

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Разработка бизнес-плана создания малого предприятия общественного  
питания (на примере открытия студенческого кафе)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы  
направления 43.03.01 «Сервис \_\_\_\_\_»

код и наименование направления

Института Истории и Международных отношений

---

наименование факультета

---

Гайнеддиновой Лилии Рахимжановны

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

К.Э.Н., доцент  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Е.С. Милинчук  
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

Д.Э.Н., профессор  
должность, уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
дата, подпись

Т.В. Черевичко  
инициалы, фамилия

Саратов 2017 год

## ВВЕДЕНИЕ

Общественное питание играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов. Создание необходимых условий для удовлетворения потребностей людей в полноценном питании по месту работы, учебы, жительства и отдыха, повышение качества обслуживания и предоставление дополнительных услуг предприятиями общественного питания являются важнейшими социально-экономическими задачами. Первостепенное значение в этом отношении приобретает комплекс мероприятий, направленных на рациональную организацию сети предприятий общественного питания, строительство новых предприятий и реконструкцию действующих, внедрение прогрессивных технологий и форм обслуживания.

Сектор общественного питания удовлетворяет очень сложный комплекс потребностей — от простого утоления чувства голода и жажды до имиджевых и статусных притязаний. Поэтому характерной чертой нынешнего состояния рынка является его неоднородность и разносторонний охват практически всех целевых аудиторий потребителей: по уровню доходов, по возрасту, полу, по социальному статусу и интересам.

С началом рыночных преобразований в России произошло формирование новых типов предприятий общественного питания, адекватных рыночной экономике. Наблюдается все большее сходство типов предприятий общественного питания, функционирующих в Российской Федерации, с предприятиями индустриально развитых стран.

Ежемесячно регистрируются и открываются множество предприятий этой сферы обслуживания. Этот вид бизнеса развивается, обретая новые качественные черты.

Анализу и изучению современного состояния общественного питания в России посвящены научные работы таких авторов как: Дементьева. М.Л, Гатина Л. И, Ахмадеева О. А, Саркисянс, Р. Д, Вальтух, К.К, Уильям, Л. К, Филимоненков А.С, Савицкая Г.В, Усов В.В. и др.

Цель выпускной бакалаврской работы – разработка проекта предприятия общественного питания, отвечающего по своей производственной структуре, оснащению, качеству приготавливаемых блюд и услуг основным современным направлениям развития отрасли и научно технического прогресса в общественном питании.

Задача работы:

- Провести анализ современного состояния общественного питания в России;
- Провести исследование рынка услуг предприятий общественного питания в Саратове;
- Составить характеристику проектируемой организации и описать маркетинговые составляющие проектируемого предприятия;
- Разработать меню и особенности процесса обслуживания;
- Рассчитать финансовые показатели организации;
- Обосновать эффективность проекта студенческого кафе.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во введении обосновывается актуальность темы, определяются цель и задачи выпускной квалификационной работы. В первой главе описывается современное состояние сферы общественного питания в России и основные тенденции ее развития, а также исследуется рынок услуг предприятий общественного питания в городе Саратове. Во второй главе приводится проект создания студенческого кафе в городе Саратов, его характеристика, производственный и организационный план и обоснование эффективности проекта. Также анализируются возможные риски и экономическая эффективность.

## Основное содержание работы

Сфера общественного питания играет огромную роль в жизни каждого человека и современного общества в целом. Все больше людей предпочитают питаться вне дома. Общественное питание занимает особое место в сфере услуг. Это обеспечивается появлением новых технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов. Общественное питание способствует решению многих социально-экономических проблем: помогает лучше использовать продовольственные ресурсы страны, своевременно предоставляет населению качественное питание, имеющего решающего значения для сохранения здоровья, роста производительности труда, повышению качества учебы; позволяет более эффективно использовать свободное время, что в наши дни является немало важным фактором для населения. Термин «общественное питание» согласно ГОСТ Р 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» можно определить, как «самостоятельную отрасль экономики, состоящую из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующую питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг

На первый план выдвинулись задачи расширения системы защиты прав потребителей, обеспечение высокого качества товаров и услуг, включая разработку стандартов, их применение при сертификации, инспекцию и контроль, а также создания новых систем мотивации предпринимательской деятельности. В соответствии с новой экономической ситуацией произошло изменение в системе приоритетов развития.

На этом развитии потребительского рынка краткосрочные государственные приоритеты включают:

- дальнейшее усиление социальной направленности развития потребительского рынка и услуг. Реализация этого направления предусматривает разработку и осуществление принципиально новой схемы по обслуживанию льготных категорий населения;
- усиление контроля за качеством товаров по аналогии с алкогольной продукцией (безалкогольная продукция, парфюмерные и косметические товары и др.), что позволило повысить реальную защищенность потребителей;
- усиление контроля за коммерческой деятельностью предприятий потребительского рынка и услуг.

Как отмечают эксперты, наиболее активное развитие получил средний ценовой сегмент: демократичные рестораны различных кулинарных направлений (от японской и итальянской до грузинской и русской кухонь), пивные заведения и кофейни. Наибольшее число открывшихся за год ресторанов относят именно к этой нише. Как следствие, ресторанные компании начинают использовать все новые методы конкурентной борьбы. Еще несколько лет назад для заведений в этом сегменте рынка первостепенное значение имело наличие необычной концепции и оптимальное соотношение цены и качества. Сейчас рестораторы стали серьезно задумываться о повышении уровня сервиса, использовании различных дисконтных программ и скидок, проведении зрелищных мероприятий и акций, введении в винную карту более удачных и интересных миллезимов, а в меню – здоровых, легких и вегетарианских блюд, салатов, десертов. С каждым годом увеличивается процент заведений в среднем ценовом сегменте ресторанного рынка, приходящийся на долю сетевых ресторанов и заведений, претендующих стать таковыми впоследствии. Еще одной тенденцией развития индустрии питания является выход уже ресторанных компаний на непрофильные, близкие по специфике рынки с

параллельным стремлением сделать наиболее широкое предложение на профильном рынке: кейтеринг, доставка готовых и полуфабрикатных блюд, организация компаний-поставщиков.

По мнению аналитиков, российский ресторанный рынок в среднесрочной перспективе, при условии отсутствия каких-либо серьезных экономических потрясений, грозитя вновь продемонстрировать реальные темпы развития на уровне 6-8%. Главными катализаторами рынка станут восстановление потребительской уверенности, рост доходов домохозяйств, а также нарастающий темп жизни населения, «навязывающий» культуру питания «вне дома». Однако подобной положительной динамики не стоит ожидать в ближайшие 2 года. Хотя, по мнению аналитиков РБК.research, в 2017 году российский рынок общепита начнет постепенно отыгрывать потери, но полное восстановление рынка произойдет лишь в 2018 году.

Что касается Саратова, то по данным справочника предприятий Приволжского федерального округа России на рынке услуг общественного питания города действуют 320 предприятий общественного питания. Многие предприятия существуют на рынке уже достаточно долгое время. Отмечается большая проходимость в центральных районах и большая конкуренция между ними. Цены по сравнению с центральными регионами намного ниже. К сожалению, в Саратове отсутствуют профессионалы в этой сфере, т.к. нет специализированной школы для обслуживающего персонала. Однако для студентов главным является недорогое меню и вкусные, сытные блюда.

В практической части выпускной квалификационной работы нами был предложен проект создания студенческого кафе. Студенческое кафе - это креативное заведение, предлагающие место для подготовки к занятиям и веселого время проведения с друзьями.

В

первую

очередь,

целью

является

удовлетворения

потребностей клиентов, а потом уже получение прибыли.

Кафе относятся к общедоступным предприятиям общественного питания и, соответственно, режим работы устанавливается индивидуально для каждого заведения. Режим работы проектируемого кафе с 9:00 до 22:00, без перерыва и выходных. Организационно-правовая форма собственности данного предприятия – это общество с ограниченной ответственностью ООО.

Если

принять в расчет

значимые моменты,

то компетентно

организованное кафе

для обучающихся

в ВУЗе, непременно будет

иметь признание у

студентов и приносить

доход. Для начала,

надо выбрать

место для общепита – необходимо

выбрать помещения

не далеко от ВУЗов

либо в центре

города, на пересечении

пешеходных маршрутов

учащихся разных

университетов. При подсчетах выгоды решения аренды помещения в ТЦ

получатся такие данные. Площадь в 60 кв м потребует арендной платы примерно в 130 тыс. руб. в месяц. В будние дни посещаемость может составить примерно 50 человек, в выходные до 90 посетителей. В итоге, за месяц поток посетителей составит около 1720 человек. Если стоимость среднего заказа составит примерно 530 рублей при стандартной наценке в 250-300%, то месячная выручка будет в пределах 900-915 тыс. руб.

Существует

множество кафе, предоставляющих аналогичные услуги, но, данное кафе будет отличаться от конкурентов своими выгодными скидками и хорошее предложение для студентов такими как:

1) Если вовремя сессии студент получит одни пятерки и предоставит зачетную книжку, ему выдается купон на бесплатный обед в сумме 300 рублей. Этот купон студент может использовать в течении недели.

2) Также,

возможность проводить  
банкеты, выпускные и другие мероприятия  
при договоренности  
с директором или  
администратором данного  
заведения.

3) Блюда на вынос. Любой  
клиент может  
забрать еду  
с собой, при  
этом контейнер  
будет выдаваться бесплатно.

4) Бесплатный вай-фай,

настольные игры

и танцпол.

Так  
как кафе  
планируется открыть

в центре города,

ТО

ОСНОВНЫМ

НЕДОСТАТКОМ

МОЖНО

НАЗВАТЬ

НЕПОСРЕДСТВЕННАЯ

БЛИЗОСТЬ

КОНКУРЕНТОВ,

ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ

ПОДОБНУЮ

ПРОДУКЦИЮ

И

УСЛУГИ.

ОСНОВНЫМИ

КОНКУРЕНТАМИ

кафе, являются «Полиглот», «Помидорка», «Улей», « Турецкий Тандыр» и «Gusto Pizza».

Чтобы добиться  
успеха в своей  
области, необходимо расширить  
ассортимент предлагаемых  
продуктов и услуг,  
привлечь новых клиентов,  
кафе необходимо создать  
положительный имидж,  
который будет  
основываться на соотношении  
цены и качестве  
продукции. Для  
этого не обязательно  
проводить рекламную  
акцию на радио  
или телевидении,  
можно ограничиться  
рекламными щитами  
и распространением объявлений  
в ближайших организациях. Планируется

яркое оформление вывеской, как дизайн кафе будет привлекать своей простотой и комфортом. Основной целью является занять вою нишу на рынке и впоследствии расширить ассортимент предлагаемых товаров и услуг. Основная стратегия в определении предоставлении продукции более высокого качества и по более низким ценам, чем у конкурентов.

Стартовые вложения для открытия своего дела составят не менее 2 млн. руб. В эту сумму следует включить организационные, ремонтные и рекламные мероприятия.

Таблица 1.- Стартовые вложения

№	Наименование предприятия	Стоимость в тыс.руб
1.	Оплата за аренду за 2 месяца, в течение которых будет проводиться ремонт, доставка и установка необходимого оборудования, подготовка к	130*2=260 2

	открытию, регистрация.	
2.	Оформление необходимой документации при условии аренды помещения в ТЦ + расходы на организационные мероприятия.	100
3.	Разработка дизайна кафе и оплата отделочных работ.	460
4.	Раскрутка бизнеса, оплата рекламы в течение двух месяцев.	130
5.	Закупка всего необходимого инвентаря и специализированного оборудования	940
6.	Разработка и изготовление карт меню.	40
7.	Создание запаса ингредиентов.	70
Итого		2000

Конечно же, наиболее затратной статьёй является приобретение оборудования и инвентаря. Но экономить на этом нельзя, так как от качества и уровня техники будет зависеть быстрота приготовления и вкус подаваемых блюд.

Данный проект создания студенческого кафе является весьма перспективным и прибыльным. Чистый доход с учетом 6% налогов составит 234 530 рублей за месяц. При стабильной работе кафе, активной рекламной кампании, привлечении новых клиентов и тесной работе с постоянными посетителями, рентабельность составит 28%, окупаемость бизнеса будет возможна в течение 16 месяцев. Если предположить, что прибыль кафе будет примерно такая же и в последующие годы, то первоначальные затраты окупятся всего через два года. Этот момент является еще одним плюсом проекта.

## Заключение

Сфера общественного питания за последние годы претерпела существенные изменения и доказала в целом свою высокую мобильность и конкурентоспособность. В последнее время наблюдается заметное повышение качества продукции и обслуживания потребителей в данном секторе. Как показал анализ, общественное питание в России является одним из наиболее перспективных и прибыльных. Многие возможности рынка еще не задействованы, поэтому есть основания утверждать о высоком потенциале роста отрасли.

Эксперты отмечают, наиболее активное развитие получил средний ценовой сегмент: демократичные рестораны различных кулинарных направлений (от японской и итальянской до грузинской и русской кухонь), пивные заведения и кофейни. Еще несколько лет назад для заведений в этом сегменте рынка первостепенное значение имело наличие необычной концепции и оптимальное соотношение цены и качества. Сейчас организации общественного питания, стали серьезно задумываться о повышении уровня сервиса, использовании различных дисконтных программ и скидок, проведении зрелищных мероприятий и акций, введении в винную карту более удачных и интересных миллезимов, а в меню – здоровых, легких и вегетарианских блюд, салатов, десертов. И со временем таких предприятий становится все больше. При это они стремятся добавить больше дополнительных услуг и проводить различные мероприятия. Одним из перспективных форматов, который, по всем прогнозам, будет активно осваиваться рестораторами в ближайшие несколько лет, является организация питания в высших и средних учебных заведениях. По мнению аналитиков, российский ресторанный рынок в среднесрочной перспективе, при условии отсутствия каких-либо серьезных экономических потрясений, грозитя вновь демонстрировать реальные темпы развития на уровне 6-8%. Главными

катализаторами рынка станут восстановление потребительской уверенности, рост доходов домохозяйств, а также нарастающий темп жизни населения, «навязывающий» культуру питания «вне дома».

На основании этого был разработан проект предприятия студенческого кафе, который отвечает по своей технологической структуре, оснащению, качеству выпускаемой продукции и услуг. Также направления развития отрасли и технического прогрессу в общественном питании.

Произведен подбор современного оборудования, в соответствии с ассортиментом выпускаемой продукции, предложен вариант рационального размещения оборудования, что позволяет повысить производительность труда и создает безопасные условия для работы персонала. В меню представлен расширенный ассортимент выпускаемой продукции.

Конечно, ожидаются и всевозможные трудности, связанные как с организацией бизнеса, оформлением необходимых договоров и установлением связей с надежными поставщиками, так и с завоеванием доли рынка и ведением конкурентной борьбы в сфере общественного питания. Облегчит решение этих задач использование конкурентных преимуществ кафе, к коим можно отнести выгодное место расположения, эффект новизны предлагаемой продукции, высокое ее качество и профессионализм персонала.

В целом все рассчитанные экономические показатели доказывают, что этот проект весьма привлекателен с инвестиционной точки зрения. А достойная реклама и мероприятия по стимулированию сбыта непременно сформируют положительное мнение у потребителей, удовлетворение потребностей которых во вкусной и качественной пище является главной целью создания студенческого кафе.