

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

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/277295>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания

ВВЕДЕНИЕ. Открытие кафе-кондитерской в Санкт-Петербурге 3

1. Конкурентные преимущества нового кафе 4
2. Особенности рынка кондитерских изделий в России 6
3. Организационный план создания кафе-кондитерской 8
4. Производственный план создания кафе-кондитерской 10
5. План маркетинга 13
6. План доходов и расходов 17
7. Финансовый план проекта. Анализ эффективности и срока окупаемости открытия кафе-кондитерской 19
8. Анализ возможных рисков 20

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 21

ЛИТЕРАТУРА 22

ПРИЛОЖЕНИЯ 23

Основная цель открытия современного кафе-кондитерской в Санкт-Петербурге для предоставления услуг общественного питания на 10-15 посадочных мест, на фоне использования технологий и стиля европейских кофеен, в связи с растущей популярностью на данный тип заведений и спроса на дизайнерские кондитерские изделия. Помимо дизайнерских кондитерских изделий, будет и стандартная еда на вынос: сэндвичи, салаты, суши и супы в контейнерах, а также диетическое и спортивное питание.

Целевая аудитория – жители близлежащих домов, работники офисов, расположенных рядом, а также гости города, проходящие в кафе-кондитерскую для получения не только качественного обслуживания, потребления вкусной, здоровой, полезной еды, но и для получения эстетического удовольствия, как от оформления блюд, так и от помещения кондитерской.

Планируется пилотное название кафе: «Heavens Cake». Цель функционирования кафе-кондитерской:

- предоставление качественных услуг общественного питания, производство высококачественной продукции на основе органических фермерских продуктов,
- пропаганда полезного питания и здорового образа жизни;
- ведение благотворительной деятельности и честность по отношению к клиенту, так как все оставшиеся продукты после закрытия кафе-кондитерской будут раздаваться бездомным. Это будет гарантией того, что вся еда на полках свежая и приготовлена непосредственно перед открытием.

1. Конкурентные преимущества нового кафе

Кафе будет выгодно отличаться от существующих конкурентов ценами при высочайшем уровне сервиса и качества блюд. Кафе-кондитерская ставит перед собой цели удовлетворения как можно большего числа потребителей.

Кафе будет предлагать следующие услуги:

- авторские десерты, торты, выпечка и т.д.;
- широкий ассортимент стандартной еды на вынос;
- напитки (чай, кофе, соки, фреши) и т.д.;
- уютный интерьер в стиле ампир;
- бесплатная доставка по Петроградской стороне города;
- услужливый персонал;
- бесплатный Wi-Fi;
- услугу заказа тортов, десертов к различным праздникам и мероприятиям с индивидуальным дизайном и другие услуги по письменной договоренности.

Результаты расчетов представлены в Приложении 1 табл. 1.

Приведенные в табл. 1 высокие финансово-экономические показатели проекта свидетельствуют о целесообразности и возможности открытия кафе-кондитерской.

Наиболее ожидаемым вариантом является поток клиентов 100 человек в день, так как будет проводиться

активная рекламная кампания (раздача листовок, реклама в социальных сетях, через знаменитостей, food-блогеров, в СМИ, в сети Интернет и т.д.). При данном варианте чистый дисконтированный доход составит 47 473 евро. Единовременные затраты на открытие кафе-кондитерской окупятся за 4 месяца.

Данный вариант возможен к осуществлению, так как будущее кафе имеет ряд серьезных конкурентных преимуществ, таких как:

- уникальная, высококачественная, свежая продукция;
- доступные цены;
- уникальная концепция заведения в стиле Ампир, а блюд в небесной тематике;
- высокий спрос на качественные кондитерские изделия по доступной цене.

Таким образом, инвестиционная привлекательность данного кафе прежде всего, состоит в достаточно небольшом сроке окупаемости, что говорит о его надежности, а также в высокой рентабельности.

Кроме того, реализация запуска данного кафе позволит решить некоторые социальные вопросы:

- создание дополнительных рабочих мест;
- помощь малоимущим;
- пропаганда здорового образа жизни;
- предоставление качественной продукции по доступным ценам.

2. Особенности рынка кондитерских изделий в России

Особенностями кондитерского рынка, как в России являются:

- короткий срок реализации изделий;
- сложность масштабной логистики и далекой доставки;
- огромное количество видов и подвидов продукции;
- полная зависимость производителей от качества сырья поставщиков (ингредиентные товары);
- традиция потребления домашней выпечки;
- широкий выбор аутентичного, местного сырья для наполнителей (ягоды, фрукты, орехи);
- плотная конкуренция в нише недорогих кондитерских товаров и низкая конкуренция в сегменте натуральных, высококачественных, дорогих изделий;
- превалирование малого бизнеса в сегменте свежей выпечки.

На фоне общей дестабилизации экономической ситуации в Европе после кризиса 2008, 2014-2021гг., в отрасли в целом произошли значительные качественные изменения.

За вышеуказанные годы значительно сократилось производство шоколада без добавок и различных тортов и пирожных, при этом заметно выросло производство различного рода мучных кондитерских изделий длительных сроков хранения, а также карамели и шоколадных конфет.

Анализ рынка кондитерских изделий также показал, что за этот период характерны замена какао-продуктов в готовой продукции в пользу более дешевых компонентов, переход на более дешевые рецептуры, увеличение производства изделий с начинками и шоколадной глазурью.

1. Amichai-Hamburger Y., Etgar S., Gil-Ad H., Levitan-Giat M., Raz G. Personality and the impact of celebrity endorsements on instagram // Psychology. Journal of the Higher School of Economics. 2021. Vol. 18. N 3. P. 468-474.

2. Deszczyński B. Competitive Advantage Through Relationship Management pp 1-20 Cite as Research on the Competitive Advantage of the Firm, Palgrave Macmillan, 2021 -- https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-67338-3_1 (дата обращения: 06.06.2022)

3. Harris R. A new understanding of the history of limited liability: an invitation for theoretical reframing. Published online by Cambridge University Press: 08 June 2020: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-institutional-economics/article/new-understanding-of-the-history-of-limited-liability-an-invitation-for-theoretical-reframing/>

4. Ireland P. Limited Liability, Shareholder Rights and the Problem of Corporate Irresponsibility // 2020 Cambridge Journal of Economics 54(5):837-856

5. The Top 12 LLC Advantages and Disadvantages: <https://corporatedirect.com/forming-an-llc/top-12-llc-advantages-and-disadvantages/>

6. Аренда имущества у работника: учет и налоги (2021) - . - <https://www.eg-online.ru/article/359978/>

7. Данилов И. А. Оценка и управление профессиональными рисками - <http://sayan-adm.ru/14/3496/ocenka-i-upravlenie-professionalnymi-riskami.html> (дата обращения: 07.06.2022)

8. Данченко, Е. С. Оценка социального эффекта при реализации инвестиционного проекта / Е. С. Данченко. — Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2016. — № 5.1 (7.1). — С. 4-6. — URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1551/> (дата обращения: 06.06.2022)
9. Джахангирова Г.З., Максудова Г.А., Пулатова Н.Э. Современное состояние производства кондитерских изделий в Узбекистане и исследования перспектив // Universum: технические науки : электрон. научн. журн. 2020. № 6 (75). URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/9543> (дата обращения: 07.06.2022); Рыжакова А.В., Бабина О.А. Мировой рынок кондитерских изделий. Международная торговля и торговая политика. 2017;(4):59-74 – https://mttp.rea.ru/jour/article/view/212?locale=ru_RU
10. Как определить целевую аудиторию ресторана? <https://ultra-company.com/ru/ua-yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu-restoranu/>
11. Колбина А. Ю. Продвижение услуг предприятия общественного питания средствами рекламы, ОПОП ВО «42.03.01 – Реклама и связи с общественностью», Екатеринбург 2017 г. - <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/6895/2/Kolbina.pdf>
12. Котлер Ф. Основы маркетинга. Глава 1. Социальные основы маркетинга: удовлетворение человеческих потребностей. Philip Kotler: Marketing Essentials, 1984. / Филип Котлер: Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. — М., 1990.
13. Кумейко Т.Б., Туманьян Н.Г., Папулова Э.Ю. Технологические признаки качества зерна риса сортообразцов из италии, сша, выращенных в условиях краснодарского края- http://vniitti.ru/conf/conf2018/sbornik_conf_2018.pdf
14. Павлова Е.А. и Тищенко Е.Б. Оценка инвестиционной привлекательности проекта, 2022 (дата обращения: 06.06.2022) <https://portal.tpu.ru/SHARED/a/ATVTPU/Ucheba/pdf> (дата обращения: 06.06.2022)
15. Петров Д. А. Координация экономической деятельности как функция саморегулирования // Вестник СПбГУ. Сер. 14. 2021. Вып. 8
16. Сегментация клиентов: как разложить всех по полочкам и выжать из них максимум 10.02.2021 – <https://www.carrotquest.io/blog/segmentacia-klientov/>

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

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/277295>