Свой бизнес: как открыть кафе-мороженое с нуля

\* В расчетах используются средние данные по России

**1 230 000 ₽**

Стартовые вложения

**500 ₽**

Средний чек

**100 000 - 200 000 ₽**

Чистая прибыль

**8-18 мес.**

Срок окупаемости

Мороженое – лакомство, которое всегда будет пользоваться спросом. Поэтому кафе-мороженое – перспективное дело. Как зарабатывать на мороженом 200 тыс. руб. чистой прибыли в месяц –  читайте в статье.

По статистике, в России каждый человек съедает примерно 7 кг мороженого в год, а 57% россиян являются постоянными потребителями этого лакомства. Показатель многообещающий. С одной стороны, это означает достаточно высокий спрос на мороженое, а с другой - говорит о перспективах развития рынка, ведь в других странах это лакомство потребляют в еще больших количествах. Например, на одного европейца приходится более 10 кг мороженого в год.

В последнее время культура потребления мороженого повышается. Люди все чаще хотят насладиться десертом в приятной обстановке. Да и требования к вкусовым качествам мороженого возрастают. Обычным пломбиром уже никого не удивишь. Поэтому многие предприниматели приходят к логичному решению: открыть кафе-мороженое.

Подобные заведения популярны среди молодежи и семей с детьми. Особенно пользуется спросом смешанный тип форматов, например кафе-мороженое, кафетерий, кондитерская. Это повышает прибыль заведения в несколько раз и расширяет его возможности. Но главным элементом кафе должно быть мороженое. Оно выступает монопродуктом, вокруг которого строится концепция всего заведения. Чтобы зарекомендовать себя как кафе-мороженое, предоставьте потребителям широкий выбор этого лакомства. Желательно, чтобы в меню было не менее 15 видов мороженого, чтобы удовлетворить вкус любого посетителя. У разнообразного меню есть еще одна важная роль – побуждать клиента возвращаться к вам снова, чтобы попробовать что-нибудь новое.

Чек-лист по открытию кафе-мороженого

**Основные показатели бизнеса:**

* Порог входа в бизнес - 1,23 млн. руб.;
* Окупаемость – от 8 до 18 месяцев;
* Средний чек - 500 руб.
* Чистая прибыль - 100-200 тыс. руб./мес

**Основные шаги по открытию кафе:**

1. Изучение рынка. На данном этапе вы анализируете все аспекты ведения данного бизнеса в своем городе и проводите анализ конкуренции.
2. Определение формата и концепции кафе. Следует определиться, будете ли вы торговать готовой продукцией или организовывать собственное производство.
3. Составление бизнес-плана. Вы должны спланировать свои действия, определить временные и финансовые границы реализации проекта. Лучше всего составить несколько сценариев развития, предусмотрев как оптимистичный, так и негативный исход событий.
4. Регистрация и оформление
5. Выбор помещения, заключение договора аренды
6. Закупка и монтаж оборудования
7. Подбор поставщиков продукции
8. Найм персонала
9. Проведение рекламной кампании
10. Учет рисков.

Далее рассмотрим этапы подробнее.

Собираем информацию о местном рынке

Бизнес в сфере общественного питания является одним из самых популярных и характеризуется высокой конкуренцией. Потому на первоначальном этапе важно провести исследование рынка. Для этого необязательно заказывать анализ рынка у маркетолога, вы сможете справиться самостоятельно и дать общую оценку.

Узнайте, кто является вашими основными конкурентами и их расположение. Это пригодится при выборе места для своего заведения. Изучите предложение ваших конкурентов, чтобы составить свое уникальное предложение. Оцените спрос на мороженое – так вы поймете, перспективно ли направление в вашем городе. Определите, кто ваша целевая аудитория. Понимая желания своих клиентов, вы сможете предложить именно то, что они хотят. Изучите зарубежный опыт подобных заведений. Так вы найдете новые идеи.

Имейте в виду: чем больше информации на данном этапе вы соберете, тем проще вам будет на практике реализовывать идею. Анализ рынка – это основа, на которой будет строиться ваш бизнес.

Далее изучите все преимущества и недостатки бизнеса. Это поможет оценить ваши возможности и предусмотреть риски. Взвесив все плюсы и минусы, вы примите решение о том, стоит ли начинать дело.

Преимущества и недостатки кафе-мороженого

|  |  |
| --- | --- |
| **ПРЕИМУЩЕСТВО** | **НЕДОСТАТКИ** |
| * Сравнительно небольшой капитал для сферы общепита
* Популярность мороженого
* Небольшое помещение для аренды
* Недорогое оборудование
* Перспективы развития
* Разнообразие форматов кафе и вариаций ассортимента. Возможность выделиться на рынке
 | * Сезонность бизнеса
* Сложность в сборе разрешительной документации
* Высокий уровень конкуренции в сфере общепита
 |

Выбираем формат кафе-мороженого

Конкуренция заставляет искать уникальные решения. Чтобы выделиться на рынке, нужно предложить что-то новое. Удивлять можно не только ассортиментом, но и сервисом, и форматом заведения.

1. **Традиционное кафе-мороженое.** Стационарные кафе требуют наибольших вложений довольно сложны в плане поиска места, рекламы, внешнего оформления и сбора документации, зато работают круглый год по сравнению с уличными кафе.
2. **Островок в ТЦ.** Преимущества точки в ТЦ: стоимость аренды ниже по сравнению со стационарными заведениями; снижение влияния на бизнес сезонности продаж; меньше расходов на рекламу. Популярным форматом бизнеса в этом направлении можно назвать [торговлю тайским мороженым.](https://www.openbusiness.ru/biz/business/svoy-biznes-tayskoe-morozhenoe-na-ostrovke-v-tts/)
3. **Уличное кафе-мороженое.**Главное преимущество в том, что данный формат соответствует самому продукту. Минусом является сезонность уличной площадки – она может работать только в теплое время года, а на зиму вынуждено закрыться. Поэтому уличное кафе может стать частью стационарного заведения.

Еще один важный нюанс, который нужно обозначить сразу: выбор между собственным производством и закупкой готовой продукции. Решить этот вопрос просто: просчитайте себестоимость собственного производства и сравните с закупочными ценами на готовую продукцию, не забыв учесть транспортные расходы. Как показывает практика, собственное производство выгодно только для тех регионов, где сырье стоит ниже. Для крупных городов это актуально, если придерживаться концепции «эксклюзивного мороженого» - но тогда на продукцию следует установить высокие цены, что значительно сузит круг потенциальных потребителей.

Cоставляем бизнес-план кафе-мороженого

После выбора концепции вы можете заняться составлением бизнес-плана. Этот пункт обязателен, потому что заранее спланированные действия помогут оценить объем работы, определить финансовые условия для реализации проекта и избежать ошибок на старте. В бизнес-план следует включить описание концепции, разработку меню и рекламной стратегии, расчет доходов и расходов, временные рамки реализации проекта. Важный нюанс: запускать продвижение лучше заранее, чтобы к моменту открытия заведения привлечь первых посетителей.

Самая важная часть бизнес-плана – это доходы и расходы. Здесь должны быть рассчитаны ключевые показатели бизнеса:

* Первоначальные вложения
* Выручка
* Ежемесячные расходы
* Чистая прибыль
* Срок окупаемости
* Рентабельность

Примерные расчеты мы приведем в конце статьи, когда рассмотрим подробно каждый этап.

Регистрируем бизнес

Открытие заведения общепита – один из самых сложных видов бизнеса с точки зрения сбора документов. Даже если речь идет о таком небольшом заведении, как кафе-мороженое. Ему все равно придется оформлять документацию по всем требованиям. Поэтому нужно запастись терпением, силами и деньгами. Заложите в бюджет около 20 тыс. рублей на оформление всей документации.

Для начала оформите свой бизнес: подойдет ИП или ООО. Если вы планируете ограничиться одним заведением, будет достаточно ИП. Если же предполагается открыть сеть заведений, лучше выбрать ООО.

При регистрации надо указать ОКВЭД:

* 56.10.1 «Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания».

Выберите режим налогообложения. Рекомендуется выбрать УСН 6% доходы минус расходы, т.к. данный бизнес характеризуется большой суммой расходов.

Также вам понадобится разрешения от пожарной инспекции, СЭС, позаботиться о сертификатах на сырье и оборудование, утвердить с СЭС технологию производства мороженого, зарегистрироваться в налоговой.

**Пакет разрешительной документации включает:**

* Выписка из ЕГРИП или ЕГРЮЛ;
* свидетельство ИНН;
* договора с СЭС и пожарной службой;
* санитарно-эпидемиологическое заключение;
* документы проверки контрольно-измерительных приборов и мерной посуды;
* журнал по технике безопасности;
* заключение налоговой инспекции о постановке на учет кассовых аппаратов;
* договор со службой энергосбережения и канализационной службой;
* договор с ЖК на вывоз мусора;
* соглашение с арендатором и договора с сотрудниками;
* ассортиментный перечень, утвержденный в СЭН.

При оформлении документации сразу обращайте внимания на требования, которые там указаны. Эта информация пригодится вам на этапе выбора помещения и организации рабочего процесса.

Выбираем расположение и помещение

Найти подходящее помещение для кафе не так просто – сложность заключается в множестве норм и требований, которым оно должно соответствовать. Поэтому поиск лучше начать заранее, возможно, еще до регистрации. Большой удачей будет найти помещение, где раньше было заведение общепита. Тогда вы сэкономите на оформлении документации и, возможно, на части оборудования. Обычно такие помещения сдаются уже с вытяжкой, вентиляцией и системой кондиционирования. При выборе опирайтесь на 2 параметра: расположение и само состояние помещения.

Правильное расположение станет хорошей рекламой для вашего заведения. Как оценить расположение? Во-первых, воспользуйтесь сервисами типа 2ГИС или Google Карты. Узнайте, есть рядом конкуренты и ваша целевая аудитория. Во-вторых, оцените само помещение: соответствует ли оно нормам и требованиям, есть ли возможность перепланировки, нужен ли ремонт. Обратите внимание на мощности электричества.

**Где лучше всего располагать кафе-мороженое:**

* торговые центры;
* парки, скверы, набережные;
* рядом с учебными заведениями.

Что же касается помещения кафе, то хватит 50 кв.м.

Предусмотрите наличие следующих зон:

* Производственный цех – 20 кв. м.
* Зал для посетителей – 15 кв. м.
* Складское помещение – 8 кв. м.
* Помещение тех. назначения – 4 кв. м.

**Какие требования предъявляются к помещению кафе:**

* наличие искусственной и естественной вентиляции;
* наличие канализации;
* наличие дополнительных комнат (складское помещение, санузел, комната для персонала).
* Более подробные требования к помещению вы можете прочитать в СанПиНе.

Один из наиболее важных вопросов на этом этапе – стоимость аренды. Для кафе необходимо всего 50 кв. м. – для сферы общепита это маленькая площадь. Арендная ставка может быть разной и зависеть от различных факторов: город и район, пешеходный трафик, выгодное соседство с другими заведениями. В среднем по России, аренда 50 кв. м. обойдется в 40-50 тыс. рублей в месяц, для Москвы и Санкт-Петербурга, естественно, расценки будут на порядок выше. Опытные рестораторы рекомендуют оплачивать аренду сразу за полгода – тогда к моменту внесения следующего платежа вы успеете встать на ноги.

Покупка оборудования и мебели

Качество оборудования и инструментов напрямую влияет на производительность кухни и вкус еды. Поэтому следует тщательно выбирать оборудование. Чтобы не ошибиться на этом этапе, заранее изучите предложения на рынке, отзывы на технику и опыт других предпринимателей.

Если вы планируете торговать готовым мороженым, то перечень оборудования сократится до кухонных принадлежностей и кофемашины, которая присутствует в любом кафе. Но если вы хотите основать собственное производство, то будьте готовы изрядно потратиться. Главное оборудование – фризер, который делает мороженое: взбивает, проводит пастеризацию и охлаждает до определенной температуры. Цена такого оборудования зависит от производительности. Качественное оборудование будет стоить около 150 тыс. рублей. Кроме этого, потребуется:

* Холодильник шоковой заморозки продуктов;
* Витрина с охлаждением;
* Емкости для хранения мороженого;
* Дополнительное оборудование (мелкая кухонная утварь);
* Кофемашина.

Расходы на оборудование составят в общей сумме примерно 300 тыс. рублей. Стоимость оборудования целиком зависит от конкретного производителя. Более дешевые варианты предлагают корейские и китайские производители. А лучшим оборудованием для мороженого считается итальянское.

Также в кафе нужна мебель. Потребуется купить кофейные столики и стулья. Чтобы оборудовать мебелью заведение на 30 посадочных мест, придется потратить около 100 тыс. рублей. Не забудьте приобрести кассовый аппарат, терминал безналичной оплаты, предметы декора. На это уйдет еще 50 тыс. рублей.

Закупаем сырье

Для любого заведения важно хорошее сырье. Ведь из низкокачественных ингредиентов почти невозможно приготовить хороший продукт. Для собственного производства мороженого нужны специальные смеси, которые смешиваются с водой и благодаря фризеру превращаются в мороженое.

Чтобы найти достойного поставщика, необходимо изучить различные предложения на рынке. Можете посетить предприятие и посмотреть процесс производства. На сегодняшний день существует множество поставщиков, с которыми может сотрудничать кафе-мороженое: среди них как отечественные, так и зарубежные производители. Продукция будет отвечать самым высоким требованиям, если закупать ингредиенты у европейских фирм. Но это обойдется намного дороже.

Выбор поставщика также зависит от концепции. Если вы ориентируетесь на потребителей со средним и высоким уровнем дохода и делаете ставку на эксклюзивность предложения, можете заключить договор с зарубежной компании. Фраза «Мы возим сырье из Италии» - само по себе будет «фишкой» вашего заведение. На первоначальном этап необходимо закупить сырье на сумму около 250 тыс. рублей.

Смесь для мороженого рекомендуется подбирать индивидуально под каждое оборудование. Это необходимо делать потому, что обычный фризер не имеет точных настроек, которые бы учитывали уровень жесткости мороженого и консистенцию смеси. В результате получается, что фризерование смеси не контролируется. Поэтому для получения лучшего результата следует учитывать рекомендации к определенному фризеру.

Обратите внимание, что вся продукция должна соответствовать ГОСТу:

* 31457-2012 – производство молочного, сливочного, пломбира.
* 32256-2013 – изготовление замороженного щербета с добавлением молочных продуктов.
* 55625-2013 – фруктовый лед.

Определяем специфику собственного производства мороженого

Если вы все же решили организовать собственное производство, вам изначально нужно разобраться в технологии приготовления мороженого. Для производства мороженого во фризере используется сырье в виде специальных смесей. Они разводятся водой в соотношении 1:3. Стоимость таких смесей тоже зависит от производителя. Российское сырье сегодня стоит от 40 рублей за килограмм, иностранные ингредиенты обойдутся в несколько раз дороже.

**Алгоритм производства мороженого включает следующие этапы:**

1. Просеивание сырья;
2. Приготовление базовой смеси;
3. Добавление дополнительных ингредиентов;
4. Загрузка смеси в аппарат по производству мороженого;
5. Замораживание и хранение готового продукта.

Кроме вкуса самого мороженого, значение имеет и подача товара. Важно, в какой таре подается мороженое и как называется каждая ассортиментная позиция. Дети реагируют на яркий цвет и необычную сервировку, а взрослые – на название.

В качестве тары для мороженого используются картонные или вафельные стаканчики. Причем вафельные стаканчики используются не только ради вкуса, но и ради экономии: они обходятся производителю в 2-3 раза дешевле, чем картонные.

Нанимаем сотрудников

Очень важно найти квалифицированных сотрудников, ведь от их работы зависит успех вашего заведения. Любой бизнес в сфере общепита опирается на сотрудников, потому что они формируют атмосферу, настроение и сервис в целом. Для обеспечения работы кафе потребуются следующие сотрудники:

* главный технолог;
* 2 повара-кондитера (будут работать посменно);
* 4 кассира (будут работать посменно);
* бухгалтер (возможен аутсорсинг);
* мастер по ремонту оборудования (можно договориться с поставщиком оборудования);
* уборщик (частичная занятость);
* директор.

Функции директора или управляющего может выполнять сам предприниматель. В таком случае, полный штат сотрудников составит 9 человек. На заработную плату придется ежемесячно тратить около 250 тысяч рублей (в эту сумму включены и отчисления в фонды).

Технологический процесс в кафе-мороженом достаточно простой, поэтому на работу можно принимать молодых людей с небольшим опытом работы. Возможно, придется организовать обучение для сотрудников, чтобы они освоили специальное оборудование.

Формируем меню кафе-мороженого

Теперь, когда вы разобрались с вкусовыми предпочтениями потребителей, можно решать вопрос с меню. Оно должно состоять из самых популярных позиций, но содержать несколько фирменных вариантов – уникального предложения, которое можно попробовать только в вашем заведении.

Можно предложить услугу мороженого-конструктора, чтобы дать посетителю возможность самостоятельно определить состав десерта. Предусмотрите несколько топпингов: различные сиропы, орехи, фрукты, хрустящие шарики, мармелад и т.д. Данные позиции можно сделать немного дороже, чем остальные.

Когда запустите меню в работу, обязательно следите за статистикой продаж. Выявляйте самые популярные и слабые позиции в ассортименте. Заменяйте то, что не пользуется спросом. Также важно периодически обновлять меню. Это рекомендуется делать каждые полгода, но можно вводить и сезонные новинки. Например, для поддержания спроса в холодное время года, когда продажи мороженого падают, можно предложить горячие напитки с мороженым или десерты, которые подаются с шариками фирменного мороженого. Помимо порционного мороженого предлагайте целые торты, для которых действует услуга «еда на вынос». Чем больше выгодных предложений вы сформируете, тем больше клиентов сможете заинтересовать.

Считаем, сколько денег нужно для открытия кафе-мороженого

В таблице приведена приблизительная сумма первоначальных вложений. Обратите внимание, что в расходной части фигурирует статья «резервный фонд». Что это такое? Это сумма, которая является «финансовой подушкой» на первые  месяцы работы, когда кафе только начнет функционировать. Данный этап обычно связан с большими тратами и маленьким объемом прибыли, не способным покрыть размер расходов.

***Расчет первоначальных вложений***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **НАИМЕНОВАНИЕ РАСХОДОВ** | **СУММА, РУБ.** |
| 1 | Аренда помещения (за 6 месяцев) | 300 000 |
| 2 | Ремонт/дизайн помещения | 50 000 |
| 3 | Юридическая регистрация и разрешения | 50 000 |
| 4 | Оборудование и инвентарь | 450 000 |
| 5 | Закупка продуктов | 50 000 |
| 6 | Реклама | 30 000 |
| 7 | Прочие расходы и резервный фонд | 300 000 |
| Итого: | 1 230 000 |

Таким образом, для открытия ресторана потребуется около 1, 2 млн. рублей.

Помимо первоначальных вложений необходимо планировать ежемесячные расходы. В среднем, они составят 420 тыс. рублей.

***Ежемесячные расходы кафе-мороженого***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **НАИМЕНОВАНИЕ РАСХОДОВ** | **СУММА, РУБ.** |
| 1 | Аренда помещения   | 50 000 |
| 2 | Дозакупка продуктов | 50 000 |
| 3 | Коммунальные расходы | 10 000 |
| 4 | ФОТ | 250 000 |
| 5 | Реклама | 10 000 |
| 6 | Налоги (примерная величина, зависит от суммы выручки) | 30 000 |
| 7 | Прочие расходы (амортизация, непредвиденные затраты и т.д.) | 20 000 |
| Итого: | 420 000 |

Теперь можно рассчитать примерную выручку. Сложность планирования доходной части бизнес-плана заключается в том, что трудно предсказать объем и сумму заказов. От того и суммы прибыли получаются приблизительными и могут не совпадать с реальным положением вещей. Но все-таки обязательно нужно прикинуть, сколько вы сможете заработать.

В расчетах будем исходить из того, что средний чек на 1 столик составляет 500 рублей. Примерная загруженность в кафе – 30 столиков в день. Значит, что дневная выручка составит 15 000 рублей. Также отдельно следует посчитать объем заказов на вынос. Они составят примерно 40% от суммы выручки. Итого, дневная выручка – 21 000 рублей. То есть в месяц кафе будет зарабатывать 630 тыс. рублей. Вычтем из этого все расходы – останется 210 тыс. рублей чистой прибыли. С такими показателями первоначальные вложения смогут окупиться в течение 6-8 месяцев. Для сферы общепита срок окупаемости до 1 года – отличный результат.

Конечно, данные цифры весьма относительны и отражают оптимистичный сценарий развития. Реальная сумма будет зависеть от множества факторов: города, уровня цен, популярности вашего места, меню, расходов на рекламу и даже времени, когда ваше кафе начнет работу. Поскольку сезон бизнеса начинается с середины апреля и длится до начала октября, то лучше предугадать открытие так, чтобы к началу сезона немного набраться опыта и раскрутиться – т.е. планируйте старт с марта. Так вам удастся получить высокую прибыль с первых месяцев работы.

Определяем рекламную стратегию

На рынке сложился стереотип, что мороженое едят только дети. Но статистика показывает, что этот десерт популярен и среди взрослых людей, причем 40% покупателей – это мужчины. Поэтому, составляя меню, ориентируйтесь на разные категории потребителей.

Чем больше сортов мороженого будет предложено в меню, тем лучше для вашего заведения. Широкий выбор всегда ценится потребителями. Однако во всем важна золотая середина – не нужно пытаться объять необъятное. Слишком большое разнообразие может сбить посетителя с толку и усложнить выбор. Оптимальное число позиций мороженое – 15.

Чаще всего ваше заведение будут посещать семьи с детьми. Поэтому лучше поддержать тематику и в оформлении, и в самой концепции кафе. Для самых маленьких посетителей предусмотрите яркую, привлекательную подачу; а внимание взрослых обратите на широкий ассортимент и качественные ингредиенты.

Если говорить о предпочтениях потребителей, то самым популярным является шоколадное мороженое. Поэтому желательно предложить посетителям несколько его вариаций. Также популярны фисташковое и ванильное. Женщины предпочитают нежирные сорта с добавлением фруктов и топпингов. Детям нравятся яркое мороженое с фруктовым вкусом. В последнее время наблюдается повышенный интерес к диетическому мороженому – на это тоже можно сделать ставку.

Несколько идей, как можно увеличить продажи мороженого:

* придумать необычные вкусы, оригинальные сочетания и запустить как ограниченное предложение. Кто-то захочет попробовать, кто-то поделится информацией с другом. Найти идею достаточно просто. В интернете вы без труда найдете информацию о самых необычных вкусах мороженого. Вы можете скопировать несколько рецептов из разных стран и объявить «Месяц занимательной географии», предлагая посетителям попробовать мороженое и угадать, из какой оно страны. Такой оригинальный ход наверняка привлечет внимание даже тех, кто до этого не собирался есть у вас мороженое;
* устроить событийный маркетинг, пригласить всех на шоу аниматора-мороженщика, который не просто торгует за прилавком, а веселит публику. Можно периодически устраивать такие мероприятия, чтобы привлекать к себе внимание;
* когда будете продумывать форму упаковки мороженого, имейте в виду, что взрослый покупатель, выбирая мороженое своему ребенку, чаще всего покупает то, которое удобнее есть. Поэтому если хотите продать какой-то определенный вид мороженого, попробуйте сменить упаковку и сделать ее максимально удобной. Например, мороженое в коробке и с ложечкой расценивается как более удобное, нежели вафельный рожок;
* устройте день дегустаций, предложите своим гостям попробовать мини-порцию новых видов мороженого. Если оно понравится, то с вероятностью 70% человек купит целую порцию.

Так как, в основном, продукция изготовителей мороженого ориентирована на детей, то и конкуренция в этом сегменте рынка наблюдается наиболее острая. Взрослый покупатель, выбирая мороженое своему ребенку, чаще всего приобретает тот вид, который удобнее есть.

Продумываем риски кафе-мороженого

Бороться с рисками нужно еще до их наступления. Это и проще, и дешевле. Поэтому обязательно включите в свой бизнес-план открытия кафе-мороженого перечень угроз и меры их преодоления. Ресторанный бизнес связан со множеством рисков, которые могут существенно отразиться на работе вашего заведения.

**К основным рискам относятся:**

* **Сезонность бизнеса.** Популярность заведения, как и самого мороженого, имеет ярко выраженную сезонность. Летом посещаемость значительно выше, чем в холодное время года. Но практика показывает, что зимой покупатели не отказываются от мороженого. Правда, предпочитают не порционные десерты, а торты-мороженое. Поддержать зимние продажи поможет расширение ассортимента горячими напитками, выпечкой и десертами, которые можно дополнять мороженым. От этих пунктов меню не стоит полностью отказываться и в разгар сезона. Опыт успешных кафе показывает, что продажа напитков в товарообороте занимает 10-15%. А наличие в меню выпечки, салатов и других блюд увеличивает выручку на 35-40%.
* **Неправильно подобранное место.** Для любого заведения общепита расположение является и продвижением, и частью концепции, и фактором деловой репутации. Поэтому ошибки при выборе расположения могут значительно сократить вашу выручку. Избежать риска проще всего на этапе подбора помещения с помощью анализа всех потенциальных вариантов.
* **Подорожание сырья, проблемы с поставщиками.**Эти риски могут повлечь рост расходов, сбои в работе и даже снижение репутации. Если произойдет удорожание сырья, то вам придется увеличить цены на мороженое – а это может отпугнуть потребителей. Проблемы с поставщиками связаны со сбоями поставок, снижение качества продукции – все это увеличивает расходы и сокращает прибыль. Снизить риски можно при тщательном выборе поставщиков, отдавая предпочтение проверенным партнерам, и правильном составлении договоров поставки, где будут прописаны все условия, в том числе материальная ответственность поставщика;
* **Реакция конкурентов.** На рынке общепита высокая конкуренция, поэтому действия ваших прямых конкурентов могут оказывать существенное влияние на ваш бизнес. Ваша задача – по возможности защититься от конкурентных нападок, сформировав клиентскую базу и конкурентные преимущества. Делать это можно при помощи различных акций и скидок, накопительных карт для постоянных посетителей, создании уникальных  предложений;
* **Снижение репутации заведения.** Это может произойти по разным причинам: снижение качества продукции, ошибки персонала, действия конкурентов и т.д. Так или иначе, ресторанный бизнес очень зависит от «сарафанного радио». Поэтому так важно всегда работать на свою репутацию. Чтобы поддерживать ее на должном уровне, проводите постоянный контроль качества продукции, поддерживайте обратную связь с посетителями заведения, воспользуйтесь услугой «тайный покупатель», чтобы выявить ошибки и пробелы обслуживания. Никогда не останавливайтесь в развитии. Постоянно улучшайте сервис. Только тогда у вас есть возможность закрепиться на рынке и добиться успеха.