

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/20102>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Менеджмент

Содержание

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 1

Введение 6

Глава 1. Теоретические аспекты создания бизнеса в сфере общественного питания 8

1.1. Современные тенденции и перспективы деятельности предприятий общественного питания 8

1.2. Нормативно-правовое и организационно-управленческое обеспечение деятельности предприятий общественного питания в России 11

1.3. Современные технологии предприятия общественного питания, требования к помещениям, оборудованию и персоналу, технико-экономические показатели используемого оборудования 13

1.4. Особенности и тенденции рынка общественного питания г. Череповца и способы ведения конкурентной борьбы на нем 19

1.5. Эффективность деятельности организации предприятия общественного питания: понятие, показатели оценки, методы обеспечения эффективности 22

Глава 2. Комплексный технико-экономический анализ деятельности предприятия общественного питания – ООО «ЭкоПрод» за 2016-2017 гг. 27

2.1. Общая характеристика организации 27

2.2. Анализ структуры и динамики объемов реализации услуг 30

2.3. Анализ качества обслуживания и конкурентоспособности бизнеса 34

2.4. Анализ состояния и использования основных фондов, анализ использования площадей 39

2.5. Анализ финансовой устойчивости и эффективности использования оборотных средств 46

2.6. Анализ состояния и использования трудовых ресурсов, системы мотивации персонала 51

2.7. Анализ системы управления организацией, технологии и организации системы оказания услуг 58

2.8. Анализ затрат организации 61

2.9. Анализ финансовых результатов и эффективности финансово-хозяйственной деятельности 64

2.10. Выводы и рекомендации по развитию бизнеса 65

Глава 3. Разработка бизнес-плана создания кафе здорового питания «Bon Appetit» 68

3.1. Резюме 68

3.2. Описание бизнеса 69

3.3. Описание рынка 71

3.4. План маркетинга 74

3.5. План производства 79

3.6. Организационный план 86

3.7. Инвестиционный план 90

3.8. Финансовый план 94

3.9. Анализ и оценка рисков 102

Заключение 104

Список литературы 107

107

Введение

В современной быстроменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий.

В наше время экономическая ситуация, в связи с активным развитием рыночных отношений, диктует

предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Им приходится искать такие формы и модели планирования, которые обеспечат максимальную эффективность принимаемых решений. Оптимальным вариантом достижения таких решений является новая прогрессивная форма плана - бизнес-план.

Роль бизнес-планирования в повседневной жизни российских экономических субъектов непрестанно растет. Предприниматели и менеджеры нацелены на то, чтобы эффективнее управлять своими компаниями и иметь возможность предвидеть их будущее. Процессы бизнес-планирования позволяют анализировать текущее состояние фирмы, определять и обосновывать пути ее развития, оценивать эффективность собственных вложений, а также необходимость и возможность привлечения финансирования со стороны. Последующий мониторинг бизнес-плана предъявляет требования к постановке управленческого учета и, тем самым, помогает повышению прозрачности бизнеса для его руководства и других заинтересованных лиц.

Все это обуславливает актуальность разработки бизнес-плана предприятия общественного питания.

Цель выпускной квалификационной работы (ВКР): разработать бизнес-план открытия предприятия общественного питания на примере кафе «Villagio» (г. Череповец).

Для достижения предложенной цели необходимо выделить следующие задачи:

изучить современные тенденции и перспективы деятельности предприятий общественного питания;

изучить нормативно-правовое и организационно-управленческое обеспечение деятельности предприятий общественного питания в России;

исследовать современные технологии предприятия общественного питания, технико-экономические показатели используемого оборудования;

исследовать особенности и тенденции рынка общественного питания г. Череповца;

изучить методы повышения эффективности деятельности организации общественного питания.

В качестве объекта исследования выступает кафе «Bon Appetit».

В качестве предмета исследования выступает деятельность кафе.

В качестве практической базы для написания работы использовалась внутренняя документация предприятия: Устав ООО «ЭкоПрод», Положение о структурных подразделениях, должностные инструкции, инструкция по технике безопасности, бухгалтерский баланс за 2016-2017 гг., отчет о финансовых результатах ООО «ЭкоПрод» за 2016-2017 гг. и т.п.

При написании работы использовались как общенаучные методы (анализ и синтез, дедукция и индукция и др.), общеэкономические методы (сравнения, классификации, группировки и др.).

Методологической базой при написании данной работы послужили законодательные и нормативные акты, работы российских ученых по теме исследования, статьи периодической печати, а также первичные документы организации.

Глава 1. Теоретические аспекты создания бизнеса в сфере общественного питания

1.1. Современные тенденции и перспективы деятельности предприятий общественного питания

Согласно определению ГОСТ Р 50647-2010, общественное питание – это «самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая 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» [52, с. 213].

Как видно из определения, рынок общественного питания оказывает два основных вида услуг – организация питания и проведение досуга. Сегментировать рынок можно по этим параметрам, а также по ряду других.

Многие эксперты в области ресторанного бизнеса уверены, что кризис либо вовсе обошел стороной эту отрасль, либо коснулся незначительно. В любом случае такое впечатление действительно может сложиться: достаточно посмотреть по сторонам и увидеть, что из-за кризиса не произошло повального закрытия ресторанов. Многие действительно закрылись, но те, что работают, как показывают наблюдения, недостатка в клиентах не испытывают. Вместе с тем, снижение спроса на ресторанные услуги в связи с известными кризисными явлениями действительно есть.

Трафик постоянно снижается с последнего квартала 2014 года. Темпы немного замедлились, но показатели

2016-го неплохие: посещаемость упала на 3,5 % (в 2015-м - на 5 %) [2, с. 152].

Средний чек перестал расти: +1 % по итогам 2016-го против +8 % в 2015-м; такие цифры мы видим впервые с 1999 года. Кроме снижения инфляции, причина также в том, что потребитель оптимизирует расходы: ресторан заменяет на кафе, кафе на фастфуд или столовую, а то и вовсе перестает питаться вне дома.

Привлекательные цены и скидки играют все большую роль при выборе ресторана: на этот показатель ориентируются 17 % опрошенных, что на 2 пункта больше по сравнению с 2014 годом. 28 % всех заказов совершается с использованием купонов, скидок, комбо-предложений, акций.

В крупнейших европейских странах ситуация противоположная - там общепит выбирают не по цене, а по качеству еды. Фактор качества в России не растет и держится на примерно одинаковом уровне с 2012-го - около 30 %, тогда как в Европе он значительно выше - 42 % в 2016-м [2, с. 153].

Фастфуд - единственный растущий сегмент рынка, и по совместительству самый крупный (40 %). По сравнению с 2015-м визитов стало больше на 6 %. Рост в основном экстенсивный, за счет открытия новых заведений. Фастфуд прошел в регионы, и тренд предположительно продолжится.

Посещаемость традиционных ресторанов упала на 16 %: люди ходят реже или по программам со скидками. Набирающий силу тренд - заправки; крупные сети работают с операторами общепита или развивают свои точки питания. Это выгодный бизнес: к примеру, маржинальность чашки кофе равна маржинальности 6 литров бензина. Но пока кафетерием оборудованы лишь 8 % российских заправок, в крупнейших городах - 20 %, так что есть куда стремиться [32, с. 276].

Формат фаст кэжуал на стыке ресторана и фастфуда привлекает потребителей быстрым обслуживанием, качественной свежей едой, невысокой ценой и стильным интерьером; посещаемость ежегодно растет. Российские сети Marketplace, «Обед Буфет», «Братья Караваевы», «Три правила» показывают двузначные темпы роста и отлично чувствуют себя в кризис.

Хотя в 2016-м сегмент прирос на 40 %, он все еще очень мал: доля фаст кэжуал на российском ресторанном рынке - 0,2 %, и пройдет еще несколько лет, пока цифра не повысится хотя бы до 2 %. За пределы столиц формат пока не выходит - регионы еще не «наелись» фастфудом [52, с. 219].

Популярность кофе навынос породила новые форматы - мобильные кофейни, палатки в парках и на улице, кофейные корнеры в деловых и торговых центрах. До кризиса были популярны завтраки — новое предложение для России, где всегда было принято завтракать дома. Когда экономическая ситуация ухудшилась, на завтраках стали экономить и зачастую заменять их чашкой кофе на бегу.

Для возвращения трафика кофейни часто устраивают акции - например, 6-й напиток бесплатно или комбо «кофе плюс сэндвич» по привлекательной цене.

Доля доставки в заказах еды из общепита выросла на 5 %. Самый популярный продукт - пицца: половина от общего числа заказов (доставка именно пиццы показала на 6 % больше, чем в прошлом году). Пицца - это выгодно: ее удобно поделить на несколько человек и сократить затраты: средний чек на человека падает. Операторы доставки часто стимулируют покупателей спецпредложениями - второй пиццей в подарок, бесплатным напитком или доставкой. Конкурентным преимуществом становится время доставки [2, с. 155]. Развитию доставки способствует и развитие технологий - появляются удобные мобильные приложения и сайты-агрегаторы, доставка может объединяться со службой такси.

В условиях некоторого снижения спроса многие предприниматели, ведущие ресторанный бизнес, пересмотрели свои планы по достижению тактических и стратегических целей. Теперь часто внимание уделяется не открытию новых ресторанов, причем, самостоятельно. Это требует значительных финансовых вливаний, прежде всего, на этапе инвестиций - строительство помещения или долгосрочная дорогая аренда, закупка дорогого оборудования и т. д.

Сейчас многие обратили свое внимание на партнерские программы, то есть, совместная с другими предпринимателями деятельность по ведению ресторанного бизнеса.

Другой тенденцией «кризисного» развития ресторанного бизнеса является покупка и продажа франшиз.

Для сетевых рестораторов продажа франшизы - это, если выражаться максимально просто, легкий способ заработать деньги, по сравнению с инвестиционной деятельностью по открытию новых ресторанов [57, с. 264].

Мировые тренды доставки - кастомизация, то есть определение предпочтений пользователя исходя из истории и заказов (Deliveroo, Австралия), доставка дронами и роботами (Domino's, Австралия), агрегаторы доставки от местных производителей и фермеров (Foodscoveгу, Италия), объединение супермаркетов с сервисами доставки («Азбука вкуса»), возможность заказать еду со страницы ресторана в соцсетях [46].

1.2. Нормативно-правовое и организационно-управленческое обеспечение деятельности предприятий общественного питания в России

Сложность и специфичность сферы общественного питания предполагает наличие широкой правовой базы, регулирующей деятельность предприятий в данной сфере.

К основополагающим нормативно – правовым актами, регулирующим вопросы функционирования предприятий общественного питания в Российской Федерации относят, прежде всего, Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07 февраля 1992 г. (в ред. от 01.05.2017). Он регламентирует права и обязанности потребителей и продавцов продукции (работ, услуг) [44, с. 119].

Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ от 2 января 2000 г. (в ред. от 13.07.2015) регулирует отношения в области обеспечения качества пищевых продуктов и их безопасности для здоровья человека. В частности, он содержит как комплекс правовых норм, устанавливающих требования к самим пищевым продуктам, сырью для их изготовления, контактирующим с ними материалам и изделиям, так и меры, обеспечивающие требуемое качество пищевой продукции и ее безопасность на всех этапах: при производстве, закупке, поставке, хранении, транспортировке и реализации населению [30, с. 154].

Федеральный закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ от 27 декабря 2002 г. (в ред. от 29.07.2017), направлен на реформирование существующих основ стандартизации, сертификации, государственного контроля и надзора, в том числе в сфере деятельности предприятий общественного питания.

Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания» № 1036 от 15 августа 1997 г. (в ред. от 04.10.2012 г.) регулирует отношения между потребителями и предприятиями общественного питания. В данном документе даются определения потребителя и исполнителя услуг в сфере общественного питания, их права и обязанности.

Санитарно-эпидемиологическая безопасность в сфере общественного питания обеспечивается Федеральным законом «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» № 52-ФЗ от 30 марта 1999 г. (в ред. от 30.09.2017 г.) и Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1324-03» № 98 от 22 мая 2003 г. [3, с. 172].

Во исполнение Федерального закона «О защите прав потребителей» в 1992 году Правительством РФ были утверждены Правила оказания услуг общественного питания, которые непосредственно регулируют отношения между потребителями и рестораном. Согласно этим правилам услуги общественного питания оказываются в ресторанах, кафе, барах и других местах общественного питания, определяются исполнителем.

Правила в обязательном порядке устанавливают на любом предприятии общественного питания: режим (часы) работы. На государственном (муниципальном) предприятии режим работы устанавливает соответствующий

Список литературы

1. Айситулина К. Тренинг персонала в ресторане. – М.: Ресторанные ведомости, 2014. – 380 с.
2. Алексеева Д. А. Состояние и тенденции развития общественного питания в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С. 151-155
3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Под ред. П.П. Табурчака, В.М. Тумина и М.С. Сапрыкина. – Ростов н/ Д: Феникс, 2013. – 352 с.
4. Аникиев С. Н. Меуснтодика разработки плана маркетинга. – М.: Наука, 2014. – 395 с.
5. Анурова Н.И. Персонал в ресторане. Как создать профессиональную команду [Текст]: Н.И. Анурова. – М.: ООО Современные розничные и ресторанные технологии, 2014. – 216 с.
6. Баканов М.И. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование/М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 656 с.
7. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности./ Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская – М.: ИНФРА-М, 2013. – 366 с.
8. Башев Г.Л., Фомин А.И. Маркетинг-менеджмент в системе общественного питания. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2015. – 256 с.
9. Белобородова, В.А. Анализ финансового состояния /В.А. Белобородова, А.П. Четова, В.Т. Слабинский. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 279 с.

10. Богатин Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. – М.: Инфра-М, 2014. – 154с.
11. Бочаров, В.В. Финансовый анализ./ В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2014. – 240 с.
12. Браймер Р. Основы управления в ресторанном бизнесе [Текст]: Р. Браймер / Пер. с англ. – М.: Агент пресс, 2015. – 320 с.
13. Булатова М.А. Ресторан, кафе: учет и налоги [Текст]: М.А. Булатова, И.В. Седова. – М.: Статус-Кво 97, 2015. – 254 с.
14. Васильев Г. Повышение качества обслуживания в торговле [Текст]: Г.Васильев, Н.Сенина // Маркетинг. – 2015. – № 1. – С.70-77.
15. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент; человек, стратегия, организация, процесс. – М.: МГУ, 2014. – 302 с.
16. Грачев, А.В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. – М.: ДИС, 2013. – 238 с.
17. Грузинов, В.П. Экономика предприятия /В.П.Грузинов. – М.: Банки и биржи, 2014. – 535 с.
18. Джеймс Д., Болдуин Д. Управление рестораном. – М.: Проспект, 2016. – 398 с.
19. Донцова, Л.В., Анализ финансовой отчетности / Л.В. Донцова, Н.А Никифорова. – М.: Дело и сервис, 2014. – 336 с.
20. Донцова, Л.В., Никифорова Н.А., Бухгалтерская отчетность и ее анализ. – М.: Бухгалтерский учет, 2013. – 270 с.
21. Ефимова, О.В. Финансовый анализ / О.В. Ефимова. – М.: Бухгалтерский учет, 2014. – 98 с.
22. Ефимова, О.П. Экономика общественного питания [Текст] / О.П. Ефимова, Под ред. Н.И. Кабушкина. – Мн.: Новое знание, 2014. – 262 с.
23. Жигульский А.Ю. Кафе, бары, рестораны: Лучшие проекты мира [Текст]: А.Ю. Жигульский. – М.: Новое знание, 2014. – 319 с.
24. Кабушкин Н.И., Менеджмент гостиниц и ресторанов [Текст]: учеб. пособие/ Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко, – 2-е изд. – Мн.: Новое знание, 2014. – 216с.
25. Катсигрис Костас, Томас Крис Учебник ресторатора: проектирование, оборудование, дизайн. – М.: Ресторанные ведомости, 2015. – 456 с.
26. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 196 с.
27. Ковалев, В.В. Финансы предприятий: Учебник /В.В. Ковалев, В.В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2014. – 352 с.
28. Кожин В.Я. Экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Экзамен, 2014. – 512 с.
29. Коробов М.Я. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий. – К.: Знания, 2014. – 378 с.
30. Коршунов Н.В. Организация обслуживания в ресторане [Текст]: Н.В. Коршунов. – М.: Высшая школа, 2015. – 288 с.
31. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм / Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 618 с.
32. Кристофер Э.Т. Ресторанный бизнес: Как открыть и успешно управлять рестораном. – РосКонсульт, 2014. – 456 с.
33. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия : учебное пособие / Э.И. Крылов, Власова В. М., Егорова М. В. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 192 с.
34. Либерман, И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности. Учебное пособие / И.А. Либерман. – М.: Издательство РИОР, 2014. – 159 с.
35. Любушкин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учебное пособие / Н.П. Любушкин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 471 с.
36. Маркарьян, Э.А. Финансовый анализ. / Э.А. Маркарьян. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2013. – 267 с.
37. Маслов Е.В. Как клиенты выбирают ресторан // Ресторатор. – №7. – 2014. – С. 56-61.
38. Марвин Б. Маркетинг ресторана. – М.: Литтерра, 2015. – 398 с.
39. Милл Р.К. Управление рестораном. – М.: Юнити, 2014. – 400 с.
40. Новаторов Э.В. Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – №1. – С. 50-54.
41. Палли М. Азбука ресторатора. Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе. – М.: ВВРРГ, 2014. – 500 с.
42. Прыкина Л.В. Экономический анализ предприятия. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 360 с.

43. Пястолов, С.М. Экономический анализ деятельности предприятия. / С.М. Пястолов. – М.: Академический проект, 2014. – 573 с.
44. Радченко, Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания [Текст]: Л.А. Радченко, 2014. – 278 с.
45. Ревенко П., Вольфман Б., Киселева Т. Финансовая бухгалтерия. – М.: Инфра-М, 2013. – 574с.
46. Ресторанный консалтинг Restcon [Электронный ресурс] / Н. Татарникова // Кушать подано, или кадровая проблема под острым соусом. – 2017. – Режим доступа: <http://www.restcon.ru/index.php>.
47. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: Учебное пособие/ Г.В. Савицкая. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Минск: ИП «Экоперспектива», 2014. – 498 с.: ил.
48. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами. / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 257 с.
49. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном и ресторанном бизнесе. – М.: Юристъ, 2014. – 568 с.
50. Смолкин А.М. Менеджмент: основы организации: Учеб. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 248 с.
51. Соколова М.И. Организационное поведение: управление поведением людей организации. – М.: Проспект МГИМО, 2014. – 103 с.
52. Солдатенков Д. Современный ресторан: новые форматы. – М.: Рестораны ведомости, 2014. – 438 с.
53. Теория управления: Учебник. Изд. 2е / Под общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухина. – М.: Издательство РАГС, 2013. – 558 с.
54. Харламова Т. Проблемы и перспективы сетевых ресторанов // Торговля и ресторанный бизнес. – №6. – 2014. – С. 13-19.
55. Хрипач В.Я. Экономика предприятия: учебник / В. Я. Хрипач, Г. З. Суша. – Минск : Экономпресс, 2016. – 464 с.
56. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д.Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: Инфра-М, 2014. – 176 с.
57. Шок Патти Д., Боуэн Джон Т., Стефанелли Джон М. Маркетинг в ресторанном бизнесе. – М.: Рестораны ведомости, 2014. – 386 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/20102>