показала положительную тенденцию после снижения в 2023 г. на 66%, в 2024 г. она выросла на 161,2%.

Анализ оборотных активов также выявил положительную динамику: в 2023 г. существенное сокращение на 77% и рост на 30% в 2024 г., что может свидетельствовать о увеличении ликвидности предприятия.

Структура краткосрочных обязательств претерпела существенные изменения: после увеличения на 7767,7% (233 т. р.) в 2023 г. зафиксировано значительное сокращение на 71% (169 т. р.) в 2024 г., что указывает на существенное снижение зависимости предприятия от заемных источников финансирования.

В целом, ООО «Кафе Старый Дом» демонстрирует как положительные, так и некоторые проблемные моменты в своей деятельности. При грамотном управлении и принятии необходимых мер по улучшению финансовых показателей, предприятие имеет потенциал для дальнейшего роста и укрепления своего положения на рынке.

После пандемии COVID-19, кафе практически не приносит прибыли. Это означает, что предприятие нуждается в инвестициях и пересмотре бизнес-модели.

Основной деятельностью в ООО «Кафе Старый Дом» является реализация кулинарной продукции с сервисным обслуживанием клиентов.

Следующим этапом проведем анализ конкурентов и рынка для разработки развития ООО «Кафе Старый Дом».

2.2 Анализ рынка и конкурентов

Проведем оценку рыночного потенциала.

ООО «Кафе Старый Дом» ориентировано на жителей Автозаводского района, а именно посетителей ТЦ «Русь на Волге» и прилегающих к нему парков, но при этом клиенты могут приезжать из других районов Тольятти.

В настоящее время наблюдается устойчивая тенденция к снижению потребительского потока в заведениях общественного питания. Тенденция проявляется в уменьшении количества посетителей и, как следствие, падении выручки. Особенно заметно снижение спроса в летний период, когда наблюдается традиционное падение на 10-15% по сравнению с зимними месяцами. Негативную динамику также демонстрируют периоды новогодних и майских праздников. В такие периоды заведения общепита вынуждены корректировать меню и искать новые способы привлечения клиентов. Заведения общепита зачастую проигрывают конкуренцию заведениям фастфуда. Время ожидания заказа в индустрии играет значимую роль, поэтому ожидается расширение услуг в кафе и ресторанах.

В Автозаводском районе города Тольятти, по данным «2гис», работает 170 заведений общественного питания, включая кафе и рестораны. В каждом районе Тольятти большое количество кафе и заведений общественного питания, из-за этого наблюдается высокий уровень конкуренции. Чтобы быть конкурентным предприятием, необходимо следить за инновациями, модой и прислушиваться к запросам клиентов.

Главными конкурентами для ООО «Кафе Старый Дом» являются «Лето», «Нячанг», «Дом №51», «Буфет», «Татлин». В таблице 3 проведена оценка конкурентов ООО «Кафе Старый Дом».

Таблица 3 - Оценка конкурентов ООО «Кафе Старый Дом»

Критерии	«Старый дом»	«Лето»	«Нячанг»	«Дом №51»	«Буфет»	«Татлин»
Услуги	Кафе общественного питания	Кафе общественного питания	Кафе общественного питания	Кафе общественного питания	Кафе общественного питания	Бар
Цены	Салат винегрет 50 р., зразы с грибами 120 р., солянка мясная 115 р., рассольник 60 р.	Салат с печенью 350 р., салат греческий 250 р., борщ 250 р., солянка 250 р.	Салат греческий 200 р., борщ 200 р., солянка 200 р.	Винегрет 80 р., салат с сухариками и 98 р., борщ 160 р., жареная рыба 190 р.	Винегрет 150 р., салат греческий 170 р., борщ 200 р., солянка 200 р.	Салат с тунцом 490 р., тыквенный суп 450 р., суп-лапша 250 р., овощной салат 420 р.
Доступность	Революционная ул., 28, Тольятти	Революционная ул., 13, Тольятти	Революционная ул., 15, Тольятти	ул. Свердлова, 51, Тольятти	Революционная ул., 54Б/10, Тольятти	Юбилейная ул., 8, Тольятти
Коммуникация	Отзывов мало, но в основном хорошие	Отзывов мало, но в основном хорошие	Отзывов мало, но в основном хорошие	Отзывов среднее количество, в основном средние	Отзывов среднее количество, в основном средние	Отзывов много, в основном хорошие
Социальные сети	нет	нет	нет	нет	нет	есть
Сайт	нет	нет	нет	нет	нет	нет
График работы	С 9 до 17	Пн-пят с 10 до 20, сб-вс с 11 до 18	С 10 до 23	Пн-пят с 9 до 16:30, сб-вс не работает	С 12 до 21	Пн-пят с 10 до 23, сб-вс с 12 до 23

В таблицу входят основные конкуренты ООО «Кафе Старый Дом» в Автозаводском районе города Тольятти. Таблица состоит из финансовых

показателей и основных критериев, по которым клиент выбирает заведение общественного питания.

Косвенными конкурентами можно считать рестораны фаст-фуда.

Изучив конкурентов ООО «Кафе Старый Дом», выделим его конкурентные преимущества:

- удобное месторасположение;
- хорошая репутация;
- большое количество постоянных клиентов;
- самые низкие цены;
- продолжительный график работы

На основе данных можно сделать вывод, что конкурентные преимущества ООО «Кафе Старый Дом» являются весомыми, поскольку среди рассмотренных конкурентов не выявлено ни одного с аналогичным ценовым сегментом, а большинство ориентированы на иную целевую аудиторию.

Для анализа положения кафе дополнительно проведем Pest-анализ ООО «Кафе Старый Дом» таблица 4.

Таблица 4 – Pest-анализ ООО «Кафе Старый Дом»

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - государственный контроль за деятельностью малых предприятий - изменение законодательства в области налогообложения - требования к предприятиям общественного питания - влияние политических решений на покупательскую способность 	<ul style="list-style-type: none"> - колебания курса валют - уровень инфляции - покупательская способность - общая экономическая ситуация в регионе - уровень безработицы и доходов клиентов
Социально-культурные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - изменение пищевых привычек и предпочтений - образ жизни и привычки потребителей - отношение к общепиту в обществе - демографические изменения 	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение новых технологий приготовления пищи - появление новых способов доставки - использование современных систем учета - развитие мобильных приложений доставки

Благодаря PEST-анализу выявлены ключевые внешние факторы, способные повлиять на развитие предприятия: изменения в законодательстве, экономическая нестабильность, трансформация потребительских привычек и активное внедрение новых технологий в сферу общественного питания.

Для анализа рынка проведем SWOT – анализ предприятия ООО «Кафе Старый Дом» таблица 5.

Таблица 5 – SWOT анализ ООО «Кафе Старый Дом»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - низкий уровень краткосрочных обязательств (67 т. р.) - хорошая репутация (давно открыты) - опытные повара - вкусная кухня - удобное местоположение - большое количество постоянных клиентов - хорошо сбалансированное меню 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкуренция на рынке - устаревшее оборудование для предоставления услуг - низкий уровень сервиса - высокие затраты на закупку продуктов - длительное время ожидания заказов - слабая маркетинговая стратегия
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - улучшение рекламной компании - введение новых услуг - привлечение новой аудитории - выход на новые сферы деятельности - оптимизация затрат (поиск новых поставщиков) 	<ul style="list-style-type: none"> - колебания спроса и предпочтения клиентов - появление новых конкурентов с более выгодными ценами и новым предложением - потеря клиентов - глобальная ситуация в стране и в мире

По итогам проведенного SWOT – анализа можно увидеть, что сильными сторонами является хорошая репутация, опытные повара, качественная еда, удобное местоположение, сбалансированное меню и большое количество постоянных клиентов. Эти факторы позволяют выдерживать конкуренцию в перегруженных рыночных условиях. При этом есть слабые стороны такие как устаревшее оборудование, низкий уровень сервиса, высокие затраты на закупку продуктов, долгое время приготовления блюд и слабая маркетинговая стратегия. Из-за этих факторов у предприятия отсутствует прибыль.

Несмотря на слабые стороны и угрозы, которые проявляются в колебании спроса, появлении новых конкурентов, потери клиентов, глобальной ситуации в стране и в мире, существуют возможности: возможно

улучшить рекламную компанию, ввести новые услуги, привлечь новую аудиторию, выйти на новые сферы деятельности, оптимизировать затраты.

Во время исследования был проведен опрос среди клиентов ООО «Кафе Старый Дом», а именно среди целевой аудитории в возрасте 30-40 лет, в нем было выявлено, что существует значительный спрос на комплексное питание. Большинство посетителей предпочитают комплексные обеды обычным наборам блюд, это позволяет им экономить время и питаться более сбалансированно.

Для повышения финансовой эффективности было принято решение ввести новую услугу – продажа «Бизнес-ланчей». Данная услуга подразумевает производство и продажу комплексных блюд.

Инновационность данного продукта для кафе заключается в том, что он позволит привлечь больше офисных работников в кафе и сократить время ожидания еды для клиентов.

По результатам второго раздела бакалаврской работы можно сделать следующие выводы. Анализ деятельности ООО «Кафе Старый Дом» выявил его устойчивое положение на рынке общественного питания Автозаводского района Тольятти благодаря удобному расположению, хорошей репутации, сбалансированному меню и лояльной клиентской базе. Однако предприятие сталкивается с проблемами, включая высокую конкуренцию, устаревшее оборудование, длительное время ожидания заказов и слабую маркетинговую стратегию, что привело к низкой прибыльности. Экономические показатели за 2022–2024 гг. демонстрируют рост выручки, но нестабильность прибыли и высокие операционные расходы. PEST и SWOT-анализы выявили возможности для развития, такие как внедрение новых услуг и оптимизация затрат, на фоне угроз в виде изменения потребительских предпочтений и конкуренции с фастфудом. Опрос целевой аудитории (30–40 лет) показал спрос на комплексные бизнес-ланчи, что обосновывает целесообразность их внедрения для привлечения офисных работников, сокращения времени обслуживания и повышения финансовой эффективности кафе.

3 Разработка бизнес–плана по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом»

3.1 Маркетинговый, организационный, производственный планы по внедрению новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом»

Для повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности ООО «Кафе Старый Дом» разработан проект внедрения новой услуги – тематических бизнес-ланчей, ориентированных на офисных работников, жителей Автозаводского района и гостей города Тольятти. Инициатива направлена на привлечение новой аудитории, оптимизацию загрузки кухни в период с 12:00 до 16:00 и укрепление позиций на высококонкурентном рынке общественного питания. Проведенный опрос целевой аудитории (возраст 30–40 лет) выявил значительный спрос на сбалансированные комплексные обеды с акцентом на уникальные гастрономические концепции, отражающие локальную культуру и современные тренды.

Тематические бизнес-ланчи представляют собой комплексные обеды, включающие суп, основное блюдо, гарнир, салат и напиток, объединенные единой концепцией, например, «Волжское наследие» (блюда с местными ингредиентами), «Европейский акцент» (европейская кухня с современными нотами) или «Сезонный урожай» (сезонные продукты). Меню обновляется еженедельно, чтобы поддерживать интерес клиентов и учитывать сезонность ингредиентов. Время подачи – с 12:00 до 16:00 – соответствует пиковым часам посещаемости офисных работников. Основные цели проекта: увеличение выручки на 35-45%, привлечение корпоративных клиентов, формирование лояльной клиентской базы и усиление узнаваемости бренда. Реализация инициативы позволит обеспечить устойчивое развитие предприятия.

Актуальность проекта обусловлена растущим спросом на доступные, быстрые и качественные обеды, способные конкурировать с предложениями сетевых заведений и фастфуда. Уникальность тематических бизнес-ланчей

заключается в их культурной ценности и гастрономическом разнообразии, что отличает ООО «Кафе Старый Дом» от конкурентов, таких как «Лето» или «Нячанг». Удобное расположение кафе (г. Тольятти, ул. Революционная, д. 28) рядом с торговым центром и парком, а также акцент на локальную идентичность и современные технологии обслуживания создают благоприятные предпосылки для успеха. Далее представлены маркетинговый, производственный и организационный планы, обеспечивающие достижение целей проекта.

Маркетинговый план разработан на основе модели 7P, которая позволяет системно подойти к продвижению услуги. Таблица 6 детализирует элементы модели, адаптированные к специфике кафе.

Таблица 6 – Маркетинговая модель 7P для ООО «Кафе Старый Дом»

Элемент	Описание
Product (Продукт)	Тематические бизнес-ланчи («Волжское наследие», «Европейский акцент»), включающие суп, основное блюдо, гарнир, салат, напиток. Еженедельное обновление меню с учетом локальных традиций и сезонности.
Price (Цена)	Фиксированная цена: 350 руб. (2026 г.), 400 руб. (2027 г.), 450 руб. (2028 г.), определенная на основе анализа конкурентов и себестоимости. Программа лояльности с 10% скидкой для постоянных клиентов.
Place (Место)	Обслуживание в зале кафе и возможность онлайн-бронирования через сайт и Telegram-бот. Адрес: г. Тольятти, ул. Революционная, д. 28.
Promotion (Продвижение)	Офлайн-маркетинг (флаеры, баннеры), таргетированная реклама в соцсетях (ВКонтакте, Telegram), коллаборации с локальными блогерами, программа лояльности.
People (Персонал)	9 сотрудников: директор, администратор, 2 повара, официант. Обучение стандартам быстрого обслуживания и цифровым инструментам.
Process (Процесс)	Встреча гостя, прием заказа через планшет, приготовление блюд за 10–12 минут, контроль качества, расчет через кассу или QR-код.
Physical evidence (Физические доказательства)	Интерьер в стиле «русский модерн», чистота, Wi-Fi, сертификаты качества, отзывы на 2GIS и Яндекс.Картах, цифровое меню.

Анализ таблицы 6 показывает, что успех проекта зависит от уникальности продукта, конкурентной цены и интеграции современных каналов продвижения.

В первый месяц запуска планируется рекламная кампания с бюджетом 100 т. р., включающая распространение 6000 флаеров в офисах и торговом центре, размещение баннеров и таргетированную рекламу в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram). Для повышения вовлеченности будет создан Telegram-бот для бронирования столов, заказа ланчей и сбора обратной связи. Программа лояльности предусматривает накопительные баллы и скидки для постоянных клиентов, а коллаборации с локальными блогерами подчеркнут уникальность тематических ланчей, усиливая узнаваемость бренда.

Производственный план направлен на оптимизацию процессов и обеспечение высокого качества блюд.

Закупка ингредиентов осуществляется у проверенных поставщиков с акцентом на локальные и сезонные продукты, что снижает затраты и поддерживает концепцию тематических ланчей.

Бизнес-ланчи будут подаваться в зале в столовой посуде. Время подачи с 12:00 до 16:00 ежедневно.

Время приготовления бизнес-ланчей составит 15-20 минут.

В кафе уже имеется необходимое оборудование, которое позволит запустить проект без крупных затрат на модернизацию:

- плиты, печи и жарочные поверхности;
- холодильные установки для хранения продуктов;
- мойка;
- рабочие поверхности;
- посуда для приготовления и сервировки бизнес-ланчей.

Для ускорения приготовления блюд планируется приобретение пароконвектомата, сокращающего время готовки на 40%, и дополнительного холодильника для хранения ингредиентов.

Первоначальные капиталовложения для запуска проекта представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Первоначальные инвестиционные затраты

Наименование	Сумма, т.р.
Пароконвектомат	130
Дополнительный холодильник	60
Первоначальные затраты на продукты	50
Разработка тематического меню	50
Офлайн- и онлайн-маркетинг	100
Разработка Telegram-бота	30
Итого	420

Производственный процесс оптимизирован за счет использования пароконвектомата, который обеспечивает стабильное качество и ускоряет приготовление.

Текущий штат (9 сотрудников) позволяет реализовать проект без дополнительных затрат на персонал. На кухне 2 повара в смене, в зале 1 официант в смене, 1 администратор для координации работы. Привлекать дополнительные штатные единицы не требуется. Повара проходят обучение по работе с новым оборудованием.

Организационный план включает в себя этапы проекта и их временные рамки. Реализация проекта будет происходить в три этапа. Они представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Этапы проекта

Название	Суть этапа	Временные рамки
Организационно-подготовительный	Закупка оборудования, разработка Telegram-бота, заключение договоров с поставщиками, обучение персонала	2 месяца
Активная реализация	Запуск бизнес-ланчей, рекламная кампания, сбор обратной связи через Telegram-бот и анкеты	3 месяца
Операционный контроль	Анализ спроса, корректировка меню, оптимизация процессов, мониторинг финансовых показателей	Не ограничен

Таблица демонстрирует поэтапный и логически выстроенный подход к запуску бизнес-ланчей. Проект начинается с организационно-подготовительного этапа, затем переходит к активной реализации и завершается открытым этапом операционного контроля. Такая структура позволяет минимизировать риски.

Линейная структура управления обеспечивает оперативное принятие решений. Обучение персонала включает освоение цифровых инструментов и стандартов обслуживания. Обратная связь собирается через Telegram-бот и онлайн-анкеты, что позволяет оперативно адаптировать меню и сервис. Такой подход минимизирует риски и обеспечивает гибкость в управлении проектом.

3.2 Финансовый план и анализ рисков

Финансовый план основан на прогнозе продаж, анализе конкурентов и текущих рыночных условий.

Планируемый объем продаж тематических бизнес-ланчей представлен в таблице 9.

Таблица 9 – План продаж

Год	Планируемое среднее количество проданных ланчей в день	Количество проданных ланчей в год
2026	20	7300
2027	25	9125
2028	30	10950

Исходя из текущей посещаемости кафе, анализа конкурентов, расположения кафе было спрогнозировано, что в первый год среднее ежедневное количество заказов составит 20, во второй 25, в третий 30.

Исходя из экспертной оценки, анализа конкурентов, затрат на действующее меню, а также прогнозируемого уровня инфляции спрогнозируем ежегодные затраты в таблице 10.

Таблица 10 – Ежегодные затраты

Статья затрат	2026 г.	2027 г.	2028 г.
Ингредиенты, руб.	1 168 000	1 642 500	2 190 000
Упаковка и расходные материалы, рубю	219 000	319 375	438 000
Заработная плата персонала (с 12:00 – 16:00), руб.	547 500	775 625	1 040 250
Коммунальные услуги, руб.	65 700	91 250	120 450
Реклама и продвижение, руб.	73 000	109 500	153 300
Инвентарь, руб.	73 000	127 750	197 100
Итого, руб.	2 146 200	3 066 000	4 139 100

Согласно ежегодным затратам, темпам инфляции, плану продаж и экспертному мнению себестоимость за 1 ланч в первый год составит 294 р., во второй год 336 р., в третий 378 р., учитывая инфляцию и повышение различных тарифов.

Согласно себестоимости одного бизнес-ланча, прогнозируемому спросу и текущим ценам в кафе, составим ценовую политику. Ценовая политика будет опираться на принцип доступности для целевой аудитории, при этом обеспечивая прибыль для бизнеса. Цены на бизнес-ланч будут варьироваться в зависимости от года. В первый год цена за бизнес-ланч – 350 р., чтобы привлечь первых клиентов. Во второй года цена повышается до 400 р., с учетом роста себестоимости, который последует из-за инфляции и улучшения качества

сервиса. В третий год цена фиксируется на уровне 450 р., когда продукт уже имеет устойчивую клиентскую базу и развитую репутацию.

Цены будут конкурентоспособными для района и соответствовать качеству продуктов и обслуживания. Дополнительно будет предоставляться система скидок для постоянных клиентов.

Планируемые доходы и расходы представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Планируемые доходы и расходы от введения новой услуги в ООО «Кафе Старый Дом»

Наименование	2026 г.	2027 г.	2028 г.
Цена продукта, руб.	350	400	450
Среднее количество проданных ланчей в день	20	25	30
Количество проданных ланчей в год	7 300	9 125	10 950
Годовая выручка от продукта, руб.	2 555 000	3 650 000	4 927 000
Текущие расходы, руб.	2 146 200	3 066 000	4 139 100
Прибыль, руб.	408 965	584 000	787 900
Чистая прибыль (-15% УСН), руб.	347 620	496 400	669 715
Рентабельность продаж, %	13,6	13,6	13,6

Увеличение продаж и повышение цены обеспечивают поступательный рост доходов предприятия.

Увеличение чистой прибыли свидетельствует о стабильном развитии бизнеса и эффективности стратегии ценообразования.

Анализ данных позволяет сделать следующие выводы:

- рост доходов обусловлен увеличением спроса и планомерным повышением цены;
- рост расходов носит прогнозируемый характер и связан с расширением бизнеса;

- прибыльная деятельность подтверждает целесообразность реализации проекта;
- рентабельность бизнеса сохраняется на высоком уровне, обеспечивая устойчивое развитие предприятия.

Таким образом, проект внедрения бизнес-ланчей является финансово обоснованным и перспективным, обеспечивая рост доходности и стабильность работы предприятия.

При правильной организации процесса и своевременном реагировании на возможные проблемы, введение продажи «Бизнес-ланча» может стать успешным дополнением к существующему меню кафе.

Проведем анализ экономической эффективности бизнес-плана ООО «Кафе Старый Дом».

Чтобы провести оценку экономической эффективности, с учетом внедрения нового продукта, составим прогнозный отчет о финансовых результатах для ООО «Кафе Старый Дом» за 2026-2028 года. За 2024 год возьмем данные из таблицы «Экономические показатели работы ООО «Кафе Старый Дом» за 2022 – 2024 годы» (Таблица-2). Прогноз представлен в таблице 12.

Таблица 12 - Прогнозный отчет о финансовых результатах ООО «Кафе Старый Дом» за 2026-2028 гг. с учетом внедрения новой услуги

Наименование	2024 г. (факт)	2026 г.	2027 г.	2028 г.
Выручка, тыс. руб.	8224	10779	11874	13151
Расходы по обычной деятельности, тыс. руб.	8040	10186,2	11106	12179,1
Налог на прибыль, тыс. руб.	82	108	119	146
Чистая прибыль, тыс. руб.	102	484,8	649	825,9
Рентабельность продаж %	1,24%	4,50%	5,47%	6,28%

Выручка стабильно увеличивается, что указывает на положительное влияние нового продукта на доходы кафе. Расходы также растут, но меньшими темпами, чем выручка, что положительно влияет на чистую прибыль и рентабельность продаж.

Динамика рентабельности продаж предприятия в результате внедрения проекта представлена на рисунке 4.

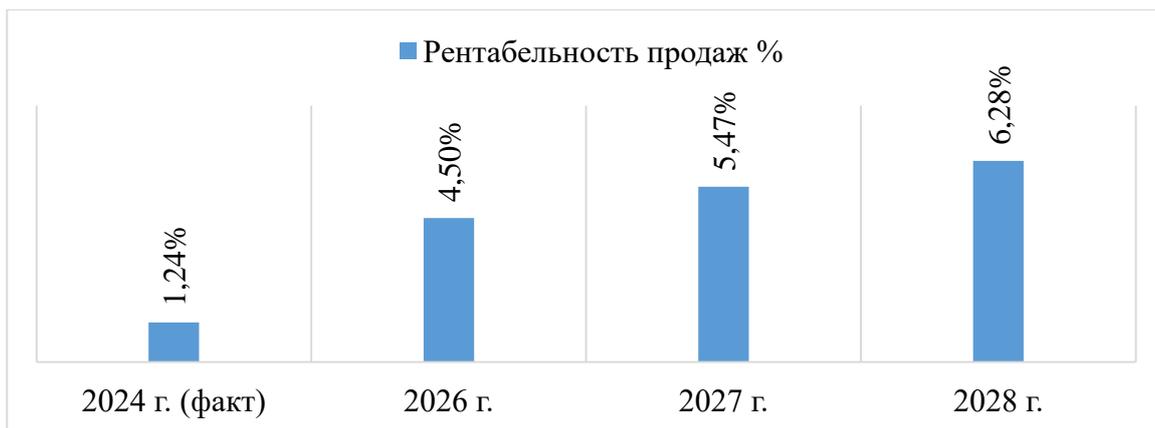


Рисунок 4 – Прогноз рентабельности продаж предприятия в результате внедрения проекта

Внедрение бизнес-ланчей приводит к увеличению рентабельности, что делает кафе более устойчивым и прибыльным бизнесом.

Сумма инвестиций для запуска проекта 420 т. р., а планируемая дополнительная чистая прибыль составляет 347,6 т. р. в 2026 г., 496,4 т. р. в 2027 г. Для расчёта срока окупаемости представим таблицу 13.

Таблица 13 – Расчёт срока окупаемости

Наименование	2025 г.	2026 г.	2027 г.	2028 г.
Инвестиционные затраты, тыс. руб.	-420	0	0	0
Поступления от операционной деятельности, тыс. руб.	0	347,6	496,4	669,7
Суммарный денежный поток, тыс. руб.	-420	347,6	496,4	669,7
Накопленный суммарный денежный поток, тыс. руб.	-420	-72,4	424	1093,7

График окупаемости проекта представлен на рисунке 5.

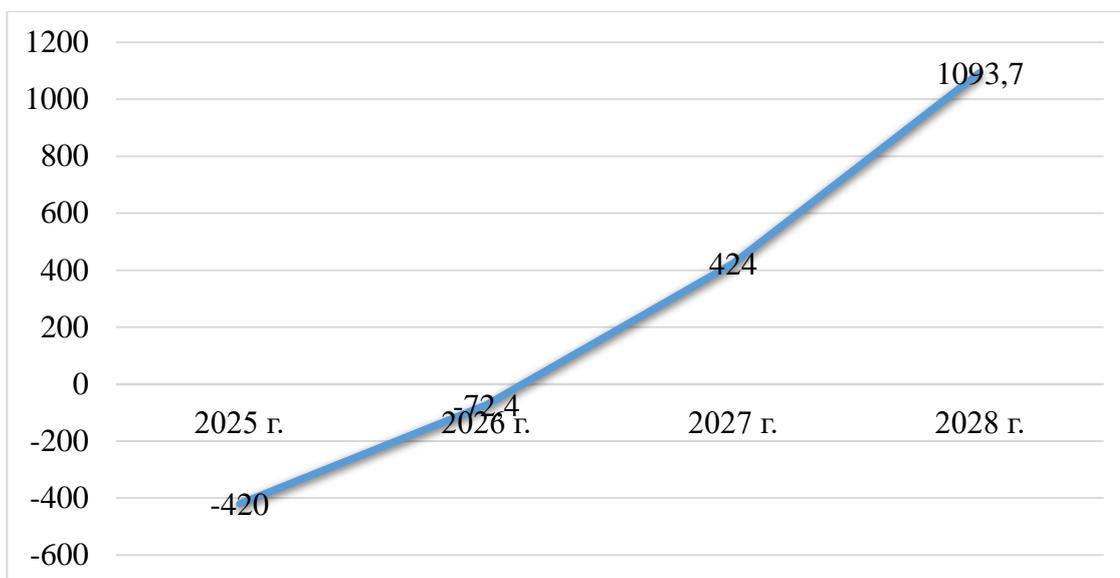


Рисунок 5 – График окупаемости проекта

Срок окупаемости предлагаемого к реализации проекта составляет 1,15 года.

В таблице 14 проведем анализ рисков для ООО «Кафе Старый Дом».

Таблица 14 – Качественная оценка рисков

Название/вид рисков	Вероятность	Степень влияния	Рекомендации по минимизации
Операционные риски:			
Неправильное расположение внутри кафе	Низкая	высокая	провести замеры помещения и создать план расстановки оборудования с учетом потоков посетителей
Нарушение технологических процессов	Средняя	средняя	разработать детальные инструкции и провести обучение персонала
Проблемы с поставками сырья	низкая	высокая	заключить долгосрочные контракты с надежными поставщиками
Порча скоропортящихся продуктов	низкая	средняя	оборудовать современные холодильные камеры с системой мониторинга температуры

Продолжение таблицы 14

Название/вид рисков	Вероятность	Степень влияния	Рекомендации по минимизации
Финансовые риски:			
Неоправданные ожидания по выручке	средняя	средняя	регулярно анализировать финансовые показатели и корректировать стратегию
Неправильная ценовая политика	средняя	средняя	провести анализ рынка и установить конкурентные цены
Маркетинговые риски:			
Отсутствие спроса	низкая	средняя	запустить тестовую продажу для оценки спроса
Конкуренция с существующим меню	средняя	средняя	внедрить гибкую систему скидок и акций
Регуляторные риски:			
Нарушение санитарных норм	низкая	низкая	регулярно проводить проверки и обучение персонала
Несоответствие требованиям Роспотребнадзора	низкая	высокая	составить график плановых проверок и аудита
Технические риски:			
Поломка оборудования	низкая	средняя	предусмотреть резервное оборудование на случай поломок
Высокая стоимость обслуживания	средняя	средняя	выбрать надежных производителей с гарантийным обслуживанием

Внедрение комплексных обедов сопряжено с множеством рисков, однако большинство из них можно минимизировать при правильном планировании и организации.

Ключевыми факторами успеха являются: тщательная подготовка и планирование на всех этапах; работа с надежными партнерами (поставщиками, сервисными центрами); регулярный мониторинг и корректировка процессов; профессиональное обучение персонала; гибкая система реагирования на возникающие проблемы.

При соблюдении всех рекомендаций и постоянном контроле качества услуг, внедрение комплексных обедов может стать успешным дополнением к основному меню кафе и источником дополнительной прибыли.

Завершая третий раздел, можно сделать вывод о том, что разработка бизнес-плана по внедрению тематических бизнес-ланчей в ООО «Кафе Старый Дом» демонстрирует высокую перспективность проекта, направленного на повышение конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятия. Маркетинговый план, основанный на модели 7P, обеспечивает эффективное продвижение услуги через уникальный продукт, конкурентную ценовую политику и современные каналы коммуникации, включая Telegram-бот и таргетированную рекламу. Производственный план оптимизирует процессы за счет использования локальных ингредиентов и нового оборудования, минимизируя затраты и обеспечивая высокое качество блюд. Организационный план четко структурирует этапы реализации, минимизируя риски. Финансовый анализ подтверждает экономическую эффективность проекта: прогнозируемый рост выручки на 35-45%, рентабельность продаж на уровне 13,6% и срок окупаемости 1,15 года свидетельствуют о целесообразности внедрения проекта. Качественная оценка рисков и рекомендации по их минимизации обеспечивают устойчивость проекта, делая внедрение бизнес-ланчей перспективным направлением для развития кафе.

Заключение

Планирование деятельности малого предприятия является ключевым инструментом управления, обеспечивающим рациональное использование ресурсов, минимизацию рисков и устойчивое развитие в условиях высокой конкуренции и нестабильной внешней среды. Анализ научных позиций показывает, что стратегическое, тактическое и оперативное планирование, включая финансовое и налоговое, формируют основу для достижения долгосрочных и краткосрочных целей.

Бизнес-планирование для малых предприятий характеризуется гибкостью, фокусом на нишевые рынки и быструю окупаемость, а бизнес-план, включающий резюме, описание предприятия, анализ рынка, маркетинговую стратегию, операционный и финансовый планы, а также оценку рисков с помощью SWOT- и PEST-анализов, служит инструментом для реализации стратегий и привлечения инвестиций. Эффективное планирование позволяет малым предприятиям адаптироваться к изменениям и повышать конкурентоспособность.

Анализ деятельности ООО «Кафе Старый Дом» выявил его устойчивое положение на рынке общественного питания Автозаводского района Тольятти благодаря удобному расположению, хорошей репутации, сбалансированному меню и лояльной клиентской базе. Однако предприятие сталкивается с проблемами, включая высокую конкуренцию, устаревшее оборудование, длительное время ожидания заказов и слабую маркетинговую стратегию, что привело к низкой прибыльности.

Экономические показатели за 2022-2024 гг. демонстрируют рост выручки, но нестабильность прибыли и высокие операционные расходы. PEST и SWOT-анализы выявили возможности для развития, такие как внедрение новых услуг и оптимизация затрат, на фоне угроз в виде изменения потребительских предпочтений и конкуренции с фастфудом. Опрос целевой аудитории (30-40 лет) показал спрос на комплексные бизнес-ланчи, что

обосновывает целесообразность их внедрения для привлечения офисных работников, сокращения времени обслуживания и повышения финансовой эффективности кафе.

Разработка бизнес-плана по внедрению тематических бизнес-ланчей в ООО «Кафе Старый Дом» демонстрирует высокую перспективность проекта, направленного на повышение конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятия.

Маркетинговый план, основанный на модели 7P, обеспечивает эффективное продвижение услуги через уникальный продукт, конкурентную ценовую политику и современные каналы коммуникации, включая Telegram-бот и таргетированную рекламу.

Производственный план оптимизирует процессы за счет использования локальных ингредиентов и нового оборудования, минимизируя затраты и обеспечивая высокое качество блюд.

Организационный план четко структурирует этапы реализации, минимизируя риски. Финансовый анализ подтверждает экономическую эффективность проекта: прогнозируемый рост выручки на 35-45%, рентабельность продаж на уровне 13,6% и срок окупаемости 1,15 года свидетельствуют о целесообразности внедрения проекта. Качественная оценка рисков и рекомендации по их минимизации обеспечивают устойчивость проекта, делая внедрение бизнес-ланчей перспективным направлением для развития кафе.

Список используемой литературы

1. Айдналиева С. А., Платонова Е. О. Бизнес-планирование в организации // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 12-3(68). С. 145-148.
2. Бабенко В.И. Бизнес план как основа развития агропромышленного бизнеса // Современная наука в условиях модернизационных процессов: проблемы, реалии, перспективы. Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. 2020. С. 151-159.
3. Баркин Д.Е. Роль планирования в деятельности малых и средних предприятий // Молодежь и научно технический прогресс. 2016. С. 65-67.
4. Брагина А.В., Вертакова Ю.В., Евченко А.В. Развитие сквозных технологий планирования деятельности промышленного предприятия в условиях цифровизации экономики // Организатор производства. 2020. С. 24-36.
5. Гавриш Е.С., Схаплок Р.Б., Митибаева Е.А. Назначение и особенности формирования бизнес-плана. Журнал Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021.
6. Гурфова С.А. Понятие и виды налогового планирования // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. С. 573-578.
7. Зотова М.С. Важность финансового планирования деятельности малых и средних предприятий // FUNDAMENTAL SCIENCE AND TECHNOLOGY. 2022. С. 28-31.
8. Иванова А.С. Оперативно-календарное планирование в системе внутрифирменного планирование на промышленном предприятии // Мировая наука. 2020. № 12. С. 162-166.
9. Лашина А.С. Понятие, сущность и принципы внутрифирменного планирования на предприятии. 2018.

10. Мамаева О.А., Большаков А.А. Техничко-экономическое обоснование и бизнес-план: особенности и отличия // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре, строительство. 2018. С. 443-448.

11. Масюра Л.Ю. Сущность понятия финансового плана в рамках бизнес-планирования // Экономика, управление, финансы: теория и практика. 2018. С. 124-126.

12. Пальчиков А.Н. Теоретические основы стратегического планирования на малых и средних предприятиях // Мировые научные исследования и разработки: современные достижения, риски, перспективы. 2023. С. 114-116.

13. Псеунова К.С. Бизнес-планирование как инструмент стратегического планирования организации // Молодой исследователь: как инструмент познания. 2024. С. 10-14

14. Рыбакова Е.Ю. Тактическое и оперативное планирование на предприятиях сферы услуг // Молодой исследователь: от идеи к проекту. 2019. С. 262-264.

15. Сухорукова В.С. Оперативно-тактическое планирование организацией как первоначальная концепция стратегического планирования // Наука, технологии, общество: экологический инжиниринг в интересах устойчивого развития территорий. 2022. С. 549-563.

16. Торгонская Т.В., Романова И.В., Волгина И.В. Методы повышения эффективности оперативного планирования предприятия // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. С. 350-355.

17. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 года № 14-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/ (дата обращения: 25.05.2025).

18. Хитарова Е.Г., Минакова А.В. Значение понятий стратегическое планирование и бизнес-планирование и их роль в использовании земельных

ресурсов // Современные проблемы и перспективы развития земельно-имущественных отношений. 2022. С. 369-372.

19. Хузин А.Р., Баширова Д.Р. Процесс стратегического планирования – пять этапов процесса стратегического планирования // Менеджмент в социальных и экономических системах. 2023. С. 137-140.

20. Щербаков Н.В., Шинкарев М.С., Гейнц А.О. Стратегическое планирование в сельскохозяйственных предприятиях // Траектории социально-экономического развития региона в условиях внешнеполитического секционного давления. 2024. С. 251-255.

21.Bozorov I.S., Haitov A.B. Formation of effective system of the mechanism of financing of the small business in the Uzbekistan // Teoretical & Applied science. 2019. P. 207-210.

22.Duong H.N., Nguyen T.H.A., Vu V.H. The value of social capital in small business lending: evidence from the small business administration program // The journal of financial research. 2024. P. 25-30.

23. Helmy H.E. New estimates of the economic independence index: is economic independence necessary for sustaining economic growth // journal of economic issues. 2022. P. 904-936.

24.Khawar M. Economic agency of women in Islamic Economic philosophy: going beyond economic man and Islamic man // international journal of social economics. 2024. P. 264-376.

25. Wells D. L., & Doherty L. M. A Handbook for Strategic Planning. Department of the Navy Total Quality Leadership Office. 1994. P. 173.

Приложение А

Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО Кафе Старый дом за 2024 г.

ИНН 6321277206
КПП 632101001

Форма по КНД 0710096
Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2024 года	На 31 декабря 2023 год	На 31 декабря 2022 года
1	2	3	4	5	6
АКТИВ					
	Материальные внеоборотные активы ²	1150	0	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы ³	1170	0	-	-
	Запасы	1210	266	278	283
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	224	97	250
	Финансовые и другие оборотные активы ⁴	1230	55	44	8
	БАЛАНС	1600	545	419	541
ПАССИВ					
	Капитал и резервы ⁵	1300	478	183	538
	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-
	Долгосрочные заемные средства	1410	0	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	1450	0	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	0	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	67	236	3
	Другие краткосрочные обязательства	1550	0	-	-
	БАЛАНС	1700	545	419	541

¹ Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу.

² Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.

³ Включая результаты исследований и разработок, незавершенные капитальные вложения в нематериальные.

⁴ Включая дебиторскую задолженность.

⁵ Некоммерческая организация вместо показателей "Капиталы и резервы" включает "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды".

Рисунок А.1 – Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО «Кафе Старый Дом» за 2024 г.

Продолжение Приложения А

ИНН 6321277206
КПП 632101001

Форма по КНД 0710096
Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах

Пояснения ⁶	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2024 года.	На 31 декабря 2023 года.
1	2	3	4	5
	Выручка ⁷	2110	8 224	8 172
	Расходы по обычной деятельности ⁸	2120	(8 040)	(8 223)
	Проценты по уплате	2330	(0)	(-)
	Прочие доходы	2340	0	-
	Прочие расходы	2350	(-)	(-)
	Налоги и прибыль (доходы) ⁹	2410	(82)	(82)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	102	(133)

⁶ Указывается номер соответствующего пояснения к отчету о финансовых результатах.

⁷ За минусом налога на прибыль.

⁸ Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.

⁹ Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: <https://bo.nalog.ru>



Информация о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности из Государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности, подписанная усиленной квалифицированной электронной подписью, равнозначна информации о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности на бумажном носителе, подписанной собственноручной подписью должностного лица налогового органа и заверенной печатью налогового органа (пункты 1 и 3 статьи 6 Федерального закона от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»).

Рисунок А.2 – Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО «Кафе Старый Дом» за 2024 г.

Приложение Б

Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО Кафе Старый дом за 2023 г.

ИНН 6321277206
КПП 632101001

Форма по КНД 0710096
Форма по ОКУД 0710001

Бухгалтерский баланс

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2023 года	На 31 декабря 2022 год	На 31 декабря 2021 года
1	2	3	4	5	6
АКТИВ					
	Материальные внеоборотные активы ²	1150	0	-	-
	Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы ³	1170	0	-	-
	Запасы	1210	278	283	335
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	97	250	12
	Финансовые и другие оборотные активы ⁴	1230	44	8	65
	БАЛАНС	1600	419	541	412
ПАССИВ					
	Капитал и резервы ⁵	1300	183	538	278
	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	1360	-	-	-
	Долгосрочные заемные средства	1410	0	-	-
	Другие долгосрочные обязательства	1450	0	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	0	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	236	3	134
	Другие краткосрочные обязательства	1550	0	-	-
	БАЛАНС	1700	419	541	412

¹ Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу.

² Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.

³ Включая результаты исследований и разработок, незавершенные капитальные вложения в нематериальные.

⁴ Включая дебиторскую задолженность.

⁵ Некоммерческая организация вместо показателей "Капиталы и резервы" включает "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды".

Рисунок Б.1 – Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО «Кафе Старый Дом» за 2023 г.

Продолжение Приложения Б

ИПШ 6321277206
КПП 632101001

Форма по КИД 0710096
Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах

Пояснения ⁶	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2023 года.	На 31 декабря 2022 года.
1	2	3	4	5
	Выручка ⁷	2110	8 172	6 512
	Расходы по обычной деятельности ⁸	2120	(8 223)	(3 294)
	Проценты по уплате	2330	(0)	(-)
	Прочие доходы	2340	0	-
	Прочие расходы	2350	(0)	(3 019)
	Налоги и прибыль (доходы) ⁹	2410	(82)	(65)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(133)	134

⁶ Указывается номер соответствующего пояснения к отчету о финансовых результатах.

⁷ За минусом налога на прибыль.

⁸ Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.

⁹ Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Информация сформирована с использованием сервиса «Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности», размещенного на официальном сайте ФНС России в сети Интернет по адресу: <https://bo.nalog.ru>



Информация о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности из Государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности, подписанная усиленной квалифицированной электронной подписью, равнозначна информации о годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности на бумажном носителе, подписанной собственноручной подписью должностного лица налогового органа и заверенной печатью налогового органа (пункты 1 и 3 статьи 6 Федерального закона от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи»).

Рисунок Б.2 – Бухгалтерская(финансовая) отчетность ООО «Кафе Старый Дом» за 2023 г.