

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт математики, физики, информатики и технологий
Кафедра технологии и экономики

**ОРГАНИЗАЦИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В
УСЛОВИЯХ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

(выпускная квалификационная работа по направлению профессиональной
подготовки 43.03.01 - «Сервис», профиль «Сервис транспортных средств»)

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой, д.ф-м.н.,
профессор О.А. Чикова

дата

подпись

Исполнитель:
Вережкина Мария Александровна,
студентка БР-51Z группы

подпись

Научный руководитель:
Витюнин Максим Александрович,
к.х.н., доцент кафедры технологии и
экономики

подпись

Екатеринбург, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ГЛАВА «АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....	5
1.1 Анализ автосервисных предприятий.....	5
1.2 Оценка рынка общественного питания.....	8
1.3 Конкуренция.....	13
1.4 Сравнительный анализ востребованности придорожных кафе с автосервисом и городского автосервиса с кафе.....	19
2. ГЛАВА «ОРГАНИЗАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННАЯ ЧАСТЬ»..	22
2.1 Классы и типы предприятий общественного питания.....	22
2.2 Основные требования для кафе при автосервисе.....	26
2.3 Кадровая политика кафе при автосервисе.....	32
2.4 План строительства кафе.....	36
2.5 Медиа-план продвижения услуг кафе и автосервиса.....	39
3. ГЛАВА «ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ».....	43
3.1 Место технологического процесса кафе в производственном процессе автосервиса.....	44
3.2 Соотнесение скорости обслуживания в автосервисе и автокафе их корректировка по потребностям клиента.....	44
4. ГЛАВА «ЭКОЛОГИЯ И ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ».....	46
5. ГЛАВА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ».....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	62

ВВЕДЕНИЕ

Все знают, что для полноценной жизни каждого человека, роль питания крайне важна. Питание — химическое звено связи организма с внешней средой. Жизнь без рационального питания невозможна, так как оно поддерживает и укрепляет здоровье человека. Постоянно нарушенный режим питания может привести к патологическому изменению жизненно важных функций. Это связано с глубинным воздействием питания на все биохимические и физиологические процессы организма. Из этого следует, что питание играет одну из самых важных ролей в жизни человека.

Особенно часто забывают о питании, во время длительных поездок, стрессовых ситуаций, когда сломалась машина, и человек вынужден длительное время находиться в автосервисе. Какой бы надежной не была машина, рано или поздно ей потребуются ремонт. А значит, бизнес на обслуживании автомобилей стабильно обеспечен клиентами и приносит своему владельцу неплохую прибыль, в то же время сам водитель и пассажиры будут нуждаться в качественной пище вовремя ремонта машины. Массовое питание играет важную роль в жизни общества. Оно наиболее полно удовлетворяет потребности людей в питании. Три главные функции общественного питания состоят из производства готовой продукции, реализации и организации потребления вместе с проведением досуга. Также, перед предприятиями общественного питания стоят такие задачи, как:

1. Удовлетворение спросов населения.
2. Улучшение качества выпускаемой продукции.
3. Улучшение качества обслуживания.

На сегодняшний день, то, насколько выполнены данные задачи - является одним из главных факторов при выборе заведения общественного питания. А, следовательно, повышает конкурентоспособность предприятия, что очень важно при рыночных отношениях.

Был проведен анализ автосервисов по Свердловской области, и сделан вывод, что только 15% из них имеют место для общественного питания. Таким образом,

организация питания при автосервисе – весьма актуальная идея для развития бизнеса. Вместе с прибылью, данная организация поможет поддержать здоровье множества граждан и предоставит свободные рабочие места. Это показывает актуальность проблемы.

Объектом выпускной квалификационной работы является предприятие общественного питания при автосервисе.

Предметом исследования является организация услуг предприятия общественного питания при автосервисе.

Целью данной работы является организация предприятия общественного питания при автосервисе.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие основные задачи:

1. Выбрать автосервисное предприятие, при котором можно организовать предприятие общественного питания.
2. Выявить уровень конкуренции.
3. Определить более уместный тип предприятия общественного питания.
4. Выбрать местоположение.
5. Выбрать организационно-правовую форму предприятия и систему налогообложения.
6. Составить бизнес-план.
7. Разработать меры безопасности для будущего места питания.
8. Организовать кадровую политику
9. Выявить срок окупаемости

Выпускная квалификационная работа состоит из следующих частей: введения, пяти глав, заключения и списка используемой литературы

ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПРИ АВТОСЕРВИСЕ

1.1 Анализ автосервисных предприятий

Для начала, следует дать определение такому понятию, как «автосервисное предприятие». Автосервисное предприятие – организация, оказывающая населению и юридическим лицам услуги по техническому обслуживанию автотранспортных средств. Техническое обслуживание включает в себя текущее, восстановительное и капитальный ремонт. Также, возможна установка дополнительного оборудования на автомобиль.

Автосервисное предприятие может оказывать как определенный вид услуг, так и их комплекс. Рассмотрим перечень услуг автосервисного предприятия предоставляемые потребителю:

1. Предпродажная подготовка автомобиля – услуга, направленная на устранение и выявление недостатков в работоспособности автомобиля, которые могут влиять на рыночную стоимость при продаже. Предприятие, которое планирует оказывать данный вид услуг схоже по строению и внутреннему содержанию с автосервисом, занимающимся ремонтом автомобилей, и имеет такие же требования.

2. Автомойка – мойка автомобиля. Существуют автомойки для мытья автомобиля целиком, и автомойки, очищающие детали или узлы автомобиля отдельно, перед устранением неисправностей.

3. Диагностика транспортного средства.

4. Установка дополнительного оборудования и тюнинг автомобиля - включает в себя такие услуги как: установка сигнализации, аудиоборудования, видеооборудования, тонирование стекол, бронирование, монтаж дополнительного оборудования.

5. Комплексное техническое обслуживание – комплекс услуг, предусмотренных регламентом производителей автомобиля. В состав услуги могут

входить следующие виды работ: смазка и заправка основных узлов и агрегатов, регулировка фар и геометрии колес, топливной аппаратуры, систем зажигания, тормозов, сцепления, рулевого управления, а также проведение электротехнических работ.

6. Ремонт автотранспортного средства - операции по снятию, установке, замене, ремонту и регулировке агрегатов, узлов и деталей для восстановления технических характеристик автомобиля. Такие работы могут выполняться как на рабочем посту, так и на особых участках, оснащенных специализированным оборудованием.

7. Ремонт и восстановление кузова — отдельный вид работ, не связанный с общим обслуживанием автомобиля. Включают в себя исправление дефектов кузова, покрасочные работы, а также антикоррозийную обработку. Данный вид работ требует специальных участков: покрасочного и рихтовочно-сварочного.

Следовательно, площадь помещения, уровень излучения, уровень шума будут зависеть от перечня услуг предоставляемых автосервисным предприятием.

Исходя из «ГОСТ Р 50764-2009 Услуги общественного питания. Общие требования» [25] для открытия предприятия общественного питания, помещение должно удовлетворять следующим факторам:

1. Гигиенические нормативы уровней шума, инфразвука, вибрации, электромагнитных полей.
2. Предельно допустимые концентрации и ориентировочные безопасные уровни воздействия загрязняющих веществ в воздухе.
3. На территории предприятия рекомендуется предусматривать площадки для временной парковки транспорта персонала и посетителей.
4. Территория организации должна быть благоустроена и содержаться в чистоте.
5. Водоснабжение и освещение предприятий общественного питания должны отвечать требованиям соответствующих санитарных правил.

б. Минимальный размер площади должен составлять 70 кв.м и включать в себя зал для посетителей, склад для продуктов, производственный цех, моечную, помещение для персонала и санузел.

Согласно данным факторам, автосервисные предприятия, которые занимаются ремонтом автомобилей и кузовов, установкой дополнительного оборудования и тюнингом автомобилей, а также, проводящие техническое обслуживание, не подходят для организации общественного питания т.к. уровень шума велик из-за работы сварочных и шлифовальных аппаратов. Более того, при нарушении в автомобиле выхлопной, выпускной или системы отвода отработавших газов, может возникнуть вероятность выброса токсичных веществ, что является недопустимым вблизи предприятия общественного питания. Также для предпродажной подготовки автомобиля, зачастую необходима покраска, а краска обладает резким запахом, который предоставит дискомфорт для посетителей заведения.

Таким образом, предстоит сделать выбор между автосервисным предприятием, занимающимся мойкой автомобилей и шиномонтажем. Оба вида предприятий, оказывающие данные услуги являются сезонными, так как мойка автомобиля требуется в позднее весеннее, раннее осеннее время, а замена шин в позднее весеннее и позднее осеннее время. С другой стороны, услугами шиномонтажного сервиса пользуются люди, чье колесо спустило или лопнуло во время движения, что обеспечивает данному виду автосервисного предприятия большую проходимость.

С другой стороны, средняя продолжительность мойки автомобиля занимает 20-30 минут, а если с уборкой внутри салона, то может достигать 45 минут. В автосервисном предприятии, занимающимся шиномонтажем, демонтаж шин составляет 30-45 минут, вулканизация, при проколе шины составляет 1,5 часа. Чем дольше время ожидания у потенциального посетителя, тем более велика вероятность, что он решит потратить свободное время на прием пищи.

По словам авторитетных владельцев качественных автосервисов, с проверенной репутацией, таких как «Шиномонт» и «Профессор Шин», для

размещения шиномонтажной мастерской необходимо помещение площадью от 20 до 30 кв.м. где должны быть размещены следующие позиции:

1. Два балансировочных стенда для грузовых и легковых автомобилей.
2. Два станка для монтажа шин.
3. Вулканизатор.
4. Компрессор.
5. Домкраты.
6. Ванна для проверки.
7. Станок для выпрямления дисков.
8. Устройство для зарядки аккумуляторов.
9. Расходные материалы.

При организации автосервисного предприятия, которое будет предоставлять моечные услуги, потребуется минимум 90 кв.м., из которых 60 кв.м. – площадь постов мойки автомобилей, 30 кв.м. – помещение, в котором должна находиться техника, такая как: автомойки стационарные, химическая чистка или пылесос, компрессор, а также химические средства, используемые при мойке: бесконтактный шампунь, очиститель двигателя, колёс, салона.

Для организации питания при автосервисе требуется достаточная площадь, поэтому будет выбран вид автосервисного предприятия, который может занимать наименьшую площадь, но находиться в большом помещении.

Также, исходя из того, что для организации предприятия общественного питания требуется автосервис с наибольшим и постоянным потоком потенциальных потребителей, которые будут проводить в сервисе значительное время и систематически его посещать, сервис, занимающийся шиномонтажем был выбран для данной цели.

1.2 Оценка рынка общественного питания.

Рынок общественного питания в России в целом и в Свердловской области в частности на данный момент находится в стадии постоянного изменения. А именно:

появляются новые формы обслуживания потребителей, трансформируется культура обслуживания, образуется культура высококачественного быстрого питания. На сегодняшний день, организация высококачественного общественного питания является привлекательной для потенциальных инвесторов в связи с тем, что:

1. Быстрый срок окупаемости инвестиций.
2. Высокая доля прибыли.
3. Размер инвестиций не большой.
4. Конкуренция не высока.

Для того чтобы качественно организовать предприятие общественного питания, следует разобраться в сложившейся на рынке ситуации, определить целевую аудиторию, выбрать наилучшее месторасположение для открытия и дать оценку уровня конкуренции.

Общественное питание – самостоятельная отрасль экономики. Она состоит из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры. Ее задача - организация питания населения, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг.

Услуги, которые зачастую предоставляются потребителям организациями общественного питания, можно подразделить на:

1. Услуги питания.
2. Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий.
3. Услуги по организации потребления и обслуживания.
4. Услуги по реализации продукции.
5. Услуги по организации досуга.
6. Информационно-консультационные услуги.

Определение показывает, что рынок общественного питания оказывает два основных вида услуг – организация питания и проведение досуга. Сегментировать рынок можно по данным параметрам.

Любой компании, представленной на рынке будет крайне сложно удовлетворить потребности всех потребителей. Оправдать ожидания всех покупателей невозможно, так как их много, и они настолько отличаются в своих нуждах и предпочтениях. Компаниям предстоит сегментировать рынок и организовать реализацию своей продукции, ориентировано на определенный сегмент, который с большей вероятностью ее приобретет. Таким образом, выявляется своя целевая аудитория.

Для того чтобы воздействовать на выбранную целевую группу с наибольшей выгодой, компании необходимо сфокусироваться на разработке товаров, специализирующихся на нуждах данного сегмента. Намного эффективнее сделать акцент на тех, кому с большей вероятностью продукция покажется интересной, нежели стараться охватить всех.

Далее следует определить будущую целевую аудиторию. Исходя из того, что предприятие будет располагаться при автосервисе, профиль которого шиномонтаж, рассматриваются те люди, которые зачастую пользуются их услугами.

В последние годы количество автомобилей на дорогах заметно увеличилось. В крупных городах рост произошел за счет массового приобретения бюджетных иномарок, в отдаленных регионах за счет приобретения продукции отечественного автопрома, в частности, АвтоВАЗа.

На сегодняшний день в каждом городе не один автосервис, предоставляющий услуги шиномонтажа. Возьмем во внимание, что многие услуги автосервиса достаточно дорогостоящие для некоторых слоев населения. В частности, многие сегодня приобретают автомобили компании АвтоВАЗ и китайские автомобили. Данные автомобили не отличаются высокой надежностью шин. Обычный гражданин, среднего сегмента, очень часто, приобретает автомобиль в кредит, поэтому если автомобиль активно эксплуатируется, большая вероятность, что шины придется менять более чем два раза в год, а осенью и весной обязательная замена шин, в связи с изменением погодных условий, а данная услуга является весьма дорогостоящей, поэтому автовладелец старается менять шины у автомобиля самостоятельно, чтобы уменьшить затраты.

Из этого следует, что основными потребителями услуг автосервисов являются граждане с доходами выше средних, чтобы замена шин в автосервисе не могла ударить по семейному бюджету. Далее рассматриваются какие автомобили, и кто именно из граждан с доходами выше среднего приобретает.

Согласно многочисленным исследованиям можно увидеть, что в основном выбор таких людей попадает на седаны и хетчбэки класса С. Седан чаще является единственной машиной в доме, в то время как хетчбэк часто вторая машина в семье.

Среднего представителя целевой аудитории модели С-класса можно описать следующим образом: женатый мужчина 30-45 лет, уровень дохода – средний, городской житель, но с частыми поездками за город (в том числе за границу), желающий выглядеть современно, стремящийся подчеркнуть свою зрелость и утвердить свой статус, ценящий комфорт и удобство, считающий преимуществом – экономичность и практичность автомобиля. Но и зачастую путешествующий вместе с семьей.

Таким образом, следует вывод, что при шиномонтаже, предприятие общественного питания должно удовлетворять в большей степени потребности граждан с доходами выше среднего. Из чего следует, что высококачественное обслуживание, большой ассортимент, хороший интерьер – будут важными требованиями к будущему заведению. По демографическому признаку, целевой аудиторией будут в большинстве мужчины, но иногда и семейные пары с детьми. Исходя из этого нужно выделить место для детей, чтобы они не доставляли дискомфорт основному сегменту. Основными потребителями услуг питания при автосервисе будут являться:

1. Водители и пассажиры легкового автотранспорта.
2. Водители-дальнобойщики.
3. Местные жители.

Следующий шаг – выбор территории. В связи с местом жительства, будет рассматриваться Свердловская область.

Начинать развивать новый бизнес в Екатеринбурге – пятым по величине городе России, было бы опрометчивым решением, так как крайне высока

конкуренция. Для достижения наилучшего результата, следует рассмотреть близлежащие города. Последние четыре года исследовался рынок в городе Первоуральске, это родной город, и сделан вывод, что данное местоположение удовлетворяет всем факторам для открытия предприятия общественного питания при автосервисе.

В настоящее время на рынке Первоуральска наблюдается нехватка предприятий общественного питания, находящихся при автосервисах. Так как город является металлургическим, имеется Новотрубный Завод, количество мужчин среднего возраста с достатком выше среднего велико – а это подходящая целевая аудитория.

Общая характеристика:

Первоуральск – это довольно старый город как по времени получения статуса города, так и по возрастной структуре населения. Статус города окружного подчинения получен 20 июня 1933 года.

В городе действует 17 организаций автосервиса. Четыре автосервиса имеют круглосуточный режим работы. Предоставляют услуги шиномонтажа 6 из них. Два автосервисных предприятия, которые занимаются шиномонтажем имеют круглосуточный режим работы. Данный спрос на мастерские автомобилей пошел из-за того, что большинства жителей имеют финансовый статус выше среднего, и нуждаются в ежедневных поездках на работу в город Екатеринбург, а также из-за развитого автобусного сообщения.

Помимо маршрутов в посёлки Первоуральского городского округа, существует сообщение с городами: Екатеринбург, Ревда, Нижний Тагил, Красноуфимск, Арти, г. Нязепетровск, а также с Челябинск.

Городской общественный транспорт включает в себя городские автобусы, маршрутное такси и городское такси. Также, немаловажно, что для многих городов путь в ближайший аэропорт Кольцово в Екатеринбурге лежит именно через Первоуральск.

Важной характеристикой населения города является высокая экономическая активность населения. Большую часть населения занимает подходящая для

будущего бизнеса целевая аудитория, что делает организацию предприятия именно в городе Первоуральске еще более выгодной.

1.3 Конкуренция

После того, как выбрано выгодное местоположение для организации предприятия общественного питания, рассмотрим такое понятие, как конкуренция.

Конкуренция – соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров и услуг. То, насколько предложение превышает спрос – является определяющим фактором конкуренции. Насколько эффективно компания противостоит новым конкурентам, проникающим на рынок и выпускающим подобные товары и услуги, тем больше доля рынка и уровень прибыли принадлежат конкретной компании. Также компании необходимо предотвращать воздействие клиентов, такие как:

1. Оказание давления с целью снижения цены.
2. Требование более высокого качества обслуживания.
3. Пользование услугами, без оплаты (воровство).

Чтобы выбрать автосервис, который лучше всего подойдет для открытия предприятия общественного питания при нем, необходимо провести анализ и выявить, какой автосервис может противостоять в конкурентной борьбе.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность услуг автосервиса, можно разделить на объективные и субъективные.

Объективные – это факторы, которые определяют возможность предприятия выполнять ту или иную функцию, полезную для клиентуры, то есть создают преимущества для клиентов. Субъективные факторы – это все, что способствует положительному восприятию клиентом услуги, это комплекс материальных и

нематериальных составляющих, влияющих на восприятие клиентом результата взаимодействия со станцией. К объективным факторам относятся:

1. Наличие корпоративной культуры персонала.
2. Наличие системы управления качеством, сертификата на услуги.
3. Наличие производственных мощностей и внешних функциональных зон.
4. Наличие инфраструктуры для клиентов.
5. Наличие и уровень техники и технологии.
6. Обеспеченность запасными частями, их качество, уровень управления запасами.
7. Квалификация персонала.
8. Уровень информационного обеспечения, в том числе технологического (баз данных, программ).
9. Качество обслуживания и ремонта автомобилей.
10. Качество обслуживания клиентуры.
11. Время, которое расходуется на выполнение одного нормо-часа трудоемкости работ по обслуживанию и ремонту автомобилей.
12. Цена.
13. Перечень услуг.
14. Эстетика предприятия и производства.

Субъективные факторы предполагают утвердительный ответ на следующие вопросы:

1. Знает ли клиент о станции, имеет ли возможность получить о ней положительную информацию?
2. Доверяет ли клиент станции и ее персоналу?
3. Уверен ли клиент в том, что его потребности будут удовлетворены, а реакция на них будет положительной?
4. Уверен ли клиент в том, что обслуживание и ремонт будут выполнены качественно и в полном объеме?
5. Уверен ли клиент в том, что срок выполнения работ будет соответствовать договоренности?

6. Может ли клиент ожидать человеческого к нему отношения?

7. Воспримет ли клиент цены как отвечающие потребительской ценности, иными словами, как справедливые?

8. Отвечают ли условия на станции тем, которые клиент воспринимает положительно?

В данном случае рассматриваются четыре автосервисных предприятия, которые расположены в городе Первоуральск «Pure plus» и «Юмакс» - являются круглосуточными, и имеют модернизированную технику, также исходя из отзывов посетителей, данные салоны являются вне конкуренции, перед двумя другими «Корд» и «Автосервис Бегемот». При автосервисе «Корд» имеется кафе.

Конкурентные отношения автосервисов «Pure plus» и «Юмакс» представлены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры	Pure plus	Юмакс
Режим работы	Круглосуточно	Круглосуточно
Цена	средняя	средняя
Квалификация персонала	Высокая	Высокая
Перечень услуг	Шиномонтаж, вулканизация	Шиномонтаж, вулканизация
Местоположение	Около трассы Екатеринбург - Пермь	Центр города
Занимаемая площадь	160 кв.м	100 кв,м

После того, как были рассмотрены автосервисные предприятия в городе Первоуральске, которые предоставляют такую услугу, как шиномонтаж, был сделан вывод, что вне конкуренции является «Pure plus» ИП Ховдей по адресу Свердловская по адресу обл., Первоуральск, ул. Талица, 16. Расположение вблизи трассы Екатеринбург – Пермь, что предоставляет возможность пользоваться услугами автосервисного предприятия дальнобойщикам и людям, чье колесо

лопнуло или спустилось в пути. Более того, данный автосервис имеет достаточно большую площадь, которая не является необходимой, для качественной деятельности автосервиса, и может служить для организации предприятия питания. Исходя из данных фактов, именно данный автосервис в большей степени подходит для организации предприятия общественного питания.

Ежедневно на трассе Пермь-Екатеринбург сдувается колесо у трех легковых автомобилей, 1 автобуса и 3 грузового автомобиля, таким образом, за сутки (с 9 утра до 9 утра) около 10 машин, а просто проезжают за сутки - в среднем 2340 легковых автомобилей, 780 грузовых.

Можно считать, что клиентами предприятия общественного питания станут 0,5% проезжающих людей и 30% тех, кто остался на шиномонтаж. Тем самым, получается, что 30-60 человек в день в зависимости от того, будний или выходной день и из расчета два человека в легковом и один в грузовом автомобиле). Более того, местные жители тоже могут заинтересоваться и добраться до кафе, можно считать, что 5-10 человек за сутки.

Далее следует рассмотреть предприятия общественного питания, которые уже имеются в городе Первоуральске: ресторан «Мельница», взрослое и детское кафе «Космос», ресторан Люкс сегмента «Порт Рояль», кафе «Авангард» и два кафе японской кухни «Сушибон», а также несколько закусочных, ларьков быстрого питания.

В целом, на рынке наблюдается нехватка предприятий общественного питания. Только при двух автосервисах есть ларьки с хот-догами, и кафе «Мельница» имеет автосервис.

Предприятие будет располагаться вблизи трассы Пермь-Екатеринбург, что обеспечит необходимый приток клиентов. С другой стороны, данное расположение предполагает удаленность от предприятий – конкурентов, вблизи находится только ларек-закусочная «Веселый хотдог». Но, в любом случае нужно сравнить услуги, предоставляемые конкурентами выявить, и развить факторы конкурентоспособности проектируемого предприятия.

Анализ конкурентных позиций проектируемого предприятия по отношению к указанным предприятиям представлен в таблице 2.

Таблица 2

Факторы	Новый проект	Конкуренты		
		Ресторан «Мельница»	«Веселый хотдог»	«Авангард»
Уровень конкуренции		Прямой конкурент	Не прямой конкурент	Не прямой конкурент
Посадочных мест	На 20 человек	На 20 человек	На 5 человек	На 35 человек
Качество	Высокое качество приготовления пищи и обслуживания	Еда всегда свежая и качественная	Качественно, но внешний вид плох	Не всегда свежая еда
Местонахождение	За городом, около трассы. Парковочные места есть	Оживленное место, трасса Екатеринбург - Пермь, имеется автосервис при кафе	Не очень оживленное место, есть место для парковки	Не очень оживленное место, нет места для парковки
Уровень цены	Выше среднего	Высокий	Средний	Средний
Особенности ассортимента	Различная кухня	Европейская кухня	Фаст-Фуд	Европейская кухня
Ассортимент	Широкий ассортимент	Не очень широкий ассортимент	Широкий ассортимент	10-15 видов

Репутация фирмы	Фирма новая	Каждый день новые клиенты	Известная, постоянные клиенты	Новая фирма
-----------------	-------------	------------------------------	-------------------------------------	-------------

Сопоставление факторов конкурентоспособности

После того, как заведения общественного питания в городе Первоуральске были рассмотрены, был сформирован вывод, что на данном рынке конкуренция оценивается как:

1. Совершенная олигополия.
2. Ценовая конкуренция не высока.
3. Прямой конкурент – кафе «Мельница», так как при нем имеется автосервисное предприятие. Также, в качестве прямых конкурентов выступают заведения, находящиеся вблизи трассы Екатеринбург-Пермь, но их мало.
4. В качестве косвенных конкурентов выступают фаст фуды.

Конкурентные преимущества проектируемого заведения общественного питания должны состоять из следующих факторов:

1. Режим работы круглосуточно.
2. Персонал – профессионалы своего дела.
3. Расположение вблизи оживленной трассы при автосервисе.
4. Цена ниже, чем у конкурентов.
5. Использование модернизированных технологий в приготовлении пищи.
6. Целенаправленная рекламная политика, программы лояльности, для создания привязанности потребителей.

На данный период времени, для того, чтобы преуспеть в конкурентной борьбе, компании необходимо обеспечить подходящее сочетание хорошо продуманного бизнес-плана, контроля и управления качеством продукции и услуги, клиентоориентированности, подбора подходящего квалифицированного персонала, разработанного дизайна хорошей рекламы.

Не менее важной задачей является не столкнуться с проблемами, связанными с конфликтами целей, приоритетов, сроков, назначений, ресурсов и отчетности.

1.4. Сравнительный анализ востребованности придорожных кафе с автосервисом и городского автосервиса с кафе.

Организация питания населения является важной социальной задачей, для решения которой создаются различные места общественного питания с целью предоставления пищи различным слоям населения в различных жизненных ситуациях.

В работе проводилось комплексное исследование востребованности придорожных кафе и городского автосервиса с кафе. Целью работы был анализ конкурентоспособности и выбор предприятия, которое приносит наибольшую прибыль. Объединяет данные заведения суть их предназначения – предоставление услуг питания населению, а различия состоят в том, что в первом случае услуги питания являются приоритетными, а автосервисные косвенными и необязательными к использованию, а во втором услуги автосервиса приоритетные, а питание, как возможность проведения досуга. Также важным фактором является расположение, рассматриваются только придорожные кафе и автосервисы с кафе, находящиеся в черте города Первоуральск. Для рассмотрения представлены такие единицы, как кафе «Мельница» с многопрофильным автосервисом и автосервис «Корд» имеющий такую точку питания, как кафе.

В таблице 3 приведен сравнительный анализ востребованности придорожных кафе с автосервисом и городского автосервиса с кафе.

Таблица 3

	Придорожное кафе с автосервисом «Мельница»	Городской автосервис с кафе «Корд»
Сильные стороны	Современное оборудование для приготовления пищи, большая проходимость клиентов, широкий ассортимент блюд, высокое качество услуг и продукции	Удобное географическое положение, наличие финансовых ресурсов, центральный район города, комплексное предоставление автосервисных услуг, возможность проведения досуга и приобретения пищи. Постоянные клиенты
Слабые стороны	Высокий уровень шума из-за трассы и автосервисного предприятия. Большая вероятность просрока продуктов питания ввиду удаленности от населенного пункта	Высокие цены, средний уровень шума
Клиенты	Высокая проходимость, каждый раз новые посетители, в день 50-80 человек	Постоянные клиенты, большое количество клиентов весной и осенью 70-100 в день. Зимой и летом 30-40
Средний чек	1500 рублей	2000 рублей
Факторы привлекательности	Единственное заведение общественного питания в радиусе 10 км	Система лояльности для постоянных клиентов

Издержки в год	Более 1млн рублей	Менее 1 млн рублей
Прибыль в год	150 000 рублей	200 000 рублей

Таким образом, сопоставив конкурентные возможности придорожного кафе с автосервисом и городского автосервиса с кафе, образуется вывод, что организация питания при автосервисе является более прибыльной и привлекательной для использования в качестве бизнес-проекта. Так как автосервис обеспечен сезонным потоком клиентов, легче удерживать постоянных клиентов акциями и системой лояльности, чем сталкиваться каждый раз с новыми клиентами. Организация питания в черте города позволяет быть уверенным в регулярности поставок продукции. Более того, клиент, который дожидается автомобиль из автосервиса и в это время принимает пищу, будет более лояльно относиться к посторонним шумам в заведении, нежели тот клиент, который принимает пищу в придорожном кафе при автосервисе и не нуждается в обслуживании автомобиля.

2.1. Классы и типы предприятий общественного питания.

Выяснив, что наилучшим месторасположением для открытия предприятия общественного питания при автосервисе является город Первоуральск и автосервисное предприятие шиномонтаж «Pure plus», расположенный вблизи трассы Екатеринбург-Пермь. На данном этапе будет рассматриваться какой формат (класс и тип) для заведения общественного питания в данных условиях станет оптимальным.

Исходя из того, что продукция предприятий общественного питания не имеет долгих сроков хранения, она должна реализовываться в ближайшее время после изготовления. Выполнение функции реализации сближает предприятия общественного питания с предприятиями розничной торговли. Главная задача предприятия общественного питания, как и предприятия розничной торговли – реализовать продукцию населению с целью получения прибыли. Общественное питание организационно входит в состав торговли, но предприятия общественного питания не только реализуют, но и организуют потребление готовых блюд и предоставляют населению различные виды услуг, к примеру – проведение досуга. Не мало важно установить, какие требования будут предоставлены к проектируемому заведению, для этого необходимо определить его формат.

Класс предприятия общественного питания – совокупность отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания. При определении класса предприятия учитывают такие факторы как: уровень обслуживания; изысканность интерьера; номенклатура предоставляемых услуг.

Тип предприятия общественного питания – это вид предприятия с характерными особенностями обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и номенклатуры, предоставляемых потребителям услуг.

В соответствии с «ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», утвержденному Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №198» [1] установлена следующая классификация типов предприятий общественного питания:

Ресторан - предприятие общественного питания с большим ассортиментом блюд достаточно сложного приготовления, в которые входят заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, с высоким уровнем обслуживания в сочетании с качеством продукции. Ресторан – представляет собой, гармоничный интерьер, комфортные места и большой выбор услуг. Также, для ресторана важно иметь ассортимент фирменных блюд и напитков сложного приготовления.

Бар - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

Кафе – предприятие, оказывающее услуги по организации питания и проведения досуга потребителей, с достаточным ассортиментом блюд, но значительно меньшим, чем у ресторана. Интерьер кафе должен быть гармоничным или стилизованным, если кафе ориентированно на определенный сегмент потребителей. Места для приема пищи должны быть хорошо оборудованы, чтобы обеспечить комфортное пребывание для посетителей.

Буфет - структурное подразделение организации, которое используется в основном для реализации мучных кондитерских и булочных изделий, также уже приобретенных товаров, снеков, или же блюд не сложного самостоятельного приготовления.

Столовая – предприятие общественного питания, которое обслуживает определенную часть потребителей, к примеру, на заводе, в школе, тюрьме. Данное предприятие в основном производит и реализует блюда согласно еженедельному меню, то есть каждую неделю, или каждый день одинаковые порции.

Столовые имеют определенные различия. В первую очередь по ассортименту делятся на общие, диетические, вегетарианские, по месту расположения столовые делятся на общедоступные и закрытые, как, к примеру, на заводе, школе или тюрьме, предназначенные только для участников организации. Кроме того, столовые можно условно разделить на столовые, изготавливающие и реализующие продукцию собственного изготовления и раздаточные столовые, реализующие готовую продукцию, получаемую от других предприятий общественного питания.

Диетическая столовая - столовая, специализирующаяся в приготовлении и реализации блюд диетического питания.

Столовая - раздаточная, реализующая готовую продукцию, получаемую от других организаций общественного питания.

Таким образом, исходя из приведенного списка можно сделать вывод, что классификация предприятий общественного питания зависит от следующих факторов:

1. Ассортимент реализуемой продукции и сложность ее приготовления.
2. Техническая оснащенность предприятия общественного питания, квалификация персонала.
3. Качество и методы обслуживания.
4. Виды предоставляемых услуг.

Нужно отметить, что такие виды предприятий общественного питания, как рестораны и бары подразделяются еще и на классы.

Подтверждение соответствия предприятия общественного питания выбранному типу и классу производится органами по сертификации,

аккредитованными Комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации в установленном порядке.

Однако помимо типов и классности предприятия общественного питания могут различаться по таким признакам, как ассортимент реализуемой продукции, место нахождения и контингент посетителей.

Так, например, кафе по ассортименту реализуемой продукции подразделяются на кафе-мороженое, кафе-кондитерская, а по контингенту потребителей могут быть представлены как кафе для молодежи или детское кафе.

Бары по ассортименту реализуемой продукции могут быть следующих видов: молочный, кофейный, пивной, коктейль-бар и так далее.

Так под услугами питания следует понимать услуги по изготовлению продукции общественного питания и созданию условий для ее реализации в соответствии с типом и классом организации общественного питания. Исходя из этого, услуги питания подразделяются на:

1. Услуги питания ресторанов.
2. Услуги питания баров.
3. Услуги питания кафе.
4. Услуги питания столовых.
5. Услуги питания закусочных.

Таким образом, рассмотрев классификацию заведений общественного питания можно прийти к выводу, что для постройки при автосервисе больше всего подойдет кафе, так как для людей среднего класса закусочная будет не подходить по уровню обслуживания и интерьеру, а организация ресторана будет являться высокостоящей.

2.2. Основные требования для кафе при автосервисе.

Определив, что типом заведения общественного питания, которое будет расположено при автосервисе будет кафе, следует рассмотреть основные требования, предъявляемые к кафе.

Кафе - как предприятие, выпускающее кулинарную продукцию имеет производственные цеха, специализирующиеся на переработке определенного вида сырья и изготовляемой продукции. Виды цехов: мясной, рыбный, овощной, горячий, холодный и кондитерский. Кроме того, имеются складское, тарное хозяйства и санитарно-технические службы.

Чтобы не нарушалась поточность производства и последовательность операций технологического процесса, производственные помещения располагают так, чтобы во всех помещениях в зависимости от назначения устанавливалось технологическое, электрическое, холодильное и другое оборудование. Санитарные нормы и правила техники безопасности при работе с оборудованием, правила пожарной безопасности, и охраны труда – крайне важно соблюдать при организации работы в производственные цехах, это создаст нормальные условия для работников кафе. Высота производственных помещений кафе должна быть не менее 3-3,5 м. Температура воздуха в холодном цехе не должна превышать 16-18°C, а в горячем 22-25°C [12].

В цехах устанавливаются вытяжки с целью улучшения климата, а также, кондиционеры и электронагреватели. Данные аппараты позволяют контролировать микроклимат в помещении в любое время года, а также помогают очищать воздух во время технологического процесса. Лучше приобретать новые модели оборудования, так как за счет этого будет снижен уровень шума, и травматизма на производстве. Также, обязательны обучение персонала работе с новым оборудованием и периодические обучения технике пожарной безопасности.

Важно рассмотреть структуру кафе. Торговый зал, буфет, хлеборезка, касса относятся к торговым помещениям кафе, а сервизная, моечная столовой посуды - подсобные торговые помещения. Согласно строительным нормам и правилам

проектирования, для посетителей кафе предусматриваются вестибюль с гардеробом и туалетные комнаты, также необходимо личное пространство для каждого гостя не менее 0,5 квадратных метра. Устройство освещения должно гармонично вписываться в интерьер зала и в дневное, и в вечернее время.

Следует рассмотреть документы, которые являются обязательными для организации кафе. Согласно положениям законов РФ «О защите прав потребителей» и о «Сертификации продукции и услуг» деятельность предприятия независимо от форм собственности по предоставлению услуг общественного питания подлежат обязательной сертификации. «Ответственность за предоставление услуг без сертификатов, подтверждающих их безопасность, предусмотрена ст. 43 п. 2 закона «О защите прав потребителей» [10].

Для обеспечения проведения работ по обязательной сертификации услуг питания внесённых в «Номенклатуру продукции и услуг, подлежащих обязательной сертификации» разработаны и введены в действие основополагающие стандарты:

1. ГОСТ Р 50762-95. «Общественное питание. Классификация предприятий».
2. ГОСТ Р 50763-95. «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению».
3. ГОСТ Р 50764-95. «Услуги общественного питания. Общие требования» [1].

Обязательная сертификация услуг общественного питания осуществляется на: соответствие требованиям безопасности для жизни и здоровья граждан, охраны окружающей среды, установленным в законодательных актах, государственных стандартах России. Также, санитарных правилах и нормах, строительных нормах и правилах, правилах производства и реализации продукции и услуг общественного питания, утверждённых Постановлением 332 Правительства РФ от 13.04.93 и др. документах, которые в соответствии с законодательством РФ устанавливают обязательные требования к услугам. При этом проверяются характеристики (показатели) услуг, условия обслуживания и используются методы, позволяющие:

1. Полно и достоверно подтвердить соответствие услуг требованиям, обеспечивающим безопасность для жизни и здоровья граждан, окружающей среды.
2. Провести идентификацию услуг, в том числе кулинарной продукции.
3. Проверить принадлежность предприятия к классификационной группировке, соответствие нормативно-техническим документам.

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 предприятии общественного питания должны быть следующие документы:

1. Свидетельство о государственной регистрации предпринимателя без образования юридического лица или устав предприятия.
2. Документы, подтверждающие принадлежность торгового объекта юридическому или физическому лицу (договор аренды, субаренды, свидетельство о праве собственности, технический паспорт).
3. Свидетельство об уплате единого налога на вменённый доход или временный патент на право торговли.
4. При реализации алкогольной продукции – лицензия на розничную торговлю алкогольной продукцией, свидетельство об уплате лицензионного сбора за право торговли винно-водочными изделиями.

Также, обязательны документы, подтверждающие легальность производства и оборота алкогольной продукции на территории Российской Федерации:

1. Копия справки к товарно-транспортной накладной или копия справки к грузовой таможенной декларации для импортной продукции.
2. Заверенные оригиналом оттиска печати розничного торгового предприятия и оригиналом оттиска печати предыдущего собственника товара, имеющего соответственно лицензию на оптовую торговлю алкогольной продукцией.

3. Копии лицензий оптовых поставщиков.

4. На каждой единице алкогольной продукции должны быть акцизные или специальные марки; документы, подтверждающие сертификацию товаров и услуг; товарно-транспортные накладные на все товары.

5. Свидетельства о метрологической поверке весоизмерительного оборудования; мерных сосудов; санитарные книжки для работников.

6. Трудовые соглашения или договоры о найме работников предприятия; ассортиментный перечень производимой продукции.

В предприятии общественного питания должна быть размещена в удобных для ознакомления местах следующая информация для потребителей:

1. Информация на вывеске о фирменном наименовании организации, её юридическом адресе, типе, классе, режиме работы предприятия.

2. Для индивидуального предпринимателя – информация о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

3. Информация об услугах: перечень услуг и условия их оказания; цены и условия оплаты услуг; фирменное наименование предлагаемой продукции с указанием способов приготовления блюд и входящих в них основных ингредиентов; сведения о весе (объёме) порций готовых блюд продукции общественного питания; ёмкости бутылки и объёме порций алкогольных напитков.

4. Обозначения нормативных документов, требованиям которых должна соответствовать продукция и услуга; сведения о сертификации услуг.

5. Правила оказания услуг общественного питания в доступной и наглядной форме.

6. Информация о внеочередном обслуживании отдельных категорий граждан.

7. Адреса и телефоны вышестоящей организации (владельца предприятия).

8. Книга отзывов и предложений.

Исполнитель обязан оказать потребителю услуги, качество которых соответствует обязательным требованиям нормативных документов и условиям заказа в согласованные с потребителем сроки.

Потребитель обязан оплатить оказываемые услуги в сроки и в порядке, которые согласованы с исполнителем. Исполнитель обязан выдать потребителю документ, подтверждающий их оплату – кассовый чек, счет. Исполнитель обязан предоставить потребителю возможность проверки объёма (массы) предлагаемой ему продукции общественного питания.

К оказанию услуг, связанных непосредственно с процессом производства продукции общественного питания и обслуживанием потребителей, допускаются работники, прошедшие специальную подготовку и профилактические медосмотры в соответствии с требованиями нормативных документов.

При нарушении сроков исполнения предварительного заказа, при обнаружении недостатков потребитель вправе требовать по своему выбору:

1. Назначить новый срок исполнения услуги.
2. Потребовать уменьшения цены за услугу.
3. Потребовать безвозмездного устранения недостатков.
4. Отказаться от услуги.
5. Полного возмещения убытков.

Рассмотрев, какие требования предоставляются к организации кафе и какие документы требуется оформить, следует обратить внимание на роль качества в организации кафе при автосервисе.

Соблюдение технологических требований к обработке продуктов и приготовлению блюд на всех стадиях производственного процесса – залог получения высокого качества готовой продукции.

В систему обеспечения качества в кафе необходимо включить строгий отбор поставщиков. Поставщики продуктов для кафе должны выбираться ежегодно на конкурсной основе. Работа поставщика должна анализироваться после отчетного

года и решаться вопрос о продлении или прекращении работы с данным поставщиком. Более того, потребитель вправе в любое время отказаться от заказанной им услуги при условии оплаты исполнителю фактически понесённых расходов.

Поставщики кафе отбираются по следующим критериям:

1. Качество товара.
2. Стабильность и своевременность поставок.
3. Закупочная цена.
4. Предоставляемая поставщиком отсрочка платежа.

Кафе должно закупать только сертифицированную продукцию, должен происходить лабораторный контроль качества закупаемых продуктов и готовых блюд – органами Роспотребнадзора. Микробиологические исследования сырья и продукции должны производиться регулярно. Более того, весь персонал обязан иметь медицинские книжки и регулярно проходить медицинское обследование. К отношениям, возникающим при оказании услуг в части, не урегулированной настоящими правилами, применяются правила продажи отдельных видов продовольственных и непродовольственных товаров.

В Кафе создаются определенные товарные запасы. Обычно запасы не скоропортящихся продуктов составляют не более 7-10 дней, скоропортящихся – 2-3 дней. В отдельных случаях создаются сезонные запасы на длительный период. Это главным образом запасы картофеля и овощей на зимний период.

Используется специализированный транспорт для доставки продуктов в предприятия общественного питания. Кольцевой завоз товаров от поставщика к потребителю – является самым удобным способом доставки. При таком способе на обратном пути целесообразно организовать сбор тары. В крупное предприятие при полной загрузке машины сырье доставляется полностью загруженной машиной по линейному маршруту.

Очень важно найти человека, который качественно будет проверять товар: сверяться по товарно-транспортным накладным, проверять количество поступивших продуктов, проверять массу нетто, продукты, содержащиеся в стандартной упаковке проверять на предмет развакуума, также уметь определить качество товаров, поступающих в предприятия общественного питания, по внешнему виду, цвету, запаху, вкусу. Продукты с просроченным сроком реализации, с признаками порчи не могут быть приняты на хранение. Порядок и сроки приемки продуктов установлены инструкциями, договорами, стандартами и техническими условиями.

Далее следует предложить формы контроля качества выпускаемой продукции и обосновать свой выбор. Важнейшая из форм контроля на предприятии общественного питания – это административный ведомственный, народный и общественный контроль, контроль за соблюдением охраны труда. На предприятии будет использоваться контроль за охраной труда (комиссии, общественные инспектора), административный контроль, ведомственный контроль, с целью проконтролировать правильность расходования товарно-материальных ценностей, порядок ведения документации, предупредить возможность злоупотреблений, проверка директором и главным бухгалтером, заведующим производством.

2.3. Кадровая политика кафе при автосервисе.

Следующий шаг – решение какой персонал, и в каком количестве будет необходим. В кафе при автосервисе в первую очередь необходим директор. В его функции входит:

1. Организация работы.

2. Полная ответственность за состояние предприятия и его трудового коллектива.

3. Распоряжение имуществом.

4. Формирование приказов по организации в соответствии с трудовым законодательством.

5. Найм и увольнение работников.

6. Ведение налогового учета.

7. Осуществление экономического планирования.

8. Ведение переговоров с поставщиками.

9. Контроль за бесперебойным функционированием фирмы.

Директор должен иметь высшую квалификационную категорию, а также диплом об окончании образовательного учреждения. Рыночные требования: опыт работы в данной должности 5 лет.

Также обязателен менеджер зала, для предприятия понадобятся двое. В обязанности входит:

1. Контроль работы официантов и поваров.
2. Кассовый расчет.
3. Проведение ревизий.
4. Обучение персонала.
5. Контроль качества обслуживания.

Требования для менеджера зала: должен иметь высшую квалификационную категорию, а также диплом об окончании образовательного учреждения, наличие санитарной книжки. Рыночные требования: опыт работы не менее 3 лет.

Почти любому предприятию необходим бухгалтер, который будет выполнять следующие функции:

1. Финансовый учет предприятия.
2. Расчет заработной платы.
3. Инкассации.

Технические требования к бухгалтеру: должен иметь высшую квалификационную категорию, а также диплом об окончании образовательного учреждения. Рыночные требования: без вредных привычек, опыт работы не менее 5 лет.

Для кафе необходимо 4 повара, по 2 повара в смену один на холодный цех, другой на горячий цех. В обязанности повара входит:

1. Приготовление блюд согласно регламенту.
2. Украшение блюд.
3. Контроль сроков годности продукции.
4. Проведение ревизий продукции.
5. Прием товаров соответственно накладным.

Технические требования: должен иметь высшую квалификационную категорию, а также диплом об окончании образовательного учреждения, наличие санитарной книжки. Рыночные требования: опыт работы не менее 2 лет.

Также для кафе обязательно наличие официантов. Их обязанности:

1. Принимать заказы у гостей и доставлять на кухню.
2. Подавать блюда гостям.
3. Соблюдать стандарты сервиса.
4. Поддерживать чистоту зала и подсобных помещений.

Условия труда и заработная плата персонала:

Директор:

1. Рабочий день составляет 9 часов (с 9-18 часов). Рабочий график – 5 дней в неделю. Выходные – 2, возможна работа в выходные и праздничные дни.
2. Отпуск 2 недели за каждые полгода работы.
3. Зарботная плата постоянная.
4. Средняя зарплата на рынке в месяц составляет 50 000 руб.

Бухгалтер:

1. Рабочий день составляет 9 часов (с 9-18 часов). Рабочий график – 5 дней в неделю. Выходные – 2, возможна работа в выходные и праздничные дни.
2. Отпуск 2 недели за каждые полгода работы.
3. Заработная плата постоянная.
4. Средняя зарплата на рынке в месяц составляет 30 000 руб.

Менеджер зала:

1. Рабочий день составляет 24 часа (с 9 утра – 9 утра). Рабочий график сутки через сутки. Возможна работа в выходные и праздничные дни.
2. Отпуск 2 недели за каждые полгода работы.
3. Заработная плата постоянная
4. Средняя зарплата на рынке в месяц составляет 20 000 руб.

Официант:

1. Рабочий день составляет 24 часа (с 9 утра – 9 утра). Рабочий график сутки через сутки. Возможна работа в выходные и праздничные дни.
2. Отпуск 2 недели за полгода работы.
3. Заработная плата постоянная.
4. Средняя зарплата на рынке в месяц 15 000 руб. плюс чаевые.

Повар:

1. Рабочий день составляет 24 часа (с 9 утра – 9 утра). Рабочий график сутки через сутки. Возможна работа в выходные и праздничные дни.
2. Отпуск 2 недели за полгода работы.
3. Заработная плата постоянная.
4. Средняя зарплата на рынке в месяц 30 000 руб. плюс чаевые.

Сопоставленные издержки на заработную плату приведены в таблице 4.

Таблица 4

Должность	Кол-во человек	Размер заработной платы (рублей/месяц)	Всего руб.
Директор	1	50 000	50 000
Бухгалтер	1	30 000	30000
Менеджер зала	2	20 000	40 000
Официант	4	15 000	60 000
Повар	4	30 000	120 000
ИТОГО:			300 000

Подбираемый персонал должен быть качественно обучен основам сервиса и уметь хорошо разрешать конфликтные ситуации. «Все больше людей сейчас выходят на профильные форумы, чтобы высказать свое мнение о том или ином заведении. Это тоже проблема. Прочитав негативный отзыв, ваши потенциальные гости решат выбрать другое заведение, и вы их потеряете. Не стоит забывать о том, что привлечение новых гостей всегда обходится дороже, чем удержание старых» [2]. Исходя из этого, для персонала должны проводиться тренинги для удержания клиентов, потому что какой бы хорошей ни была еда, представленная в кафе, каким бы уютным ни был интерьер, человеческий фактор играет не маловажную роль. Любому человеку приятно вернуться в то место, где ему искренне рады, всегда готовы помочь, и выслушать жалобу.

2.4. План строительства кафе.

Было проанализировано и выявлено, что наиболее выгодным месторасположением будет являться автосервис, расположенный около трассы, данное место благополучно отсутствием конкурентов, и рассчитано на

многочисленных посетителей автосервиса. Предполагается взять в аренду помещение размером 100 кв.м. у собственника помещения, в котором организован шиномонтаж «Pure plus», так как для качественной работы сервиса достаточно 60 кв.м. остальную часть можно арендовать на выгодных бартерных условиях, так как сотрудники шиномонтажа смогут получать питание бесплатно.

Договор аренды предусматривает выполнение текущего ремонта помещения, наружного ремонта здания и годовую арендную. Договор заключается сроком на год. Далее рассмотрим, что необходимо сделать, чтобы предприятие стало успешным и приносило прибыль.

Составить бизнес-план, в котором отразится производственная, финансовая и маркетинговая части. Если открывать кафе на заемные средства – необходимо приложить инвестиционный план с предполагаемой датой выхода в зону безубыточности, а также графиком погашения кредита.

Технологические требования к кафе установлены таким образом, что на каждого потребителя выделяется площадь 3 кв.м. и 20 на производственный цех (кухню) итого общая площадь 100 кв.м. [14] - из расчета на то, что кафе рассчитано на 20 человек.

Технологические требования:

1. Высота помещения должна быть от 3 м.
2. Комнаты, одна зал для гостей, вторая кухня.
3. Соответствие САНПИНам, особым гигиеническим, пожарным, нормам труда.
4. Внутренний интерьер (материал, окраска стен, потолков и мебели должна быть в светлых тонах для создания уютной атмосферы) [12].

Рыночные требования:

1. Приятный внешний вид.
2. Безопасность помещения.
3. Простор.

4. Отличное состояние систем отопления и водоснабжения.
5. Высокая освещенность помещения.
6. Необходимость ремонта.
7. Планировка соответствует заявленным требованиям.
8. Помещение нуждается в косметическом ремонте.

Необходимые преобразования и затраты на ремонт перечислены в таблице 5.

Таблица 5

п/п	Наименование издержек на ремонт, в том числе поставка	Цена за единицу, руб.	Количество	Сумма, руб.
1	Перепланировка помещений			0
2	Установка электросчетчиков			0
3	Установка счетчиков горячей и холодной воды			0
4	Установка пластиковых окон	2000	6	12000
5	Укладка коврового покрытия	100	200	20000
6	Обои	150	200	30000
10	Установка кухонного оборудования	50000	3	150000
11	ВСЕГО			362000

Таким образом, был составлен план строительства кафе при автосервисном предприятии «Pure plus» и вычислено, что необходимые затраты составят 362 000 рублей

2.5 Медиа-план продвижения услуг кафе и автосервиса

Крайне важно ответственно отнестись к рекламной деятельности. Хорошая реклама очень важна для создания прибыльного предприятия общественного питания. «Плохая реклама может даже снизить уровень продаж продукта [1, с. 4]». Примерно за две недели до открытия рекомендуется начинать рекламную кампанию.

Однако, прежде чем осуществлять запуск рекламной, необходимо провести тщательное планирование, чтобы ее эффективность была максимальной. Медиаплан – это документ, который регламентирует все аспекты проведения рекламной кампании.

При выборе рекламного носителя следует сопоставить охватываемую аудиторию с подходящей для предприятия целевой аудиторией. Лучше всего выбирать специализированные журналы и газеты, которые своей тематикой подходят деятельности. Будут выбраны журналы «Вкусно едим» и «АвтоВзгляд», так как рационально привлекать клиентов как напрямую в кафе, так и косвенно клиентов, которые пользуются услугами автосервисного предприятия. Данные журналы выпускаются раз в месяц, расположить издания можно в автомагазинах и ресторанах, чтобы влиять на целевую аудиторию

Также будут использоваться буклеты, распространяться будут временным промоутером по городу Первоуральску, чтобы население города знало, что теперь поход в автосервис можно совместить с приятным отдыхом с семьей. Более того, листовки будут размещены в автобусах.

Будет создан ограниченный тираж продукции в виде кружек, гаечных ключей с логотипом кафе при автосервисе, которая будет вручаться в качестве подарка, первым посетителям заведения. Благодаря данной акции, будет привлечено внимание множества потенциальных клиентов.

Более того, на сегодняшний день реклама через социальные сети и емейл рассылку становится очень востребованной, поэтому необходимо каждую неделю обновлять и отправлять рассылку.

Важно понимать, что реклама не должна быть банальной и шаблонной, так как чем интереснее и ярче реклама – тем быстрее она дойдет до целевой аудитории и потенциальных клиентов. Издержки на рекламную деятельность предоставлены в таблице

Денежные потоки проекта	Стоимость
Адресная почтовая рассылка	100
Расклейка объявлений	500
Создание, продвижение и содержание сайта и Сетей	500
Размещение рекламы в салонах автобусов	5000
Промоутеры	3000
Продукция с логотипом заведения	5000
Всего	14100

Таблица №4

Также следует определить ассортимент реализуемой продукции. В ассортимент кафе будут входить холодные, горячие закуски, первые и вторые горячие блюда, десерты, холодные и горячие напитки, выпечные изделия. Через некоторое время после открытия, исходя из большой проходимости, можно будет разместить ларьки «мороженное» в жаркую погоду, и «Хот Дог» зимой.

Более того, важно определить формы расчёта с потребителями. В данном кафе расчёт с потребителем будет производиться наличными, так и безналичными (кредитной картой). Затем важно уделить внимание к оформлению и оснащению торгового зала. Разрабатывается структура и фирменный стиль предприятия.

Внутреннее оформление кафе должно сочетаться с названием и играть на его раскрытие. Например, если заведение при автосервисе шиномонтажа, то и название должно говорить об этом, подойдет название «На колесах», в интерьере уместны предметы запчастей машин. Наряду с названием следует продумать особенности сервиса, к примеру, возможно одеть персонал в спец. Одежду работников автосервиса.

Посетитель, пришедший в кафе, сохраняет эмоционально-психологический настрой, он чувствует себя комфортно в данном заведении, атмосфера автосервиса становится для него приятной, играет интересная музыка, клиент здесь может уютно посидеть, вкусно поесть и подождать пока его машина в ремонте, усиливая эмоциональное воздействие за счет того, что элементы окружающей среды (запчасти машин, удобные кресла, руль) незаметно переходят во внутренний объем, создавая общий интерьер единого стиля и композиции. При этом посетитель забывает о повседневных хлопотах; он ощущает настоящий отдых.

Для создания данной атмосферы потребуются товары соответствующего стиля.

Затраты на необходимые товары для кафе при автосервисе представлены в таблице №5

№	Наименование издержек на оборудование	Цена за единицу, руб.	Количество	Сумма,
1	кассовый аппарат	20000	1	20000
2	витрина	50000	1	50000

3	посуда, скатерти, элементы декора	60000	1	60000
4	мебель	10000	8	80000
5	барная стойка	30000	1	30000
6	Прочие			0
7	ВСЕГО			240000

Таблица №5

Таким образом, после того, как были произведены расчеты на издержки на оборудование, сформировался вывод, что 240000 необходимо потратить на оборудование, 14100 на рекламные акции и 362000 на ремонт помещения.

3.1 Место технологического процесса кафе в производственном процессе автосервиса

При организации кафе при автосервисе важно грамотно разграничить производственное пространство каждого из объектов. Важно, чтобы технологические процессы в кафе не пересекались с производственным процессом в автосервисе. Однако, для всего персонала возможно выделить одно помещение, как комнату отдыха.

Исходя из того, что площадь автосервисного предприятия составляет 160 кв. м, и 100 кв.м выделено под кафе. Необходимые площади для кафе:

1. Производственное помещение кухня должно составлять не менее 20 кв.м и состоять из холодного цеха площадью 5 кв.м, горячего цеха площадью 5 кв.м, доготовочного цеха 5 кв.м, и заготовочного цеха площадью 5 кв.м
2. Зона раздачи должна составлять 3 кв.м – зона, где официанты отдают заказы поварам и получают готовые блюда.
3. Зона мойки посуды составит 4 кв.м
4. Туалетные комнаты для гостей составят 8 кв.м
5. Гардедоб займет 3 кв.м
6. Зал займет оставшиеся 62 кв.м

Автосервисное предприятие шиномонтаж будет располагаться на 60 кв. м. Для того, чтобы расположить в шиномонтаже необходимые для производства шиномонтажный станок; стенд для балансировки; вулканизатор; домкрат или подъемник; компрессор; дополнительное оборудование: ванна для проверки колес, пневмогайковерт, пистолет для подкачки, верстак, пускозарядное устройство, ключи; расходники – достаточно будет и 20 кв.м

Для свободного перемещения автомобилей и сотрудников шиномонтажа будет отведено дополнительно 30 кв.м

Как итог, для персонала останется помещение 10 кв.м для отдыха и хранения личных вещей.

Данное расположение является оптимальным при данной площади. Производственные процессы кафе и автосервиса не будут пересекаться и мешать друг другу.

3.2 Соотнесение скорости обслуживания в автосервисе и автокафе их корректировка по потребностям клиента

Выяснив, что производственные процессы кафе и автосервиса не будут пересекаться и мешать друг другу, следует рассмотреть принцип общего обслуживания клиентов кафе и шиномонтажа.

Не мало важно учитывать тот факт, что клиенты кафе будут делиться на две группы. Для первых важно успеть воспользоваться услугами кафе, пока ждут свой автомобиль, и для них будет приоритетно одновременно закончить прием пищи и получить свой автомобиль. Вторая группа клиентов – без автомобилей, для них важно вкусно и качественно употребить пищу и насладиться атмосферой автосервиса.

Для того, чтобы первая группа клиентов оставалась довольна и заканчивала прием пищи одновременно с готовностью автомобиля, будут приняты следующие меры: каждому клиенту шиномонтажа будет выдаваться карта с указанием примерной продолжительности ремонта, которую он сможет обменять в кафе на скидку в 3%, официант, который, получает данную карточку, будет обращаться к сотруднику сервиса и уточнять сколько времени до завершения ремонта автомобиля

осталось и после этого говорить поварам с какой скоростью следует подавать блюда. Остальные гости не будут иметь данной карточки и будет обслуживаться согласно правилам сервиса и исходя от загруженности поваров.

Таким образом, для посетителей автосервиса шиномонтажа будет действовать дополнительная скидка, также будет происходить контроль за временем обслуживания автомобиля и его хозяина, тем самым клиент останется доволен.

ГЛАВА 4. ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ И ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

Такое предприятие общественного питания, как кафе при автосервисе, оказывает нейтральное влияние на экологию.

Но все предприятия общественного питания рассчитаны на большое количество посетителей. Важной задачей является не допустить нарушение норм пожарной безопасности так как люди приходят в такие места, чтобы поесть, отдохнуть или отметить праздничное событие и не должны волноваться о безопасности. Более того, несоблюдение пожарной безопасности может привести к трагедии и летальному исходу посетителей. Пожарная безопасность на предприятии общественного питания включает в себя следующие факторы:

1. Сигнализация, предупреждающая о возникновении пожара.
2. Средства ликвидации пожара такие как пожарный щит, огнетушитель
3. Схемы эвакуации, на которых указано безопасное направление к выходу из помещения, а также световые указатели.
4. Речевое оповещение
5. Знание персонала основ пожарной безопасности и умение использовать противопожарные средства.

Наиболее частые причины возникновения пожара на предприятиях общественного питания - это различные нарушения при использовании кухонной техники, применение фейерверков вблизи горючих материалов, замыкание электропроводки и проблемы с электрооборудованием, а также человеческий фактор.

Требования пожарной безопасности кафе и ресторанов

1. Предприятие общественного питания обязано иметь системы защиты против пожара.
2. Если объект принимает до 50 посетителей, необходима установка звуковой сирены. Свыше 50 посетителей – как сирена, так и световые указатели. При вместимости объекта более 200 человек потребуется громкоговоритель.
3. План эвакуации требуется для любого объекта, который рассчитан на прием 10 и более человек.
4. Если предприятие находится в подвальном помещении без окон, обязательно требуется установка вентиляции.
5. На объекте необходим журнал для учета противопожарных средств и их состояния. К таким средствам относятся огнетушители.
6. Персонал предприятия обязан пройти инструктаж по пожарной безопасности.
7. Важна установка сигнализации, которая выявляет начинающийся пожар по дымовым и тепловым выделениям. Такая система способна самостоятельно начать локализацию пожара, приступить к удалению дыма при помощи вентиляции, а также включить тревогу.

Незнание данных нормативов не снимает ответственности с предпринимателя. Согласно законодательству, владелец заведения несет ответственность за порчу личных вещей посетителей, а также их гибель. Потому добросовестное соблюдение требований пожарной безопасности крайне важно в кафе.

Также, различные виды несчастных случаев могут произойти и на кухне. Распространенными являются ожоги и ножевые порезы. К данным последствиям приводит несоблюдение техники безопасности.

Вымытые полы должны быть снабжены табличками «влажный пол», средства связи всегда должны быть на своем месте и в рабочем состоянии.

Следует обратить внимание на правила пользования электроприборами и ножами. Использование некоторых видов технологического оборудования и высокая активность на кухнях ресторанов в часы максимальной нагрузки увеличивают риск несчастных случаев.

В основном на кухне выделяются следующие виды бытовой техники: машины для разделки мяса, миксеры, холодильные и сушильные установки. Неправильное пользование этой техникой или отказ от нее может повлечь за собой порезы, попадание руки или ноги в движущиеся части или удар током. В первую очередь персонал должен пройти обучение и лишь потом приступать к работе.

Для резки мяса, овощей и фруктов, на кухне используются резальные машины, которые являются потенциально опасным оборудованием

Ножи на кухне могут повлечь за собой нанесение серьезных ран, в том случае если ножи неправильно используются или хранятся. Важно знать, что ножи можно использовать только по назначению, то есть не открывать ими консервные банки.

Кухонные плиты и духовки – также представляют опасность для персонала. Ожоги кожи - основное, от чего страдает персонал кухни, использующий плиты и духовки. Ожоги могут быть, как легкими, к примеру - ошпаривание, так и возможно получить более сильные повреждения до ожога третьей степени. При использовании газовых печей, прежде чем зажечь огонь, необходимо включить сигнальные огни.

Для глубокого поджаривания мяса и овощей на кухнях используют духовки. Для избежания ожогов, при использовании данных машин необходимо остерегаться капель кипящего жира. Персонал всегда должен надевать защитные перчатки, фартуки и одежду с длинным рукавом. Также ожоги можно получить при расплескивании жидкостей (чай, жаркое, или воска, если стол освещается свечами) служащие могут получать ожоги. Для того, чтобы предотвратить такие случаи, нужно проявлять осторожность при сервировке стола. Наливать суп в кастрюли также нужно осторожно, стараясь не переливать и не расплескивать. Когда необходимо перенести кофейник в столовую, официанты должны использовать маленькое полотенце, чтобы предохранить руки.

На кухнях в кафе для хранения готовых продуктов и ингредиентов используются большие морозильные камеры. Такие камеры обязательно должны быть оборудованы системой открывания дверей изнутри, так как есть вероятность, что работник может захлопнуть дверь, находясь внутри и получить травмы несовместимые с жизнью. Кроме того, весь персонал должен быть ознакомлен с месторасположением этих систем.

Более того, осевший конденсат может быть достаточно скользким, так что при входе в морозильную камеру всегда следует соблюдать осторожность. Для полной безопасности рекомендуется в конце каждого рабочего дня проверять не остался ли никто в внутри холодильника.

Более того, мытье посуды на специализированных устройствах тоже может принести вред здоровью. На машинах для мытья посуды можно получить ожоги кожи, как от соприкосновения с горячей посудой, так и горячей водой, при неосторожном обращении до окончания мытья. Важно не перегружать данные машины, чтобы они не отключились или не заглохли. Обязательно использовать перчатки, чтобы достать посуду из машины.

Чистящие средства также могут нанести вред здоровью. Для дезинфекции кухни кафе необходимо использовать специализированные средства, к примеру, для удаления жира с печей, довольно часто используют растворы аммиака, которые раздражают дыхательные пути, глаза и кожу. Для этого необходимо иметь на кухне хорошую вентиляцию и вытяжку. Также сухие чистящие средства очень часто оказываются едкими, их воздействия могут повлечь повреждения кожи и глаз, во избежание этого, необходимо защититься резиновыми перчатками и маской. Чтобы мыло и порошки для мытья пола не стали причиной дерматита, аллергии рабочим необходимы лицевые маски. Также важно соблюдать инструкцию по хранению чистящих средств, чтобы убедиться, что они не представляют опасности для работников. Лучше хранить их в подписанных контейнерах, обязательно далеко от продукции. Также важно знать, что чистящие средства запрещено смешивать друг с другом, особенно хлорсодержащие.

Часто, для борьбы с насекомыми, такими, как тараканы, в предприятиях общественного питания используют пестициды. Некоторые сотрудники могут быть повышено восприимчивы, может возникнуть воспаление кожи, или другие аллергические реакции, важно иметь лекарство на данный случай.

Неправильное использование пестицидов можно предотвратить, проведя соответствующее обучение среди дворников и прочего персонала, который занимается уборкой. Серьезные скопления насекомых должны удаляться опытным специалистом.

На предприятии общественного питания очень много способов получить ранения и ушибы, к примеру поскользнувшись на скользком полу, или в результате падения на ящики, тележки или контейнеры с мусором, оставленные на кухне. Последствия могут быть такими странными, как перелом шеи или спины, либо кровотечение, если упасть а острый предмет В этом случае можно растянуть руку или ногу, повредить шею или спину или порезаться, упав на острые предметы. Персоналу нужно носить обрешиненную обувь на низком каблуке, для того чтобы сохранять устойчивость и обезопасить себя от падений. Любая вода, жир или остатки продуктов должны незамедлительно вытираться, ни одна поверхность на кухне не должна быть липкими. Электрическая проводка должна прокладываться под полом. Пол на кухне должен быть без вздутий или впадин, места перехода из коврового покрытия и кафель должны быть отчетливо помечены. В планировке кухни также все должно быть продумано для предотвращения несчастных случаев. Тусклые углы, плохое освещение, узкие проходы – должны быть исключены, так как работники могут наткнуться друг на друга. Хорошо освещенное пространство, отчетливо помеченные углы – помогут персоналу передвигаться более безопасно.

Также важно правильно организовать рабочие места, чтобы уберечь сотрудников от повреждений опорно-двигательной системы. Когда сотрудникам приходится долгое время носить тяжелые подносы, наклоняться, переносить тяжелые коробки с продуктами – частые растяжения и другие повреждения мышц становятся неотъемлемой частью, поэтому следует правильно организовать зону

отдыха для рабочих и следить за тем, чтобы при составлении графиков работы задания служащих не были одинаковыми много дней подряд.

Многие травмы спины и шеи случаются из-за неправильного использования подъемной техники. Многие служащие неправильно переносят перегруженные подносы, вследствие чего могут растянуть мышцы спины. Это может привести к тому, что можно уронить поднос и поранить кого-нибудь другого.

Таким образом, рассмотрев некоторые варианты получения травм на рабочем месте в предприятии общественного питания, можно прийти к выводу, что данная сфера деятельности весьма травмоопасна и следует приложить множество усилий, чтобы избежать травм работников и посетителей.

ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

В условиях рыночных отношений исключительно велика роль анализа финансового состояния предприятия. Предприятия несут полную ответственность за результаты своей производственной деятельности не только перед собой, а еще перед работниками, банком и кредиторами.

Целый ряд внутренних и внешних факторов влияют на успех деятельности предприятия. Для предприятия важно уметь приспособиться к изменению технологических, экономических и социальных факторов – это будет его гарантией выживания и процветания. Необходимо проводить анализ сильных и слабых сторон предприятия, учитывать угрозы и возможности рыночной среды, так называемые риски. Самые распространенные причины возникновения риска для предприятия:

1. Непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции
2. Появление альтернативной услуги
3. Снижение цен конкурентами
4. Улучшение качества предоставляемых услуг конкурентами
5. Рост налогов
6. Снижение платежеспособности потребителей
7. Рост цен на ключевые ресурсы
8. Недостаточный уровень заработной платы сотрудникам
9. Трудности с набором квалифицированной рабочей силы
10. Более высокая процентная годовая ставка по кредиту, чем предполагаемая

Как следствие отрицательное влияние на бизнес проявляется в отрицательном влиянии на прибыль:

1. Уменьшение чистой прибыли
2. Снижение спроса
3. Снижение продаж и уменьшение прибыли

4. Текучесть кадров, организация поиска сотрудников, снижение чистой прибыли
5. Снижение спроса в связи с торможением процесса предоставления услуг

В данной экономической ситуации, антикризисное управление - является важнейшим фактором современного развития менеджмента и экономики. Способность прогнозировать и смягчать течение кризисных явлений, устранять негативные последствия не верных решений, формировать стратегию и тактику развития бизнеса в ближайшем будущем и перспективе – главные факторы антикризисного управления.

Одним из важнейших условий успешного управления предприятием является оценка его финансово-хозяйственной деятельности, которая характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования финансовых средств.

Большую практическую значимость имеет эффективный комплексный анализ, который лежит в основе принятия рациональных финансовых решений и разработки мероприятий по улучшению финансового состояния.

Для начала требуется подсчитать текущие расходы для открытия кафе, чтобы в дальнейшем определиться с суммой, которую потребуется занять и сколько времени потребуется, чтобы предприятие окупило себя и начало приносить прибыль.

Расчеты представлены в таблице №6

№ п/п	Наименование текущих издержек (оборотных средств)	Цена за единицу, руб.	Количество	Сумма, руб.
1	Издержки на аренду помещения	40000	1	40000
3	Издержки на эксплуатацию помещений (табл 3)	3620000	1	362000
4	Издержки на заработную плату (табл. 2) 300000			300000
5	Издержки на закупку сырья или материалов	50000	1	50000
6	Издержки на транспортировку и хранение сырья, товаров			15000
7	Издержки на текущее продвижение (табл. 4) 14100		1	14100
9	Издержки на эксплуатацию оборудования (табл 5)	240000	1	240000
10	Издержки, связанные с товарными остатками	2000	1	2000
11	Издержки, вызванные браком	5000	1	5000
12	Издержки на электроэнергию	3000	1	3000
13	Издержки на коммунальные платежи	4000	1	4000
14	Накладные издержки 1000	2000	1	2000
18	ВСЕГО			
				1037100

Таким образом, сумма издержек на открытие кафе при автосервисе составляет 1037100. Можно рассчитывать на то, что сумма 382100 имеется, как собственные средства, остальные деньги на открытие предприятия берутся в кредит у банка. Самым подходящим банком, по срокам одобрения, и условиям погашения, является «ВТБ» Размер кредита –655 000 рублей, процентная ставка по кредиту – 15% годовых. Срок кредита – 18 месяцев. Ежемесячный платеж - 40 862,04 рублей. Сумма к возврату – 742 000 руб. Ежемесячная процентная ставка - 1,25%.

Примерный процесс погашения рассматривается в таблице №7

Месяц	Долг	Погашение нового долга	Погашение процентов	Платеж
1	655 000,00	32 674,54	8187,50	40 862,04
2	622 325,46	33 082,97	7779,07	40 862,04
3	589 242,50	33 496,50	7365,53	40 862,04
4	555 745,99	33 915,21	6946,82	40 862,04
5	521 830,78	34 339,15	6522,88	40 862,04
6	487 491,63	34 768,39	6093,65	40 862,04
7	452 723,24	35 202,10	5659,04	40 862,04
8	417 520,25	35 643,03	5219,00	40 862,04
9	381 877,21	36 088,57	4773,47	40 862,04
10	345 788,64	36 539,68	4322,36	40 862,04
11	309 248,96	36 996,42	3865,61	40 862,04
12	272 252,54	37 458,88	3403,16	40 862,04
13	234 793,66	37 927,11	2934,92	40 862,04
14	196 866,55	38 401,20	2460,83	40 862,04

15	158 465,34	38 881,22	1980,82	40 862,04
16	119 584,12	39 367,23	1494,80	40 862,04
17	80 216,89	39 859,32	1002,71	40 862,04
18	40 357,57	40 357,57	504,47	40 862,04

Получить кредит можно для реализации различных задач:

1. Пополнение оборотных средств предприятия
2. Приобретение имущества (автотранспорт, оборудование, недвижимость и т. д.)
3. Покупка, ремонт или реконструкция помещений
4. Покупка векселей

Срок рассмотрения заявки — 5—7 дней

Погашение — равными взносами или по индивидуальному графику (можно изменять вид погашения в течение заемного времени)

Далее рассматривается количество прибыли. Так как заведение приспособлено на 20 посадочных мест, средний чек составляет 2000 рублей, а предполагаемая выручка в кафе данного типа, с учетом круглосуточной работы, составляет 30 000 в будние, и 50 000 в пятницу и субботу. Ежемесячная прибыль будет составлять 10600000 рублей в месяц, с учетом издержек, и погашения кредита, заработок будет составлять 22900 рублей. Из этого следует вывод, что кафе при автосервисе окупится уже через один месяц, и в дальнейшем будут разработаны бизнес-планы для открытия сети кафе при автосервисах. После года работы составит 274800, через 4 года – 1099200 рублей, а эта сумма уже является необходимой, для открытия второго кафе при автосервисе, и таким образом создания фирменной сети заведений

Следующий этап – определиться с организационно-правовой формой ведения бизнеса. В данном случае, самым выгодным и простым вариантом будет являться - общество с ограниченной ответственностью (ООО). Уставной капитал будет разделен на доли, размеры которых определены учредительными документами.

Участки ООО не несут ответственность по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Деятельность ООО регламентируется только уставом, если владелец один человек и учредительным договором, если владельцев несколько. Высшим органом является общее собрание участников. Минимальным взносом, для вступления в ООО является 10000 рублей. Покинуть ООО гражданин может в любой момент, потраченные им средства ему компенсируются, также, гражданин сможет продать свою долю одному, или нескольким лицам. Учредительный документ должен содержать информацию об условия размера уставного капитала сообщества, размер долей каждого из членов сообщества, сроках, размере, составе и порядке внесения ими вкладов, также, об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов.

В уставе ООО необходимо зафиксировать вопросы, которые относятся к исключительной компетенции общего собрания участников ООО (в соответствии со ст. 91 ГК РФ и Законом об обществах с ограниченной ответственностью), и другие сведения в соответствии с законодательством, особенно вопросы мотивации труда наемных работников, управления персоналом и т.д.

Необходимо подготовить учредительные документы для регистрации ООО, в который войдут два оригинальных экземпляра Устава ООО, два оригинальных экземпляра Учредительного договора ООО (вместо можно два экземпляра решения единственного учредителя о создании общества), один Протокол общего собрания участников о создании ООО (при двух и более учредителях) и квитанция об оплате государственной пошлины, взимаемой за регистрацию ООО. Необходимо предоставить заявление (форма Р11001), при этом подпись заявителя (одного из учредителей будущего ООО) на форме Р11001 заверяется нотариусом. Планируется применять упрощенную систему налогообложения, для этого потребуется два экземпляра соответствующего заявления одновременно с регистрацией общества, либо в течение 5 дней после государственной регистрации общества.

В том случае, если уставный капитал общества оплачивается деньгами, до регистрации ООО необходимо открыть накопительный счет в банке, куда будет

зачислена эта сумма. До регистрации ООО необходимо оплатить не менее 50% уставного капитала. После регистрации общества накопительный счет преобразуется в расчетный, а деньги поступают в распоряжение фирмы. Сведения об оплате уставного капитала отражаются в уставных документах и заявлении о государственной регистрации общества.

После того, как пошлина оплачена, следует подать все вышеуказанные документы в регистрирующий орган. ООО регистрируют в Едином центре регистрации, и поставят его на налоговый учет и учет во внебюджетных фондах, также будут присвоены коды для статистики.

Свидетельство о государственной регистрации, свидетельство о постановке на налоговый учет, зарегистрированные учредительные документы ООО, выписку из Единого государственного реестра юридических лиц, а также документы, – будут получены после окончания регистрации ООО

Пять рабочих дней, в соответствии с федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» займет срок регистрации ООО. Дата окончания регистрации, будет сразу указана после подачи всех документов.

Далее до двух суток займет изготовление печати, и от двух до пяти рабочих дней – открытие лицевого счета в банке.).

По стоимости, регистрации ООО занимает - около 3 500 рублей (Данная сумма уже учтена в текущих издержках). В эту сумму входит государственная пошлина (2000 рублей), средняя стоимость открытия расчетного счета (500 рублей), изготовление простейшей печати (200 рублей) и услуги нотариусов, которые будут заверять ваши документы для регистрирующего органа и банка. Данная сумма записана в издержках, как расходы на «прочее»

Таким образом, была рассмотрена экономическая часть открытия кафе при автосервисею

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Поставленные задачи в работе выполнены и цель достигнута. Из работы видно, что бизнес, связанный с открытием кафе в данное время становится все более серьезным – существует большая вероятность получения большой прибыли, если открыть кафе в нужном месте и направленно на определенный сегмент потребителей.

Месторасположение проекта выбрано в городе Первоуральске при автосервисе шиномонтажа около трассы Екатеринбург. Данное местоположение не является случайным, а выбрано исходя из того, что обеспечивает охват проезжающих машин и посетителей автосервиса, которые нуждаются в питании, а также в проведении досуга, в то время, как их автомобиль находится в ремонте. Исходя из местоположения, был определен целевой сегмент планируемого заведения общественного питания - это холостые и семейные мужчины 30 – 50 лет, с доходом выше среднего.

Организация кафе при автосервисе, как показано в работе, - область весьма неисследованная, и благоприятна не большим количеством прямых конкурентов. Также, было выявлено, что следует приложить много усилий, как в дизайне, рекламе, так и выборе меню, чтобы полностью угодить потребителям данного сегмента. С другой стороны, создание кафе при автосервисе — процесс в значительной степени аналогичный созданию стандартного кафе или любого другого предприятия общепита и предполагает такие этапы, как составление бизнес-плана, проектирование и разработка концепции заведения и, наконец, воплощение плана.

Во многих кафе успех зависит не только от грамотного оснащения и продуманного ассортимента блюд, но еще и от дизайна заведения, комфортной атмосферы внутри него. Для решения данного вопроса было принято решение декорировать кафе в стиле автосервис. Персонал будет одет в форму, как у работников автосервиса. Помимо того, важной деталью будет являться оформление помещения с помощью запчастей от машин. Данное проявление креатива приведет

в заведение случайных гостей, которые захотят сфотографироваться с интересным интерьером, что обернется для предприятия наибольшей выгодой.

Все технологическое оборудование в кафе, должно отвечать всем современным требованиям, как по своей функциональности, так и по техническим характеристикам, также заведение ставит в приоритет приобретение модернизированной техники, так как данные вклад, благоприятно отразится на будущем функционировании техники, и работоспособности предприятия.

При разработке меню на первых этапах не нужно перегружать новых клиентов огромным и разнообразным ассортиментом. Продумываются несколько блюд, которые будут являться лицом заведения, подобных которым нет в городе Первоуральске. Далее, исходя из спроса на них формируются полноценное и разнообразное меню. Также, меню может быть расширено благодаря, разнообразной выпечки, разнообразных салатов, замороженных десертов, прохладительных напитков, кофе и т.д. Более того, рассматриваются сезонные продажи востребованных блюд, такие как: продажа мороженого летом, и продажа «хот догов» зимой.

Исходя из проведенного анализа, можно сказать, что данный проект обладает инвестиционной привлекательностью, так как предполагается что через месяц прибыль от его открытия составит 22900 рублей, после года работы составит 274800, через 4 года – 1099200 рублей, а эта сумма уже является необходимой, для открытия второго кафе при автосервисе, и таким образом создания фирменной сети заведений, также увеличения ассортимента, введения новых услуг, а как следствие – увеличение объемов продаж и прибыли. Выделяться от конкурентов заведение будет посредством низких цен, оригинального интерьера, высокого качества блюд и обслуживания персонала, а также за счет выгодного местоположения с большой проходимостью, а также используя высокотехнологичное оборудование, которое позволяет ускорить процесс приготовления блюд, что во многом экономит время занятых покупателей.

Исходя из концепции жизненного цикла товара кафе при автосервисе будет находиться на стадии внедрения, то есть вхождения на рынок услуг общественного

питания, где продукт ещё только предложен целевой аудитории. Отношения с клиентами и деловыми партнерами будут складываться на базе уже действующих, клиентов шиномонтажа.

Цель проекта - организовать предприятие общественного питания, которое будет приносить стабильный доход бюджет, путем открытия кафе в арендуемом помещении при автосервисном предприятии шиномонтаж. Цель достигнута.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кочинев Ю.Ю. «Аудит организаций различных видов деятельности. Настольная книга аудитора»/ Кочинев Ю.Ю – Питер 2010 – 180с
2. Богатова Н.Д. «Современный ресторан. Книга успешного управляющего: партнеры, персонал, гости» / Богатова Н.Д – Москва 2015 – 202с
3. Огилви Д. «Огилви о рекламе» / Огилви Д. – США 1983 – 245 с
4. Горохов Н.Ю./ Горохов Н.Ю., Малев В.В. «Бизнес-планирование и инвестиционный анализ» - Москва, Информационно-издательский дом Филинь, 2010 - 208 с.
5. Владимирова Л.В. «Прогнозирование и планирование в условиях рынка.»/ Владимирова Л.В. – Москва, Издательство «Данилов и К», 2006 – 350 с.
6. Ершов А.Н./ Ершов А.Н., Юрченко А.Ф. «Справочник руководителя ПОП», Москва. «Экономика», 1981 год.
7. Никуленкова Т.Т./ Никуленкова Т.Т., Маргелов В.Н. «Проектирование предприятий общественного питания»: Москва, «Экономика» 1987.
8. Никуленкова Т.Т./ Никуленкова Т.Т., Маргелов В.Н. «Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для ПОП», Москва. «Экономика», 1981 год.
9. Усов В.В.«Организация обслуживания в ресторанах»/ Усов В.В, Москва, высшая школа 1990 год.
10. Аграновский Е.Д./Аграновский Е.Д, Дмитриев Б.В. «Основы проектирования и интерьер предприятий общественного питания», Москва Экономика 1982 год
11. Золин В.П «Технологическое оборудование предприятий общественного питания»/ Золин В.П , Москва 2000 год.
12. СанПин 2.2.4.584 – 96 Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений. Санитарные правила и нормы. Москва. Информационно-издательский центр Минздрава России 1997 – 20 с
13. СНиП 2.07.01-89* «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений»

14. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» Информационно-издательский центр Минздрава России 1997 – 20 с
15. СНиП 2.08.02-89* «Общественные здания и сооружения» Информационно-издательский центр Минздрава России 1997 – 29 с
16. . СНиП 2.09.04-87* «Административные и бытовые здания» Информационно-издательский центр Минздрава России 1997 – 50 с
17. СП 2.2.1.1312-03 «Гигиенические требования к проектированию вновь строящихся и реконструируемых промышленных предприятий» Москва 1997 – 20 с
18. СНиП 41-01-2003 «Отопление, вентиляция и кондиционирование» Москва 1997 – 29 с
19. СНиП 2.04.01-85* «Внутренний водопровод и канализация зданий» Москва 1997 – 106 с
20. СНиП 3.05.01-85 «Внутренние санитарно-технические системы» Москва 1997 – 124 с
21. Артемьева С.А. «Микробиологический контроль мяса животных, птицы, яиц и продуктов их переработки» Артемьева С.А – Москва. Колос, 2002. -288 с.
22. статью из журнала "Бухгалтерский учет и налоги в торговле и общественном питании", 2013
23. Дубровский Д.А «Открываем автосервис: с чего начать, как преуспеть : советы владельцам и управляющим»/ Дубровский Д.А. Москва, 2009. - 55 с.
24. Дубровский Д.А «Прибыльный автосервис: советы владельцам и управляющим» /Дубровский Д.А. Москва, 2011. - 69 с.
25. Дубровский Д.А «Автосервис. Производство и менеджмент: Практическое пособие» /Дубровский Д.А. Москва, 2017. - 315 с.
26. Дубровский Д.А «Автомойка: с чего начать, как преуспеть» /Дубровский Д.А. Москва, 2009. - 85 с
27. Волгин В.В «Энциклопедия автосервиса. Секреты бизнеса»/ Волгин В.В. Питер, 2013 – 112с.

28. Волгин В.В «Автосервис. Стандарты управления: Практическое пособие»/ Волгин В.В. Питер, 2011 - 99с

29. Луганский Р.А «Косметический автосервис. Методика. Оборудование. Материалы»/ Луганский Р.А Москва – 137 с.

30. Савосин С.Е. «Советы автомеханика: техобслуживание, диагностика, ремонт»/ Савосин С.Е. Москва – 97 с.

