

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет: экономический

Кафедра: экономической безопасности и экспертизы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой

Е.С. Рычков

« 5 » 09 2018

З А Д А Н И Е

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента Стельмашенко Ирины Николаевны

1. Тема выпускной бакалаврской работы «Экономическое обоснование организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск» (утверждено приказом от 15.04.2019 № 847-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17.06.2019 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: учебная и методологическая литература, интернет ресурсы

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов) Теоретические аспекты проектирования предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос. Организация предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск. Экономическое обоснование организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): 16 таблиц, 6 рисунков, 3 формулы

6. Дата выдачи задания: 05.09.2018

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта): Новопашина Елена Сергеевна

Задание принял к исполнению (дата): 05.09.2018

(подпись студента)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1 Теоретические аспекты проектирование предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос

1.1 Правовые аспекты организации предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос

1.2 Характеристика потребности в услугах предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос

1.3 Сетевой анализ и календарное планирование

2 Организация предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

2.1 Анализ рынка общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

2.2 Целесообразность создания предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

2.3 Концепция проекта предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

2.4 Маркетинговый план

2.5 Организационно-производственный план

3 Экономическое обоснование организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

3.1 Обоснование затрат на организацию предприятия общественного питания в г. Благовещенск

3.2 Инвестиционный и финансовый план открытия предприятия

общественного питания в г. Благовещенск

Заключение

Библиографический список

Приложение А

ВВЕДЕНИЕ

Питание, занимает одно из важнейших мест в нашей жизни. От того, как человек питается, зависит его здоровье, настроение, трудоспособность. Следовательно, питание человека-это не только его личное, но и общественное дело. В настоящее время многие исследователи и практики отмечают, что рынок общественного питания в России имеет хорошие перспективы развития. Люди все больше и больше склонны потреблять еду вне дома в предприятиях общественного питания. Развивается культура потребления услуги ресторанов, кафе, фастфудов. Существует огромное разнообразие предприятий общественного питания, что свидетельствует о наличии спроса на предоставления услуг питания.

Стоит отметить рост конкуренции в этой отрасли, это связано с быстро развивающимися предприятиями общественного питания и увеличение их концентрации. Ужесточение конкуренции на рынке услуг общественного питания предъявляет особые требования к предприятиям, делающим первые шаги по вхождению на рынок. От того, насколько предприятие способно удовлетворить потребности определенного сегмента потребителей, насколько точно произведены экономические расчеты, во многом зависит его выживаемость на рынке.

Цель бакалаврской работы - проанализировать особенности организации предприятий общественного питания и экономическое обоснование организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск.

Задачи выпускной квалификационной работы:

1. Изучить организационные основы создания предприятия.
2. Определить основные показатели экономической эффективности инвестиционного проекта.
3. Разработать проект создания предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос .

4. Провести экономическое обоснование проекта.
5. Экономическое обоснование организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос

Объект – малое предприятие общественного питания.

Предметом исследования является процесс разработки инвестиционного проекта создания предприятия и оценка его эффективности.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ С ОБСЛУЖИВАНИЕМ НА ВЫНОС

1.1 Правовые аспекты организации предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос

Общественное питание как отрасль народного хозяйства представляет собой совокупность предприятий, объединенных по характеру перерабатываемого сырья и выпускаемой продукции, организации производства и формы обслуживания населения.

Основными задачами предприятий общественного питания являются наиболее полное удовлетворение спросов населения, улучшения качества выпускаемой продукции, повышение культуры обслуживания.

Услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах, столовых, закусочных и других местах общественного питания, типы которых, а для ресторанов и баров также их классы (люкс, высший, первый) определяются исполнителем в соответствии с государственным стандартом.

Исполнитель обязан соблюдать установленные в государственных стандартах, санитарных, противопожарных правилах, технологических нормативах, других правилах и нормативных документах обязательные требования к качеству услуг, их безопасности для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества.

В настоящее время быстрое увеличение количества предприятий общественного питания, рост конкуренции между ними, а также необходимость государственного регулирования качества предоставляемых ими услуг стали важными задачами правового обеспечения данных предприятий. Степень изученности последнего пункта является крайне низкой, как в литературе зарубежных стран, так и в литературных изданиях Российской Федерации. Необходимым является рассмотрение нормативно-

правовой документации в сфере управления качеством услуг общественного питания, а также исследование процесса государственного регулирования качества услуг питания и законодательных актов Российской Федерации в этой сфере.

Государство осуществляет свое вмешательство в регулирование системы общественного питания посредством административных и экономических методов. Качество услуг в сфере общественного питания регулируется с помощью законодательных и нормативных правовых актов, которые определяют права и обязанности каждой из сторон. Базой для разработки документов является Гражданский кодекс Российской Федерации и Федеральный закон «О защите прав потребителей». Существуют утвержденные специальным Постановлением Правительства РФ «Правила оказания услуг общественного питания», которые были разработаны в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей». Данные правила являются обязательными для всех исполнителей услуг общественного питания.

Этими правилами не закрепляется понятие «услуги общественного питания», а лишь определяется, что услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах, столовых, закусочных и других местах общественного питания. Тем не менее, данные правила детализируют набор оказываемых услуг общественного питания, порядок заключения соответствующего договора, права потребителя услуг (заказчика) и исполнителя, обязанности каждой из сторон, а также ответственность за их нарушение. Кроме того, данные Правила определяют порядок приема и оформления заказов на услуги, а также самого оказания услуг, порядок и форму их оплаты. Вне зависимости от формы деятельности, все предприятия общественного питания опираются на одну нормативно-правовую базу, которая состоит из следующих, обязательных к исполнению и соблюдению, документов:

- Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 03.07.2016) «О защите прав потребителей»;
- Постановление Правительства РФ от 10.05.2007 № 276 «О внесении изменений в Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1036»;
- Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О качестве и безопасности пищевых продуктов»;
- Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (с изм. и доп., вступ. в силу с 04.07.2016);
- «ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» (вместе с «Минимальными требованиями к предприятиям (объектам) общественного питания различных типов») (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.11.2013 № 1676-ст);
- «ГОСТ 30390-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия» (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.11.2013 № 1675-ст);
- «ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» (вместе с «Минимальными требованиями к предприятиям (объектам) общественного питания различных типов») (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.11.2013 № 1676-ст);

- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 22.05.2003 № 98 «О введении в действие Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1324-03» (вместе с «СанПиН 2.3.2.1324-03. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы», утв. Главным государственным врачом РФ 21.05.2003) (Зарегистрировано в Минюсте РФ 06.06.2003 № 4654) Являясь одной из отраслей народного хозяйства, общественное питание выступает в виде множества предприятий, которые имеют сходный вид производства и переработки продукции, а кроме этого организуют реализацию и потребление произведенных изделий.

Регулирование таких предприятий общественного питания со стороны государства основывается на положениях Конституции Российской Федерации. Любой нормативно-правовой акт, который имеет отношение к регулированию общественного питания, должен соответствовать конституционным нормам.

Одними из наиболее важных аспектов, относящихся к государственному регулированию, являются регламентация и государственное воздействие на рынок, при котором происходит изъятие определенного количества прибыли через систему налогообложения.

Отсутствие в настоящий момент единого нормативно - правового законодательства в сфере общественного питания значительно усложняет процесс взаимодействия всех сторон, принимающих участие в производстве и реализации продукции. Одну из основных ролей в сфере общественного питания играет контрольно-регулирующая функция системы государственного регулирования. Особенностью рыночной экономики является установление направления развития рынка в целом, поддержание нормального функционирования регулирующих механизмов. Она не предусматривает четкую регламентацию деятельности всех

предприятий. В отличие от рыночного механизма регулирования сферы общественного питания, чьим приоритетом является обеспечение порядка в процессе производства, а также операции с совокупным общественным и национальным доходом, у государственного регулирования имеются свои приоритеты, больше ориентированные на социальную сферу.

1.2 Характеристика потребности в услугах предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос

Потребность - это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека. Потребности людей практически не ограничены. Каждый покупатель предпочитает выбирать товары, которые имеют высшую потребительскую ценность и способны обеспечить максимальное удовлетворение за ту сумму, которую покупатель в состоянии заплатить. Потребности, подкрепленные покупательской способностью, переходят в категорию запросов.

Услуги предприятий общественного питания, как любой товар, должны соответствовать определенным критериям, основными из которых являются: качество приготовления продукции и качество сервиса, т.е. удовлетворение физиологических и культурных потребностей потребителей, их вкусов, создание атмосферы непринужденности и уюта в местах реализации и потребления пищи, направленных на привлечение как можно большего количества потенциальных потребителей.

В системе общественного питания рыночные отношения получили наибольшее развитие. Именно они формируют эффективный механизм удовлетворения потребностей населения в отличие от «советского времени», когда услуги общественного питания были направлены на «массу» потребителей, но не удовлетворяли потребности конкретного потребителя. В настоящее время миссия предприятий общественного питания заключается

в удовлетворении индивидуальных, персонифицированных потребностей населения не только в услугах по организации питания, но и по организации досуга населения.

В современных общественно-экономических условиях перехода к рынку меняются структура, характер и качество услуг общественного питания.

Изменилось отношение к потребителю, так как конкурентоспособность предприятий питания зависит от качества продукции и услуг, их разнообразия, привлекательности конкретного хозяйствующего субъекта для потребителя.

Услуги – категория исторически развивающаяся, изменяющаяся. На том или ином этапе экономического развития одни услуги прочно входят в жизнь, становятся традиционными, другие только зарождаются.

Развитие услуг, оказываемых предприятиями общественного питания потребителям, носит объективный характер и определяется рядом факторов:

- развитие услуг стало объективной потребностью граждан, а также потребителей и изготовителей средств производства, которые отдают предпочтение тем предприятиям общественного питания, где могут получить большую часть известных видов услуг, экономящих время и средства, создающих комфорт и дающих гарантию качества потребляемой продукции;
- научно-технический прогресс создает все новые предпосылки для расширения услуг в сфере общественного питания, порождает необходимость развития обслуживания и в то же время обеспечивает развитие услуг.

С учетом указанных факторов и тенденций роста предложения и потребления услуг в нашей стране и за рубежом можно утверждать, что

потребность в услугах будет опережать потребность в товарах. Однако следует отметить, что коммерческие перспективы – важная, но далеко не единственная причина развития сферы услуг. Со становлением этой сферы тесно связано решение многих задач социально-ориентированной экономики, в направлении которой развивается наша страна.

В российской экономике дореформенного периода услугам предприятий общественного питания отводилась пассивная роль: предприятия выбирались потребителем, в основном, в зависимости от качества и ассортимента предлагаемых блюд.

Сущность услуги общественного питания следует понимать как совокупность действий или результат деятельности предприятий и граждан предпринимателей, связанных или не связанных с продукцией общественного питания, направленных на удовлетворение потребностей населения в питании и проведении досуга и являющихся объектом купли-продажи

1.3 Сетевой анализ и календарное планирование

Для успешной реализации проекта необходимо составить его реалистичное расписание, позволяющее распределить ресурсы и контролировать ход выполнения проекта. С этой целью составляются и анализируются сетевые модели проекта, определяющие конкретные взаимосвязи между задачами (пакетами работ). На основе сетевого анализа можно определить вероятную продолжительность выполнения работ, их стоимость, возможные размеры экономии времени или денежных средств, а также то, выполнение каких операций можно отложить без ущерба для расписания проекта в целом, а какие являются критическими, т.е. их задержка означает срыв сроков реализации всего проекта.

Сетевой анализ включает в себя построение критического пути проекта, т.е. определение последовательности выполнения критических операций. Критическими операциями являются те, для которых ранние и поздние

сроки начала и окончания совпадают. Поздний срок начала операции - дата, позже которой невозможно приступить к выполнению операции, не нарушив при этом срок реализации проекта в целом. Поздний срок окончания - дата, позже которой нельзя завершить операцию, не задержав выполнение проекта.

Графическим отображением сетевого анализа и календарного планирования выступают сетевые графики, график Ганта, различные таблицы.

Анализ рисков. Риск возникает тогда, когда нужно принять решение, связанное с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора. Риски, которым подвержен проект, могут возникать в силу как внутренних, так и внешних факторов неопределенности. Внешние риски непосредственно не связаны с деятельностью компании. На их уровень влияет большое количество факторов, в том числе факторы прямого воздействия (поставщики, потребители, конкуренты, профсоюзы, государственные органы) и факторы косвенного воздействия (политические, экономические, демографические, социальные и др.). Внутренние риски обусловлены деятельностью самой компании и ее стейкхолдеров (заинтересованных лиц). На их уровень влияют:

- качество управления;
- уровень специализации;
- уровень производительности труда;
- уровень техники безопасности;
- эффективность логистических схем;
- недооценка конкурентов;
- ошибочная ценовая политика и др.

Экономические методы. Прежде всего, к ним следует отнести методы оценки стоимости. Общая стоимость проекта зависит от стоимости выполнения каждой его операции, а также от дополнительных постоянных или переменных расходов. Также в ходе планирования и реализации проекта используется метод бюджетирования. Бюджет проекта - это план, выраженный в количественных показателях и отражающий затраты, необходимые для достижения поставленной цели. В бюджете представлены оценочные результаты откорректированного календарного плана и стратегии реализации проекта. Процесс составления бюджета проекта представляет собой распределение сметной стоимости во времени на основании календарного плана.

Социально-психологические методы. Они используются при управлении коммуникациями и человеческими ресурсами в проекте. К ним можно отнести методы управления командами, управление конфликтами, построение коммуникационных сетей, управление ожиданиями стейкхолдеров проекта, управление изменениями и другие.

В завершении можно сделать следующие выводы: предприятия общественного питания создаются для производства, реализации и организации потребления продукции и организации досуга населения и рассматриваются как общественно-организованная форма удовлетворения потребностей людей в готовой пище. Можно выделить следующие особенности организации предприятия общественного питания:

- они обязаны соблюдать обязательные требования к качеству услуг, безопасности их для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества;
- услуги всех типов предприятий общественного питания подлежат обязательной сертификации;
- предъявляются особые требования к условиям ведения деятельности;

- особые требования предъявляются к персоналу предприятий общественного питания.

Организация вновь открывающегося предприятия общественного питания представляет собой сложный процесс, который можно условно разделить на несколько этапов:

- проектирование, в ходе которого определяются вид и тип, характерные особенности предприятия;
- поиск подходящего помещения и разработка технологического проекта;
- получение ряда разрешений и согласований;
- разработка внутренней документации.

Одним из наиболее эффективных подходов к организации нового предприятия общественного питания выступает проект-менеджмент. Управление проектом включает совокупность процессов инициации, планирования, организации исполнения, контроля и завершения проекта. Совокупность этих процессов составляет жизненный цикл проекта. Управление проектом предполагает использование различных методов: проектного анализа, сетевого анализа и календарного планирования, анализа рисков, экономических и социально-психологических методов.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ С ОБСЛУЖИВАНИЕМ НА ВЫНОС В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСК

2.1 Анализ рынка общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

В настоящее время многие исследователи и практики отмечают, что рынок общественного питания в России имеет хорошие перспективы развития. Потенциал увеличения рынка общественного питания может достигнуть до 300-500 %. Люди все больше и больше склонны потреблять еду вне дома в предприятиях общественного питания. Сфера общественного питания играет огромную роль в жизни каждого человека, современного общества в целом и занимает особое место в сфере услуг.

Рассмотрим рынок общественного питания на примере города Благовещенск.

Как сообщила Ольга Здункевич, начальник управления по развитию потребительского рынка и услуг. «По состоянию на начало 2019 года количество предприятий общественного питания составило 516 объектов. Из них общедоступных - 407 с общим числом посадочных мест 17225»

На начало текущего года обеспеченность населения города посадочными местами составила 75 посадочных мест на 1000 жителей, при нормативе 40 мест в областных центрах с населением от 100 до 250 тысяч жителей. В 2019 году на территории города свою деятельность осуществляют:

- ресторанов – 20;
- кафе – 133;
- кофеен – 18;
- баров – 110;
- закусочных – 75;

- столовых – 34;
- буфетов 14;
- автокафе – 4;
- кафетерий – 1;
- магазина кулинария - 2.

Более наглядно информации представлена на рисунке 1.

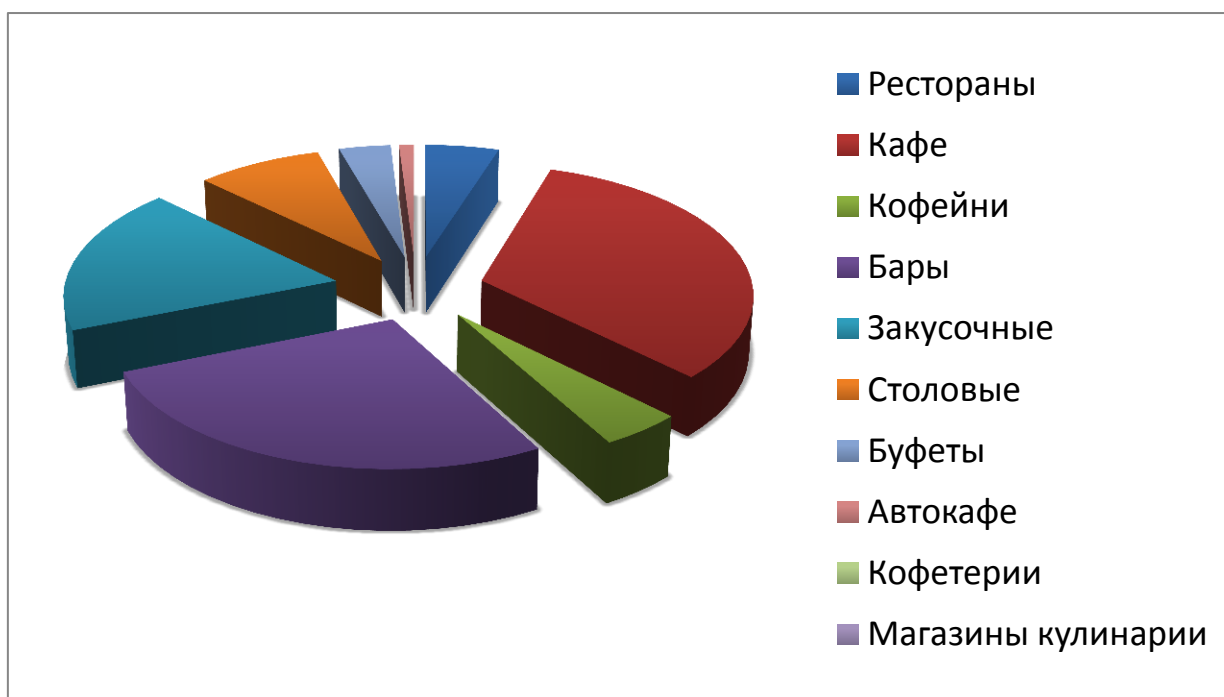


Рисунок 1 – На территории города Благовещенск свою деятельность осуществляют представленные предприятия

Предприятия общепита предлагают потребителям блюда в ассортименте разнообразных видов кухонь, как традиционной русской кухни, так и европейской, китайской и более 10 видов других национальных и зарубежных кухонь. По видам специализации среди предприятий общепита в прошлом году сохраняется преобладание предприятий с русской и китайской кухней (121 и 46 объектов соответственно).

Как и в 2017 году, в прошедшем году демонстрируют высокую динамику развития заведения быстрого питания. Отмечается рост предприятий, ориентированных на фаст-фуд (на 7 единиц). Их общее количество на начало года составило 30 объектов. По-прежнему основной причиной роста данных предприятий остается относительно небольшие затраты и инвестиции на их открытие.

В сфере городского образования и здравоохранения продолжают свою деятельность 75 столовых, буфетов и пищеблоков, их удельный вес составляет 14,5 % в общей структуре предприятий общепита.

Также в этом году наш город был открыт для больших и всемирно-известных франшиз быстрого питания, на сегодняшний день в городе функционируют два заведения KFC(международная сеть ресторанов общественного питания, специализирующаяся на блюдах из курицы) и в летний период этого года ожидается открытие «Black Star Burger» - российская сеть ресторанов быстрого питания.

В целом за 2018 год предприятиями общепита реализовано продукции на 3,08 миллиарда рублей. Стоит отметить, что сегодня этот показатель демонстрирует положительную динамику. В абсолютных цифрах рост по сравнению с 2017 годом составил 328,6 миллионов рублей. Прослеживается тенденция к повышению культуры питания в городе Благовещенск

2.2 Целесообразность создания предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

Развитие отрасли общественного питания во многом зависит от состояния внешней среды, т. е. от социально-экономических, демографических, политических процессов, протекающих, в том числе, в крупнейшем городе амурской области - Благовещенске. Исходя из этого представляется необходимым охарактеризовать современное состояние Благовещенска и перспективы его развития.

Благовещенск относится к одному из лидирующих городов Дальнего востока по обороту общественного питания. За 2011-2017 годы по обороту общественного питания Благовещенск занимает третье место после Владивостока и Хабаровска.

Формирование и развитие сети предприятий общественного питания города находится под влиянием системы разнонаправленных и противоречивых внешних и внутренних факторов и условий.

Демографические факторы.

Спрос на продукцию, производимую предприятиями общественного питания, имеет прямо пропорциональную зависимость от демографической ситуации в стране.

Численность постоянно проживающего населения Благовещенска составляет 225,1 тыс. чел. Этот показатель за последнее десятилетие имеет тенденцию к уменьшению, что, однако, частично компенсируется миграцией. В 2010-2015 годах отмечалось увеличение рождаемости.

Действующие демографические тенденции позволяют прогнозировать дальнейшее уменьшение естественной убыли населения.

Численность трудоспособного населения в ближайшие несколько лет останется примерно на уровне 2015 г., главным образом за счет миграционного притока.

В городе Благовещенск проживает более 225 тыс. чел., что способствует развитию общественного питания и требует развития конкуренции на рынке.

Основными потенциальными потребителями являются дети (организованное питание в детских коллективах), студенты и трудоспособное население.

Население старше трудоспособного возраста нельзя отнести к активным

потребителям услуг общественного питания из-за специфики образа жизни (нет потребности в питании на месте работы) и более низкого уровня доходов.

Исходя из вышесказанного можно заключить: в услугах общественного питания в городе нуждается порядка 200 тыс. чел.

Экономические факторы.

Спрос на тот или иной вид продукции предприятий общественного питания зависит от реальных доходов населения, инвестиционной активности, государственных расходов, возможностей получения кредита. Общий источник, формирующий все эти условия, - валовой внутренний продукт (ВВП) и национальный доход. Поэтому анализ показателей макроэкономического уровня является основой стратегического планирования предприятия.

Общее состояние экономики сказывается и на деятельности предприятий общественного питания. Общая экономическая обстановка обуславливает уменьшение объемов денежных средств, которые могут истратить покупатели на приобретение товаров.

Рост доходов населения стимулирует развитие потребительского рынка. Оборот розничной торговли и объем платных услуг населению в Благовещенске растет среднегодовыми темпами 14-15 %. Высокая потребительская активность способствует развитию сети предприятий общественного питания.

Развитие общественного питания во многом зависит от сложившейся инфраструктуры пищевой промышленности, а также оптовой торговли.

Политические факторы, в первую очередь влияние государственного управления.

Главная задача власти и бизнеса - добиться полной защищенности

законных прав и интересов хозяйствующих субъектов, с одной стороны, и исполнения ими всех требований федерального законодательства - с другой.

Реализация системных мер, направленных на улучшение условий деятельности малого предпринимательства, уже отразилась на результатах его работы. Среди предприятий общественного питания преобладают малые с численностью работников до 50 человек. Субъекты малого предпринимательства дают более 60 % товарооборота.

Удельный вес крупных и средних организаций Благовещенска в 2018 г. снизился на 6,7 % и составил 31,9 %; 68,1 % оборота общественного питания дают субъекты малого предпринимательства.

В структуре предприятий преобладают предприятия частной формы собственности.

Формы работы власти - это и индивидуальные консультации для представителей малого бизнеса, и участие бизнеса в реализации программ развития территории, и активная инвестиционная деятельность. Социально-культурная среда. Несмотря на достаточно низкие темпы изменения, она заметно влияет на систему ценностей и модели поведения людей как потребителей.

В последние годы на рынке общественного питания произошли изменения спроса: более всего востребованы традиционная русская и кухни Китая, к которым сформирована привычка у большинства населения. Также наблюдается спрос на европейскую кухню.

Предприятия общественного питания Благовещенска в своем развитии опережают потребности населения, поэтому предприятия, вначале предлагавшие экзотическую кухню, в итоге переходят на традиционную, к тому же традиционная кухня обладает меньшими рисками в плане поставок продуктов.

В экономике города торговля и общественное питание занимают второе место по количеству занятых - 16,5 %, или более 80 тыс. чел. В Благовещенске в последние годы сфера общественного питания развивается быстрыми темпами.

Ежегодный прирост товарооборота составляет в Благовещенске порядка 300 тыс. руб. Факторы наращивания товарооборота:

- увеличение количества предприятий общественного питания;
- рост цен (в том числе за счет инфляции);
- увеличение спроса на услуги предприятий общественного питания в связи с ростом доходов населения.

Структура сети предприятий общественного питания изменяется как количественно, так и качественно. Количественно за 5 лет ежегодный прирост числа предприятий общественного питания составлял в среднем 10 предприятий в год.

Сеть предприятий общественного питания расширяется за счет ввода в действие таких типов предприятий общественного питания, как рестораны, бары, кафе, кофейни, автокафе, предприятия быстрого питания. В структуре сети сокращается доля столовых и закусочных. Уменьшение количества закусочных происходит за счет прихода на рынок Благовещенска предприятий быстрого питания.

Наибольшее количество предприятий общественного питания находится в центре города. Это связано с тем, что район имеет общегородское значение, в нем находится большое количество административных органов, коммерческих структур, автовокзал и торговые центры что обеспечивает высокий уровень спроса на услуги и продукцию предприятий общественного питания.

Наибольшее количество предприятий общественного питания

сконцентрировано на улицах 50 лет октября и Ленина; это связано с тем, что данные улицы расположены преимущественно в центральной части города и вдоль набережной города. Нехватка же мест ощущается более всего в микрорайоне, район тайваня, а также в районах новой застройки.

Для современного этапа развития общественного питания в Благовещенске характерно создание так называемых «концептуальных» ресторанов, баров, кафе. Концептуальным называется предприятие общественного питания, в котором интерьер оформлен в национальном или экзотическом стиле, а в меню возможно смешение кухонь и стилей. Идея концептуального предприятия общественного питания включает выбор предпринимателем определенной темы, в соответствии с которой разрабатывается меню, оформляется интерьер, выбираются поставщики оборудования, посуды, приборов, продуктов, напитков. В качестве темы может быть использован кинематографический, исторический, литературный или другой сюжет. Например, в кафе «Пельмешки да Вареники», «Пельменная сосисочная», «Русская изба» интерьеры залов и униформа персонала выполнены в русском стиле, меню включает блюда русской кухни. Широкое распространение получили предприятия, специализирующиеся на азиатской (ресторан «Лун Фу») или итальянской («Coffee Garage», «Romano») кухне. Ряд баров оформлен с учетом национальных ирландских, шотландских традиций («Пиплз», «Narat's pub»). Выделяется такое новое направление, как музыкальные пабы («От винта»). Популярностью пользуются и караоке бары («Большая медведица», «Lupo»).

В Благовещенске сравнительно слабо развиты сети общественного питания. Пока в городе таких структур сравнительно немного - это «Время чая», «Фри тайм», «Кофейня №1», несколько пиццерий. Из федеральных и международных сетей представлены «Додо», «KFC».

Тенденция роста доли предприятий общественного питания также связана с приходом на рынок московских и зарубежных компаний. Первым

предприятием питания, открытым не местными рестораторами, стал ресторан «Romano».

В качестве наиболее заметной тенденции роста рынка, также можно выделить увеличение спроса на банкетное и кейтеринговое обслуживание. Особенно возросла потребность в залах на 120-150 мест. Это связано с бурным развитием бизнеса в городе и ростом доходов населения. В целом, ресторанный бизнес развивается в Благовещенске более динамично, чем, например, в Белогорске, Свободном или Нерюнгри. Каждый год в областном центре появляются десятки новых кафе и ресторанов.

Наиболее высокие коэффициенты как социальной, так и экономической эффективности наблюдаются у таких типов предприятий, как ресторан, бар, кафе, расположенных в центральной зоне Благовещенска. Эффективные предприятия сосредоточены в средней зоне города. Наименьшей эффективностью обладают столовые, закусочные в периферийной зоне Благовещенска.

Исходя из проанализированных данных, было выявлено, что за последние несколько лет увеличилось число предприятий общественного питания. В связи с этим увеличился спрос, а следовательно увеличилась конкуренция.

Одним из доминирующих факторов, определяющих количество потенциальных потребителей услуг общественного питания, является покупательская способность населения.

Существуют факторы, которые необходимо учитывать при составлении прогнозов. На рынке ресторанного бизнеса Благовещенска следует учитывать:

- динамику конкуренции;
- развитие модных тенденций;
- мотивация потенциальных потребителей;

- сезонность;

- развитие рынка недвижимости, рынка ресторанного оборудования, рынка рекламы и т.д.

Основной целью исследования является исследование спроса на рынке услуг общественного питания, и на основании этого принятия решения о целесообразности открытия нового кафе.

Для исследования был выбран метод анкетного опроса, целью которого было выявление покупательских предпочтений и запросов населения города Благовещенска и изучение рыночного спроса на ресторанные услуги.

Исследование проводилось в течение двух месяцев: февраль-март 2019 года. В анкетном опросе приняло участие 100 человек разного социального положения, профессии, пола и возраста от 20 лет. Опрос проводился в центре города на улицах Ленина, 50 Лет Октября, Калинина.

Анкетный опрос - самое распространенное орудие при сборе первичных данных. Предложенная анкета представляет собой ряд вопросов, которая включает открытые и закрытые вопросы. Формулировка вопросов проста, недвусмысленна, не влияет на ответ. Первые вопросы заинтересовывают опрашиваемого, более сложные помещены в конец анкеты.

При этом происходит сбор предварительных данных, которые помогают в изучении рыночного спроса на ресторанные услуги и изучении потребителей.

Как упоминалось выше, исследование спроса на услуги общественного питания проводятся методом анкетного опроса. Предложенная анкета представляет собой ряд вопросов, на которые опрашиваемый должен дать ответы (Приложение А).

Каждый ответ на вопрос анкеты несет в себе определенную информацию,

обработав которую можно сделать вывод о целесообразности открытия нового заведения общественного питания, выборе определенного сегмента рынка и позиционирования данного заведения.

Возрастная группа опрашиваемых распределилась следующим образом:

- 18-25 лет - 20 %;
- 26-35 лет - 25 %;
- 36-45 лет - 55 %.

Результаты опроса на первый вопрос анкеты «Как часто Вы пользуетесь услугами общественного питания в городе Благовещенск?» приведены на рисунок 2.

Всего 26 % опрошенных пользуются услугами общественного питания постоянно. Не пользуются услугами общественного питания всего 8 %.

Частота использования услуг общественного питания в Благовещенске

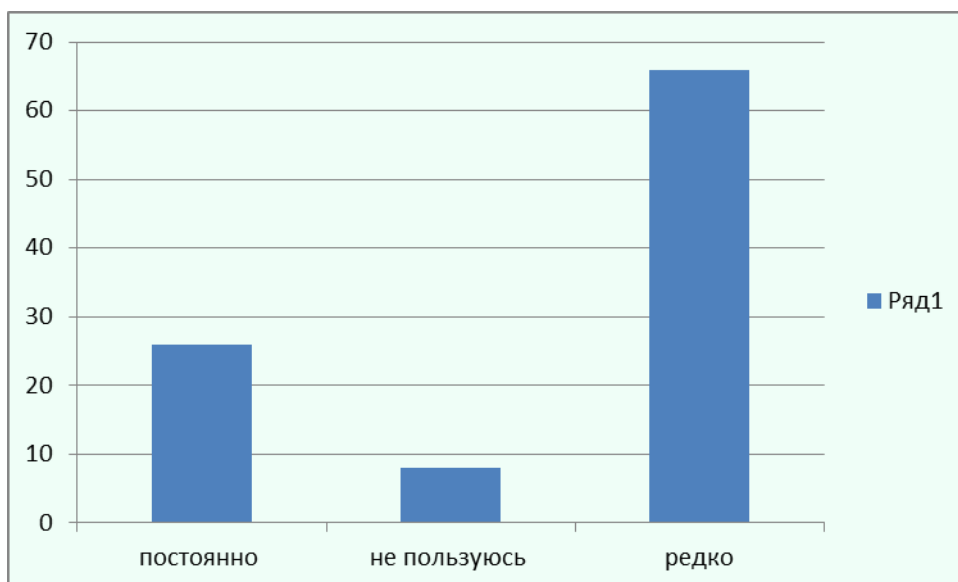


Рисунок 2 – Результаты опроса на первый вопрос анкеты «Как часто Вы пользуетесь услугами общественного питания в городе Благовещенск?»

Результаты опроса на второй вопрос «Как регулярно Вы посещаете заведения общественного питания?» приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Регулярность посещения заведений общественного питания
Благовещенска

Регулярность посещения	Рестораны	Кафе	Бары
Не посещают	72	8	20
Редко	59	18	23
В праздники	10	86	4
Раз в месяц	8	77	15
Раз в неделю	1	70	29
Почти ежедневно	0	94	6

Почти ежедневно или раз в неделю кафе посещают от 20 до 28 % респондентов, 36 % - в праздники. Только 8 % опрошенных не посещают кафе. Не посещают рестораны 46 % респондентов и очень редко посещают - 65 %.

В праздники большее количество опрошенных - 28 % посещают кафе. Ниже всего процент посещения баров в городе.

«С какой целью Вы посещаете кафе?». На этот вопрос ответили так: 56 % опрошенных приходят в кафе с целью развлечения и отдыха. Основной целью посещения кафе, исходя из результатов опроса, является посещение заведений с целью проведения рабочих встреч - это почти 35 % и развлечения 26 %, с целью перекуса - 17 %.

Самое популярное время для посещения предприятий общественного питания является вечернее время - 51 % опрошенных, затем обед - 30 % и утро - 19 %.

На пятый вопрос анкеты ответы распределились следующим образом (рисунок 3).

Недостатки предложенных услуг кафе в Благовещенске

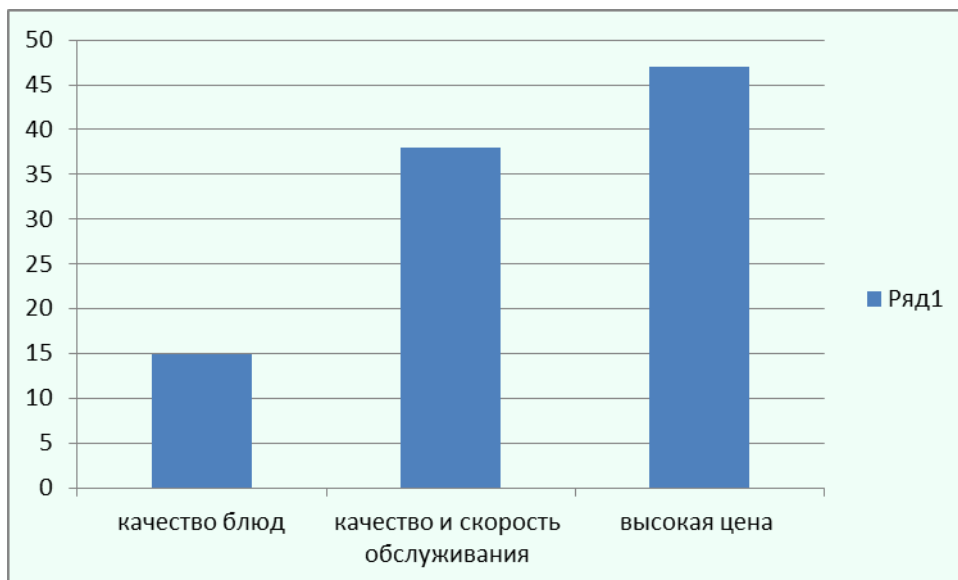


Рисунок 3 – Ответы на пятый вопрос анкеты

Ценой остались недовольны 47 % опрошенных, скоростью и качеством обслуживания 38 %, качеством блюд - 15 %.

Опрашиваемые оценили по пятибалльной шкале уровень качества услуг общественного питания в Благовещенске. Данные приведены в таблица 2.

Таблица 2 - Уровень качества услуг общественного питания в Благовещенске

Балл	1	2	3	4	5
Опрошенных, %	0	5	19	34	42

Ответ о сумме средств, которые опрашиваемые готовы потратить на обед или ужин представлен в рисунке 4.

Сумма средств, которые готовы потратить на обед или ужин в кафе

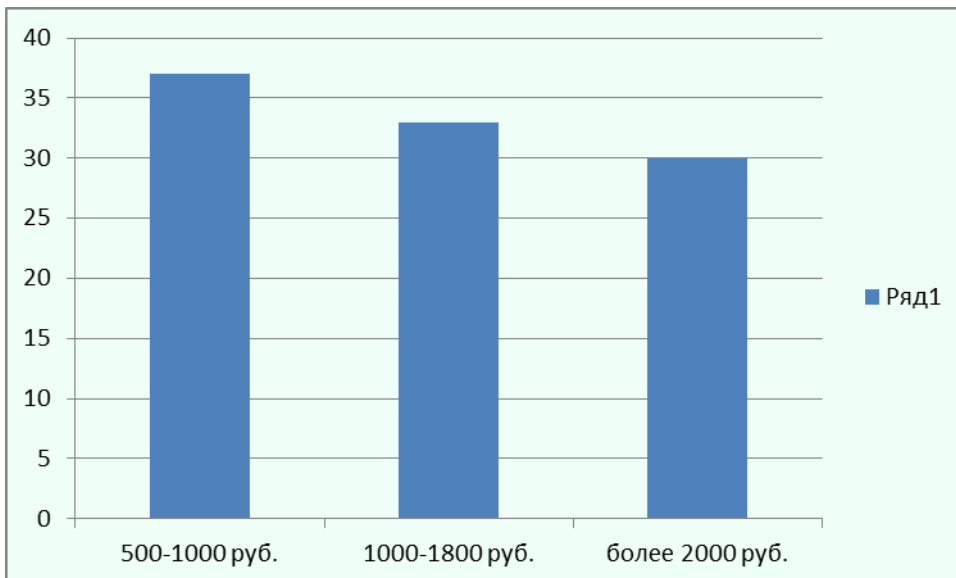


Рисунок 4 – Сумма средств, которые опрашиваемые готовы потратить на обед или ужин

И, наконец, то, что мешает респондентам посещать заведения общепита (рисунок 5).

Причины по которым не посещают заведения общепита

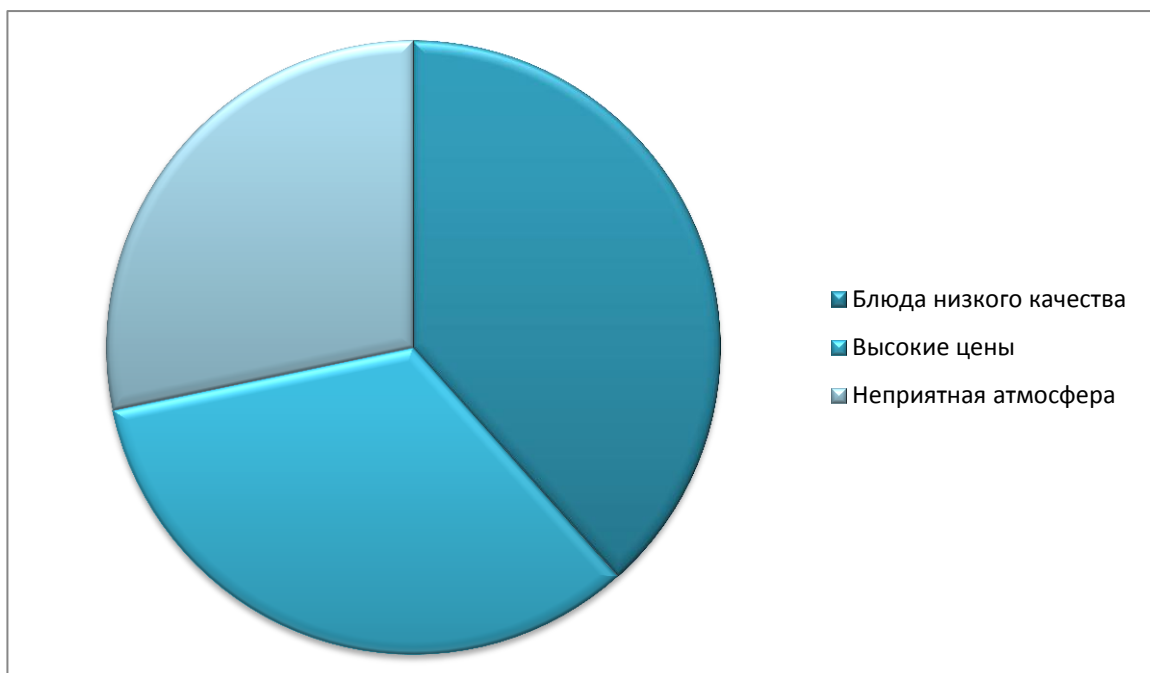


Рисунок 5 – Что мешает респондентам посещать заведения общепита

Основной причиной явились блюда низкого качества - 38 % и высокая цена 33 %, недовольны окружающей атмосферой заведений 29 %.

Таким образом:

- большинство опрашиваемых недовольны ценой, скоростью и качеством обслуживания в заведениях общественного питания;
- на основе ответов на вопрос о средней цене чека, она принята в среднем до 1000 рублей;
- большинство опрашиваемых посещают чаще кафе, чем рестораны и бары.

Поэтому, потенциальный неудовлетворенный спрос может быть удовлетворен услугами открывшегося кафе, сочетающего несколько качеств: высокое качество обслуживания и разнообразию оказывания качественных услуг по (среднего уровня) приемлемой цене.

В итоге можно сделать следующие выводы: неудовлетворенный спрос на услуги кафе с быстрым обслуживанием.

Причины: отсутствие в г. Благовещенск на территории района набережной кафе в современном стиле с обслуживанием на вынос, и недорогой ценовой политикой. Как создать новое кафе с обслуживанием на вынос в г. Благовещенске? Проблема ранее не решалась в районе набережной, так как ранее не проводилось должным образом исследование рынка общественного питания в г. Благовещенск. Учитывая развитие города и расположенных рядом учебных заведений, офисов - все это обеспечивает хороший поток посетителей. Большинство из них люди со средним бюджетом. Люди, которые приходят в общепит, хотят не только вкусно пообедать или поужинать, но и чувствовать внимание и гостеприимство персонала. Если в настоящее время городу не хватает кафе с небольшим средним чеком хорошего качества, то эту долю рынка мы вполне можем занять.

Рассмотрим ближайшее окружение кафе, которое определено двумя факторами: географический район и ценовой сегмент. Аналогичными характеристиками, определяющими месторасположение и уровень цен, обладают следующие предприятия общественного питания:

- Boulangerie, сеть булочных (ул. Ленина, 150);
- Честер, ресторан (ул. Ленина, 197);
- Шоколадница, кофейня (ул. Ленина, 181);
- Иволга, гастробар (ул. Ленина, 179);
- Романо, кафе итальянской кухни (ул. Ленина, 136);
- Наслада, столовая (ул. Ленина, 130);
- Мята, кафе (ул. Ленина, 130).

Определение стратегических направлений развития предприятия связано с ориентацией на конкурентные преимущества. Основой маркетинговой стратегии кафе должно стать максимальное развитие конкурентных преимуществ. Анализ конкурентного окружения кафе проводился по следующим критериям:

- местоположение предприятия;
- ассортимент предлагаемой продукции;
- уровень цен (показатель - средняя сумма чека);
- уровень сервиса (обслуживание);
- рекламная деятельность;
- продолжительность существования на рынке;
- Деловая репутация (взаимоотношения с контрагентами).

Сравнительный анализ проектируемого кафе с субъектами конкурентного

окружения представлен в таблице 3.

По таблице 3, планируемое кафе уступает в местоположении таким конкурентам как кафе «Romano». Кроме того, кафе «Romano» находится данным на ключевом перекрестке, имеет удобный вход с тротуара. В то же время недостатком расположения конкурирующих предприятий является отсутствие удобного подъезда для автомашин и парковки.

Конкурентным преимуществом нового кафе является наличие парковки перед зданием, удобное расположение в непосредственной близости от крупных образовательных учреждений (Гимназия №1) и офисных центров.

Таблица 3 - Сравнительный анализ с субъектами конкурентного окружения

Основание для сравнения	Boulang e-rie	Честе р	Шоко- ладниц а	Ивол -га	Roma -по	Насла -да	Мят а
Местоположен ие (потенциал проходимости)	4,2	5	5	4,2	4,4	3,4	3,2
Ассортимент предлагаемых блюд	3,2	5	3,4	4,2	4	3	3,4
Уровень цен (средний чек)	3	3,2	3,8	3,4	4	4,2	5
Уровень сервиса (обслуживание)	4	5	3,8	4,2	5	3	3,8
Рекламная деятельность	3,2	4	3	4,2	4	3,2	3

Продолжение таблицы 3

Основание для сравнения	Boulang e-rie	Честе р	Шоко- ладниц а	Ивол -га	Roma -но	Насл а-да	Мят а
Продолжительность существования	3,2	5	5	3,4	3,2	5	3
Деловая репутация	4	5	4,2	4	4,4	3	3,4
Общее количество баллов	24,8	32,2	28,2	27,6	29	24,8	24,8

Также конкурентным преимуществом нового кафе будет являться ассортимент блюд, включающий блюда не только русской кухни (как в кафе «Мята», «Наслада»), но и широкий ассортимент блюд быстрого приготовления.

При анализе показателя среднего чека оценка была тем выше, чем ниже был уровень цен. Так, обслуживание в кафе «Romano» предполагает средний чек в 800 рублей, в то время как средняя сумма чека в кафе «Наслада» составляет 250 рублей. По мере организационного развития и увеличения числа посетителей в день (рост показателя проходимости) сумма среднего чека в планируемом кафе с обслуживанием на вынос вырастет со 150 до 300 рублей.

При оценке уровня сервиса рассматривались показатели скорости обслуживания, коммуникабельность сотрудников (бармены, официанты), доброжелательное отношение к посетителю, рекомендации по выбору блюд и напитков, знание официантами меню.

Конкурентным преимуществом проектируемого кафе будет являться

высокая проходимость, что позволит быстро и качественно обслуживать посетителей даже в «часы пик» - обеденное и вечернее время.

При оценке деловой репутации конкурентов рассматривались показатели степени выполнения обязательств перед контрагентами: задержка оплаты поставляемого сырья, несвоевременная выплата заработной платы, несоблюдение договорных обязательств, несоответствие требованиям лицензирующих и надзорных орган

2.3 Формулировка концепции проекта предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос в городе Благовещенск

Кафе с обслуживанием на вынос будет осуществлять свою деятельность на рынке высокой конкуренции. В настоящее время важно следовать основным тенденциям рынка ресторанного бизнеса, чтобы оставаться конкурентоспособной организацией. Так же стоит учитывать интересы и предпочтения будущих потребителей.

Проектирование кафе подразумевает создание нового предприятия, его организационное и техническое обеспечение, а также найм персонала.

Правовой статус - ИП Стельмашенко И.Н.

Под месторасположение кафе было выбрано место в районе набережной по адресу ул. Ленина, д. 142а. На данной территории в настоящее время находится одноэтажное здание, общей площадью 18 кв. м., потолки от 2,20 м. Здание построено недавно, материал - пеноблок, облицовка - красный кирпич. Коммуникации - электричество, водоснабжение, водоотведение, отопление. Есть один вход, перед стеной расположенной напротив входа и непосредственно возле самого входа есть вместительная асфальтированная автопарковка.

Данное здание сдается в аренду. Цена аренды 800 рублей за 1 м2.

Целевая аудитория кафе - люди со средним достатком. Жители

близлежащей жилой застройки, студенты, сотрудники офисов, автовладельцы.

Так же нам необходимо определиться с перечнем необходимого оборудования и планируемым штатным расписанием. Ремонт помещения в соответствии с дизайн-проектом будет осуществляться на подрядной основе с бюджетом 150 000 рублей.

Таблица 4 - Характеристика типов ресурсов

Тип ресурса	Характеристика
Интеллектуальные	Знание основных субъектов проектной деятельности
Материальные	Производственное оборудование, компьютеры, канцелярские товары, мебель, осветительные приборы, косметические принадлежности
Финансовые	Собственный капитал

Продолжение таблицы 4

Тип ресурса	Характеристика
Управленческие	Квалифицированные менеджеры способные продвигать проект
Нравственно-волевые	Благоприятный социально-психологический климат и в организации и в команде.
Информационные	Мониторинг существующих кафе города
Технологические	Дизайн и строительные технологии
Профессиональные	Профессионально-квалификационный уровень проектной команды в каждой сфере
Правовые	Наличие нормативно-правовых документов: регистрация ИП, договор аренды, разрешение СЭС, лицензия на розничную торговлю
Организационные	Необходимость соответствующих организационных единиц

Таблица 5 - Характеристика состава команды

Должность	Профессиональные качества
Повар	Выносливость, знание европейской, русской кухни
Кассир	Ответственность, стрессоустойчивость,

	коммуникабельность, знание ПК
Администратор	Квалифицированный специалист в области управления персоналом, ответственность
Подсобный рабочий	Активность, аккуратность, трудоспособность

Проект создания кафе реализуется в рамках отдельной организации. Работа над проектом осуществляется в рамках выполнения основных обязанностей.



Рисунок 6 – Организационная структура проекта

На рисунке 6 указана организационная структура проекта и место каждого члена команды, занимаемое в организации. Приведенная структура относится к линейной. Для такой структуры характерно:

- четкое разделение труда и установление жесткой системы обобщенных

формальных правил и стандартов, обеспечивающих выполнение сотрудниками обязанностей и координаций различных задач;

- иерархичность уровней управления, при которых каждый нижестоящий подчиняется вышестоящему и контролируется им;

- четкое разделение труда, что приводит к появлению высококвалифицированных кадров в каждой области.

Структура позволяет оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе всех событий.

На данном этапе определим оптимальное расписание работ и их последовательность, для оптимизации временных ресурсов.

Определим работы и последовательность их выполнения.

Таблица 6 - Последовательность выполнения работ

№ п/п	Действия (задача)	Должно быть завершено после
1	Подготовка документов для регистрации и подача их в ИФНС.	начало проекта
2	Получить свидетельство о регистрации ИП.	1
3	Подтвердить факт применения упрощенной системы налогообложения.	1
4	Получение права на использование упрощенной системы налогообложения.	2
5	Получение лицензии на торговлю алкогольной продукцией, организацию общественного питания.	8
6	Получение документов, подтверждающие соответствие требованиям санитарной, технической, пожарной, экологической безопасности.	2
7	Составить необходимую документацию, полностью отвечающую необходимым правилам и нормам.	6
8	Получение документов о регистрации контрольно-кассового аппарата в налоговой инспекции.	7
9	Разработать должностную инструкцию персонала.	13
10	Установить размеры оплаты за услуги.	1
11	Заключить договор аренды на помещение.	15
12	Составить список необходимых материалов.	18

13	Проведение ремонта.	18
14	Составить список необходимого оборудования.	18
15	Произвести оплату выбранного оборудования.	14
16	Установить оборудование.	13
17	Составить список критериев для кандидатов на должности.	16
18	Составить объявление и разместить его на популярных сайтах по поиску персонала.	17
19	Согласовать проведение собеседований с кандидатами.	18
20	Провести собеседование.	19

Оценка продолжительности и последовательности работ.

Реализация проекта назначена на 8 июня 2019 года. Окончание проекта 15 июля 2019 года. Всего на воплощение проекта установлено 37 рабочих дней.

Мониторинг проекта.

Мониторинг проекта - это непрерывная обратная связь по проводимой работе, оценка эффективности проекта.

Оценка неэкономической эффективности проекта. В результате внедрения всех мероприятий проекта ожидается снижение текучести кадров среди производственного персонала в период работы первого года. Проследить итоги возможно в декабре 2019 года при подготовке годового отчета и подсчете основных показателей по персоналу.

Анализ внешних факторов показал, что в г. Благовещенск существует устойчивый спрос на услуги предприятий общественного питания, который еще полностью не реализован. Необходимо отметить, что в современный период для Благовещенска характерно создание так называемых «концептуальных» ресторанов, баров, кафе. В то же время сравнительно слабо развиты сети общественного питания. В связи с этим возникает необходимость открытия предприятия общественного питания «кафе с обслуживанием на вынос».

2.4 Маркетинговый план

Разработаем комплекс маркетинга для кафе с обслуживанием на вынос с помощью концепции «4P» по основным элементам маркетинга.

1. Product (продукция или услуги создаваемого кафе). Результат исследования показали, что в планируемом кафе следует делать акцент в первую очередь на меню, качество обслуживания и цене. Специализация на меню быстрого приготовления и качестве обслуживания клиентов становится одним из важнейших конкурентных преимуществ в настоящее время на рынке общественного питания в г. Благовещенск.

Наличие красивых и оформленных блюд, широта меню и быстрота приготовления, а также качество обслуживания – это главная задача ассортиментной политики.

С этой целью, возможно, разработать сервис-менеджмент и определить его основные составляющие:

- стандартизация работы персонала: изложить в директивной форме детальное описание того, что, как и в каких ситуациях должен делать персонал;
- обучение кадров (поваров);
- контроль: необходима оценка работы сотрудников, например, оценка работы официантов на выдате, с целью установления качества их обслуживания, скорости и отношения к клиенту;
- система мотивации: использование инструментов материальной и нематериальной заинтересованности сотрудников и увязывание эффективности его работы с вознаграждением.

Меню кафе подразделяется на восемь отделов, которые

представляют собой всю продукцию:

1. Кофе, чай.
2. Выпечка.
3. Горячие блюда.
4. Холодные закуски.
5. Салаты.
7. Напитки и молочные коктейли.
8. Десерты.

Принципиально, что бы концепция данного кафе была направлена на обслуживание на вынос. Что бы все клиенты могли с удовольствием отдохнуть и перекусить. В соответствии с концепцией, кафе будет разделено на 2 зоны:

- зона приема заказа;
- зона приготовления блюд.

Услугами кафе будут:

- изготовление и продажа блюд;
- осуществление доставки готовых блюд.

2. Price (ценообразование создаваемого кафе). При анализе ценообразования учитывалось следующее:

- себестоимость услуг;
- цены конкурентов на аналогичные услуги;
- уникальность данной услуги;
- готовность людей платить за данные услуги;
- высокий уровень доходов населения;

– расположение кафе рядом с учебными заведениями, офисными зданиями, парковой зоной.

Формирование цен основано не на принципе «затраты + норма прибыли», а на соотношении позиций ассортимента с позициями конкурентов по критерию цена-качество.

3. Promotion (продвижение кафе).

Бонусы. Необходимо создать дополнительные отличия от конкурентов. В качестве дополнительного бонуса можно добавить в заказ небольшое бесплатное приложение. Это могут быть купоны со скидками, конфеты. Этим можно выразить свою благодарность клиенту за сделанный заказ.

Необходима бонусная система накопительных карт – 5% от общей суммы заказа.

Реклама. На первый месяц функционирования кафе в бюджет рекламы заложено 74300 руб.

Вид рекламного мероприятия	Стоимость руб.
Создание информационного ролика длиной (30 секунд)	28000
Размещение ролика на телеканале "ТНТ. Благовещенск", 7 выпусков	25200
Проведение презентации кафе	15000
Постановочный аудиоролик (20секунд)	4500
Дизайн цветной листовки формата до А6+А6	1600
Общие затраты на рекламную	74300

деятельность	
--------------	--

Необходим рекламный ролик на местном телевидении. Сумма затрат – 53200 руб. Создание аудиоролика для вещания на радио стоимость 4500 руб. Разработка дизайна для листовок – 1600 руб. Проведение презентации кафе с приглашением руководителей предприятий и представителей СМИ: 15000 руб. – расходы на организацию приема. Прайс на предоставления услуг по изготовлению рекламных материалов представлен в приложении Б.

Создание рекламного ролика, аудиоролика и разработкой дизайна для рекламных буклетов будет заниматься одна компания «МСрегион» - рекламное агентство полного цикла, имеющих большой практический опыт в организации и проведении рекламных кампаний в регионах Российской Федерации и за ее пределами.

Со второго месяца проекта предполагается ежеквартально инвестировать в рекламную деятельность 25265 руб. по следующим направлениям:

Вид рекламного мероприятия	Стоимость руб.
Реклама на радио (20 выпусков)	15800
Печать рекламных буклетов	3465
Распространение рекламных буклетов (найм аниматора)	6000
Общие затраты на рекламную деятельность	25265

Прайс на размещения аудиоролика на радио в приложении В

На здании, где будет находиться кафе, планируется установить интересный и яркий световой щит, который будет видно с прилегающих территорий

дорог, парка и школы. Главная задача рекламы, обеспечить посещаемость с первых дней работы кафе.

Стоимость светового щита 10000 руб.

4. Place (Месторасположение).

Кафе будет находится по адресу: г. Благовещенск, ул. Ленина, д. 142а

Группа в социальной сети: в группе Вконтакт «vk.com» можно наглядно посмотреть заведение в формате 360°, «зайти» в него и увидеть изнутри, сидя дома, либо в офисе. Также можно указывать различные конкурсы и тематики кафе, акции, скидки.

2.5 Организационно-производственный план

Организационно-правовая форма и налоговое окружение.

Индивидуальный предприниматель (ИП). ИП – физические лица, зарегистрированные в установленном законом порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. Для работы наиболее целесообразно выбрать следующий код ОКВЭД: 56.10.21 - Деятельность предприятий общественного питания с обслуживанием на вынос

Упрощенная система налогообложения (УСН). В данном проекте предполагается использование схемы «доходы». Ставка налога равняется 6%.

Организационная структура и штатное расписание.

Для организации производственного процесса необходим следующий персонал:

- повар – 2 человека (основная заработная плата - 18000 руб.+ стимулирующая 3% от выручки);

- кассир – 2 человека (основная заработная плата –18000 руб. + стимулирующая 3% от выручки);

- подсобный рабочий – уборщица – 1 человека (заработная плата 15000 руб.).

- аниматор – 1 человек (заработная плата 6000 руб.)

Численность работников, занятых в реализации проекта

составляет 6 человек.

Проведем расчет затрат на персонал за четвертый месяц реализации проекта.

Заработная плата за месяц поваров и кассиров :

Если, например, выручка продукции кафе в месяц составит 260 тыс. руб. (приложение С), то надбавка в 3 % составит 7800 руб. на всех:

$$18000*4(\text{чел.}) + 7800 = 79800 \text{руб.}$$

Затраты на заработную плату за месяц на подсобного рабочего составят:

$$15000*1(\text{чел.}) = 15000 \text{руб.}$$

Заработная плата за месяц аниматора:

$$6000*1(\text{чел.}) = 6000 \text{руб.}$$

В результате затраты на персонал составят, с учетом отчислений на социальное страхование:

$$79800 + 15000 + 6000 = 100800 \text{руб.}$$

$$100800 * 0,3 = 30240 \text{руб.}$$

$$100800 + 30240 = 131040 \text{руб.}$$

Общие затраты на заработную плату с учетом всех отчислений составят

131040 рублей.(Приложение Г)

Основные требования предъявляемые к персоналу:

1. Повар: образование - среднее специальное. Личные качества: честность, порядочность, добросовестность, умение вкусно и быстро готовить, творческий подход к работе.
2. Кассир: образование - среднее специальное. Личные качества: честность, порядочность, добросовестность, знание этикета, компьютера, кассового аппарата.
3. Аниматор: Возраст от 18 до 32-35 лет. Высокая коммуникабельность, умение легко и непринужденно общаться.

Найм персонала кафе будет проводиться на конкурсной основе, где опыт работы будет приветствоваться. В целях материальной мотивации производственного персонала, будет начислено к основной заработной плате 3% от выручки.

Организация производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Работать планируемое кафе будет с 10 до 20 часов (выходной понедельник). Обслуживание в кафе складывается из следующих элементов:

- приветствие гостей, прием заказа;
- рекомендации в выборе закусок, блюд, напитков;
- подача напитков, закусок и блюд.

Разработка меню – это разработка перечня блюд и технологических карт.

Необходимо сформировать список необходимых продуктов, проработать поставщиков и отбирать продукты по принципу «цена-качество».

Для поваров и кассиров будет проведено обучение. В дальнейшем

обучение персонала технологии приготовления блюд и оформлению подачи будет проводиться в рабочем порядке.

У персонала будет форменная одежда.

В состав помещений для персонала входят: гардероб, туалет.

В кафе будут выполняться все правила и инструкции по охране труда и пожарной безопасности.

Визитной карточкой кафе будут вкусные качественные хот-доги.

Основные характеристики помещения и оборудования. Организация работы кафе будет осуществляться на арендуемых площадях не жилого помещения с отдельным входом. Общая площадь помещений кафе составляет 18 кв. м., в том числе 10 кв. м. – площадь непосредственного приготовления блюд и приема заказа и 8 кв. м. – площади служебных помещений и сан. узел.

Неотъемлемой статьей текущих расходов являются платежи по аренде: 14 400 тыс. руб. в месяц. Планируемая сумма на ремонт помещений - 155 тыс. руб.

Таблица 13 - Стоимость ремонтных работ

Виды работ	Стоимость, тыс. руб.
Создание инженерного проекта и дизайн-проекта	5
Подготовительные работы и демонтаж старых конструкций	10
Проведение основного ремонта (отделка, коммуникации, электроснабжение)	110
Осуществление дизайнерского решения	30
Итого стоимость ремонтных работ	155

Ремонтные работы будут проведены субподрядчиком - строительной организацией «Люнет». Стоимость отделочных работ составляет 8600

рублей за кв.м. Итоговая стоимость ремонтных работ составит 155 тыс. руб.

Рассчитаем единовременные расходы на открытия предприятия и ежемесячные затраты. Данные представлены в таблице

Таблица Единовременные и ежемесячные затраты

Вид затрат	Наименование расходов	Стоимость, руб.
Единовременные затраты	Посуда и хозяйственный инвентарь	50000
	Ремонт помещения	155000
	Маркетинг на открытие кафе	84300
	Закупка оборудования	115500
	Мебель и прочие	88900
Итого на единовременные затраты		493700
Ежемесячные затраты	Коммунальные платежи	8000
	Аренда помещения	14400
	Техническое обслуживание оборудования	$115000 * 0,05 = 5775$
	Расходы на рекламу и маркетинг	25265
	Охрана	6000
	Услуги бухгалтера	4000
	Расходные материалы	10000
	Закупка продукции для реализации	45000
	Заработная плата сотрудникам	131040
Итого на ежемесячные расходы		249480

Единовременные затраты составят 4937000 рублей, основная часть средств уйдет на ремонт помещения и закупку оборудования. В основное оборудование входит холодильник, микроволновая печь, гриль, фритюр, кофе-машина, холодильная витрина, печи и вытяжка. На это оборудование планируется потратить 115500 руб. В зависимости от производителя оборудования, цена и качество различны, поэтому, обязательно будет согласовываться покупка оборудования с поварами. Единовременные затраты на посуду и хозяйственный инвентарь составят 50000 руб. Необходимо закупить профессиональную посуду для интенсивного использования. Ежемесячно планируются затраты на расходный материал 10000 руб. – это то, что требуется посетителям кафе каждый день в большом количестве (салфетки, , пищевая пленка, фольга, контейнеры одноразовые, трубочки для коктейлей и т.п.). В общем на ежемесячные расходы уйдет 249480 рублей.

Для программы производства, при расчете планирования продаж будем использовать показатели среднего чека и количество гостей. Средний чек в кафе составит примерно 300 руб. (с учетом будней и праздников). Дополнительный доход будет от участия в различных выездных мероприятиях (автогонки, день города и т.д)

Таблица 10 – Оказание услуг

Параметры	Единица измерения	Значение
Кол-во рабочих дней	Дней/мес.	26
Планируемая посещаемость кафе(100%)	Чел/дней	67
Планируемая посещаемость кафе(100%)	Чел/мес.	1742
Планируемые услуги выездных мероприятий	Количество/мес	5

Планирование будет исходить из того, что в летне-осенний период сезона

(июль, август, сентябрь) посещаемость кафе будет составлять 50%. Расчет выручки за июль месяц проекта (данные из таблицы 11):

$$1742*300*50\%=261300 \text{ руб.}$$

50% - процент загрузки мощностей (таблица 11).

Затраты на полуфабрикаты и сырье в среднем составляют 40 % от выручки продукции кафе.

Сроки и этапы реализации проекта. В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ: получить кредит в Сбербанке РФ; заключить договор на аренду помещения; закупить необходимое оборудование для кафе; произвести ремонт помещения; закупить мебель; произвести подбор персонала; заключить договора на поставку сырья и расходных материалов; получить разрешения на продажу продуктов питания и оказание услуг в сфере общественного питания.

Таблица 11 – Планируемая программа производства, %

План производства и реализация	Номинальный объем услуг, руб	месяцы							
		4	5	6	7	8	9	10	11
Кафе	1742*300=522600	50	55	50	50	50	60	75	80
Выездные мероприятия	5*6400=32000	50	55	50	50	50	60	75	80

Порядок и длительность этапов представлен в календарном плане (таблица 12). Начало функционирования (открытие кафе) запланировано с июля месяца.

Таблица 12 – План график проекта

№	Наименование этапа	1	2	3	4	5
1.	Образование и					

	регистрация предприятия					
2.	Получение разрешения					
3.	Получение кредита					
4.	Заключение договора аренды помещения					
5.	Ремонт помещения					
6.	Заказ и доставка оборудования					
7.	Подбор и обучение персонала					
8.	Поставка сырья и пр.					
9.	Реклама					
10.	Начало функционирование кафе					

Все работы должны быть выполнены в течении пяти недель, ремонт помещения следует начать со второй недели, а на первой недели заняться решение юридических и финансовых задач. Рекламная деятельность должна выполняться практически на всех этап открытия

3 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ С ОБСЛУЖИВАНИЕМ НА ВЫНОС В ГОРОДЕ БЛАГОВЕЩЕНСК

3.1 Обоснование затрат на организацию предприятия общественного питания в г. Благовещенск

Рассмотрим экономическое обоснование проекта открытия нового предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос.

В стоимость проекта входят ремонтные работы, закупка оборудования и мебели, аренда помещения под предприятие общественного питания, расположенного по адресу г. Благовещенск, ул. Ленина, д. 142а. На данной территории в настоящее время находится 1-х этажное здание, общей площадью 18 кв. м., потолки от 2,30 м. Здание построено недавно, материал - пеноблок, облицовка - красный кирпич. Коммуникации - электричество, водоснабжение, водоотведение, отопление.

Таблица 14 - Перечень необходимого оборудования

№ п/п	Наименование	Объем затрат на 1 шт., руб.
Кухонное оборудование		
1	Контактный гриль «Маэстро» ГК-1	13100
2	Фритюрница «Панда –Евро» 1	6500
3	Электросковорода «Таверна»	17000
4	Гриль роликовый «Грати» - 5/500	19500
Мебель		
1	Стол производственный пристенный СПРП-1206 ц, 1 шт.	4700
2	Стол производственный пристенный СПП 15/6 э, 1шт.	5500
3	Ванна моечная двухсекционная ВМ 2/6 э	10500

4	Стеллаж со сплошными полками ТЕХНО-ТТ СТР-314/604 краш, 1 шт.	8500
5	Вешалка «Ажур» стальная Технические характеристики, 1 шт.	1400
Прочие		
1	Кухонная вытяжка с выводом: BoschSerie	20000
2	Стол холодильный «NICOLD GN2/TN»	13200
3	Морозильный ларь «Снеж МЛК 500»	15700
4	Автоматическая кофемашина Saeco Lirik One Touch Cappuccino	28500
5	Видеокамеры	19300
6	Инвентарь	21000
Всего		204400

Индекс выполнения стоимости вычисляется по формуле:

$$\text{ИВСТ} = \text{ОО} / \text{ФС}, \quad (1)$$

Если ИВСТ < 1, то в проекте диагностируется превышение затрат от запланированных в бюджете, при ИВСТ > 1 констатируется экономия бюджета.

Индекс выполнения сроков вычисляется по формуле:

$$\text{ИВСП} = \text{ОО} / \text{ПО}, \quad (2)$$

Если ИВСП < 1, то проект отстает от графика выполнения работ, при ИВСП > 1 - опережает.

Проверка должна осуществляться ежемесячно, в начале каждого отчетного периода.

Основным итоговым критерием оценки эффективности проекта, является срок окупаемости инвестиций - время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Вместе с чистой текущей стоимостью (NPV) и внутренним коэффициентом окупаемости (IRR) используется как инструмент оценки инвестиций. Срок окупаемости инвестиций - это показатель, предоставляющий нам упрощенный способ узнать, сколько времени потребуется фирме для возмещения первоначальных расходов.

Общая формула для расчета срока окупаемости инвестиций:

$$PP=NPV/CF, \quad (3)$$

где PP- срок окупаемости инвестиций;

NPV - чистая приведенная прибыль;

CF- стоимость инвестиций

Определяется как время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов.

Общие затраты на реализацию предприятия представлены в таблице

Таблица

Наименование расходной части	Стоимость, руб.
Ремонтные работы	155000
Маркетинг	99565
Оборудование и мебель	204400
Посуда и хозяйственный инвентарь	50000

Аренда помещения	14400
Заработная плата	131040
Услуги охраны	6000
Услуги бухгалтера	4000
Амортизационные отчисления	5775
Оборотные средства	55000
Платежи по кредиту	15000
Прочие	49800
Итого	800000

Общий бюджет инвестиций нашего проекта равен 800000 рублей (данные в приложении Д)

Средний приток денежных средств в год составляет 262150 рублей.(сумма прибыли деленная на 12 месяцев)

$PP = 800000/262150 = 3,05$ года.

Данный период окупаемости является плановым, то есть при завершении проекта в срок и в рамках бюджета. Фактический период окупаемости рассчитывается после завершения проекта и выявления фактических затрат на проект.

Анализ экономической обоснованности организации предприятия кафе с обслуживанием на вынос показал его финансовую целесообразность. Средняя норма прибыли и период окупаемости соответствуют значениям по отрасли.

3.2 Инвестиционный и финансовый план открытия предприятия

Продолжительность инвестиционной фазы рассматриваемого проекта составляет 37 дней с начала реализации проекта. В течение этого периода

времени будет проведен косметический ремонт, а также, будет приобретено основное оборудование.

Для реализации проекта необходимо 800 тыс. руб., из них:

– собственные средства - 500 тыс. руб.;

– заемные средства - 300 тыс. руб.

В Сбербанке РФ планируется взять кредит в размере 300 тыс. руб., под 18%, график планируемых платежей представлен в (приложении Е.) Кредит берется на 24 месяцев.

Схема финансирования проекта представлена в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – План финансирования проекта

Источники финансирования	Месяцы								Итого
	2	3	4	5	6	7	8	9	
Собственные средства, руб.	242109	21000	36500	1000	38900	45010	71281	45200	500000
Заемные средства, руб.	3000000								300000

План дохода и расхода представлен в приложении Д

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общественное питание остается одной из наиболее динамично развивающихся сфер народного хозяйства в условиях экономического кризиса. В то же время организация нового предприятия представляет собой сложный многоэтапный процесс. В связи с этим возникает необходимость поиска и применения наиболее эффективных методов организации нового предприятия на основе современной методологии.

В первой главе работы были рассмотрены теоретические основы организации предприятия общественного питания. Предприятия общественного питания создаются для производства, реализации и организации потребления продукции и организации досуга населения и рассматриваются как общественно-организованная форма удовлетворения потребностей людей в готовой пище.

Существует обширная классификация предприятий общественного питания по таким основаниям как форма собственности, от характера производства, ассортимента выпускаемой продукции, объема и видов предоставляемых услуг. Выделяют следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная и т.д.

Можно выделить следующие особенности организации предприятия общественного питания:

- они обязаны соблюдать обязательные требования к качеству услуг, безопасности их для жизни, здоровья людей, окружающей среды и имущества;
- услуги всех типов предприятий общественного питания подлежат обязательной сертификации;
- предъявляются особые требования к условиям ведения деятельности;
- особые требования предъявляются к персоналу предприятий общественного питания.

Важнейшей стороной деятельности предприятий общественного питания выступает организация обслуживания. Обслуживание потребителей может быть реализовано в различных формах и с применением различных методов.

Организация вновь открывающегося предприятия общественного питания представляет собой сложный процесс, который можно условно разделить на несколько этапов:

- проектирование, в ходе которого определяются вид и тип, характерные особенности предприятия;
- поиск подходящего помещения и разработка технологического проекта;
- получение ряда разрешений и согласований;
- разработка внутренней документации.

Управление проектом включает совокупность процессов инициации, планирования, организации исполнения, контроля и завершения проекта. Совокупность этих процессов составляет жизненный цикл проекта.

Управление проектом предполагает использование различных методов: проектного анализа, сетевого анализа и календарного планирования, анализа рисков, экономических и социально-психологических методов.

Во второй главе был разработан проект организации предприятия общественного питания «кафе в современном стиле» в г. Благовещенске.

Анализ внешних факторов показал, что в Благовещенске существует устойчивый спрос на услуги предприятий общественного питания, который еще полностью не реализован. Необходимо отметить, что в современный период для Благовещенска характерно создание так называемых «концептуальных» ресторанов, баров, кафе. В то же время сравнительно слабо развиты сети общественного питания.

Результаты проведенного социологического исследования среди жителей Благовещенска показали, что четверть опрошенных пользуются услугами общественного питания постоянно, в основном это кафе, 56 % опрошенных приходят в кафе с целью развлечения и отдыха. Среди наиболее значимых проблем предоставления услуг общественного питания большинство опрошиваемых указали, что они недовольны ценой, скоростью и качеством обслуживания в заведениях общественного питания.

В связи с этим возникает необходимость открытия предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос, сочетающего несколько характеристик: высокое качество обслуживания и разнообразие оказываемых качественных услуг по цене среднего уровня. Целевая аудитория кафе - люди со средним достатком, жители близлежащей жилой застройки, студенты, сотрудники офисов.

Проект создания кафе включает следующие разделы: предпроектный анализ, обоснование актуальности темы проекта, разработка стратегического замысла проекта, разработка целевой структуры проекта, мобилизация ресурсов, формирование команды проекта, разработка календарного плана реализации проекта, распределение обязанностей по реализации проекта между членами команды проекта, управление рисками, управление стоимостью проекта, мониторинг проекта.

В третьей главе работы было дано экономическое обоснование проекта организации предприятия общественного питания с обслуживанием на вынос. Общий бюджет инвестиций проекта равен 800 000 рублей. Срок окупаемости проекта – 3 года.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

АНКЕТА

Возраст респондента _____

Как часто Вы пользуетесь услугами общественного питания в городе Благовещенск?

- постоянно;
- редко;
- не пользуюсь.

Как регулярно Вы посещаете заведения общественного питания?

- не посещаю;
- редко;
- в праздники;
- раз в месяц;
- раз в неделю;
- почти каждый день.

4. С какой целью Вы посещаете кафе?

- с целью развлечения и отдыха;
- с целью проведения рабочих встреч;

- с целью перекуса.

5. Время посещения кафе?

- утро;

- обед;

- вечер.

6. Недостатки предложенных услуг кафе в Благовещенске?

- цена;

- скорость и качество обслуживания;

- качество блюд.

7. Оцените по пятибалльной шкале уровень качества услуг общественного питания в Благовещенске _____

8. Сумма средств, которую Вы готовы потратить на обед или ужин?

- 500-1000;

- 1000-1800;

- более 2000.

9. Что мешает Вам посещать заведения общепита?

- блюда низкого качества;

- высокие цены;

- неприятная атмосфера.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Прайс лист на размещение рекламы на телеканале "ТНТ. Благовещенск" г. Благовещенск

Прайс от 21.03.2018

Время	Стоимость за сек / руб.	
	Будни	Выходные/праздники
06:30 - 13:00	60.00	60.00
13:30 - 15:00	80.00	80.00
18:00 - 19:00	120.00	120.00
19:00 - 20:00	150.00	130.00
20:00 - 20:30	270.00	130.00
20:30 - 21:00	150.00	130.00
21:00 - 23:00	130.00	130.00
23:00 - 00:30	80.00	80.00

Видеопродукция		
Наименование продукции	Срок, дней	Стоимость, руб.
Видео открытки	5-10 дней	от 3600
Видеоролик информационный 10-30 секунд (сценарий, видеосъемка HDV, DV, обработка слайдов и фото, спецэффекты, графика)	5-10 дней	от 28000
Видеоролик постановочный 10-30 секунд (сценарий, видеосъемка HDV, DV, актеры, графика, анимация)	7-21 день	от 42000
Презентационный / корпоративный видеофильм (сценарий, видеосъемка HDV, DV, заставка, отбивки, графика)	14-60 дней	от 84000
Слайд-шоу простое (видеоряд из статичных/динамичных видеокадров, дополненный титрами, музыкальной подложкой, дикторским голосом)	3-7 дней	от 9000
Слайд-шоу сложное (видеоряд из статичных/динамичных видеокадров, дополненных титрами, компьютерными спецэффектами, музыкальной подложкой, дикторским голосом, монтаж)	3-7 дней	от 18000
Экранное поле с озвучкой и спецэффектами (статичная картинка, музыкальная подложка, спецэффекты, озвучивание диктором)	1-2 дня	4000
Экранное поле с озвучкой (статичная картинка, музыкальная подложка, озвучивание диктором, дополненный титрами)	1-2 дня	2500
Видео для выставок	7-21 день	от 30000
Видео-презентации	7-21 день	от 30000
Видео-каталог	7-21 день	от 30000
Сокращение хронометража видеоролика без перестановки видео-кадра	1-2 дня	1800
Перемонтаж видеоролика простой	1-2 дня	3600
Перемонтаж видеоролика с элементами компьютерной графики	3-7	6000

	дней	
Перемонтаж из видеосюжета в видеоролик	3-7 дней	6000
Компьютерное наложение титров простое (изменение телефона)	1-2 дня	1000
Компьютерное наложение титров сложное (телефон, информация)	1-2 дня	2000
Адаптация видеоролика до 1 минуты	1 день	1000
Мультипликация/анимация (за 1 сек.)	15-30 дней	3600
Учебный фильм видовой	10-25 дней	48000
Учебный фильм постановочный	15-30 дней	72000
Компьютерная графика 3D (за 1 сек.)	15-60 дней	5000
Видеосъемка и монтаж корпоративного мероприятия	7-14 дней	22000
Монтаж рекламных роликов из исходных материалов, оригинальная музыка, озвучивание	1-7 дней	18000
Изготовление телепрограмм 5-10 минут (сценарий, заставка, отбивки, съемка, монтаж, озвучивание, графика)		120000
Адаптация видеоролика на русский и другие языки (титры, компьютерная графика, озвучивание)	1-3 дня	18000

Печатная реклама		
Наименование продукции	Срок, дней	Стоимость руб.
Верстка многостраничной продукции (1 страница)	1-5 дней	350
Дизайн простой цветной листовки формата до А4	1-3 дня	1000
Дизайн цветной листовки формата до А6+А6	1-3 дня	1600
Дизайн цветной листовки формата до А5+А5	1-3 дня	2000
Дизайн цветной листовки формата до А4+А4	1-3 дня	3000
Дизайн буклета формата А4+А4	1-3 дня	3000
Дизайн плаката А4	1-3 дня	1500
Дизайн плаката А3	1-3 дня	2000
Дизайн плаката А2	1-3 дня	2500
Дизайн плаката А1	1-3 дня	3000
Дизайн открытки, приглашения (сложные)	1-3 дня	2000
Дизайн открытки, приглашения (простые)	1-3 дня	1000
Дизайн визиток	1-3 дня	500
Верстка визиток на каждую дополнительную фамилию	1 день	50
Дизайн карманного календаря	1-3 дня	500
Дизайн квартального календаря с готовыми блоками	2-5 дней	2000

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Частота вещания	Радиостанция	Стоимость 1 секунды(прайм-тайм)
87.70	Авторadio	*51 р.
88.70	Радио Шансон	*35 р.
89.10	Радио Дача	*35 р.
91.00	Радио России	50 р.
91.40	Love Радио	*35 р.
101.5	Эхо Москвы	*23 р.
103.3	Русское радио	*32 р.
104.4	Дорожное радио	*41 р.
105.1	Европа Плюс	*35 р.
106.3	Первое Амурское радио (Радио Мир)	*27 р.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Зарботная плата, руб.	Категория персонала	Месяцы								
		4	5	6	7	8	9	10	11	12
18000	Производственный персонал	79800	80580	79800	79800	79800	81360	83700	84480	87600
15000	Уборщица	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
6000	Аниматор	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
	Итого	100800	101580	100800	100800	100800	102360	104700	105480	108600
Отчисления с заработной платы		30240	30474	30240	30240	30240	30708	31410	31644	32580
Итого затраты на персонал		131040	132054	131040	131040	131040	133068	136110	137124	141180
3% от выручки для производственного персонала		7800	8580	7800	7800	7800	9360	11700	12480	15600

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Показатели	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Ито
Выручка			276000	303600	276000	276000	276000	331200	414000	441000	552000	3
Собственные средства	242109	21000	36500	1000	38900	45010	71281	44200				
Заемные средства	300000											
Итого доход	542109	21000	312500	304600	314900	321010	347281	375400	414000	441000	552000	3
Затраты на сырье			45000	25000	45300	49200	48000	51400	45600	44000	46000	
Ежемесячные расходы			249480	249500	249500	248000	249600	249500	250000	249300	249400	2
Единовременные затраты	493700											
Итого затраты	493700	0	294480	274500	294800	297200	297600	300900	295600	293300	295400	3
Прибыль от продаж	48409	21000	18020	30100	20100	23810	49681	74500	118400	147700	256600	
Страховые взносы ИП											29354	
Проценты по кредиту	4438,36	4425,19	4263,87	3967,83	3641,54	3584,88	3406,13	3021,35	3047,44	2773,12	2679,5	3
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ	43970,64	16574,81	13756,13	26132,17	16458,46	20225,12	46274,87	71478,65	115352,6	144926,9	253920,5	7
УСН 6%			4458,095			3768,945			13986,36		23930,84	4
НДФЛ за работников (13%)			17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	17035,2	1
Погашение кредита	10538,87	10552,04	10713,36	11009,4	11045,45	11335,69	11392,35	11571,1	11955,88	11929,79	12204,11	
Чистая прибыль	0	6022,77	-18450,5	-1912,43	-11622,2	-11914,7	17847,32	42872,35	72375,12	115961,9	200750,3	4
ЧП с нарастающим итогом	0	6022,77	-12427,8	-14340,2	-14333,2	-26247,9	-8400,58	34471,77	106846,9	222808,8	423559,1	7

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Месяц год	Аннуитетный платеж			Остаток долга после оплаты
	Сумма	В погашение долга	В погашение процентов	
1-й год 1-й мес	14 977,23	10 538,87	4 438,36	300 000,00
1-й год 2-й мес	14 977,23	10 552,04	4 425,19	289 461,13
1-й год 3-й мес	14 977,23	10 713,36	4 263,87	278 909,08
1-й год 4-й мес	14 977,23	11 009,40	3 967,83	268 195,72
1-й год 5-й мес	14 977,23	11 045,45	3 931,78	257 186,32
1-й год 6-й мес	14 977,23	11 335,69	3 641,54	246 140,87
1-й год 7-й мес	14 977,23	11 392,35	3 584,88	234 805,17
1-й год 8-й мес	14 977,23	11 571,10	3 406,13	223 412,82
1-й год 9-й мес	14 977,23	11 955,88	3 021,35	211 841,72
1-й год 10-й мес	14 977,23	11 929,79	3 047,44	199 885,84
1-й год 11-й мес	14 977,23	12 204,11	2 773,12	187 956,05
1-й год 12-й мес	14 977,23	12 297,73	2 679,50	175 751,94
2-й год 1-й мес	14 977,23	12 565,61	2 411,62	163 454,21
2-й год 2-й мес	14 977,23	12 676,80	2 300,43	150 888,59
2-й год 3-й мес	14 977,23	12 870,07	2 107,16	138 211,80
2-й год 4-й мес	14 977,23	13 127,93	1 849,30	125 341,73
2-й год 5-й мес	14 977,23	13 266,43	1 710,80	112 213,80
2-й год 6-й мес	14 977,23	13 517,35	1 459,88	98 947,37
2-й год 7-й мес	14 977,23	13 673,05	1 304,18	85 430,02
2-й год 8-й мес	14 977,23	13 880,23	1 097,00	71 756,98
2-й год 9-й мес	14 977,23	14 178,06	799,17	57 876,74
2-й год 10-й мес	14 977,23	14 309,18	668,05	43 698,69
2-й год 11-й мес	14 977,23	14 542,43	434,80	29 389,51
2-й год 12-й мес	15 074,06	14 847,08	226,98	14 847,08