

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки та планування бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

Балджи М.Д.
“ ” 2017 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»

за темою:

Економічне обґрунтування проекту створення кафе-кондитерської
«Choven»

Виконавець

студент ФЕУВ

Разінкін Нікіта Сергійович _____

Науковий керівник

к.е.н., професор

Карпов Володимир Анатолійович _____

Одеса 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ У МЕРЕЖІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Особливості ресторанного господарства як виду економічної діяльності.....	6
1.2. Загальні принципи функціонування кафе.....	14
1.3 Характеристика організаційно-правової форми та системи оподаткування новостворюваного бізнесу.....	20
РОЗДІЛ II. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄКТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	27
2.1. Аналіз ринку послуг громадського харчування	27
2.2. Обґрунтування вибору напрямку діяльності.....	37
2.3 Формування інвестиційного плану проекту.....	43
РОЗДІЛ III. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	50
3.1 Прогнозування прибутку від реалізації послуг кейтерингу кафе кондитерської	50
3.2. Розрахунок критеріїв ефективності проекту.....	57
3.3. Аналіз ризиків проекту «Choven».....	60
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72

ВСТУП

Актуальність теми. Можливості для підприємництва є його енергетичним джерелом. Більш того виявлення та реалізацію можливостей можна вважати головним важелем підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Одна з найхарактерніших рис цивілізованого підприємництва полягає в тому, що кожний підприємець, котрий реалізує власні задуми, водночас здійснює господарську діяльність в інтересах суспільства. Щоб отримати більший прибуток і бути конкурентоспроможним, він повинен постійно дбати про науково-технічний прогрес, підвищувати якість товарів як виробничого призначення, так і особистого споживання і здешевлювати їх.

В умовах глобалізації світового економічного простору зростають й вимоги до підвищення наукового рівня управління бізнес – структурами на основі перегляду принципів, методів, підходів до організації роботи на усіх рівнях. Це визначається високою мінливістю сучасного середовища та складає необхідність управління бізнесом з точки зору передбачення та оцінки майбутніх його можливих станів.

Обираючи сферу діяльності майбутній підприємець повинен заздалегідь проаналізувати потреби ринку у певних видах товарів і послуг, доцільність залучення коштів ззовні, визначитись з партнерами у постачанні сировини, комплектуючих виробів тощо, з торговельними організаціями та ін. При цьому бізнес-процеси ніколи не зупиняються, отже кожен підприємець постійно знаходиться у пошуку нових ринкових сегментів та сфер діяльності.

Сфера громадського харчування є однією із найбільш значущих складових сфери послуг. А ресторанний бізнес, в свою чергу відноситься до числа найбільш динамічних та рентабельних, привабливих як довгострокова інвестиція та іміджевий інструмент його власника. Але в той же час даний сегмент ринку досить жорстко регулюється органами державної влади та є середовищем з високим рівнем конкурентної боротьби. Тому у всьому

цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

За останні роки громадське харчування, як галузь в цілому, і сфера ресторанної індустрії зокрема, відчуло на собі суворі вітри економічних реформ, приватизації та криз. Але, не зважаючи на усі економічні негаразди, сфера ресторанної індустрії має стійку тенденцію до зростання.

Сьогодні можна виділити два основних напрямки розвитку у ресторанному бізнесі: поступовий ріст з низових позицій, тобто розвиток одного ресторану, або ж побудова ресторанної мережі. Саме за мережевим принципом працює сьогодні понад 40% закладів громадського харчування.

Обґрунтування поняття та методики розширення бізнесу за рахунок реалізації інвестиційних проектів, розкривається у працях І. Мазура, В.Р. Кучеренка, М.М. Єрмошенка, М.В. Мних, К.С. Салиги, В.А. Карпова. Різні аспекти механізмів розширення та розвитку бізнесу є також предметом дослідження О.Д. Андрєєва, І.Г. Грабар, Т.В. Сердюк та інших.

Мета випускної роботи - теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері ресторанного господарства.

Завданнями випускної роботи є:

- розглянути особливості ресторанного господарства як виду економічної діяльності;
- охарактеризувати організаційно-правові форми та системи оподаткування бізнесу;
- провести аналіз ринку громадського харчування;
- провести економічне обґрунтування доцільності створення кафе;
- визначити основні конкурентні переваги майбутнього закладу;
- проаналізувати грошові потоки від господарської діяльності;
- проаналізувати ризики та запропонувати шляхи їх мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес-проекування започаткування власної справи у сфері ресторанного господарства.

Об’єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення кафе – кондитерської з послугами кейтерингу в м. Одеса.

Методи дослідження. Як методи дослідження були використані загальні методи наукового дослідження, порівняльний аналіз – у процесі дослідження ресторанного ринку, графічні методи – для наочного відображення показників, маркетингові: SWOT-аналіз, матричний, спостереження, опитування. Використано статистичні методи для аналізу ринку. Розрахунки за проектом відкриття кафе провадились з використанням програмного продукту «Excel».

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження застосовувались матеріали кон’юнктурних досліджень аналітичних компаній, офіційні статистичні матеріали, законодавчі та нормативні документи, наукова література, періодичні видання та Інтернет-джерела.

ВИСНОВКИ

1.1.Серед різноманіття форм громадського харчування і великого рівня конкуренції у зазначеному сегменті економіки вважається за доцільне реалізація бізнес-ідеї з відкриття кафе-кондитерської, яка буде надавати послуги з кейтерингу.

1.2.Діяльність закладу буде здійснюватись відповідно до наступних кодів видів економічної діяльності: 56.10., 56.29., 56.21., 56.30.

1.3.У якості організаційно-правової форми обрано товариство з обмеженою відповідальністю

Серед діючих сьогодні систем оподаткування планується використовувати спрощену систему оподаткування – 3 група 5% від суми доходу.

2.1.Основним аспектом зростання обсягів ринку громадського харчування у 2014-2015 рр. була інфляція: за рік ціни на продукти, а разом із ними і середній чек у середньому збільшувалися на 30-45%.

Станом на 2016р. з 2000 р. кількість закладів громадського харчування зменшилась більш ніж на 8 тис. одиниць. У підсумку на 1 січня 2016 року в Україні було офіційно зареєстровано 20113 закладів громадського харчування.

Найчастіше, серед закладів громадського харчування виділяють декілька великих груп: ресторани класу «преміум», ресторани для середнього класу, заклади фаст-фуд, а також бари, кафе і кав'ярні як особливі заклади з власним асортиментом.

2.2.Аналіз ринку ресторанного господарства показав, що він сьогодні характеризується високою конкуренцією та ризиками. Тому пропонується варіант початку діяльності в напрямку приготування та доставки їжі та освоєння кейтерингу.

Для спрощення входження на ринок громадського харчування вважається за доцільне придбання вже діючого бізнесу, розташованого у орендованому підвальному приміщенні на вул. Велика Арнаутська площею 40кв.м. з усім

необхідним кухоним устаткуванням і який функціонує на ринку міста понад трьох років, має власну інтернет-площадку.

2.3. Для реалізації проекту необхідно витратити 674,5 тис.грн. у якості джерел фінансування виступають власні кошти у сумі 274,5 тис.грн. та планується отримати кредит на суму 400,0 тис.грн.

Для організації діяльності закладу необхідно залучити 6 осіб. Сукупні витрати на оплату праці становлять 28,7 тис.гр. на місяць. У випадку великих банкетів є можливість залучення офіціантів та працівників кухні на разовій основі. Також частину операцій можна віддавати на аутсорсинг.

Планується щомісяця витратити на рекламу 3500 грн. Задля поширення інформації у бізнес-середовищі вбачається за доцільним виготовлення флаєрів з інформацією щодо проекту та розповсюдження їх у бізнес-центрах.

Сума амортизації була визначена враховуючи погашення витрат на обладнання за 3 роки рівномірним нарахуванням. Таким чином загалом амортизаційні відрахування на місяць склали 3,5 тис. грн.

Для обслуговування виїзних заходів буде використовуватися власний транспорт. Середньомісячні планові видатки на паливо та обслуговування авто становлять 12 тис.грн.

На оновлення посуду, скатертин, послуги пралень планується витратити 14,5 тис.грн. на місяць.

3.1. У структурі постійних витрат найбільша частка належить витратам на оплату праці та податкам. Змінні витрати ресторану ми розраховували виходячи із співвідношення між ціною та собівартістю - 100 %. Цей рівень націнки ми будемо вважати за базисний.

Запланована середня вартість чеку на одного відвідувача складатиме 200 грн. Формат кейтерингу передбачає, що основна частка у структурі чеку належить основним стравам, далі йдуть десерти та безалкогольні напої.

Плановий рівень доходів на місяць під час першого року складе 152 тис. грн. Валові змінні витрати, становитимуть 76 тис. грн., валові витрати - 138,3 тис. грн.

3.2. Плановий рівень прибутку «Choven» складе 13,7 тис. грн. на місяць, що складе 164,4 тис. грн. на рік.

Розрахунок інтегральних показників ефективності проекту виявив, що напрямок діяльності має високу ступінь ефективності дисконтований період окупності складе 15 місяців, а індекс прибутковості 5,1. Чистий приведений дохід за 5 років складе 2761,5 тис. грн., що свідчить про доцільність реалізації проекту.

3.3. До організаційних методів зниження ризику діяльності «Choven» відносяться: відхилення ризику; недопущення збитків; мінімізація збитків; передача контролю за ризиком; пошук інформації; контроль або опанування ризиком. Відхилення ризику передбачає відмову від певних управлінських рішень, якщо рівень ризику по них перевищує його прийнятний рівень для «Choven».

До економічних методів мінімізації ризику належать: створення спеціального резервного фонду (фонду ризику), створення страхового товарного запасу, страхування ризику. Створення спеціального резервного фонду «Choven» (фонду ризику) здійснюється за рахунок відрахувань з прибутку на випадок виникнення непередбачених ситуацій. Самострахування за рахунок резервного фонду доцільно в тому випадку, коли вартість майна, яке страхується, відносно невелика в порівнянні з майном і фінансовими критеріями всього бізнесу, імовірність збитків незначна.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: Навчальний посібник / [Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Білий М.М., Мозіль О.І.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 160с.
2. Аналіз ринку рестораних послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
3. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. — К., 2008. — 98 с.
4. Андрєєва О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2015. – 211с.
5. Афанасьев М. Ю. Исследование операций в экономике: модели, задачи, решения: учебное пособие для ВУЗов /М.Ю. Афанасьев, Б.П. Суворов. М.: ИНФРА-М, 2013. - 443 с.
6. Афонин И. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций / И. Афонин.-М.:Гардарики, 2015.-301с.
7. Бардиш Г. О. Проектне фінансування : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Г.О.Бардиш; М-во освіти і науки України, Нац. банк України, Львів. банк. ін-т. — 3-є вид., перероб. та допов. — К.: Хай-Тек Прес, 2008. — 463 с.
8. Баркан Д. И. Як створюються комерційно успішні товари і послуги: маркетинг і нововведення / Баркан Д. И., Ходяченко В. Б., Валдайцев С. В. и др. Л.: Аквилон, 2011.- 231с.
9. Бланк І. О. Фінансова стратегія підприємства: монографія / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська, І. Г. Ганечко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2009. - 147 с.
10. Вачевський М.В. Маркетинг у сферах послуг / Вачевський М.В., Скотний В.Г. — К.: ЦНЛ, 2014.- 232с.

- 11.Власова Н.О. Економіка ресторанного господарства – К., 2015 – 368с.
- 12.Гайванович Н.В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення / Н.В. Гайванович // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Логістика. — 2009. — N 649. — С. 145-153.
- 13.Галіцин В. К. Моделі і методи оцінки інвестиційних проектів / В.К.Галіцин, О.П.Суслов, Ю.О.Кубрушко; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2015. — 166 с.
- 14.Галузевий маркетинг: [Навч. посібник для студентів екон. спец.] / Дам'янов А., Савельєв Є., Штефанич Д. та ін.; Ін-т змісту та методів навчання та ін.; [За заг. ред. Є. В. Савельєва, Д. А. Штефанича]. — К., 1997. — 175 с.
- 15.Галушка Є. О. Світовий ринок товарів та послуг: навч. посіб. / Київський національний торговельно-економічний ун-т; Чернівецький торговельно-економічний ін-т. — Чернівці : Наші книги, 2009. — 208с.
- 16.Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.
- 17.Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. — Житомир, 2012. — 128 с.
- 18.Григор'єва Т.В. Економіко-математичне моделювання структури малого бізнесу сфери послуг на регіональному рівні / Т.В. Григор'єва, І.С. Ткаченко. — Т.: Екон. думка, 2009. — 151 с.
- 19.Данілова Е. І. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / Е. І. Данілова // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій . - 2009. - № 30. - С. 56-59.
- 20.Данилишин Б. М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства / Данилишин Б. М., Куценко В. І., Остафійчук Я. В.- Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. — К. : ЗАТ "Нічлава", 2005. — 328с.

21. Дейан А. Стимулирование сбыта / Дейан Арман, Троадек Анни, Троадек Люк; [Пер. с фр. под ред. С.Г.Божук] — 9-е изд. — СПб.: Изд. Дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. — 127с.
22. Дорош О. І. Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. І. Дорош // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Пробл. економіки та упр. - 2011. - № 698. - С. 150-155.
23. Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів : Навч. посіб. / Єрмошенко М.М., Плужников І.О.; Нац. акад. упр. — [2-е вид.] — К., 2006. — 155 с.
24. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 р. N 2063-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
25. Закон України Про інвестиційну діяльність /Відомості Верховної Ради України. – Офіц. Вид.- К.: Парлам. вид-во, 2001. - 64с.
26. Іванов Ю. Б. Стратегія підприємства: підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі, О. В. Ревенко; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ІНЖЕК, 2009. - 560 с.
27. Карпов В.А. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Карпов В.А., Грінченко Р.В. - О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
28. Карпов В. А. Путеводитель начинающего предпринимателя : учебное пособие / В. А. Карпов, А. И. Ковалев, С. А. Синятинский [та ін.]. – Одесса : Атлант, 2012. – 99 с.
29. Колас Б. Керування фінансовою діяльністю підприємства. Проблеми, концепції, методи / Б. Колас - М., Фінанси, ЮНИТИ, 2006.- 221с.
30. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Пер. с англ. В. Б. Боброва. — М.: Бизнес-кн.: Има-Кросс Плюс, 1995. — 699 с.

31. Кучеренко В. Р. Проектний аналіз у підприємстві /В.Р.Кучеренко, В.А.Карпов, О.М.Подмазко; Одес. держ. екон. ун-т. — О.: Астропринт, 2006. — 122 с.
32. Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ): Моногр. / Х. З. Махмудов; Полтав. держ. аграр. акад. - Полтава, 2004. - 268 с.
33. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
34. Мних М.В. Планування діяльності підприємства в сучасних економічних умовах: Навч. посіб. для студ. вузів / М.В. Мних; Акад. муніцип. упр. — К.: Знання України, 2004. — 91 с.
35. Мазур И. Управление проектами: учебное пособие /Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. - М.: Омега-Л, 2004.— 664с.
36. Моляка О.І. Інвестиційні проекти : Учб. посіб. / Міжгалуз. ін-т упр.; [Наук. ред. Погорельцев В.Н.] — К.: [ТОВ «Дот ЛТД»], 2002. — 50 с.
37. Нематеріальна сфера економіки: умови для налагодження плідного середовища розвитку підприємств: Моногр. / О.О. Папаїка, Н.М. Поспєлова; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк, 2009. — 263 с.
38. Нечаєв Г. І. Введення до проектного аналізу : Навч. посіб. / Нечаєв Г.І., Коломієць О.С., Коломієць Ю.О.; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. — Луганськ, 2003. — 211с.
39. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч.посіб / Кузнецова Н.М. – К, 2014. – 367с.
40. Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
41. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова; Дніпропетр. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. - Д., 2011. - 350 с.

42. Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
43. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні / [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с.
44. П'ятницька Г. Нові підходи формування стратегії підприємства в умовах конкуренції / Г. П'ятницька // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – №11. – С. 136-140.
45. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Савельєв (ред). - К.: Знання, 2008. - 420с.
46. Скибінський С. В. Сегментування ринку в інвестиційних проектах / Скибінський С.В., Скибінський О.С. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2007. — 135 с.
47. Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. — Вінниця, 2012. — 134 с.
48. Соколова О. Є. Проектний аналіз: курс лекцій / О. Є. Соколова, Л. О. Сулима. — К.: НАУ, 2011. — 86 с.
49. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г.М. Тарасюк; Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир, 2006. — 419 с.
50. Ульянченко О.В. Управління проектами. Бізнес-план проекту: лекція / О.В. Ульянченко, М.Ф. Соловійов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василено; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х., 2009. — 58 с.
51. Черниш О.І. Ринок послуг: механізми державного регулювання в трансформаційній економіці / В.В. Дорофієнко (заг.ред.). — Донецьк : ТОВ "РВК"ПРОМО", 2005. — 410с.

- 52.Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . — 2008. — N 9. — С. 7-12.
- 53.Шкільний О.О. Конкурентні переваги за умов стратегічного підприємництва /О.О. Шкільний// Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.- 2005.- №6,Т.1.- С. 131-134.
- 54.Ястремська О. М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства : Навч. посіб. / Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2006. — 191 с.
- 55.Яцун Л.М. Менеджмент ресторанного господарства – К.: Світ книг, 2015 – 415с.