

Pasta Restaurant Business Plan

파스타 전문점 사업 계획서

실전창업스쿨 2기 벤처 야간B반 외식B팀

목차

1. 사업요약
2. 아이템분석
3. 상권분석
4. 점포계획
5. 마케팅계획
6. 원가계획
7. 손익분석
8. 현금흐름표
9. 일정계획

1. 사업요약

■ 사업요약

- 사업의 종류: 파스타 전문 레스토랑
- 상호명: Trattoria
- 위치: 서울시 강남구 압구정동 로데오 상권 A급지 씨네시티극장 근방 2층
- 임대평수: 40평, 실평수: 30평
- 보증금: 7000만원, 임대료: 300만원
- 운영일수 및 영업시간: 1년 365일 운영 / 오전 11시 ~ 오후 10시
- 종업원: 주방3명(정직원 2명, 아르바이트 1명), 홀 4명(정직원: 2명, 아르바이트: 2명)
- 성공키워드: 맛, 가격, 서비스, 이벤트
- 레스토랑 개요
 - 지중해풍의 독특한 분위기와 깔끔하면서도 맛을 좋아하는 신세대의 입맛을 사로잡는 전통적인 이태리 가정의 음식을 깔끔하게 맛볼 수 있는 전문 파스타 레스토랑이다.

■ 사업배경

- 이미 우리나라의 외식산업은 포화상태에 들어서면서 패밀리레스토랑의 춘추 전국시대라 할 만큼 적은 자본의 개인 외식업체는 시장에서 살아남기 힘든 상황이다.
- 이탈리아 전통음식인 스파게티 전문점들과 이탈리아 패밀리 레스토랑이 속속 등장하고 있는 가운데서 그들과는 차별화 된 메뉴와 전략으로 신세대뿐만이 아닌 30~40대의 중.장년층까지 두루 좋아할 수 있는 이탈리아 가정의 깔끔한 맛을 선보일 것이다.

2. 아이템 분석

■ 외식시장 환경분석

(1). 국내 외식산업 시장규모

(단위: 조, %)

구분(년)	94	95	96	97	98	99	2000	2001	2002	2003
매출액	18	20	23	25	28	29	30	29	32	34
증가율	9	11	15	8.7	12	3.6	3.4	-3.4	15	4.3

(2). 소비자의 외식업체 선택 기준 평가

	1998.4	2000.4	2003.4
맛	67.8	77.0	51.6
서비스	7.8	37.4	
적당한 가격	19.8	24.1	9.5
편리성, 분위기등 시설관련	9.9	32.7	30.5
청결			5.8
기타	16.0	16.0	3.1

■ 외식 시 지출 금액 추이

(단위: %)

	1999.4	2001.4	2003.4
5천원 이내	12.1	11.1	10.3
5천~1만원	31.8	27.9	35.6
1~2만원	35.0	27.9	38.1
2~5만원	18.7	23.1	14.3
5만원 이상	2.4	1.9	1.7

2. 아이템 분석

■ 외식시장의 변화요인

요인	내용
사회적 요인	웰빙 트렌드의 확산
	여성의 사회진출 증가
	핵가족과 자동차 증가
	고객 수요의 세계화, 전문화, 다양화
	고령화 사회의 대두로 실버산업의 발달
	여가시간의 증가
문화적 요인	식생활 패턴의 서구화 및 서구 음식 문화의 지속적 도입
	식당이 단지 먹는 장소에서 대화와 여가의 장으로 인식
	자기만족적인 의식구조의 확산
경제적 요인	소비의 양극화
	FTA를 통한 수입자유화와 글로벌화
	가처분 소득의 증가에 따른 외식동기 증가
	GNP 7천불 수준에서의 강한 외식욕구 발생 현상
기술적 요인	주방 시스템의 자동화
	효율적 업소 경영 방식 도입
	해외 유명 브랜드와의 기술제휴와 프랜차이즈 시스템의 보급확산

2. 아이템 분석

■ 파스타 요리의 특징

- 파스타는 이태리적인 음식이면서도 세계의 어디를 가서도 먹을 수 있는 가장 보편화된 음식이다
- 특히 우리나라와 기후나 정서가 비슷한 이태리음식은 우리나라에서도 꾸준한 성장 추세.
- 파스타를 만드는 방법은 우리의 국수를 만드는 방법과 동일한 과정을 거치지만 기계가 잘 발달이 되어서 다양한 모양과 색깔의 파스타와 소스를 생산
- 파스타는 유통상태에 따라 생면과 말린면으로 유통이 되는데 장기간 유통이 가능한 대량생산제품은 말린 형태를 가지고 있고, 당일에 소비가 이뤄지는 전문레스토랑에서는 신선한 생면을 뽑아서 사용.

■ 국내 파스타 전문 레스토랑의 현황

- 국내 파스타시장은 서울지역 파스타레스토랑과 호텔 이태리양식당으로 구분.
- 호텔은 점차 쇠퇴기로 매출에 큰 영향을 미치지 못하는 실정.
- 대부분의 파스타레스토랑은 전문적인 곳은 일부에 불과하고 여러 양식메뉴와 복합화로 매출을 올리는 것이 현실.
- 강남일대의 파스타전문점은 세련된 인테리어에 음식객단가를 고가로 하여 식음료비중을 위주로 영업.
- 점차 젊은층의 파스타요리에 대한 선호도가 높아지고 있으며 점차 파스타요리의 대중성이 도래 예상.
- 대중성보다는 젊은층 및 직장화이트칼라 유학생 20대여성을 타겟으로 하여 영업.

2. 아이템 분석

■ 목표고객 분석

(1). 목표 고객

- 1차 고객 목표: 10대 후반 ~30대 중반의 연령 세대, 특히 여성, 연인
- 2차 고객 목표: 친구, 연인, 가족, 어린이

(2). 목표고객의 특징

항목	내용
목표고객의 특징	• 맛, 친절, 서비스, 세련되고 깔끔한 분위기 • 즐거움을 추구, 무료한 일상에서의 탈출을 희망 • 즐거움을 주는 이벤트 선호 • 개개인의 개성을 중요시 여김 • 새로운 음식을 먹어보고 경험을 중요시함 • 서구 음식, 문화 선호 • 개인중심적인 사고방식 • 외식 선호 • 분위기를 즐기고 싶어함. • 좋은 대접을 받고 싶어함. • 저렴하게 지불하고 싶어함.

2. 아이템 분석

■ 아이템 전망

- 최근 국내경기 영향으로 외식산업 자체도 많이 위축되어 있으나 파스타 시장은 꾸준히 발전하고 있고 또 매장수도 나날이 증가하고 있는 추세.
- 타겟 소비자층인 10~30대의 새로운 먹거리에 대한 욕구와 파스타 전문점의 세련된 분위기가 최대한의 수익성을 위한 시너지 효과를 불러 일으킬 것.
- 그리고 지역의 특성상 파스타가 타 지역보다 선호도가 높은편이며 유동인구의 연령층이 다양함으로 고객확보가 충분하다고 예상.

■ 창업성공 포인트

(1). 목표고객에 맞는 메뉴 개발

- 믿을 수 있고, 맛있는 요리 제공
- 연인들이나 친구들을 대상으로 한 세트 메뉴개발
- 부드러우면서 깔끔한 메뉴 개발 (소스의 차별화)
- 파스타 종류에 따른 메뉴 개발 (파스트의 종류: 약 350가지)

(2). 정성스런 서비스

- 빠른 서비스와 특급호텔 수준의 품질 제공
- 고객을 최고로 모시는 직원을 최고로 우대
- 안락한 분위기 제공 (부드러운 조명, 감미로운 음악)

(3). 다양한 이벤트 제공

- “그곳에 가면 재미도 있고, 맛도 있다”의 컨셉을 지향
- 다양한 할인쿠폰, 광이 없는 즉석복권 제공
- 시간별, 방문객 수별 무료 이벤트 제공

2. 아이템 분석

■ 경쟁사 분석



- 브랜드명: 스파게티아
- 회사명: 썬앳푸드
- 가맹점 수: 서울 및 경기 28개점
- 메뉴종류
 - 주 메뉴 5가지
 - 상하이 칠리 스파게티, 까르보나라, 치킨그라탕, 코즈스파게티, 만다린치킨샐러드
- 주 연령층: 젊은 여성층
- 매장별 예상 평균 매출: 3000만원

(1). 스파게티아의 특징

- 테이블보, 냅킨은 찾아볼 수 없는 현대식 인테리어
- 양복 입은 매니저도 없으며 인테리어가 우아하기 보다는 차라리 조금 세련된 분식집에 가까움
- 중국음식처럼 가운데 놓고 스파게티 한가운데 놓인 집게로 자기 접시에 덜어먹는 스타일
 - 볼 서비스(Bowl Service)
- 고추장 소스에 양념된 소고기와 버섯이 어우러진 만조 스파게티등과 같이 오리엔탈 스파게티를 추구

2. 아이템 분석

■ 경쟁사 분석

IL MARE
cafe & pasta

- 브랜드명: 일마레
- 회사명: 일마레
- 가맹점 수: 19개점
- 메뉴종류
 - appetizer, soup, salad, spaghetti, pazza, steak, wine, dessert, beverages 류
- 주 연령층: 20대후반에서 30대 여성층
- 매장별 예상 평균 매출: 3,500만원

(1). 일마레의 특징

- 해산물이 많은 남부 해산물 스타일
- 노천식의 테라스와 흑백의 인테리어로 차분한 분위기
- 명성황후의 작가 정하연, 연극인 박정자, 영화배우 이정재 등이 각 가맹점을 운영
- 이탈리아적인 컨셉이면서도 한국적인 이미지 차용

2. 아이템 분석

■ 경쟁사 분석



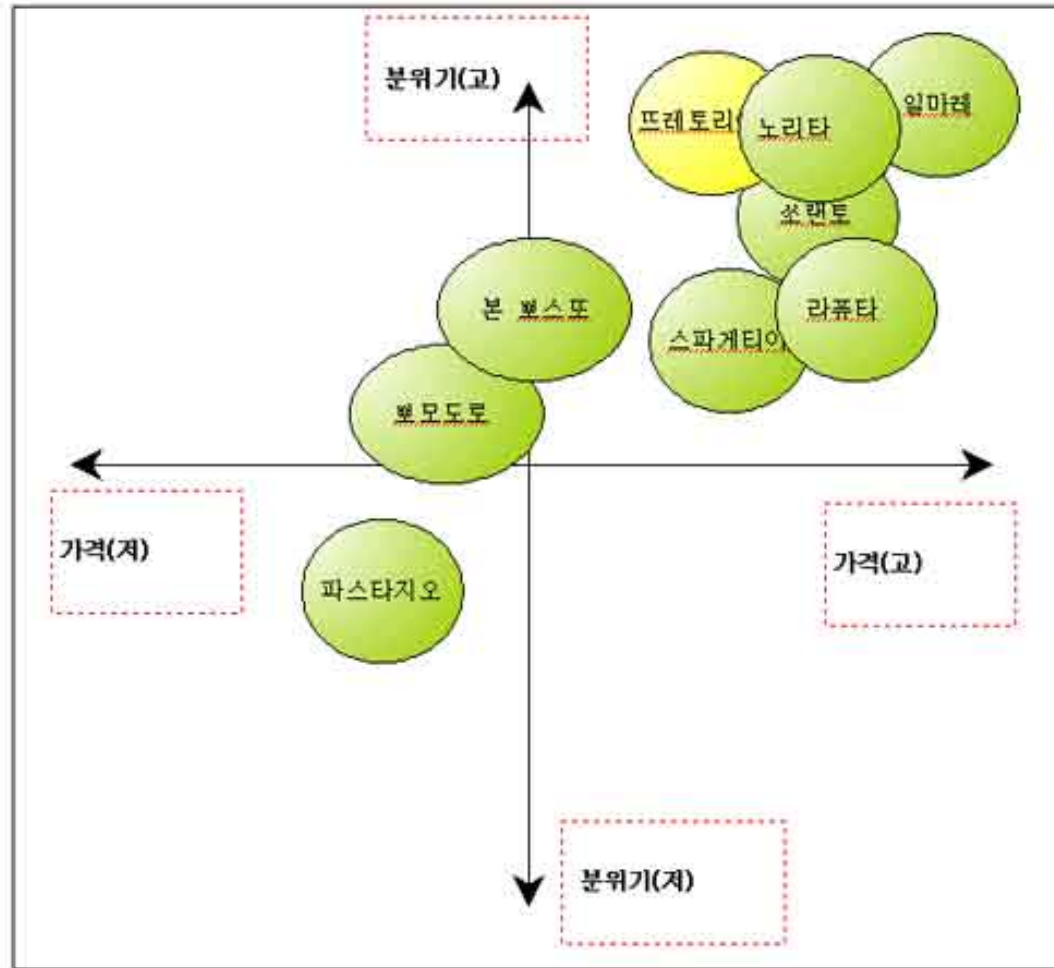
- 브랜드명: 소렌토
- 회사명: 소렌토 F&D
- 가맹점 수: 86개점
- 메뉴종류
 - Salads 6종, Spaghetti & Pasta 13종
 - Rice & Oven 및 rizoto 7종
 - side menu 3종
- 주 연령층: 20대 여성층
- 매장별 예상 평균 매출: 3500만원

(1). 소렌토의 특징

- 비싼 인테리어비와 개점 비용이 평당 450만원으로 상당히 높음
- 국내에 최초로 스파게티를 소개
- 프랑스 및 나폴리를 중심으로 한 남부 지방 스타일의 요리
- 소렌토 공장에서 자체 소스개발.
- 한국 최고 최대의 스파게티 전문점

2. 아이템 분석

■ 포지셔닝 분석



- 일마레, 쏘렌토, 라퓨타, 스파게티아 등 여러 브랜드의 포지셔닝 위치가 비슷해 가격과 분위로는 큰 차별점을 보이지 않는다.
- 매출을 극대화 할 수 있는 방안은 다양한 이벤트를 통해서 브랜드 네임을 높이는 방법이 최우선 시 되어야 할 것으로 판단



2. 아이템 분석

■ SWOT 분석

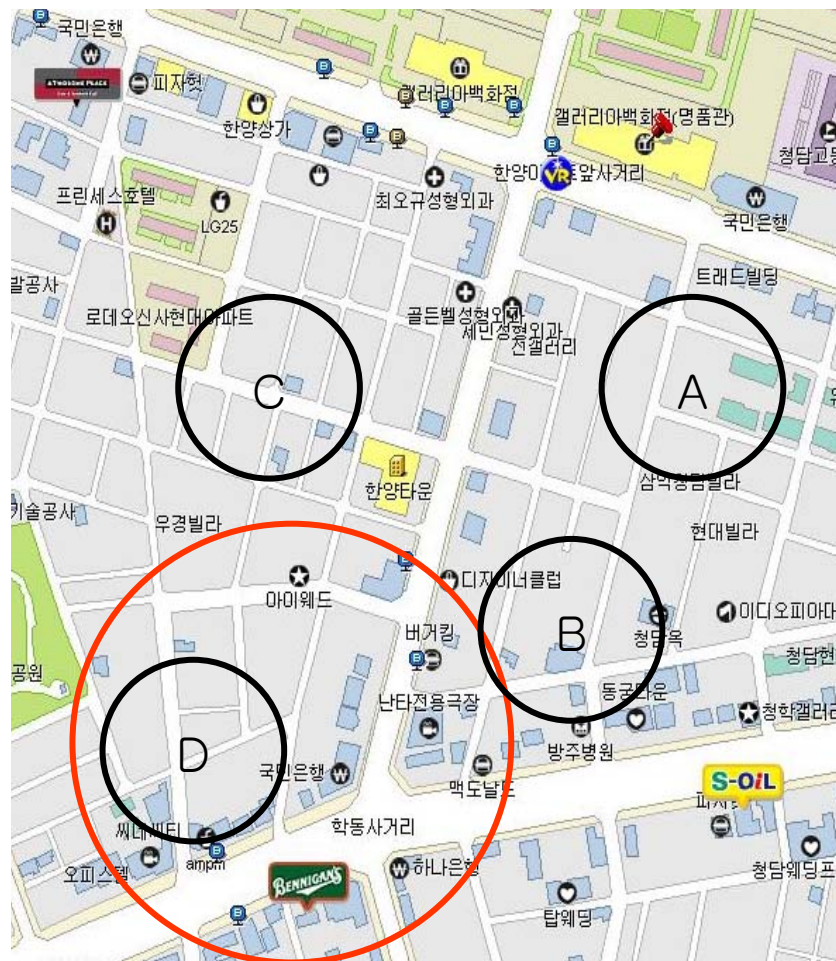
강 점	약 점
• 목표고객에 맞춘 메뉴 개발 및 관리. • 선진 경영기법 (매장관리, 레시피 관리). • 호텔급 품질의 편안한 서비스. • 목표 고객에 맞춘 쾌적한 환경과 분위기. • 매장확대의 노력과 다양한 온/오프라인 마케팅.	• 유사 컨셉의 브랜드들이 몰려있다. • 개업초기 마케팅 비용의 지속적 지출. • 브랜드 인지도가 낮다. • 아웃소싱을 채택하기 힘들다. • 어중간한 매장의 크기.
기 회	위 험
• 식생활의 서구화 • 주 5일근무제의 확대 • 맞벌이 부부 증가에 따른 외식 기회증대 • 가정대용식 시대 • 상권 내 유동인구 지속적인 증가	• 구조조정과, 기업 퇴출여파로 인한 저성장, 고물가, 고 실업율 경기침체 상황 • 유사 잠재 시장들의 진입 (생라면, 테이크 아웃 등) • 중저가의 패스트푸드 상승 • 건강 지향적이고 스트레스 해소를 위한 기능성 매장 진입 • 전통적이고 복고적 상품증가(죽전문점, 떡다리 등)

3. 상권분석

■ 압구정 로데오 상권의 특징

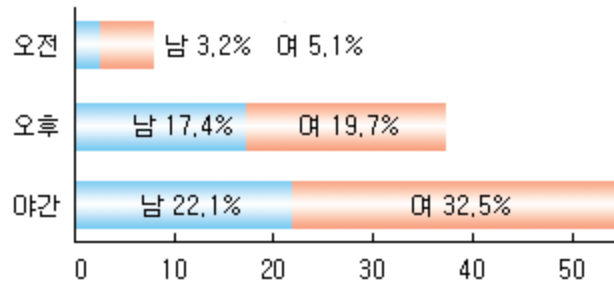
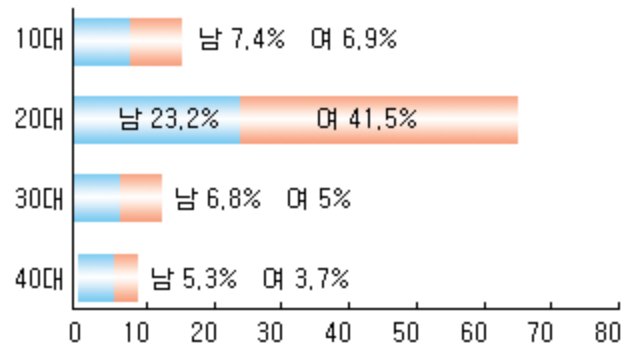
(1). 로데오상권의 특징

- 로데오거리, 부띠끄거리로 대표되는 패션상권이면서, 소비특별시.
- 최고급과 개성, 수입문화를 추구하는 고 소비 계층으로 이들 취향에 따라 상권이 변화, 확산.
- 소비계층의 변화에 따라 상권의 핵심도 현대백화점 인근 압구정동 남청담동, 북청담동 등으로 이동.
- 청담동 지역은 퓨전음식과 고소비가 이루어지는 식음시설들로 변화.
- 보세의류, 팬시, 미용실, 액세서리 업종들이 많은 지역.
- 여성 영타겟을 대상으로 한 쇼핑상권으로 변화하면서 식음시설들로 발달.
- 갤러리아 백화점에서 청담동 방면의 청담로변으로 초고가 패션상품의 고급 쇼핑가 성격으로 정착.
- 현대주상복합 아파트 주변을 중심으로 학동사거리 방면으로 기존 주택가가 상업시설로 변화되면서 확장.



3. 상권분석

(2). 상권의 유동인구 유형



(월간 창업&프랜차이즈)



3. 상권분석

(3). 세부 상권별의 특징

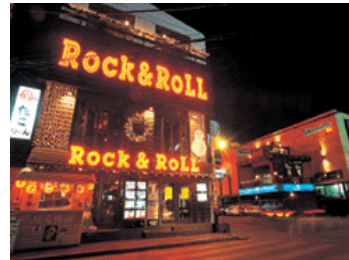
상권 개요	내용	기존 형성점 (음식점 위주)
A상권	- 최고급 뷰티샵, 레스토랑 + BAR위주 - 도보이동 거의 없고, 주로 차량을 이용한 이동 - 20대 후반~30대 중.후반 - 낮에는 여성들의 모임위주, 밤에는 BAR 를 중심으로 한 모임위주 - 층별 업태구성이 아닌 건물중심의 업태구성	- 스파게티 전문점 - 이태리 파스타 전문점 - 타이음식전문점 - BAR
B상권	- 고급 로바다야끼+BAR - A상권과 흡사한 점 많음 (도보이동 거의 없고, 주로 차량으로 이동) - 20대 후반~30대 중.후반 - 건물단위 위주의 로바다야끼술집+와인BAR - 인테리어.아웃테리어 트렌드의 선두주자격 - 향후 지하철역 개통예정으로 저지대는 유동인구를 타겟으로 한 점포들 구성예상	- 일식 로바다야끼 - 와인 BAR - 와인+레스토랑 - BAR
C상권	- 저가,소규모중심의 의류점+음식점 - A,B,C,D지역 중 유동인구 가장많음 - 젊은 도보인구로 구성됨 - 10대 중,후반~20대 초,중반 - 소규모 점포,유동인구를 위주로 한 업태들로 구성 - 질보다 양 위주의 점포밀집 - 기존 의류점 인수 시 적은 투자로 창업가능 (대부분의 의류점들 매매희망상태)	- 소렌토 - 소반 밥상(한식) - 스파게티전문점 - 체인화된 커피전문점



3. 상권분석

(4). 선정 상권의 특징

상권 개요	내용	기존 형성점 (음식점 위주)
A상권	- 중,고가+고급형 음식점,커피전문점 위주의 업태 - 상권영역은 짧으나, 매우 밀집된 구성 (상권 흡입력이 강함) - 20대중반~30대 초,중반 - 1층은 C지역과 비슷한 업태(의류+커피) - 지하와 2층을 이용한 음식점 성행 - 인근 연예,기획,홍보사 위주의 사무실 - 인구+유동인구 등의 다양한 타겟화 가능 - 주요 유동인구가 문화트랜드 리더로 구성	- 일 마레 (IL MARE) - 호아빈(배트남 쌀국수) - 샤브스끼(스팀보트) - 꼬치,롤 전문(트롬비)



3. 상권분석

(5). 선정 점포



▲ 양쪽 도로에서 보이는 매장모습
(방향에 따른 노출도가 다름)

◀ 선정 점포 전면 모습

- 1층과 조화의 가능성 양호
- 외관 추가공사 없어도 됨
→ 외관 재료 그대로 사용 가능함

3. 상권분석

(6). 협의상권분석(해당점포)

점포개요	주 소	강남구 신사동 622-00		건물주		
	층 별	2층		면 적	임대 : 40평	
					전용 : 30평	
	현 업 종	웨딩스튜디오 (2,3층 통합 사용 중)				
	여타 총 업종	1층: 의류1개점, 액세서리 1개점 3층: 웨딩스튜디오				
	점포비용	보증금	권리금		월세	기타
7000		3000		250	-	
배후인구	하루 유동인구 약 3만명 정도					
주변시설	씨네시티, 도산공원, 갤러리아 백화점, 한양타워, 파리크라상 '리바이스', '나이키', 'MLB', '제임스 단', '바디샵', '지오다노' 등					

3. 상권분석

(7). 협의상권분석(주변점포)

유동인구	하루 유동인구 2만6천명 정도			
소비행태	점심: 인근주변사무실 근무자 저녁: 외부에서 유입되어 오는 만남과 문화,맛을 즐기는 사람들			
주변점포	항 목	(점포1: 일마레)	(점포2: 호아빈)	(점포2: 샤브스끼)
	주메뉴	이탈리안피자, 파스타	쌀국수,월남쌈	샤브샤브.샤브칼국수
	가격대	12,000~24,000	6,000~25,000	5,500~13,000
	고객층	20대 ~40대	20~40대	20~30대
	영업시간	오전11시~24:00시	오전11:00~24:00 주말)~03:30까지연장	오전10:30~22:30
	홍보방법	잡지광고,서비스쿠폰 등	비교적소극적,국지적(지하철역등)	현수막.저가점심메뉴
	인력구성	주방4인+홀3인	주방3+홀2+카운터1(홀겸임)	주방3+홀3인
	추정매출	월5.5천만원(매장30평)	월3천만원(20평)	월3천만원(25평)
	기 타	외국인요리사가 피자를 직접구워줌.-> 피자매출영역높음 본점으로 인지도 높은 상태 (좌석수:67개)	주말 새벽영업 (좌석수:42개)	단일메뉴(1인13,000) 판매 저가점심메뉴만 별도로 운영 지하매장 (좌석수:50개)

4. 점포 계획

■ 인테리어 계획

(1). 컨셉

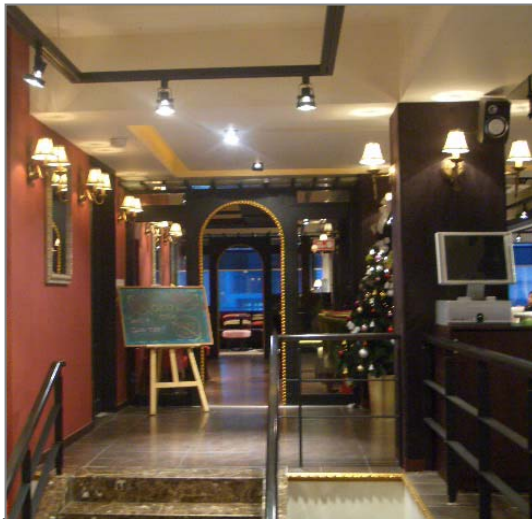
- 깔끔하고 세련되며 편안한 분위기 연출.
- 전면이 유리로 되어있어 외부경치를 여유롭게 감상하며, 따사로운 자연광 속에서 식사를 즐길 수 있게 제공.
- 화이트벽면을 비추는 조명은 깔끔함에 따뜻함을 제공.
- 미니식물과 특이한 소품들은 흔한 느낌으로 그칠 수 있는 식당을 한층 더 고급스럽고 감각적이게 작용.

(2). 컬러

- 주요 조명: 화이트+ 블랙

(3). 조명

- 은은한 조명연출, 주광기를 이용한 시간대별 조도 차별화



4. 점포 계획

■ 아웃테리어 계획

(1). 컨셉

- 세련미의 극치+ 이지적이며 방문 고객에게 자부심을 느낄 수 있는 모던미니멀. 블랙톤의 세련됨+내부투영으로 호기심 유도
- 대리석과 유리의 조화로 고급스러움 극대화

(2). 컬러

- 블랙+유리(간판로고)

(3). 간판

- 주재료: 외부-대리석, 유리(일부)
- 스카시형태의 간판
- 아크릴(유리접합)로고돌출+집중조명



5. 마케팅 계획

■ 메뉴계획

구 분		메뉴명	가격대	주재료
메뉴	런치 파스타 세트	Trattoria Lunch Set (샐러드, 파스타, 음료수)	8,000원	스파게티면, 치즈, 생선 등
	Appetizer	Crispy deep-fried cuttle fish squid with a thyme dip (갑오징어 튀김에 다임향 소스)	12,000원	오징어, 새우, 조개, 양파, 마늘 등
	Pasta	Risotto di Pollo (닭 가슴살을 곁들인 리소또)	13,500원	닭가슴살, 스파게티, 피망, 마늘 등
		Spaghetti Fresco di Bufala Pomodoro (토마토를 곁들인 후레쉬 모짜렐라 스파게티)	15,000원	모짜렐라치즈, 스파게티면, 양파, 햄, 베이컨 등
	Pizza	Pizza Margherita (모짜렐라 치즈와 바질만으로 맛을 낸 이태리 여왕을 상징하는 피자)	21,000원	모짜렐라치즈, 바질, 베이컨, 양파, 햄, 소고기 등
	Salad	Salmon Pasta Salad (연어파스타샐러드)	8,000원	훈제연어, 샐러리, 꽃상추, 아보카도 등
	Steak & Rice	Pollo alla diavolo (이태리식 전통 바비큐 치킨 요리)	16,000원	치킨, 토마토, 마늘, 양파 등
주류/ 음료	와 인	Salivope (샬리볼페)	45,000원	-
	맥 주	하이트, 버드와이저 등 병맥주	4,000원	-
	커피 류, 티 류	에스프레소류, 녹차, 홍차류	2,000원/무료	-
	탄산음료	콜라, 사이다	무료	-

5. 마케팅 전략

■ 마케팅 계획

전략	내용	비고
가격전략	시간대별 목표 고객 메뉴 개발 제공	런치 메뉴는 7,000원 ~ 9,000원
		저녁 메뉴는 15,000 ~ 18,000원
	다양한 부가적인 상품 판매로 인한 수익구조 개선	파스타 세트 재료, 와인 등
프로모션전략	충성도가 높은 고객을 확보하기 위한 마일리지 적립카드 발급	
	계절에 따른 매출의 변동을 최소화하기 위하여 계절별 이벤트행사	
	'트레도리아' 만의 즉석복권 증정 (100% 당첨)	충성도가 높은 고객들에게 제공
	온라인 예약제 및 할인 제공	미니홈피, 블로그, 자체 홈페이지
유통전략	이태리의 식자재 수출업체와 계약을 통해 구매 시스템을 갖춰 저가로 구매/판매	
	건강을 중시하는 사회분위기를 반영 유기상품을 개발 판매	
메뉴전략	건강을 중시하는 사람을 위한 웰빙 메뉴 개발	야채 및 해산물 위주의 메뉴 개발
	친구와 연인들을 대상으로 한 메뉴 개발	
	직장인의 고정된 점심 메뉴 개발	런치세트 메뉴 개발
	단체고객(모임, 가족행사)을 위한 팩키지 메뉴 개발	

5. 마케팅 계획

■ 차별화 계획

(1). 문화 마케팅

- 영화나 드라마, 각종 프로그램, 잡지 등 각종 영상매체에 장소를 대어 해 줌으로써 브랜드를 높인다.
(맛대맛, 푸드 채널 등의 공중파, 쿠킨, 여성동아 등)

(2). 감성을 자극하는 마케팅

- 여성층과 친구, 연인 단위의 손님들의 5감을 자극하는 프로슈머 고객층을 확보.
(디카 사진 콘테스트, 미니홈피 꾸미기, 음식 만들기 콘테스트 등)

(3). 인터넷 예약 및 주문

- 인터넷을 통한 시간의 예약 및 자리 선정과 음식 주문을 할 수 있도록 홈페이지를 만들어 광고의 효과를 얻는다.
(인터넷 예약은 각종 할인 혜택 제공)

(4). 각종 이벤트 활성화

- 월 주말에 날을 정하여 커플 이벤트와 가족 단위 이벤트를 열어 고객과의 친밀감을 조성한다.
- 시간대별, 방문객 수를 이용한 다양한 무료 이벤트 실시.

(5). 상품 할인권 판매

- 할인권을 발매하여 각종 포탈 사이트 이벤트의 경품에 참여하여 브랜드를 고객에게 인식 시킨다.

(6). 할인쿠폰 및 마일리지 제도 실행

- 런치메뉴와 각종 세트 메뉴의 할인쿠폰 제도 실시 및 홍보
- 판매금액의 일정부분을 마일리지로 적용하여 할인 및 무료 메뉴 제공 등으로 활용

5. 마케팅 계획

■ 기본 리스크 관리

개월차	리스크 내용	리스크 관리 방안
개업7개월차	경쟁점포 탄생으로 20%다운판매, 고객30% 감소	Key: 경쟁업체방문, SWOT 분석 반드시 실시 - 요리강습 및 파티이벤트 (고객의 data를 타겟화하여 실시) - 온라인 커뮤니티 운영자들 지속적인 초청 및 각종 모임 및 각 커뮤니티, 동호회 모임주최 - GPS를 활용한 모바일 쿠폰행사 (인근지역 휴대폰소지자에게 쿠폰발생) - POINT 카드의 포인트별 행사주체 - 서비스메뉴와 공짜 메뉴행사
개업25개월차	건물 리모델링으로 인한 점포영업 정지, 3개월후 재입주가능	Key: 리모델링기간중 경비축소 및 기타운영으로 극복 - 인건비 축소(파트타임해고 및 정직원 80% 임금지급통보) - 인터넷 쇼핑몰에 재료 판매운영 - 리모델링 인부대상으로 밥집운영,최소한의 매출창출

5. 마케팅 계획

■ 선정 리스크 관리

개월차	리스크 내용	리스크 관리 방안
개업13개월차	사회적 현상으로 매출액 50% 감소	Key: 비용을 최소화하고 소극적 대응 - 비용의 적극적 감축 (인력감축-가족 중심의 인건비 운영, 마케팅 비용 축소) - 예비비 마련(차용, 대출 등을 활용한 예비비 준비)
개업19개월차	물품공급원가가 15% 증가, 원가절감 대책마련	Key: 재료와 관련된 극복방안모색 - 메뉴판 RE-DESIGN 실시(원가절감메뉴와 세트화 작업) 및 메뉴순위변경 - 재료시장조사 및 신규 거래선 발굴 - 원가를 낮출 수 있는 신 메뉴 개발 - 종업원교육을 통한 추천메뉴, 권유메뉴 선정 유도

5. 마케팅 계획

■ 매출계획

구분	시간	회전율	객단가	테이블 수	테이블당 인원	일매출
평일	점심시간	1	8,000원	12	2.5	240,000원
	비타임	0.2	8,000원	12	2.5	48,000원
	저녁시간	1.3	18,000원	12	2.5	702,000원
	소계	2.5	평균 11,330원	12	2.5	990,000원
주말	점심시간	1	12,000원	12	2.5	360,000원
	비타임	0.5	12,000원	12	2.5	180,000원
	저녁시간	1.5	20,000원	12	2.5	900,000원
	소계	3	평균 14,660원	12	2.5	1,440,000원

5. 마케팅 계획

■ 매출원가 추정

구분	내용
월간 추정매출액	34,400,000원
월간 추정 구매액	9,391,200원 (27.3%)
매출원가 비율	25,008,800원 (80.1%)

■ 초도물품 소요량 추정

구분	내용
초도 구입물품	핵심재료, 부재료, 음료/주류
초도물품 구입량 및 구입비	3일간 영업물량 / 4,000,000원

6. 원가계획

■ 자금수지계획

소요자금			조달계획		
용 도	내 용	금 액	조달방법	기 조달액	추가 조달액
(점포구입비)	권리금	30,000	자기 자본	132,300	
	보증금	70,000			
	소 계	100,000	금융 차입		56,700
(점포공사비)	설 비	8,000	창업 자금		
	비품/집기	7,000			
	인테리어	41,000			
	간 판	4,000	기 타		
	소 계	60,000			
(개업비용)	개업비	2,000			
	광고선전비	1,000			
	초도물품비	4,000			
	소 계	7,000			
(운영예비비)	임대료	5,000			
	인건비	10,000			
	식재비	5,000			
	기타경비	2,000			
	소 계	22,000			
합 계		189,000	189,000	132,300	56,700

6. 원가계획

■ 상품(재료)구입계획

구 분		단위	구매가	구매처	구매기간	월소요량	월구매비
핵심재료	스파게티면	1 Box	12,000원	보라TR			
	해산물	5kg	12,000원	농수산물센터			
	닭고기	1마리	4800원	농수산물센터			
	쇠고기 민찌	1 Box	7,000원	보라TR			
	토마토페이스트	1 캔	6,500원	보라TR			
	안심	1 Box	39,960원	보라TR			
	쌀	20kg	80,000원	-			
	양파	1망	9000원	보라TR			
	당근	1 Box	2000원	농수산물센터			
	마늘	1kg	7500원	보라TR			
	토마토	1 Box	2700원				
부 재료	양상추	1단	5500 원	보라TR			
	샐러리	1단	3000원	농수산물센터			
	브로콜리	1 Box	5600원	보라TR			
주류/음료	와인	1병	45,000원	래뱅와인샵			
	음료수/주류	1 Box	30,000원	-			
합 계							7,514,000원

7. 손익분석

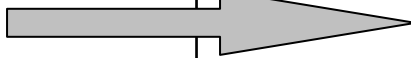
(단위: 천원)

구 분	BEP		1년차		2년차		3년차		계		비 고
	(1년차기준)	%		%		%		%		%	
매 출 액	289,000		366,300		336,077		319,405		1,021,782		재료비 5%
월평균 매출	24,083		30,525		28,006		26,617		85,149		
일평균 매출	792		1,004		921		875		933		
매출원가	78,897	27.3	100,000	27.3	106,125	31.6	87,198	27.3	293,323	28.7	
(재 료 비)	75,140	26.0	95,238	26.0	106,125	31.6	87,198	27.3	288,561	28.2	재료비 5%
(재고감모손)	3,757	1.3	4,762	1.3					4,762	0.5	
매출이익	210,103	57.4	266,300	72.7	229,952	68.4	232,208	72.7	728,460	71.3	
판매관리비	206,563	71.5	218,158	59.6	206,602	61.5	184,220	57.7	608,981	59.6	3년 정액
(인건비)	110,880	38.4	110,880	30.3	103,858	30.9	91,476	28.6	306,214	30.0	
(임대료)	30,000	10.4	30,000	8.2	30,000	8.9	22,500	7.0	82,500	8.1	
(수도광열비)	8,670	3.0	10,989	3.0	10,082	3.0	9,582	3.0	30,653	3.0	
(제세공과, 부가세)	17,340	6.0	21,978	6.0	20,165	6.0	19,164	6.0	61,307	6.0	
(소모,비품비)	8,670	3.0	10,989	3.0	10,082	3.0	9,582	3.0	30,653	3.0	
(기타경비)	8,670	3.0	10,989	3.0	10,082	3.0	9,582	3.0	30,653	3.0	
(감가상각비)	22,333	7.7	22,333	6.1	22,333	6.6	22,333	7.0	67,000	6.6	
영업이익	3,540	1.2	48,142	13.1	23,349	6.9	47,988	15.0	119,479	11.7	대출금리 8%
영외 비용	3,639	1.3	3,639	1.0	2,936	0.9	2,721	0.9	9,296	0.9	
(지급이자)	3,639	1.3	3,639	1.0	2,936	0.9	2,721	0.9	9,296	0.9	
경상 이익	- 99	0.0	44,503	12.1	0,413	6.1	45,266	14.2	110,182	10.8	

8. 현금흐름표

별도 파일 제공

9. 추진일정

항목	일정				비고
	(D-3)월	(D-2)월	(D-1)월	(D)월	
상권조사					
입지조사					
입지선정					
인테리어선정/공사					
위생검사					
촉진계획					
야채상확보					
비품배치					
오픈연습					
홍보활동					
오 픈					