министерство ОБРАЗОВАНИЯ и науки российской федерации

АЛТАЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.И.ПОЛЗУНОВА

Кафедра *"Технологии продуктов питания"*

|  |  |
| --- | --- |
| УДК 641.5 | Курсовой проект защищен с оценкой  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Руководитель проекта  *Берлова Т.М,* |

**БИЗНЕС-ПЛАН**

**ОБЩЕДОСТУПНОЙ СТОЛОВОЙ НА 50 МЕСТ С САМООБСЛУЖИВАНИЕМ**

тема

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Экономика организации производства»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_*КР 260501.02.000 ПЗ\_\_\_\_\_\_\_\_*

обозначение документа

Проект выполнил студент гр. ТОП-61 *Е. С. Бабакова*

Проверил  *Т.М. Берлова*

2010

СОДЕРЖАНИЕ

[Резюме 3](#_Toc279357925)

[1 Общественное питание в России 6](#_Toc279357926)

[2 План маркетинга 9](#_Toc279357927)

[2.1 Анализ рынка сбыта 9](#_Toc279357928)

[2.2 Схема товародвижения 9](#_Toc279357929)

[2.3 Методы продвижения продукции на рынок 10](#_Toc279357930)

[2.4 Выбор стратегии ценообразования 12](#_Toc279357931)

[2.5 Оценка ёмкости рынка 13](#_Toc279357932)

[3 Инвестиционный план 15](#_Toc279357933)

[4 Производственный план 20](#_Toc279357934)

[4.1 Составление графика загрузки торгового зала и расчет количества посетителей. 20](#_Toc279357935)

[4.2 Определение количества блюд, реализуемых за день 21](#_Toc279357936)

[4.3 Составление плана-меню 22](#_Toc279357937)

[4.4 Расчет товарооборота и валовой прибыли проектируемого предприятия 25](#_Toc279357938)

[4.5 Расчёт издержек производства и обращения проектируемого предприятия 28](#_Toc279357939)

[4.5.1. Транспортные расходы 28](#_Toc279357940)

[4.5.2. Расчет численности производственного персонала и 29](#_Toc279357941)

[фонда оплаты труда 29](#_Toc279357942)

[4.5.3. Отчисления на социальные нужды 30](#_Toc279357943)

[4.5.4. Расходы на содержание зданий, сооружений, помещений 31](#_Toc279357944)

[оборудования и инвентаря 31](#_Toc279357945)

[Расходы на освещение 31](#_Toc279357946)

[4.5.5. Амортизация основных средств 34](#_Toc279357947)

[4.5.6. Расходы на ремонт основных средств 34](#_Toc279357948)

[4.5.7 Расходы на санитарную и специальную одежду, столовое белье, посуду, приборы и другие материальные ценности 34](#_Toc279357949)

[4.5.8. Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд 37](#_Toc279357950)

[4.5.9. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров 38](#_Toc279357951)

[4.5.10. Расходы на рекламу 40](#_Toc279357952)

[4.5.11. Потери товаров и технологические отходы 40](#_Toc279357953)

[4.5.12. Расходы на тару 40](#_Toc279357954)

[4.5.13. Прочие расходы 40](#_Toc279357955)

[5 Финансовый план. Расчет прибыли проектируемого предприятия 43](#_Toc279357956)

[6 Организационно- юридический план 44](#_Toc279357957)

[7 Оценка эффективности и рискованности инвестиций 48](#_Toc279357958)

[7.1 Коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования 48](#_Toc279357959)

[Коэффициент инфляционной корректировки Ки равен 48](#_Toc279357960)

[7.2 Оценка коммерческого эффекта 49](#_Toc279357961)

[7.3 Оценка эффективности инвестиций 52](#_Toc279357962)

[8 Анализ безубыточности проекта 53](#_Toc279357963)

[Заключение 55](#_Toc279357964)

[Список используемой литературы 56](#_Toc279357965)

# Резюме

В настоящее время предприятия общественного питания в Барнауле пользуются большой популярностью. Несмотря на увеличение количества кафе и ресторанов, проблема общественного питания в центральных районах города достаточно актуальна.

Особенно остро это ощущается в Центральном и Октябрьском районах, где сосредоточено большинство государственных учреждений, банков, офисов крупных и средних фирм, предприятий торговли, высших учебных заведений, гостиниц и объектов культурного назначения. Офисные работники гораздо охотнее будут посещать то заведение, которое находится ближе к их месту работы. «Спальные» районы меньше всего охвачены предприятиями общественного питания, особенно Индустриальный район.

По данным Территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Алтайскому краю, оборот общественного питания по Алтайскому краю за январь-сентябрь 2010 года составил 3483,3 млн. рублей, что на 3,7% выше, чем в предыдущем периоде. Обеспеченность услугами предприятий общественного питания составляет 39 посадочных мест в расчете на 1 тысячу жителей, или 97,5% от норматива. Концепция развития регионального продовольственного рынка на территории Алтайского края на основе налаживания прямых взаимосвязей с сельскохозяйственными товаропроизводителями включает в себя следующие составные части: цель и принципы разработки концепции, решаемые задачи, анализ современного состояния и перечень узловых проблем, сдерживающих развитие общественного питания, субординированную систему мероприятий, этапы и механизм реализации концепции [4].

Данный проект предполагает создание общедоступной столовой на 50 мест.

В соответствии с этим было выбрано название столовой «Трапеза», разработано меню, содержащее 8 разновидностей холодных блюд и закусок, 5 видов супов, около 10 горячих блюд,10 сладких блюд, включая мучные кондитерские изделия, а так же 6 разновидностей напитков.

В столовой предлагаются блюда быстрого приготовления и с доступными ценами, осуществляется самообслуживание с последующей оплатой блюд, для этого применяется линия прилавков самообслуживания. Кроме услуг питания в столовой предоставляются услуги организации досуга, звучит приятная музыка и имеется стоянка у предприятия для личного транспорта посетителей.

Зал столовой вмещает до 50 посетителей и представляет собой оригинально оформленное помещение в светлых тонах. Стены столовой персикового цвета. Общее освещение осуществляется большой оригинальной люстрой, по периметру стен развешаны небольшие декоративные бра, создающие дополнительное освещение и уют. В столовой используется только качественная посуда. Все столовые приборы сделаны, из нержавеющей стали, а бокалы и рюмки из высококачественного стекла.

Данное предприятие общественного питания расположено по адресу г. Барнаул, ул. Молодёжная 40.

Режим работы столовой:

8:00-20:00 ч

Перерыв:

16:00-17:00 ч

Без выходных .

К основным конкурентам данного предприятия общественного питания на ул. Молодёжной относят такое заведение как общедоступная столовая «Большая перемена», однако это заведение рассчитан на посетителей с более высокой ценовой категорией.

На основании проведенных экономических расчетов можно сделать вывод об эффективности и выгодности проекта данного предприятия. В ходе выполнения курсовой работы были определены основные показатели работы предприятия, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные технико-экономические показатели общедоступной столовой на 50 мест

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Единицы измерения | Показатели |
| 1 Выпуск блюд за год | тыс. блюд | 412 |
| 2 Товарооборот | тыс. руб | 19772,128 |
| 3 Товарооборот по продукции собственного производства | тыс. руб. | 18724,441 |
| - Удельный вес в товарообороте | % | 95 |
| 4 Валовый доход | тыс. руб | 12449,120 |
| 5 Издержки производства и обращения | тыс. руб | 7818,856 |
| 6 Численность персонала | чел. | 28 |
| 7 Фонд заработной платы | тыс. руб | 2729,853 |
| 8 Прибыль продаж | тыс. руб | 4800,380 |
| 9 Рентабельность продаж | % | 24 |
| 10 Чистая прибыль | тыс. руб | 3840,30 |

Окончание таблицы 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 11 Рентабельность по чистой прибыли | % | 19 |
| 12 Товарооборот на 1 место | тыс. руб | 395,443 |
| 13 Стоимость производственных фондов | тыс. руб | 12170,451 |
| 16 Объем инвестиций | тыс. руб | 3728,336 |
| 17 Производительность труда | тыс.руб/чел. | 14,714 |
| 18 Пороговый объем продукции | тыс. блюд | 203,540 |
| 19 Запас финансовой прочности | % | 51 |
| 20 Срок окупаемости | мес. | 7 |

# 1 Общественное питание в России

С одной стороны, в России рынок общественного питания еще не достиг стадии насыщения, поэтому последние годы темпы роста сохранялись на высоком уровне (20-25%). Причиной такого роста являлась возросшая покупательная способность россиян: все больше людей предпочитало питаться не дома, а посещать какие-либо кафе или закусочные. Основной рост оборота приходился на сегмент "быстрого питания" – наиболее доступный по ценам – и различные демократичные форматы в среднем ценовом сегменте [5].

Но, несмотря на это, среднедушевые затраты на ресторанные услуги в России значительно ниже аналогичных показателей не только развитых, но и развивающихся стран. К примеру, в 2007 году среднедушевые затраты на питание вне дома составили чуть меньше 4 тыс. руб. на одного человека в год. Это значительно меньше, чем в США (38 тыс. руб. на 2005 г.), Франции (25 тыс. руб. на 2005 г.) и Германии (12 тыс. руб. на 2005 г.). Такое отставание показателей России свидетельствует о высоком потенциале ресторанного рынка и его недостаточной насыщенности [10].

С другой стороны, сказывается влияние экономического кризиса на темпы роста рынка общественного питания. Например, по некоторым данным, обороты предприятий общественного питания сократились на 10%. Причина: сокращение интереса к питанию вне дома со стороны среднего класса, пострадавшего от экономического кризиса. Именно на представителей среднего класса ориентировано основное количество столовых. В связи с этим темпы роста индустрии общественного питания замедляются. Таким образом, из-за кризисного экономического положения владельцам ресторанов необходимо будет приложить много усилий, чтобы удержаться на рынке [5].

Если до 2008 года была типична нереальная для любого развитого рынка динамика роста оборот общественного питания 20-25%% в год, то в 2010 году в Барнауле по сравнению с прошлым годом оборот общественного питания вырос всего на 6,4%, а в целом по краю на 1,4% [4].

В настоящее время рынок сильно фрагментирован, значительную долю на нем занимают одиночные заведения общественного питания. Однако именно сетевые концепции имеют наибольший потенциал, и в дальнейшем будут усиливать свои позиции.

Тенденция консолидации рынка в течение ближайших лет будет усиливаться. В скором времени можно ожидать новых сделок по слиянию и поглощению[5].

С начала года открыто 128 торговых предприятий, количество предприятий общественного питания общедоступной сети увеличилось на 3% [4].

Вместе с тем в кризисе есть и положительные стороны для рынка общественного питания: кризис дал рынку общественного питания новый толчок для развития за счет смещения спроса на питание в более дешевый сегмент[5].

Основные проблемы, которые приходится решать владельцам сетей общественного питания следующие: дефицит персонала, рост цен на продукты и слабое развитие франчайзинга в России.

Но главная проблема рынка – поиск помещения, отвечающего необходимым параметрам и расположенного в месте c высокой проходимостью. Препятствуют развитию высокие цены на недвижимость. Подходящие помещения найти несложно, но аренда слишком дорога. Этим объясняется интерес владельцев данной отрасли к торговым центрам (ТЦ) – наличием площадей и высоким потоком посетителей.

В начале 2008 года число прибыльных организаций в сегменте общественного питания составляло 81 %, а в 2010 их количество снизилось до 57, 1 %.

В 2008 году оборот рынка общественного питания в городах с населением более 100 тыс. человек составил 420 млрд. руб. [10].

Начиная с января 2009 года обороты ресторанов начинают снижаться – больше всех пострадали рестораны, относящиеся к высокой ценовой категории (падение на 40-60%), а обороты предприятий рассчитанных на средний класс снизились не так значительно - на 20-25%.

Оборот общественного питания по Алтайскому краю за январь-сентябрь 2010 года представлен в таблице 2

Таблица-2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Млн. рублей | В % к соответствующему периоду прошлого года | |
| В фактических ценах | В сопоставимых ценах |
| Оборот Общественного питания | 3483,3 | 112,2 | 103,7 |

Оборот общественного питания за январь-сентябрь 2010 года на 3,7% больше, чем в январе-сентябре прошлого года [4].

В марте 2009 года были проведены маркетинговые исследования компанией «КОМКОН», в результате которых были получены следующие данные. Анализ ответов респондентов по возрастным группам показывает, что наибольшая доля отказов от посещения ресторанов и кафе приходится на опрашиваемых 25-34 лет (27 %). В значительно меньшей степени готовы отказать себе в этом удовольствии респонденты в возрасте 18-24 лет (14 %). Самая высокая доля сокращений расходов на посещение кафе и ресторанов приходится на возрастную группу 35-45 лет и составляет 60 % [7].

Столовая «Трапеза» на 50 посадочных мест предлагает посетителям блюда русской кухни по различным ценам. К основным конкурентам данного предприятия общественного питания на ул. Молодёжной относят такое заведение как общедоступная столовая «Большая перемена» ресторан «Сибирь», пивной ресторан «Сибирская корона», однако это заведение рассчитано на посетителей с более высокой ценовой категорией.

# 2 План маркетинга

## 2.1 Анализ рынка сбыта

В настоящее время предприятия общественного питания в Барнауле пользуется большой популярностью. Несмотря на увеличение количества кафе и ресторанов, проблема общественного питания в центральных районах города достаточно актуальна.

Проектируемая столовая будет расположен в центре по адресу: г.Барнаул, Молодёжная 40.

Недалеко от столовой находится гостиница Сибирь, часть клиентов данного комплекса будут являться посетителями столовой.

Основными конкурентами столовой «Трапеза» являются такие предприятия общественного питания как: столовая «Большая перемена» ресторан «Сибирь», пивной ресторан «Сибирская корона». Из перечисленных предприятий наиболее близко расположены ресторан «Сибирь» и пивной ресторан «Сибирская корона» в данных ресторанах предлагаемая продукция рассчитана на более богатый контингент посетителей, а также ресторан « Сибирь» рассчитан в основном на клиентов гостиницы, а столовая «Трапеза» является общедоступным предприятием общественного питания, осуществляется самообслуживание, что ускоряет процесс работы с клиентами.

## 2.2 Схема товародвижения

организацией контактов между продавцами и покупателями, за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам их использования.

Продукция общественного питания относится к товарам широкого потребления. Для предприятий общественного питания характерен следующий вид канала товародвижения:

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬ

В столовой «Трапеза» используется прямой канал товародвижения (нулевого уровня), когда продукция производится и реализуется непосредственно в пределах собственного торгового зала. Данный канал называется нулевым, так как осуществляется непосредственная связь между производителем и потребителем. Схема товародвижения, используемая на данном предприятии, представлена на рисунке 1

Расчет посетителем за выбранную продукцию

Изготовление продукции в цехе в соответствии с меню

Выбор продукции посетителем на линии раздачи

Рисунок 1 – Схема товародвижения в столовой «Трапеза»

Нулевой уровень движения товара имеет следующие преимущества:

- предприятия общественного питания реализуют скоропортящуюся продукцию, данный канал обеспечивает сохранение ее качества за счет сокращения времени движения готовой продукции от производителя к потребителю;

- дает возможность производителю сохранить контроль над продажами:

- получить дополнительную прибыль, установив наибольшую наценку;

- все средства от реализации продукции являются прибылью производителя;

- отсутствует возможность риска от работы с посредником.

Недостатком данного канала является вероятность риска при малой величине продаж.

Вся производимая продукция реализуется в собственном торговом зале предприятия, никаких дополнительных рынков для сбыта данной продукции пока не планируется.

## 2.3 Методы продвижения продукции на рынок

Продвижение – это любая форма сообщений, используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности или влиянии на общество. Планирование продвижения представляет собой систематическое принятие решений, касающихся всех сторон этой деятельности.

В своей программе коммуникаций фирма может использовать один или сочетание четырех основных видов продвижения:

1) связи с общественностью (public relation);

2) реклама;

3) стимулирование сбыта;

4) персональные продажи [11].

Столовая «Трапеза» использует для продвижения своей продукции на рынок такие виды продвижения, как реклама и стимулирование сбыта.

Реклама - это любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг конкретного заказчика.

Для привлечения покупателей планируется проведение рекламной кампании в местной печати и на радио, а также на местном телевидении. Основные используемые средства рекламы:

1. Реклама в газетах — в виде информации о предприятии, 1 раз в неделю.

2. Планируется выпуск каталогов и листовок о предприятии и предоставление их каждому посетителю;

3. Наружная реклама. Наиболее распространенным средством уличной рекламы яв­ляются вывески, которые знакомят посетителей с типом предпри­ятия, его специализацией. Вывеска – это своего рода визитная карточка заведения, которая служит важным элементом внешней рекламы, органически связанным с оформлением улицы [14].

Для изготовления вывески берем короб из виниловой пленки (тип ORACAL) с внутренней подсветкой. В ночное время фон может оставаться темным, а буквы будут светиться.

Устанавливаем световой короб площадью 1 м2 (0,8 × 1,25), его стоимость составляет 3,6 тыс. руб. [8].

Около входа в кафе-кондитерской выставляем двусто­ронний раздвижной штендер для надписей мелом основных и наиболее привлекательные ценовые позиции меню. Установка штендера не требует специального разрешения [14]. Стоимость штендера составит 2,2 тыс. руб. [8].

Стимулирование сбыта (продаж) – многообразные системы стимулирующих воздействий, ускоряющих ответную реакцию потребителей; краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту продукции и услуг.

Задача стимулирования сбыта – это приблизить товар к покупателю. К средствам, при помощи которых столовая «Трапеза» будет осуществлять эту задачу, относят предоставление скидок в определенные часы работы заведения: в утренние часы с 8:00-9:00 и в вечерние часы с 19.00-20.00.

Расчёт расходов на рекламу представлен в таблице 3

Таблица-3 Расходы на рекламу

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пути  продвижения | Цена, руб. за 1 показ | Количество публикаций в  месяц | Стоимость в  месяц, руб. | Стоимость в  год, руб. |
| Реклама в газете "Вечерний Барнаул" | Цветная реклама на внутренних полосах площадью 15 см2 стоимостью 400 руб. | 4 | 1600 | 19200 |

Продолжение таблицы 3

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Распространение брошюр- рекламок | 8 коп./штука | 150 | 1200 | 14400 |
| Наружная реклама | световой короб стоимостью 3600 руб. и двусто­ронний раздвижной штендер для надписей мелом стоимостью 2200 руб. | - | - | 5800 |
| ИТОГО |  |  |  | 39400 |

Сумма расходов на рекламу по проведенным расчетам составит 39,400 тыс. руб.

По смете издержек статья расходов на рекламу не должна превышать 39,544 тыс. руб.

## 2.4 Выбор стратегии ценообразования

Ценообразование в общественном питании имеет свои особенности, связанные со спецификой хозяйственной деятельности предприятия. В отличие от предприятий розничной торговли, которые для покрытия расходов от реализации товаров включают торговую надбавку в розничные цены, предприятия общественного питания несут также затраты на производство и организацию потребления кулинарной продукции. Поэтому для возмещения производственных затрат и затрат по обслуживанию потребителей в розничную цену на продукцию предприятия общественного питания включается наценка к розничной цене. Конечная розничная цена блюд кулинарных и других изделий, приготовляемых и реализуемых на предприятии питания называют продажной ценой.

Таким образом, специфика ценообразования в общественном питании заключается в том, что для возмещения затрат по производству, реализации и организации потребления кулинарной продукции, а также получения прибыли, в продажные цены включается наценка.

При формировании цен на основе наценок в качестве источников доходов предприятий питания выступает наценка. Именно она образует валовой доход предприятий питания, который предназначен для покрытия издержек обращения и производства, уплаты всех видов косвенных налогов и платежей и формирования прибыли.

Ценовая политика заключается в установлении цен на товары и услуги в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры, обеспечивающей намеченный объем прибыли и решение других стратегических и оперативных задач. Она должна быть достаточно гибкой, стимулирующей как производителя, так и потребителя, ускоряющей кругооборот средств, обеспечивающей эффективное использование производственного потенциала предприятия [2].

Ценовая политика направлена на то, что реализуемая продукция является высококачественной, а обслуживаемые потребители - достаточно платежеспособные люди. Именно эти критерии позволяют установить достаточно высокий уровень наценки - 200% на весь ассортимент реализуемой продукции. Для продвижения столовой «Трапеза» на рынке используется широкий ассортиментный перечень продукции, в том числе фирменные блюда, а также блюда с необычным сочетанием продуктов, с использованием нетрадиционного, но обладающего хорошими вкусовыми и пищевыми характеристиками, сырья. При заказе банкета клиенту выдается дисконтная карта, с накопительной скидкой. Среди персонала планируется периодически устраивать конкурсы и отправлять лучших на курсы повышения квалификации.

Также периодически будут устраиваться тематические дни, с интересными ценовыми предложениями на конкретные блюда, фирменные или новые рецептуры.

В качестве стратегии ценообразования на данном предприятии общественного питания выбрана стратегия «цены проникновения». Столовая «Трапеза» - это новое предприятие, для того, чтобы привлечь потребителей, необходимо выставить более низкие цены на продукцию, по сравнению, с предприятиями конкурентами. Цена должна быть низкой, но при этом производитель должен получать определенную прибыль. При стратегии проникновения на этапе внедрения на рынок устанавливается низкая цена, привлекающая потребителей, затем цена постепенно увеличивается.

## 2.5 Оценка ёмкости рынка

Столовая "Трапеза" расположена по адресу:

Россия, 656056, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Молодёжная, д. 40.

Данный дом является жилым с административными помещениями.

Выбор расположения столовой связан с большим потоком людей (так как дом находится рядом с центральной улицей города – проспектом Ленина) и главной площадью Сахарова.

Вокруг столовой расположен жилой фонд вместимостью около 4000 квартир. Рядом сосредоточено большое количество фирм и организаций, а также вблизи находится гостиница «Сибирь».

На территории обслуживания столовой расположены:Векооптика, салон оптики; Интурист-Барнаул, туристическое агентство; Максима, студия красоты; ПРОФИ-ДЕНТ, стоматологическая клиника; цветы, ОАО Декоративные культуры; Центр криохирургии и косметологии, ООО Криомед; Шарло, центр косметологии; Forward, спортивный магазин.

Численность работающих в данных организациях колеблется от 5 до 50 человек и более. В среднем одновременно в офисах, вузах и магазинах находится 4500-4800 человек.

Количество проходящих на территории обслуживания составляет в утренние часы 240-280 человек, в обеденные часы – 250-300 человек, в вечернее время 300-350 человек в час.

Потенциальными клиентами столовой являются в большинстве работники фирм, организаций и магазинов, их клиенты, а также постояльцы гостиницы. По мере признания столовой и установления определенной репутации число потребителей будет расти (в том числе и за счет завоевания клиентуры), в связи с этим по результатам маркетингового исследования численность потенциальных клиентов в день будет составлять от 350 до 400 человек.

На посещаемость предприятий общественного питания влияет сезон года: в летнее время посещаемость значительно снижается. Это связано с тем, что в летнее время работники берут отпуска и уезжают на отдых, поэтому число посетителей столовой может существенно снизиться. В зимний сезон большая посещаемость связана также с непогодой, и низкой температурой.

Для сохранения посещаемости заведения в летний сезон необходим пересмотр меню столовой (увеличение ассортимента прохладительных напитков, мороженого, холодных десертов, снижение калорийности блюд, использование свежих ягод и фруктов, разработка необычных новых блюд), а также введение акций, скидок, смена интерьера.

В зимний сезон для привлечения посетителей также необходима переориентация меню (увеличение ассортимента горячих напитков, горячих десертов, повышение калорийности блюд, использование в стиле изделий зимней тематики и т.д.), пересмотр интерьера (теплый, уютный, праздничный).

Численность потенциальных клиентов в зимний сезон составит от 300 до 350 человек в день, а в летнее время – от 200 до 300 человек.

Опираясь на данные по предприятиям-конкурентам, клиенты посещают подобные заведения до 5 раз в неделю в холодное время и до 4-х раз в неделю в тёплое время года.

В результате по итогам исследования численность клиентов столовой "Трапеза" в летнее время составит от 800 до 1200 человек в неделю, в зимний сезон – от 1500 до 1750 человек в неделю (не учитывая организацию торжеств, праздников, изготовления изделий на заказ и т.д.).

# 3 Инвестиционный план

Инвестиционный план отражает единовременные затраты предприятия на реализацию проекта.

В стоимость инвестиционных затрат включается стоимость основных фондов и оборотных средств. Основные фонды включают следующие группы: здания, сооружения, оборудование, транспортные средства, инвентарь, инструменты и прочие основные фонды.

Для производства продукции и организации обслуживания на данном предприятии необходим определенный набор оборудования, перечень которого сводится в таблицу 4, в которой производится расчет его стоимости.

Таблица 4 – Смета - спецификация на технологическое оборудование

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц  оборудования,  шт | | Цена единицы  оборудования,  тыс. руб. | Стоимость  оборудования,  тыс. руб. |
| 1 | 2 | | 3 | 4 |
| Холодильное оборудование | | | | |
| Холодильный шкаф Bosch KGS | 3 | 28,00 | | 84,00 |
| Морозильная камера Liebherr GIP | 1 | 32,00 | | 32,00 |
| Итого |  | 60,00 | | 116,00 |
| Механическое оборудование | | | | |
| Посудомоечная машина FI-64B | 1 | 60,00 | | 60,00 |
| Мясорубка МИМ-60 | 1 | 33,540 | | 33,540 |
| Тестомесильная машина | 1 | 45,00 | | 45,00 |
| Итого |  | 138,540 | | 138,540 |
| Тепловое оборудование | | | | |
| Плита ПЭ-0,56 | 1 | 50,00 | | 50,00 |
| Пекарский шкаф ЭШП-02 | 1 | 70,00 | | 70,00 |
| Сковорода СЭЧ-0,25 | 1 | 55,00 | | 55,00 |
| Пончиковый аппарат Гольфстрим 1/1 | 1 | 26,356 | | 26,356 |
| Итого |  | 201,356 | | 201,356 |
| Раздаточное оборудование | | | | |
| Раздаточная линия | 1 | 215,00 | | 215,00 |
| Итого |  | 215,00 | | 215,00 |
| Вспомогательное оборудование | | | | |
| Электронно-вычислительная и копировальная техника | | | | |
| Компьютер | 5 | 20,00 | | 100,00 |
| Итого |  | 2,00 | | 100,00 |

Окончание таблицы 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Автотранспорт | | | |
| Автомобиль Тойота | 1 | 350,00 | 350,00 |
| Автомрбиль Газель | 1 | 450,00 | 450,00 |
| Итого |  | 800,00 | 800,00 |
| Всего |  |  | 1355,896 |

Производится расчет затрат на приобретение технологического оборудования, который представлен в таблице 1.

Затраты на запчасти составляют 2 % от общей стоимости оборудования.

1355,896\*0,02=27,118 тыс. руб.

Затраты на тару составляют 0,5 % от стоимости технологического оборудования.

1355,896\*0,005=6,779 тыс. руб.

Транспортные расходы составляют 8 % от суммарной стоимости технологического оборудования, затрат на запчасти и тару.

(1355,896+27,118+6,779)\*0,08=111,183 тыс. руб.

Заготовочно - складские затраты связаны с размещением заказов, его хранением, они составляют 1,2 % от суммарной стоимости оборудования, затрат на запчасти, тару и транспортных расходов.

(1745,428+34,90856+8,72714+111,183)\*0,012=18,012 тыс. руб.

Затраты на оценку снабженческо-сбытовых организаций и по комплектации оборудования составляют 1,5 % от общей стоимости оборудования.

1355,896\*0,015=20,338 тыс. руб.

Расчет затрат на приобретение технологического оборудования приведен в таблице 5.

Таблица 5 – Смета затрат на приобретение технологического оборудования

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование затрат | Стоимость, тыс. руб |
| Технологическое оборудование | 1355,896 |
| Затраты на запчасти | 27,118 |
| Затраты на тару | 6,779 |
| Транспортные расходы | 111,183 |
| Заготовочно-складские затраты | 18,012 |
| На оценку снабженческо-сбытовых организаций и по комплектации оборудования | 20,338 |
| Итого | 1539,327 |

Составляем смету затрат на технологическое оборудование, которая представлена в таблице 6.

Затраты на прочее неучтенное оборудование составляют от 5% до 10% от стоимости всего технологического оборудования.

1539,327\*0,05=76,966 тыс. руб.

Затраты на монтаж оборудования составляют от 15% до 20% от стоимости оборудования.

1539,327\*0,15=230,899 тыс. руб.

Затраты на автоматизацию составляют 10 % от стоимости технологического оборудования.

1539,327\*0,10=153,933 тыс. руб.

Накладные расходы составляют от 1 % до 2 % от стоимости технологического оборудования.

1539,327\*0,01=15,393 тыс. руб.

Затраты на специальные работы составляют 10 % от стоимости технологического оборудования.

1539,327\*0,10=153,933 тыс. руб.

Таблица 6 – Смета затрат на технологическое оборудование

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование затрат | Стоимость, тыс. руб |
| Технологическое оборудование | 1539,327 |
| Прочее неучтенное оборудование | 76,966 |
| Затраты на монтаж | 230,899 |
| Затраты на автоматизацию | 153,933 |
| Накладные расходы | 15,393 |
| Затраты на специальные работы | 153,933 |
| Итого | 2170,451 |

Оборотные средства предприятия общественного питания представляют собой денежные средства, авансированные на образование запасов сырья и товаров, тары и прочих товарно-материальных ценностей и остатков денежных средств в кассе и в пути.

Расчет суммы оборотных средств, вложенных в запасы сырья, производится по формуле

 (1)

Где Зтовары -сумма норматива запаса сырья и товаров, руб.

n – норма запаса в днях оборота

О – объем затрат на сырье и товары за год, руб

 тыс. руб.

Норматив запасов тары определяется в процентах от суммы запасов сырья и товаров в размере 7%.

274,984∙0,07=19,249 тыс.руб.

Расчет норматива остатка денежных средств производится по формуле, при этом объем товарооборота принимается по полной стоимости:

тыс. руб.

Сумма малоценных и быстроизнашивающихся предметов (10% от Зтовары).

274,984∙0,1=27,498 тыс. руб.

При расчете стоимости оборотных средств включается оборудование стоимостью меньше 20 тыс. руб. Смета затрат на такое оборудование представлена в таблице 7.

Таблица 7 – Смета - спецификация на технологическое оборудование

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц  оборудования,  шт | Цена единицы  оборудования,  тыс. руб. | Стоимость  оборудования,  тыс. руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Механическое оборудование | | | |
| Картофелеочистительная машина | 1 | 15,172 | 15,172 |
| Овощерезательная машина | 1 | 18,215 | 18,215 |
| Итого |  |  | 33,387 |
| Тепловое оборудование | | | |
| Кофемашина Schaerer SIENA-2 | 1 | 10,145 | 10,145 |
| Микроволновая печь MW-705 | 1 | 4,500 | 4,500 |
| Кастрюля 2л | 2 | 0,120 | 0,24 0 |
| Кастрюля 3л | 5 | 0,200 | 1,00 |
| Кастрюля 5л | 4 | 0,300 | 1,20 |
| Кастрюля 6л | 4 | 0,350 | 1,40 |
| Кастрюля 15л | 1 | 0,600 | 0,600 |
| Кастрюля 20л | 1 | 0,850 | 0,850 |
| Итого |  |  | 5,050 |
| Прочее торгово-технологическое оборудование | | | |
| Стол производственный пристенный СРП 1500/ 600 | 15 | 4,00 | 60,00 |
| Стеллаж для посуды СТР-215/903 | 5 | 8,00 | 40,00 |
| Шкаф навесной для хлеба ШХ-2 | 1 | 1,20 | 1,20 |
| Итого |  |  | 101,20 |
| Контрольно-кассовые аппараты, измерительное оборудование | | | |
| Кассовый аппарат | 1 | 8,00 | 8,00 |
| Весы настольные CAS | 4 | 3,650 | 14,600 |
| Весы напольные CAS | 2 | 12,360 | 24,720 |
| Итого |  |  | 47,320 |
| Электронно-вычислительная и копировальная техника | | | |
| Принтер XEROX 3110 | 2 | 8,00 | 16,00 |
| Ксерокс | 2 | 10,00 | 20,00 |
| Итого |  |  | 36,00 |
| Мебель, теле-, радиоаппаратура | | | |
| Столы 4-х местные | 10 | 6,00 | 60,000 |

Окончание таблицы 7

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Столы 2-х местные | 5 | 4,00 | 20,000 |
| Стулья | 50 | 0,500 | 25,000 |
| Стул офисный | 8 | 1,500 | 12,000 |
| Компьютерный стол | 5 | 4,387 | 21,935 |
| Шкаф офисный | 5 | 3,127 | 15,635 |
| Кабинки для одежды | 20 | 0,800 | 16,000 |
| Итого |  |  | 170,570 |
| Инвентарь производственный и хозяйственный | | | |
| Зеркала | 8 | 1,00 | 8,00 |
| Сушилка для рук | 3 | 2,00 | 6,00 |
| Стиральная машина | 1 | 15,00 | 15,00 |
| Итог |  |  | 29,00 |
| Санитарно-технические устройства | | | |
| Унитаз | 3 | 2,00 | 6,00 |
| Раковина | 3 | 1,500 | 4,50 |
| Раковина производственная | 4 | 1,00 | 4,00 |
| Итого |  |  | 14,50 |
| Всего |  |  | 437,027 |

Итого оборотных средств- 833,004 тыс. руб.

Для проектируемой столовой необходимо помещение общей площадью 80 м2.

Стоимость аренды за 1 м2 составляет 450 руб., включая коммунальные услуги.

Соответственно стоимость помещения, необходимого для столовой составит

Cаренды.=S\*Цза 1м2

Cаренды.=100\*450=45000 руб/месяц

45000\*12=540000 руб./год

Прочие затраты составляют от 6 % до 10 % от суммарной стоимости всего оборудования и оборотных средств.

(2170,451+910,901)\*0,06=184,881 тыс. руб.

Сумма капиталовложений в основные производственные фонды

(10000+2170,451)=12170,451 тыс. руб.

Сводная смета инвестиционных единовременных затрат на реализацию

продукции приведена в таблице 8.

Таблица 8-Сводная смета инвестиционных затрат

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование затрат | Стоимость, тыс. руб. |
| Аренда помещения | 540,00 |
| Стоимость всего оборудования | 2170,451 |
| Стоимость оборотных средств | 833,004 |
| Прочие | 184,881 |
| Итого | 3728,336 |

# 4 Производственный план

## 4.1 Составление графика загрузки торгового зала и расчет количества посетителей.

Число потребителей, обслуживаемых за 1 ч работы предприятия

 (2)

где *Р*— вместимость зала (число мест),

*φч* — оборачиваемость места в зале в течение данного часа,

*хч* — загрузка зала в данный час, %.

Общее число потребителей за день

 (3)

*Nч*=50\*3\*30/100=45,

*Nч*=50\*3\*20/100=30,

*Nч*=50\*3\*20/100=30,

*Nч*=50\*2\*40/100=40,

*Nч*=50\*2\*70/100=70,

*Nч*=50\*2\*90/100=90,

*Nч*=50\*2\*80/100=80,

*Nч*=50\*2\*40/100=40,

*Nч*=50\*2\*30/100=30,

*Nч*=50\*2\*40/100=40,

*Nч*=50\*2\*20/100=20.

*Nд*=515

Расчет количества потребителей сводится в таблицу 9.

Таблица 9 – Расчет количества потребителей

| Часы работы | Оборот одного места за час | Процент загрузки зала | Количество посетителей за час |
| --- | --- | --- | --- |
| Завтрак | | | |
| 8-9 | 3 | 30 | 45 |
| 9-10 | 3 | 20 | 30 |
| 10-11 | 3 | 20 | 30 |
| Обед | | | |
| 11-12 | 2 | 40 | 40 |
| 12-13 | 2 | 70 | 70 |
| 13-14 | 2 | 90 | 90 |

Окончание таблицы 9

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 14-15 | 2 | 80 | 80 |
| 15-16 | 2 | 40 | 40 |
| 16-17 | Перерыв | | |
| Ужин | | | |
| 17-18 | 2 | 30 | 30 |
| 18-19 | 2 | 40 | 40 |
| 19-20 | 2 | 20 | 20 |
| Итого посетителей | - | - | 515 |

График загрузки зала изображен на рисунке 2.



Рисунок 2 – График загрузки зала

## 4.2 Определение количества блюд, реализуемых за день

Исходными данными для определения количества блюд являются число потребителей и коэффициент потребления блюд.

Общее число блюд, реализуемых предприятием в течение дня

 (4)

где *Nд*— число потребителей в течение дня;

*m* — коэффициент потребления блюд (сумма коэффициентов потребления холодных блюд, супов, вторых горячих и сладких блюд), он указывает, какое количество блюд в среднем приходится на одного человека на предприятии данного типа.

Значения коэффициента потребления блюд для различных типов предприятий общественного питания определены исходя из фактических средних данных о ежедневной реализации блюд в этих предприятиях в разные периоды времени и приведены в таблице 10.

Таблица 10 – Коэффициент потребления блюд

| Тип предприятия | Коэффициент потребления |
| --- | --- |
| Столовая | |
| общедоступная со свободным выбором блюд: |  |
| завтрак | 2,0 |
| обед | 3,0 |
| ужин | 2,0 |

На предприятии общественного питания предусмотрено несколько приемов пищи (завтрак, обед и ужин), поэтому количество блюд определяют для каждого режима отдельно по формулам

**  (5)

 (6)

 (7)

где *nз, nо, nу* — общее количество блюд, реализуемых соответственно в течение завтрака, обеда и ужина;

*Nз , Nо , Nу* — число потребителей в течение завтрака, обеда и ужина;

*mз , mо , mу* — коэффициенты потребления блюд во время завтрака, обеда и ужина.

*nз* = 2, *nо* = 3, *nу* = 2,

*nз* =105 \*2 = 210,

*nо* =320\*3 = 960,

*nу* =90\*2 = 180.

*nд* = *nз* + *nо*+ *nу*, (8)

*nд* =210+960+180=1350.

## 4.3 Составление плана-меню

В столовой «Трапеза» используется меню со свободным выбором блюд, характерное для осенне-зимнего периода времени и включающее блюда и закуски, разнообразные по видам сырья и тепловой обработки. Составленный план-меню приведен в таблице 11.

Директор столовой «Трапеза»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е. С. Бабакова

Столовая «Трапеза»

Таблица 11 – ПЛАН-МЕНЮ на 1.09.10 г.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | | | № блюд по сборнику рецептур, ТТК, СТП | | Выход одного блюда, г | Количество | | Цена продажи, руб. коп. | Сумма, руб. коп |
| Фирменные блюда | | | | | | | | | | |
| 1 | Салат «Лисичкина шубка» | | | 1 | | 200 | 10 | |  |  |
| Холодные закуски | | | | | | | | | | |
|  | ***Бутерброды*** | | |  | |  |  | |  |  |
| 2 | Бутерброд с паштетом | | | 6 | | 65 | 50 | |  |  |
| 3 | Бутерброд с колбасой вареной | | | 8 | | 60 | 50 | |  |  |
| 4 | Бутерброд с икрой зернистой | | | 12 | | 47 | 100 | | 35,31 | 3531 |
|  | ***Салаты и винегреты*** | | |  | |  |  | |  |  |
| 5 | Салат из свежих помидоров и огурцов | | | 59 | | 100 | 85 | |  |  |
| 6 | Салат картофельный с грибами | | | 74 | | 100 | 60 | |  |  |
| 7 | Салат из квашеной капусты | | | 81 | | 100 | 15 | |  |  |
| 8 | Салат мясной | | | 97 | | 100 | 60 | |  |  |
| 9 | Яйца, под майонезом с гарниром | | | 108 | | 100 | 47 | |  |  |
| Супы | | | | | | | | | | |
|  | | Бульон из курицы прозрачный | 254 | | 500 | | | 55 |  |  |
|  | | Борщ сибирский | 177 | | 500 | | | 18 | 11,39 | 205,02 |
|  | Рассольник московский | | | 198 | | 500 | 12 | |  |  |
|  | Уха ростовская | | | 269 | | 500 | 9 | |  |  |
|  | Суп-пюре из бобовых | | | 246 | | 500 | 62 | |  |  |

Продолжение таблицы 11

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Блюда из картофеля, овощей и грибов | | | | | | |
|  | Картофель отварной с луком | 297 | 280 | 15 |  |  |
|  | Кабачки жаренные с помидорами | 341 | 280 | 6 | 24,86 | 149,16 |
| Блюда из рыбы | | | | | | |
|  | Рыба (филе) припущенная | 476 | 100 | 17 |  |  |
| Блюда из мяса | | | | | | |
|  | Котлеты натуральные паровые с маслом сливочным | 541 | 103/10 | 24 |  |  |
|  | Азу | 596 | 75/250 | 30 | 45,24 | 1357,2 |
|  | Котлеты московские | 610 | 81 | 18 |  |  |
| Гарниры | | | | | | |
|  | Каша гречневая рассыпчатая | 378 | 165 | 24 |  |  |
|  | Рис отварной | 682 | 150 | 10 |  |  |
|  | Макаронные изделия отварные | 688 | 150 | 25 |  |  |
|  | Пюре картофельное | 694 | 150 | 40 |  |  |
| Сладкие блюда и десерты | | | | | | |
|  | Желе из свежих ягод | 890 | 200 | 50 | 12,57 | 628,5 |
|  | Суфле плодовое | 916 | 300 | 35 |  |  |
|  | Пудинг яблочный с орехами | 918 | 230 | 60 |  |  |
|  | Кисель из апельсинов | 875 | 200 | 11 | 6,48 | 71,28 |
| Напитки | | | | | | |
|  | ***Горячие*** |  |  |  |  |  |
|  | Чай-заварка | 942 | 200 | 31 |  |  |
|  | Чай с лимоном | 944 | 200/15/7 | 50 |  |  |
|  | Кофе черный со сливками | 950 | 100/25/15 | 43 |  |  |
|  | ***Холодные*** |  |  |  |  |  |
|  | Молочный прохладит. напиток с соком плодовым | 1005 | 200 | 30 |  |  |
|  | Напиток лимонный | 1008 | 200 | 18 |  |  |
|  | Минеральная вода |  | 200 | 35 |  |  |
| Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия | | | | | | |
|  | Блины с джемом | 1042 | 150/20 | 40 |  |  |
|  | Пончики | 1056 | 45/3 | 35 |  |  |
|  | Расстегаи закусочные | 1063 | 50 | 25 |  |  |
|  | Корзиночка с ягодами | 928 | 125 | 10 |  |  |

Окончание таблицы 11

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Хлеб пшеничный |  | 30 | 30 |  |  |
|  | Хлеб ржаной |  | 30 | 16 |  |  |
| Зав. производством \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е. С. Бабакова | | | | | | |

## 4.4 Расчет товарооборота и валовой прибыли проектируемого предприятия

Расчет товарооборота производится на основе дневного расхода сырья, количества рабочих дней предприятия, коэффициента использования пропускной способности зала, покупных цен на сырье и товары и наценки предприятия общественного питания. Расчет составляется отдельно по каждому месту реализации и осуществляющему оптовый отпуск продукции.

Предприятие работает 6 дней в неделю с учётом всех праздников, соответственно количество рабочих дней равно:

365-60=305 дней

Расчет годового товарооборота приведен в таблице 12.

Таблица-12 Расчёт суммы наценок и товарооборота

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товаров и сырья | Дневной расход, кг, шт., л | Розничная цена ед., руб | Годовой расход в покупных ценах, тыс. руб. | Наценка % | Сумма, тыс. руб. | Годовой расход, тыс. руб. |
| Апельсины | 0,83 | 45 | 11,392 | 200 | 22,7835 | 34,17525 |
| Вода | 93,95 | 0 | 0 | 200 | 0 | 0 |
| Говядина | 8,66 | 120 | 316,956 | 200 | 633,912 | 950,868 |
| Грибы солёные | 1,83 | 85 | 47,443 | 200 | 94,8855 | 142,32825 |
| Джем | 1,18 | 70 | 25,193 | 200 | 50,386 | 75,579 |
| Дрожжи (пресованные) | 0,17 | 40 | 2,074 | 200 | 4,148 | 6,222 |
| Желатин | 1,5 | 30 | 13,725 | 200 | 27,45 | 41,175 |
| Жир животный топлёный пищевой | 0,45 | 35 | 4,804 | 200 | 9,6075 | 14,41125 |
| Жир-сырец говяжий | 0,16 | 40 | 1,952 | 200 | 3,904 | 5,856 |
| Икра зернистая паюсная | 15,3 | 720 | 3359,88 | 200 | 6719,76 | 10079,64 |
| Кабачки | 1,68 | 45 | 23,058 | 200 | 46,116 | 69,174 |
| Капуста квашеная | 2,08 | 25 | 15,86 | 200 | 31,72 | 47,58 |

Продолжение таблицы 12

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Картофель | 30,02 | 12 | 109,8732 | 200 | 219,7464 | 329,6196 |
| Кислота лимонная | 0,05 | 25 | 0,38125 | 200 | 0,7625 | 1,14375 |
| Клюква | 1,84 | 160 | 89,792 | 200 | 179,584 | 269,376 |
| Колбоса варённая "Любительская" | 1,55 | 98 | 46,3295 | 200 | 92,659 | 138,9885 |
| Кости рыбные | 0,9 | 0 | 0 | 200 | 0 | 0 |
| Кофе натуральный | 0,17 | 300 | 15,555 | 200 | 31,11 | 46,665 |
| Крахмал картофельный | 0,09 | 50 | 1,3725 | 200 | 2,745 | 4,1175 |
| Крупа гречневая | 1,44 | 25 | 10,98 | 200 | 21,96 | 32,94 |
| Крупа манная | 0,48 | 28 | 4,099 | 200 | 8,1984 | 12,2976 |
| Крупа рисовая | 0,54 | 40 | 6,588 | 200 | 13,176 | 19,764 |
| Кулинарный жир | 0,26 | 100 | 7,93 | 200 | 15,86 | 23,79 |
| Курица | 7,15 | 90 | 196,2675 | 200 | 392,535 | 588,8025 |
| Лимон | 0,79 | 60 | 14,457 | 200 | 28,914 | 43,371 |
| Лук зелёный | 2,07 | 55 | 34,724 | 200 | 69,4485 | 104,17275 |
| Лук репчатый | 4,66 | 15 | 21,320 | 200 | 42,639 | 63,9585 |
| Лук-порей | 0,32 | 55 | 5,368 | 200 | 10,736 | 16,104 |
| Майонез | 3,21 | 40 | 39,162 | 200 | 78,324 | 117,486 |
| Макаронные изделия | 0,48 | 25 | 3,66 | 200 | 7,32 | 10,98 |
| Маргарин столовый | 1,09 | 80 | 26,596 | 200 | 53,192 | 79,788 |
| Масло растительное | 0,93 | 60 | 17,019 | 200 | 34,038 | 51,057 |
| Масло сливочное | 2,32 | 120 | 84,912 | 200 | 169,824 | 254,736 |
| Меланж | 0,12 | 200 | 7,32 | 200 | 14,64 | 21,96 |
| Миндаль | 1,8 | 320 | 175,68 | 200 | 351,36 | 527,04 |
| Молоко | 10,71 | 25 | 81,664 | 200 | 163,3275 | 244,99125 |
| Морковь | 2,97 | 14 | 12,682 | 200 | 25,3638 | 38,0457 |
| Мороженое молочное | 1,5 | 60 | 27,45 | 200 | 54,9 | 82,35 |
| Мука пшеничная | 5,35 | 30 | 48,953 | 200 | 97,905 | 146,8575 |
| Огурцы свежие | 5,51 | 99 | 166,374 | 200 | 332,7489 | 499,12335 |
| Огурцы солёные | 2,8 | 50 | 42,7 | 200 | 85,4 | 128,1 |
| Пастернак (корень) | 0,48 | 45 | 6,588 | 200 | 13,176 | 19,764 |

Продолжение таблицы 12

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Паштет из печени № 159 | 1,5 | 78 | 35,685 | 200 | 71,37 | 107,055 |
| Петрушка (зелень) | 0,02 | 45 | 0,275 | 200 | 0,549 | 0,8235 |
| Петрушка (корень) | 1,35 | 35 | 14,411 | 200 | 28,8225 | 43,23375 |
| Помидоры свежие | 6,1 | 80 | 148,84 | 200 | 297,68 | 446,52 |
| Пюре плодовое | 1,75 | 110 | 58,713 | 200 | 117,425 | 176,1375 |
| Рафинадная пудра | 0,18 | 30 | 1,647 | 200 | 3,294 | 4,941 |
| Салат | 0,82 | 75 | 18,758 | 200 | 37,515 | 56,2725 |
| Сахар | 7,7 | 25 | 58,713 | 200 | 117,425 | 176,1375 |
| Свекла | 1,8 | 20 | 10,98 | 200 | 21,96 | 32,94 |
| Свинина | 2,95 | 140 | 125,965 | 200 | 251,93 | 377,895 |
| Сельдерей (корень) | 0,26 | 60 | 4,758 | 200 | 9,516 | 14,274 |
| сливки | 7,23 | 50 | 110,258 | 200 | 220,515 | 330,7725 |
| Сметана | 2,78 | 80 | 67,832 | 200 | 135,664 | 203,496 |
| Сок плодовый | 0,45 | 40 | 5,49 | 200 | 10,98 | 16,47 |
| Соль | 0,05 | 9 | 0,137 | 200 | 0,2745 | 0,41175 |
| Соус Южный | 0,44 | 60 | 8,052 | 200 | 16,104 | 24,156 |
| Судак | 0,56 | 100 | 17,08 | 200 | 34,16 | 51,24 |
| Сухари | 0,07 | 30 | 0,6405 | 200 | 1,281 | 1,9215 |
| Томатное пюре | 0,72 | 60 | 13,176 | 200 | 26,352 | 39,528 |
| Уксус 3%-ный | 0,05 | 30 | 0,4575 | 200 | 0,915 | 1,3725 |
| Фасоль | 4,08 | 45 | 55,998 | 200 | 111,996 | 167,994 |
| Чай-заварка 1-го сорта | 2,62 | 120 | 95,892 | 200 | 191,784 | 287,676 |
| Чеснок | 0,12 | 25 | 0,915 | 200 | 1,83 | 2,745 |
| Шампиньоны свежи | 1,99 | 80 | 48,556 | 200 | 97,112 | 145,668 |
| Щавель | 0,32 | 56 | 5,4656 | 200 | 10,9312 | 16,3968 |
| Яблоки | 5,75 | 60 | 105,225 | 200 | 210,45 | 315,675 |
| Яйца | 8,15 | 40 | 99,43 | 200 | 198,86 | 298,29 |
| **Итого** |  |  | **6241,4804** |  | **12482,961** | **18724,4411** |
| ***Покупные товары*** | | | | | | |
| Фруктовая вода | 15,45 | 15 | 70,684 | 170 | 120,16238 | 190,846125 |
| Минеральная вода | 15,45 | 17 | 80,108 | 170 | 136,18403 | 216,292275 |
| Натуральный сок | 10,3 | 40 | 125,66 | 170 | 213,622 | 339,282 |
| Хлеб ржаной | 25,75 | 37 | 290,589 | 170 | 494,00088 | 784,589625 |

Окончание таблицы 12

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Хлеб пшеничный | 25,75 | 25 | 196,344 | 170 | 333,78438 | 530,128125 |
| Конфеты, печенье | 2,58 | 45 | 35,4105 | 170 | 60,19785 | 95,60835 |
| Фрукты | 15,45 | 60 | 282,735 | 170 | 480,6495 | 763,3845 |
| **Итого** |  |  | **1081,53** |  | **1838,601** | **2920,131** |
| **Всего** |  |  | **7323,0104** |  | **12449,118** | **19772,1279** |

## 4.5 Расчёт издержек производства и обращения проектируемого предприятия

Расчет расходов осуществляется последовательно по каждой статье затрат, а по комплексным статьям – и по элементам затрат, которые затем суммируются и получается сумма расходов по данной статье. Для упрощения расчетов по некоторым статьям используются укрупненные нормативы.

### 4.5.1. Транспортные расходы

Предприятия общественного питания несут расходы , связанные с перевозкой, погрузкой и разгрузкой товаров, полуфабрикатов и готовой продукции, а также тары под товарами. Расчет расходов по этой статье осуществляется по нормативам в процентах к стоимости перевозимого сырья в покупных ценах.

Таблица 13 – Расчет транспортных расходов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товарных групп | Покупные цены сырья и товаров, тыс. руб. | Уровень транспортных расходов в % к розничной цене перевозимых продуктов | Сумма расходов, тыс. руб. |
| Говядина | 442,921 | 2,06 | 9,124 |
| Курица | 196,2675 | 0,76 | 1,492 |
| Судак | 17,08 | 1,75 | 0,299 |
| Масло сливочное | 84,912 | 0,61 | 0,518 |
| Масло растительное | 17,019 | 0,76 | 0,129 |
| Жиры прочие | 41,282 | 0,68 | 0,281 |
| Молоко, сливки, сметана | 259,754 | 5,02 | 13,040 |
| Яйца | 99,43 | 1,22 | 1,213 |
| Сахар, соль | 58,850 | 0,61 | 0,359 |

Окончание таблицы 13

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Чай, кофе | 111,447 | 0,84 | 0,936 |
| Мука | 48,953 | 1,67 | 0,818 |
| Хлеб | 486,933 | 3,88 | 18,893 |
| Крупа | 21,667 | 1,22 | 0,264 |
| Консервы фруктовые | 83,906 | 1,14 | 0,957 |
| Консервы овощные | 13,176 | 1,00 | 0,132 |
| Картофель | 109,8732 | 0,50 | 0,549 |
| Овощи, зелень | 526,696 | 0,50 | 2,633 |
| Фрукты, ягоды | 503,601 | 0,50 | 2,518 |
| Грибы | 95,999 | 0,55 | 0,528 |
| Безалкогольные напитки | 281,942 | 5,78 | 16,296 |
| Мороженое | 27,45 | 5,70 | 1,565 |
| Прочие товары | 3793,852 | 1,29 | 48,941 |
| Итого | 7323,0104 |  | 121,484 |

### 4.5.2. Расчет численности производственного персонала и

### фонда оплаты труда

При расчете количества административно-управленческого персонала: работников производственной группы, работников торговой группы, работников зала, работников прочей группы, учитывается планируемая производительность предприятия. Расчетные данные приведены в таблице 14.

Дополнительная заработная плата составляет 12% от оклада, районный коэффициент выплачивается в размере 15% от заработной платы в месяц.

Таблица 14 – Расчет годового фонда оплаты

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  должностей и  профессий | Кол-во  штатных  единиц | Месяч­ная  тариф­ная  ставка, тыс. руб. | Доплаты и  надбавки. pv6. | | Итого заработная  плата 1  работника,  тыс. руб. | Годовой  фонд  заработной  платы, тыс.  руб. |
| район­ный коэф-т, % | прочие, % |
| 1 | 2 |  | 4 | 5 | 6 | 7 |
|  | Административно-управленческий персонал | | | | |  |
| Директор | 1 | 20,00 | 15 |  | 23,000 | 276,000 |

Окончание таблицы 14

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Заместитель директора | 1 | 15,00 | 15 |  | 17,250 | 207,000 |
| Бухгалтер | 1 | 10,00 | 15 |  | 11,250 | 135,000 |
| Кассир -калькулятор | 1 | 8,50 | 15 |  | 9,780 | 117,360 |
| Итого по группе | 4 |  |  |  |  | 735,360 |
|  |  | Работники производства | | |  |  |
| Зав. Производством | 1 | 10,00 | 15 | 12 | 12,880 | 154,560 |
| Повар V разряда | 6 | 7,50 | 15 | 12 | 9,660 | 695,520 |
| Повар IV разряда | 3 | 6,40 | 15 | 12 | 8,240 | 296,750 |
| Повар III разряда | 3 | 5,3 | 15 | 12 | 6,826 | 245,740 |
| Мойщица | 3 | 4,1 | 15 | 12 | 5,281 | 190,116 |
| Подсобный рабочий | 1 | 3.0 | 15 | 12 | 3,864 | 46,360 |
| Итого по группе | 17 |  |  |  |  | 1629,046 |
|  |  | Работники прочей группы | | |  |  |
| Кладовщик | 1 | 3,0 | 15 |  | 3,450 | 41,400 |
| Уборщица | 2 | 3,0 | 15 | 12 | 3,864 | 92,735 |
| Дворник | 1 | 3,0 | 15 | 12 | 3,864 | 46,368 |
| Грузчик | 2 | 4,1 | 15 | 12 | 5,281 | 143,544 |
| Кастелянша | 1 | 3,0 | 15 |  | 3,450 | 41,400 |
| Итого по группе | 7 |  |  |  |  | 365,447 |
| Всего по предприятию | 28 |  |  |  |  | 2729,853 |

Проведенные расчеты показали, что число работников предприятия составляет 28 человека, из них численность административно-управленческого персонала 4 человек, работников производства – 17 человек работников прочей группы – 7, годовой фонд заработной платы равен 2729,853 тыс. руб.

### 4.5.3. Отчисления на социальные нужды

Ставка ЕСН составляет 26% от фонда оплаты труда и определяется по формуле

 (9)

ЕСН=2729,853\*0,26=709,762 тыс. руб.

### 4.5.4. Расходы на содержание зданий, сооружений, помещений

### оборудования и инвентаря

Эта статья издержек является комплексной, и общая сумма ее определяется на основании отдельных расчетов по элементам затрат.

Расходы на отопление

Количество пара на отопление рассчитывается по следующей формуле

 (10)

где а - поправочный коэффициент, зависящий от средней температуры наружного воздуха (а=1,45);

V - объём здания, м;

q - удельная тепловая характеристика здания (q==0,575 кал/м2);

t вн - температура в здании в период отопления, °С;

t нар - температура наружного воздуха в период отопления, °С;

Т - продолжительность отопительного периода, ч.

Q=1,45\*1500\*0,575\*(20-(-27))\*4320\*10-6=253,927 Гкал.

Стоимость тепловой энергии рассчитывается по формуле

 (11)

Степл=253,927\*0,941=238,945 тыс. руб.

### Расходы на освещение

Стоимость электроэнергии на освещение определяется, исходя из годового расхода электроэнергии и тарифа за 1 кВт электроэнергии. Расчеты выполнены в таблице 15.

Таблица 15 – Расчет годового расхода электроэнергии на освещение

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вилы помещений | Площадь помещений  м2 | Удельная  мощность  Вт/м2 | Установоч­ная мощность, кВт/ч | Число часов горе­ния в сутки | Кол-во дней рабо­ты | Годовой  расход,  кВт/ч |
| Внутреннее освещение | |  |  |  |  |  |
| Торговый зал | 100,00 | 28,4 | 2,840 | 12 | 305 | 10394,4 |

Окончание таблицы 15

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Производственные помещения | 80,00 | | 28,4 | | 2,272 | | 14 | | 305 | | 9701,44 | | |
| Складские помещения | 28,00 | 28,4 | | 0,568 | | 3 | | 305 | | 519,72 | |
| Административно-бытовые помещения | 27,00 | 28,4 | | 1,278 | | 6 | | 305 | | 2338,74 | |
| Прочие техничес­кие помещения | 90,00 | 28,4 | | 1,420 | | 8 | | 305 | | 3464,8 | |
| Итого |  |  | |  | |  | |  | | 26419,1 | |
| Наружное освещение |  |  | | 0,2 | | 10 | | 365 | | 730 | |
| Реклама |  |  | | 3,00 | | 5 | | 365 | | 5475 | |
| Всего | | | | | | | | | | | 32624,1 | |

Сумма затрат на освещение составляет:

32624,1\*1,97/1000=64,269 тыс. руб.

Расходы на водоснабжение

Сумма расходов на водоснабжение складывается из:

- стоимости поступления воды;

- стоимости канализации;

- стоимости подогрева воды.

Стоимость поступления и воды и канализации определяется исходя из годового расхода воды и тарифов на 1 м воды. Расчеты сводятся в таблицу 16.

Таблица 16 — Расчет стоимости водоснабжения

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды расхода воды | Нормы потребле­ния воды, л | | Расход  воды в  сутки, м3 | Расход воды в год, м3 | Тариф за 1  м3 воды,  руб. | Стоимость, тыс. руб. |
| На приготовле­ние 1350 блюд | 8,20 | | 16,19 | 4937,950 | 27,00 | 133,325 |
| На мытье рук, прием душа и др. (штат рабо­чих 33 чел.) | | 39,70 | 2,14 | 652,700 | 27,00 | 17,623 |
| На мытье полов | 1,25 | | 0,81 | 247,050 | 27,00 | 6,670 |
| Итого |  | | 19,14 | 5837,700 |  | 157,618 |

Расходы на канализацию: 5837,700\*7,22=42,148 тыс. руб.

40% общего расхода воды поступает в предприятие в подогретом виде. Стоимость горячего водоснабжения определяется из количества гигакалорий, затраченных на подогрев воды, и стоимости 1 гигакалории.

Расчет расходов осуществляется по формуле

*R=Q\*C\*(tmax-tmin)\*T* (12)

где R - расходы на горячее водоснабжение, тыс.руб.;

Q - годовой расход горячей воды, м ;

tmax =65° С;

tmin= 5° С;

С - удельная теплопроводность 1м3 воды ( 10-3 );

Т- стоимость 1 гигакалории.

R=5837,700\*10-3\*(65-5)\*614/1000=215,061 тыс. руб.

Расходы на содержание в чистоте прилегающей территории и вызов мусора определяется исходя из количества вывозимого в год мусора (1,2 м3-1 бак) и тарифа за 1 м3 вывезенного мусора.

1 м3=144,000 руб.

1,2\*5\*144,000=864,000 руб. в день оплата за мусор

864,000\*153/1000=132,192 тыс. руб. в год.

Содержание в чистоте помещений и другие эксплуатационные расходы определяются исходя из удельных затрат на 1 м2 общей площади предприятия в год.

325\*500/1000=162,500 тыс. руб. в год за чистоту помещений

Поверка и клеймение весоизмерительных приборов.

Обслуживание весоизмерительных приборов осуществляется 1 раз в год. Затраты на обслуживание весоизмерительных приборов (6 единиц) и кассовых аппаратов (1 единицы) рассчитаны ниже.

6\*70=420,000 руб. в год

1\*271,000=271,000 руб. в год

(420,000+271,000)/1000=0,690 тыс. руб.

Сумму расходом по статье 4 сводим в таблицу 17

Сумма расходов по статье 4.5.4 сводится в таблицу 17

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Наименование затрат | Стоимость, тыс. руб. |
| Расходы на освещение | 64,269 |
| Расходы на водоснабжение | 215,061 |
| Расходы на содержание территории | 132,192 |
| Расходы на содержание помещений в чистоте | 162,500 |
| Расходы на поверку и клеймение весоизмерительного оборудования | 0,690 |
| Итого | 574,712 |

### 4.5.5. Амортизация основных средств

Расчет производится, исходя из стоимости основных фондов и норм амортизационных отчислений, устанавливаемых в процентах к стоимости основных фондов. Расчеты сводятся в таблицу 18.

Таблица 18 – Расчет суммы амортизационных отчислений

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование  основных фондов | Сумма, тыс. руб. | Норма  амортизационных  отчислений, % | Сумма  амортизационных  отчислений, тыс. руб. |
| Здание | 45000,000 | 2,5 | 1125,000 |
| Оборудование | 1792,923 | 14,3 | 256,388 |
| Итого |  |  | 1381,388 |

Сумма амортизационных отчислений составила 1381,388 тыс. руб.

### 4.5.6. Расходы на ремонт основных средств

Сумма расходов на ремонт определяется по нормативам в % к товарообороту:

19772,128\*0,55/100=108,747 тыс. руб.

### 4.5.7 Расходы на санитарную и специальную одежду, столовое белье, посуду, приборы и другие материальные ценности

Эта статья издержек является комплексной, и общая сумма ее определяется на основании отдельных расчетов по элементам затрат.

Расчет расходов на санитарную одежду производится на основе норм выдачи санитарной одежды с учетом сроков ее носки, численности работников по штатному расписанию и цены на единицу. На каждого работника должно выдаваться по три комплекта сменной санитарной одежды. Стирка производится по мере загрязнения. Персонал должен быть обеспечен чистыми сухими полотенцами, которые должны меняться по мере загрязнения. Санитарная одежда не должна использоваться вне предприятия.

Расчет оформлен в таблице 19.

Таблица 19 – Расчет расходов на санитарную одежду

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должностей и профессий | Кол-во рабочих, чел. | Форма официанта  норма / кол-во | | Халат темный норма / кол-во | Куртка белая +  штаны  норма/кол-во | Колпак норма/кол-во | Косынка норма/кол-во | Фартук норма/кол-во | Фартук вод. Норма/кол-во | Полотенце норма/кол-во | Рукавицы норма/кол-во |
| 1 | 2 |  | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Директор | 1 | |  |  |  |  | 3/3 |  |  |  |  |
| Зам. директора | 1 |  | |  |  |  | 3/3 |  |  |  |  |
| Зав. производством | 1 |  | |  | 2/2 |  | 3/3 |  |  |  |  |
| Кассир-кальку лятор | 1 |  | |  |  |  | 3/3 |  |  |  |  |
| Повар | 12 |  | |  | 3/36 | 3/36 |  | 3/36 |  | 3/36 | 6/72 |
| Подсобный рабочий | 1 |  | |  | 3/3 |  | 3/3 | 3/3 |  | 3/3 | 6/6 |
| Кладовщик | 1 |  | |  |  |  | 3/3 |  |  | 3/3 | 6/6 |
| Мойщица | 3 |  | |  | 3/9 |  | 3/9 |  | 3/9 | 3/9 | 6/18 |
| Уборщица | 2 |  | | 3/6 |  |  | 3/6 |  |  | 3/6 | 6/12 |
| Дворник | 1 |  | | 3/3 |  |  |  |  |  | 3/3 | 6/6 |
| Грузчик | 2 |  | | 3/6 |  |  |  |  |  | 3/6 | 6/12 |
| Итого кол-во. | 28 |  | | 15 | 50 | 36 | 33 | 39 | 9 | 66 | 132 |
| Стоимость единицы, ты с. руб. |  |  | | 0,30 | 0,38 | 0,03 | 0,02 | 0,15 | 0,20 | 0,04 | 0,01 |
| Итого сумма расходов, тыс. руб. |  |  | | 4,500 | 19,000 | 1,080 | 0,660 | 5,850 | 1,800 | 2,640 | 1,320 |
| Всего, тыс.  руб. | 36,850 | | | | | | | | | | |

Расчет расходов на стирку определяется, исходя из массы санитарной одежды, подлежащей стирке, и стоимости 1 кг белья. Вес белья, подлежащего стирке, рассчитывается по форме таблицы 20.

Таблица 20 – Расчет расходов на стирку санитарной одежды

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование должностей (профессий) | | Единица измерений | Кол-во | Средний вес одного комплекта  белья, кг | Кол-во смен  белья в году | Кол-во  комплектов,  подлежащих  стирке, кг |
| 1 | | 2 |  | 4 | 5 | 6 |
| Директор | чел. | | 1 | 0,1 | 165 | 16,5 |
| Зам. директора | | чел. | 1 | 0,1 | 165 | 16,5 |
| Зав.производством | | чел. | 1 | 0,5 | 165 | 82,5 |
| Кассир-калькулятор | | чел. | 1 | 0,1 | 165 | 16,5 |
| Повар | | чел. | 11 | 0,6 | 219 | 1445,4 |
| Подсобный рабочий | | чел. | 1 | 0,6 | 219 | 131,4 |
| Кладовщик | | чел. | 1 | 0.5 | 85 | 42,5 |
| Мойщица | | чел. | 3 | 0,6 | 219 | 394,2 |
| Уборщица | | чел. | 2 | 0,5 | 85 | 85,0 |
| Дворник | | чел. | 1 | 0.5 | 85 | 42,5 |
| Грузчик | | чел. | 2 | 0,5 | 85 | 85,0 |
| Итого | |  | 25 |  |  | 2358,0 |
| Тариф | | руб. |  |  |  | 25,0 |
| Сумма расходов | | тыс. руб. |  |  |  | 58,950 |

Сумма расходов на приобретение производственного инвентаря, столового белья, посуды и приборов рассчитываются исходя из объема товарооборота или оборота по продукции собственного производства проектируемого предприятия и норм расходов. Расчет производится по форме таблицы 21.

Таблица 21 — Расчет суммы расходов на приобретение производственного инвентаря, столового белья, посуды и приборов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид инвентаря | Товарооборот,  тыс .руб. | Нормы эксплуата­ционных потерь, *%* | Сумма расходов, тыс. руб. |
| Произ. инвентарь | 19772,128 | 0,23 | 45,476 |
| Столовое белье |  | 0,33 | 65,248 |
| Посуда и приборы |  | 0,85 | 168,063 |
| Итого |  |  | 278,787 |

Итого по статье 4.5.7- 374,587 тыс. руб.

### 4.5.8. Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд

Стоимость расхода электроэнергии на производственные нужды (кроме холодильного оборудования и агрегатов) определяется, исходя из годового количества расхода электроэнергии в кВт/ч и тарифа за 1 кВт/ч.

Расчеты представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Расчет годового расхода электроэнергии на производственные

нужды

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц | Установленная  мощность,  кВт/час | Кол-во  часов  работы в  сутки | Число дней работы | Расход электро­энергии. кВт |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Картофелечистка УММ-5 | 1 | 0,55 | 5 | 305 | 838,75 |
| Овощерезка МС27-40 | 1 | 0,60 | 5 | 305 | 915,00 |
| Мясорубка МИМ-60 | 1 | 1,10 | 5 | 305 | 1677,50 |
| Тестомесильная машина МТМ-15 | 1 | 2,20 | 5 | 305 | 3355,00 |
| Посудомоечная машина FI-64В | 1 | 1,70 | 12 | 305 | 6222,00 |
| Сковорода СЭЧ-0,25 | 1 | 12,00 | 8 | 305 | 29280,00 |
| Пончиковый аппарат Гольфстрим 1/1 | 1 | 7,50 | 6 | 305 | 13725,00 |
| Плита электри­ческая ПЭ-0,56 | 1 | 18,80 | 12 | 305 | 68808,00 |
| Пекарный шкаф ЭШП02 | 1 | 9,60 | 8 | 305 | 23424,00 |

Окончание таблицы 22

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Микроволновая печьМW-705 | 1 | 5,00 | 5 | 305 | 7625,00 |
| Весы настольные CAS, 6 кг | 4 | 0,05 | 14 | 305 | 854,00 |
| Весы напольные CAS DB-H | 2 | 0,06 | 6 | 305 | 219,60 |
| Кофемашина Schaerer SIENA-2 | 1 | 1,10 | 10 | 305 | 3355,00 |
| Соковыжималка 4100 | 1 | 0,40 | 8 | 305 | 976,00 |
| Миксер FL2005/L | 1 | 0,20 | 6 | 305 | 366,00 |
| Кассовый аппарат | 1 | 0,60 | 12 | 305 | 2196,00 |
| Компьютер | 5 | 8,50 | 8 | 305 | 103700,00 |
| Принтер | 2 | 4,50 | 5 | 305 | 13725,00 |
| Ксерокс | 2 | 7,20 | 6 | 305 | 26352,00 |
| Сушилка для рук | 3 | 0,60 | 10 | 305 | 5490,00 |
| Машина стиральнаяЛ10 | 1 | 0,75 | 5 | 305 | 1143,75 |
| Итого |  |  |  |  | 314247,60 |

Стоимость электроэнергии:

314247,60\*1,97/1000=619,068 тыс. руб.

### 4.5.9. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров

Эта статья издержек предприятий общественного питания является комплексной, общая сумма ее определяется на основании отдельных расчетов по элементам затрат.

Расход электроэнергии по холодильному оборудованию и установкам.

Стоимость электроэнергии для холодильного оборудования и установок определяется, исходя из годового расхода электроэнергии в кВт/часах и тарифа за 1 кВт/час по форме таблицы 23.

Таблица 23 — Расчет годового расхода электроэнергии по холодильному оборудованию и установкам

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц | Установленная  мощность,  кВт/час | Кол-во  часов  работы в  сутки | Число дней работы | Расход электро­энергии, кВт |
| Морозильная камера Liebherr GIP | 1 | 10,30 | 24 | 365 | 90228,00 |
| Холодильный шкаф Bosch KGS | 3 | 9,50 | 24 | 365 | 249660,00 |
| Итого |  |  |  |  | 339888,00 |

Стоимость электроэнергии:

339888,00\*1,97/1000=669,579 тыс. руб.

Расходы по комплексному обслуживанию холодильного оборудования и установок

Сумма расходов по комплексному обслуживанию холодильных установок определяется, исходя из количества и видов холодильных установок, действующих тарифов за обслуживание и числа месяцев работы проектируемого предприятия в году. Расчет расходов по обслуживанию холодильных установок представлен в таблице 24.

Таблица 24 - Расчет расходов по обслуживанию холодильного оборудования и установок

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Кол-во единиц | Плата в месяц  за единицу  оборудования,  руб. | Кол-во месяцев работы | Сумма, тыс. руб. |
| 1 | 2 |  | 4 | 5 |
| Морозильный  камера Liebherr | 1 | 100 | 12 | 1,20 |

Окончание таблицы 24

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Холодильный шкаф Bosch KGS | 3 | 110 | 12 | 3,96 |
| Итого |  |  |  | 5,16 |

Расходы на подсортировку, подработку и упаковку товаров устанавливаются в размере 0,08% от товарооборота:

19772,128\*0,08/100=15,818 тыс. руб.

Итого по статье 9- 690,557 тыс. руб.

### 4.5.10. Расходы на рекламу

Сумма расходов на рекламу рассчитывается по нормативу от товарооборота в размере 0,20%:

19772,128\*0,20/100=39,544 тыс. руб.

### 4.5.11. Потери товаров и технологические отходы

Сумма расходов по этой статье рассчитывается по нормативу от товарооборота в размере 0,02%:

19772,128\*0,02/100=3,954 тыс. руб.

### 4.5.12. Расходы на тару

Сумма расходов на тару определяется по нормативу от товарооборота в размере 0,16%:

19772,128\*0,16/100=31,635 тыс. руб.

### 4.5.13. Прочие расходы

Эта статья издержек обращения является комплексной. В ней отражаются все затраты, которые не нашли отражения в других статьях.

Транспортный налог уплачивается собственниками автомобильного транспорта и рассчитывается исходя из мощности двигателя автомобиля и установленных ставок. Автомобиль «Тойота» - мощность двигателя 150 л.с:

150\*7/1000=1,05 тыс. руб.

Автомобиль «Газель» - мощность двигателя 155 л.с:

155\*8/1000=1,24 тыс. руб.

Плата за телефоны определяется исходя из предлагаемого количества телефонов и абонентского тарифа ежемесячной платы за 1 телефон:

2\*200\*12/1000=4,80 тыс. руб. в год за 1 телефон

Сумма расходов на разъезды по городу, оплату телеграфных, почтовых услуг, канцелярские принадлежности составляет 0,05% от товарооборота:

19772,128\*0,05/100=9,886 тыс. руб.

Расходы на санитарно-профилактические мероприятия исходя из численности работников по штатному расписанию и сложившейся стоимости осмотра. Осмотр работников производится два раза в год:

(700+320)\*33=11,26 тыс. руб.

Расходы на охрану труда и технику безопасности составляют 0,05% от товарооборота:

19772,128\*0,05/100=9,886 тыс. руб.

Остальные прочие расходы составляют 2,0% от товарооборота:

19772,128\*2/100=395,443 тыс. руб.

Итого по статье 4.5.13 – 433,565 тыс. руб.

После расчета расходов по каждой статье по форме таблицы 25 составляется сводная смета издержек проектируемого предприятия.

Таблица-25 Смета издержек проектируемого предприятия общественного питания

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование издержек | Сумма, тыс.  руб. | Уровень, *% к* товарообороту |
| 1. Транспортные расходы | 121,484 | 0,614 |
| 2. Расходы на оплату труда | 2729,853 | 13,807 |
| 3. Отчисления на социальные нужды | 709,762 | 3,590 |
| 4. Расходы на покупку и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря | 574,712 | 2,907 |
| 5. Амортизация основных средств | 1381,388 | 6,987 |

Окончание таблицы 25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 6. Расходы на ремонт основных средств | 108,747 | 0,550 |
| 7. Расходы на санитарную и специальную одежду, столовое белье, посуду, приборы, другие материальные ценности | 374,587 | 1,895 |
| 8. Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд | 619,068 | 3,131 |
| 9. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров | 690,557 | 3,493 |
| 10. Расходы на рекламу | 39,544 | 0,200 |
| 11. Потери товаров и технологические отходы | 3,954 | 0,020 |
| 12. Расходы на тару | 31,635 | 0,160 |
| 13. Прочие расходы | 433,565 | 2,193 |
| Сумма издержек всего | 7818,856 | 39,544 |
| Товарооборот | 19772,128 | 100 |

По проведённым расчётам сумма издержек составляет 7818,856 тыс. руб., уровень издержек к товарообороту составит 39,544%

# 5 Финансовый план. Расчет прибыли проектируемого предприятия

По проведенным расчетам выявили, что общедоступная столовая на 50 мест имеет годовой товарооборот 19772,13 тыс. руб.

Валовый доход составляет 12449,12 тыс. руб.

Уровень валового дохода - 63 %, что способствует развитию предприятия.

Рентабельность определяется по следующей формуле

 (13)

где П – прибыль от продаж, тыс. руб.;

Т – товарооборот, тыс. руб.



Рентабельность по чистой прибыли

% (14)

где Пч – чистая прибыль, тыс. руб.

Т – товарооборот, тыс. руб.



В таблицу 26 вносятся данные о товарообороте, валовой прибыли и издержках, рассчитанные выше.

Таблица 26 — Расчет прибыли проектируемого предприятия

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Единицы измерения | Показатели |
| 1. Товарооборот | тыс. руб. | 19772,13 |
| 2. Валовый доход | тыс. руб. | 12449,12 |
| 3. Уровень валового дохода | % | 63 |
| 4. Сумма издержек общественного питания | тыс. руб. | 7818,856 |
| 5. Уровень издержек общественного питания | % | 40 |
| 6. Прибыль от продаж | тыс. руб. | 4800,38 |
| 7. Рентабельность продаж, в % к товарообороту | % | 24 |
| 8. Налог на прибыль (20% от прибыли продаж) | тыс. руб. | 960,08 |
| 9. Чистая прибыль | тыс. руб. | 3840,30 |
| 10. Рентабельность по чистой  прибыли | % | 19 |

# 6 Организационно- юридический план

Любое предприятие как юридическое лицо в соответствии с Гражданским кодексом РФ, независимо от организационно-правовой формы, обладает одинаковыми с другими предприятиями правами. Различия заключаются в правах учредителей (участников, акционеров) таких предприятий. Именно этот набор прав учредителя (участника, акционера) юридического лица и должен определять выбор той или иной организационно-правовой формы предприятия.

Для данного предприятия выбираем в качестве организационно-правовой формы ООО – общество с ограниченной ответственностью.

В Российской Федерации деятельность ООО регламентирована Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью»

Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, лишь в пределах стоимости принадлежащих им долей (ограниченная ответственность).

Законодательство, как правило, не требует существенной величины уставного капитала для ООО. В этой связи ООО является весьма привлекательной формой для организации бизнеса, но, в то же время, является менее надежным субъектом экономических отношений для контрагентов, чем другие формы.

Доли в уставном капитале ООО не обращаются на рынке и, следовательно, не имеют рыночной стоимости. Отчуждение долей третьим лицам может быть запрещено уставом ООО, вследствие чего ООО может рассматриваться, как семейная или иная приватная фирма с определенно ограниченным кругом участников.

Некоторые особенности общества с ограниченной ответственностью:

- ООО может быть учреждено одним лицом, которое становится его единственным участником. ООО не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

- Число участников ООО не должно быть более пятидесяти. В случае, если число участников ООО превысит указанный предел, ООО в течение года должно преобразоваться в открытое акционерное общество или в производственный кооператив.

- ООО вправе преобразоваться в хозяйственное общество другого вида, хозяйственное товарищество или производственный кооператив.

- Уставный капитал ООО составляется из номинальной стоимости долей его участников. Размер уставного капитала общества должен быть не менее чем десять тысяч рублей.

- Уставный капитал ООО определяет минимальный размер его имущества, гарантирующего интересы его кредиторов. Вкладом в уставный капитал ООО могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права либо иные права, имеющие денежную оценку.

- Устав ООО с 01.07.2009 является единственным учредительным документом ООО.

- Участник ООО вправе выйти из ООО, если это предусмотрено Уставом.

- ООО обязано выплатить участнику ООО, подавшему заявление о выходе из ООО, действительную стоимость его доли или выдать ему имущество такой же стоимости в течение шести месяцев с момента окончания финансового года, в течение которого подано заявление о выходе из общества, если меньший срок не предусмотрен уставом ООО.

Процедура регистрации ООО - это многоэтапный процесс, в результате, которого фирма приобретает официальный статус юридического лица. Закон предъявляет ряд требований к Обществам с ограниченной ответственностью. В частности, ООО должно иметь устав, уставной капитал не менее 10 000 рублей, единоличный или коллегиальный исполнительный орган, адрес местонахождения, круглую печать и расчетный счет. Кроме того, ООО должно встать на учет во всех внебюджетных фондах и в Росстате.

Полное наименование общества: Общество с ограниченной ответственностью Столовая «Трапеза».

Сокращенное наименование: ООО Столовая «Трапеза».

Учредительными документами является устав. К моменту регистрации уставный фонд был полностью сформирован в размере 15000 тыс. руб. У нас один учредитель - директор, все серьезные решения и вопросы принимаются единолично. Форма собственности - частная. Нанимаются 27 работника. Административно-управленческий персонал, работники производства и зала являются высококвалифицированные специалисты, имеющие опыт работы в сфере общественного питания.

Место нахождения общества: Россия, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Молодёжная 40.

Сфера деятельности, в которой предстоит работать обществу - индустрия общественного питания.

В своей деятельности ООО Столовая «Трапеза» руководствуется Гражданским кодексом Российской Федерации, Налоговым кодексом РФ, законом «О защите прав потребителей», Трудовым кодексом РФ от 30.12.2001. №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009), Кодексом РФ об Административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ (ред.от 27.07.2010); Федеральным законом от 02.01.2000 №29-ФЗ (ред. от 30.06.2003) «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (Принят ГД ФС РФ 01.12.1999); Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 14.11.2001 №36 (ред. 25.06.2007) «О введении в действие санитарных правил» (вместе с «Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормами. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» СанПиН 2.3.2.1078-01» утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.11.2001).

Директор в данной организации выполняет следующие основные функции:

- организует производственно-хозяйственную и финансово-экономическую деятельность предприятия;

- несет полную ответственность за состояние предприятия;

- координирует работу служащих;

- осуществляет подбор и расстановку кадров, стимулирует качество их труда;

- контролирует разработку и реализацию бизнес-планов и коммерческих условий, заключаемых соглашений, договоров, контрактов, оценивает степень возможного риска;

- организует связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом;

- обеспечивает рост прибыльности, конкурентоспособности и качества товаров и услуг, повышение эффективности труда;

- привлекает к решению задач консультантов и экспертов по различным вопросам;

- проводит анализ спроса на производимую продукцию, осуществляет прогноз и мотивацию сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей.

- издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников;

- применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия;

- открывает в банках счета предприятия.

Одним из важнейших факторов, влияющим на организационную структуру предприятий является кадровая политика.

Эффективность организационной структуры должна оцениваться на стадии проектирования, при анализе структур управления действующих организаций для планирования и осуществления мероприятий по совершенствованию управления.

Организационную структуру предприятия можно представить в виде схемы (рисунок 3).

ДИРЕКТОР

ЗАМ. ДИРЕКТОРА

БУХГАЛТЕР

КАССИР-КАЛЬКУЛЯТОР

ЗАВ. ПРОИЗВОДСТВА

ПОВАРА

ПОДСОБНЫЙ РАБОЧИЙ

КЛАДОВЩИК

УБОРЩИЦА

ДВОРНИК

ГРУЗЧИК

МОЙЩИЦА

КОСТЕЛЯНША

Рисунок 3 – Организационная структура работников ООО «Трапеза»

# 7 Оценка эффективности и рискованности инвестиций

## 

## 7.1 Коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования

## Коэффициент инфляционной корректировки Ки равен

 (15)

где In – индекс инфляции n-ого квартала;

К(n-1) – коэффициент инфляционной коррекции предыдущего квартала.

Индекс инфляции n-ого квартала определяется по формуле



где i – темпы инфляции.

Норматив дисконтирования (рассчитывается в %)

 (16)

где П – реальная норма прибыли.

Коэффициент дисконтирования рассчитывается по формуле

 (17)

Расчет коэффициента инфляционной корректировки и дисконтирования представлен в таблице 28.

Таблица 27 – Расчет коэффициента инфляционной корреляции и дисконтирования

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Квартал | Темпы инфляции,%,i | Индекс инфляции,I | Коэффициент инфляц. Корректировки, Ки | Норма прибыли за риск, П, % | Норма дисконта,Ен, % | Коэф-т дисконтирования, α |
|
|
| 1 | 2 | 1,020 | 1,020 | 2,500 | 9,500 | 0,913 |
| 2 | 2 | 1,020 | 1,040 | 2,600 | 9,800 | 0,832 |
| 3 | 2 | 1,020 | 1,061 | 2,700 | 10,100 | 0,757 |
| 4 | 2 | 1,020 | 1,082 | 2,800 | 10,400 | 0,686 |

Рассчитаем коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования на 1квартал:

Индекс инфляции



Коэффициент инфляционной коррекции Ки=1,020.

Норматив дисконтирования (рассчитывается в %) при П=2,5%



Коэффициент дисконтирования



Рассчитаем коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования на 2 квартал:

Индекс инфляции



Коэффициент инфляционной коррекции



Норматив дисконтирования (рассчитывается в %) при П=2,6%



Коэффициент дисконтирования



Рассчитаем коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования на 3 квартал:

Индекс инфляции



Коэффициент инфляционной коррекции



Норматив дисконтирования (рассчитывается в %) при П=2,7%



Коэффициент дисконтирования



Рассчитаем коэффициент инфляционной корректировки и дисконтирования на 4 квартал:

Индекс инфляции



Коэффициент инфляционной коррекции



Норматив дисконтирования (рассчитывается в %) при П=2,8%



Коэффициент дисконтирования



## 7.2 Оценка коммерческого эффекта

Коммерческий эффект рассчитывается поквартально, его оценка представлена в таблице 28.

Таблица 28 – Оценка коммерческого эффекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 1квартал | 2квартал | З квартал | 4 квартал |
|
| Товарооборот, тыс. руб. | 5041,893 | 5140,753 | 5244,557 | 5348,361 |
| Текущие затраты | 3174,525 | 3236,771 | 3302,129 | 3367,486 |
| В т.ч. амортизация | 345,347 | 345,347 | 345,347 | 345,347 |
| Прибыль | 1867,368 | 1903,982 | 1942,428 | 1980,875 |
| Налог на прибыль | 373,474 | 380,796 | 388,486 | 396,175 |
| Чистая прибыль | 1493,894 | 1523,186 | 1553,942 | 1584,700 |
| Фин.результат | 1839,241 | 1868,533 | 1899,289 | 1930,047 |

Текущие затраты представляют собой сумму итоговых издержек предприятия и себестоимость продукции, т.е. затраты на сырьё и материалы.

Для учета фактора времени товарооборот каждого квартала необходимо умножить на соответствующий коэффициент инфляционной коррекции (таблица 27).

Для учета фактора времени текущие затраты каждого квартала также необходимо умножить на соответствующий коэффициент инфляционной коррекции (таблица 27).

На 1 квартал:

Товарооборот составляет

 тыс. руб.

Текущие затраты

 тыс. руб.

Прибыль определяем по формуле

 тыс. руб.

Налог на прибыль составляет 20 % от прибыли

 тыс. руб.

Чистая прибыль рассчитывается по формуле

 тыс. руб.

Финансовый результат определяют по формуле

 тыс. руб.

где А – амортизация, тыс. руб.

На 2квартал:

Товарооборот составляет

 тыс. руб.

Текущие затраты

 тыс. руб.

Прибыль определяем по формуле

 тыс. руб.

Налог на прибыль составляет 20 % от прибыли

 тыс. руб.

Чистая прибыль рассчитывается по формуле

 тыс. руб.

Финансовый результат определяют по формуле

 тыс. руб.

На 3 квартал:

Товарооборот составляет

 тыс. руб.

Текущие затраты

 тыс. руб.

Прибыль определяем по формуле

 тыс. руб.

Налог на прибыль составляет 20 % от прибыли

 тыс. руб.

Чистая прибыль рассчитывается по формуле

 тыс. руб.

Финансовый результат определяют по формуле

 тыс. руб.

На 4 квартал:

Товарооборот составляет

 тыс. руб.

Текущие затраты

 тыс. руб.

Прибыль определяем по формуле

 тыс. руб.

Налог на прибыль составляет 20 % от прибыли

 тыс. руб.

Чистая прибыль рассчитывается по формуле

 тыс. руб.

Финансовый результат определяют по формуле

 тыс. руб.

## 

## 7.3 Оценка эффективности инвестиций

Оценка эффективности инвестиций представлена в таблице 29.

Таблица 29 – Оценка эффективности инвестиций

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Единовременные затраты, тыс. Руб | Текущий эффект, Эт тыс. руб. | Дисконт. эффект, Эд тыс. руб. | Интегральный эффект, Эи тыс. руб. |
|
|  | 3728,336 |  |  |  |
| I | 1839,241 | 1679,227 | -2049,109 |
| II | 1868,533 | 1554,619 | -494,490 |
| III | 1899,289 | 1437,761 | 943,271 |
| IV | 1930,047 | 1324,012 | 3210,554 |

Единовременные затраты берем из сметы инвестиционных затрат.

Текущий эффект равен финансовому результату из таблицы 28.

Дисконтированный эффект равен произведению текущего эффекта и коэффициента дисконтирования

 (18)

Интегральный эффект первого года представляет собой разницу между дисконтированным эффектом и единовременными затратами. Интегральный эффект следующих лет рассчитывается как сумма интегрального эффекта предыдущего квартала и дисконтированного эффекта данного года

 (19)

 (20)

Получаем что наше предприятие окупается за в третьем квартале.

# 8 Анализ безубыточности проекта

Условно-переменные издержки равны сумме материальных затрат за вычетом затрат на оплату труда и отчислений на социальные нужды 10900,949 тыс. руб.на одно блюдо приходится 26,475 руб.

Условно-постоянные издержки равны разности между себестоимостью продукции и условно-переменными издержками.

Себестоимость продукции находится разностью между товарооборотом и прибылью от продаж

Себ-ть=19772,128-4800,380=14971,750 тыс. руб.

Усл- пост. изд.= 14971,750-10900,949=4070,801 тыс. руб.

Количество блюд, выпускаемых за год равно 412 тыс. шт.

График безубыточности проекта представлен на рисунке 1.

По графику безубыточности определяют значения порогового объема производства и пороговой выручки. Пороговым называется объем производства *Qпop,*при котором предприятие способно покрыть свои общие издержки, не получая прибыли. Пороговая выручка Впор — это величина выручки от реализации продукции, при которой предприятие будет в состоянии покрыть свои расходы без получения прибыли.

Важным показателем является запас финансовой прочности, который также определяют по графику. Данная величина может быть представлена в натуральном и стоимостном выражении, она показывает тот объем продукции, на который предприятие может уменьшить выпуск продукции, и не окажется в убытках.

Запас финансовой прочности (в %) определяется по формуле

ЗФП=((Qпрод.-Qпор.)/ Qпрод.)∙100 (21)

где Qпрод- объём выпускаемой продукции, тыс. блюд;

Qпор.-пороговый объём продукции, тыс. блюд;

Qпрод=1,350∙305=412 тыс. блюд за год

ЗФП=((412-200)/412)∙100=51%

Определим Qпор., Впор., ЗФП предприятия аналитическим методом:

Ц=То/n (22)

где Цблюд - цена блюда, руб.;

ТО – товарооборот, тыс. руб.;

n – количество блюд, тыс. штук.

Ц=19772,128 / 412= 48 руб.



Зпост- общие постоянные затраты, тыс. руб.

Ц- цена реализации продукции, тыс. руб./т

Зпер. уд.- переменные затраты на единицу изделий, тыс. руб./т

Qпор.=4070,801/(48,020-48)=203,540 тыс. блюд



Впор.= 188,944∙48=9069,312 тыс. руб.

ЗФП=(Qпрол.- Qпор.)/ Qпрол

ЗФП=((412-203,540)/412)∙100=51%

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенные экономические расчеты проектируемого предприятия показали, что товарооборот проектируемого предприятия составил 19772,128 тыс. руб., годовой выпуск блюд составил 412000 блюд.

Фонд заработной платы составил 2729,853 тыс. руб., уровень от товарооборота равен 13,8 %, численность работников предприятия 28 человека, в том числе 17 работников производства. Полная сумма производственных фондов предприятия 3294,681 тыс.руб., срок окупаемости примерно 8 месяцев.

Таким образом, данные экономических расчетов для общедоступной столовой «Трапеза» на 50 мест показывают, что этот проект перспективен, исходя из сроков окупаемости в 3 квартала и планируемой чистой прибыли 17789,002 тыс. руб. в год.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Берлова, Т.М. Методические указания к выполнению курсовой работы по курсу «Экономика и организация производства» для студентов специальности специальности 260501 «Технология продуктов общественного питания»/Т.М. Берлова; Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2010. – 61 с.

2. Магомедов, М.Д. Экономика отраслей пищевых производств: Учебное пособие/ М.Д. Магомедов, А.В. Заздравных. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2007. – 282 с.

3. Мусина, О.Н. Курсовое проектирование по дисциплине «Технология продукции общественного питания»: учебное пособие / О.Н. Мусина; Алт. гос техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2009. – 138 с.

4.Новости [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М., 2010. – Режим доступа: http://www.amic.ru/news/131241/&dd=19&mm=8&yy=2010– Загл. с экрана.

5. Обзор российского рынка общественного питания: маркетинговое исследование [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М.: 2009. – Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-12999.html> - Загл. с экрана.

6. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / А.П. Панкрухин, Гильдия маркетологов. – М.: Омега-Л, 2005. - 656 с.

7. Петросов, А. Кто экономит на ресторанах / А. Петросов // Ресторатор. – 2009. –С. 23.

8. Прайс-лист на основные стандартные виды объектов наружной рекламы [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М., 2010. – Режим доступа: http://www.adenstudio.ru/pr.htm. – Загл. с экрана.

9. Рестораторы терпят убытки, но не сдаются [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М., 2010. – Режим доступа: http://www.fundshub.ru/6807.php?sphrase\_id=2501. – Загл. с экрана.

10. Российский рынок общественного питания в демократическом сегменте. Маркетинговые исследования и анализ рынка: Маркет-Аналитика [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М.: 2009. – Режим доступа: http://www.amic.ru/news/131241/&dd=19&mm=8&yy=2010- Загл. с экрана.

11. Рынок общественного питания Москвы 2007-2011 гг. Экспресс опрос [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – М.: 2008. – Режим доступа: <http://marketing.unipack.ru/323/> - Загл. с экрана.

12. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий: для предприятий общественного питания. – М.: Экономика, 1982. – 720 с.

13. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий: для предприятий общественного питания / Авт.-сост.: А.И. Здобнов, В.А. Цыганенко. – К.: ООО «Издательство Арий», 2009. – 680 с.

14. Усов, В. В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. / В. В. Усов. – 4-е изд. – М. : Издательский центр "Академия", 2006. – 416 с.

15. Эванс, Дж.Р. Маркетинг: перевод с английского / Дж.Р. Эванс, Б. Барман.- М.: Сирин, 2002. – 308 с.