

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой


  
А.Т. Петрова  
« 05 » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

**Формирование бизнес-плана создания предприятия общественного  
питания**

Направление 38.04.01 «Экономика»  
программа 38.04.01.11 «Бизнес-аналитик»

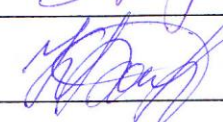
Научный  
руководитель



профессор, д.э.н.

А.Т. Петрова

Выпускник



К.А. Баган

Рецензент

\_\_\_\_\_

главный бухгалтер  
ООО «ŠKODA  
Гранада-Центр»

Быковская Е.В.

Нормоконтролер



профессор, д.э.н.

А.Т. Петрова

Красноярск 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Анализ особенностей рынка общественного питания на современном этапе.....	6
1.1 Мониторинг рынка сферы услуг.....	6
1.2 Основные тенденции и структура развития предприятий общественного питания.....	18
1.3 Анализ рынка общественного питания г. Красноярска.....	33
2 Методические аспекты бизнес - планирования в современных условиях хозяйствования.....	45
2.1 Методические основы бизнес – планирования.....	45
2.2 Анализ методик и элементов разработки бизнес-плана.....	56
2.3 Анализ рынка кофеен г. Красноярска.....	62
3. Обоснование бизнес-плана создания предприятия общественного питания.....	83
3.1 Обоснование концепции и маркетинговой стратегии планируемого предприятия .....	83
3.2 Производственный план.....	90
3.3 Организационный план и правовое обеспечение.....	117
3.4 Финансовый план.....	120
3.5 Оценка эффективности бизнес-плана и определение рисков.....	130
Заключение.....	145
Список использованных источников.....	147
ПРИЛОЖЕНИЯ А-Г.....	151

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие общественного питания в стране и в городе Красноярске, в частности, находится на новом уровне. Представление услуг предприятиями общественного питания формируется под влиянием расширенного спроса потребителей с использованием новых технологий и под влиянием мировых тенденций в условиях мировой конкуренции. При создании нового предприятия общественного питания необходимо учитывать все перечисленные выше факторы и необходимые ресурсы для его развития.

При решении этих вопросов следует использовать систему бизнес планирования, включающую финансовые, трудовые и организационные ресурсы с количественной стороны. Планирование является неотъемлемой частью деятельности любого делового предприятия независимо от того большое оно или нет. Бизнес-план выступает как объективная оценка результатов рыночной деятельности организации в соответствии с потребностями рынка, позволяет рассчитать необходимую сумму финансовых вложений в открытие нового заведения, и спрогнозировать конечные финансовые результаты. В тоже время, в случае возникновения кризисных ситуаций бизнес-план предприятия является одним из важнейших инструментов принятия эффективных решений по достижению поставленных целей, минимизации влияния негативных факторов и улучшению финансового состояния.

На сегодняшний момент для развития любого предприятия бизнес-план актуален как никогда, так как внешнеэкономические факторы заставляют предпринимателя рассчитывать все свои действия и предпринятые шаги. Ситуация отрасли общественного питания постоянно меняется, поэтому разработка данного плана сейчас необходима, ведь рассчитанные заранее действия бесспорно помогут предпринимателю и его деятельности.

Общественное питание, является составной частью социальной сферы, в силу своей особенности затрагивает интересы практически всех социальных

групп населения. В рыночных условиях общественное питание становится все более разделяемым, создает различные формы предоставления своих услуг, адаптированных к возникающим в потреблении этих услуг инновациям. В настоящее время на рынке недостаточно объектов общественного питания для клиентов среднего класса. Сейчас эта ниша развивается за счет открытия демократичных заведений - кафе, кофеен, ресторанов фаст-фуд и японских суши-баров. Поэтому на рынке происходит постепенный перенос инвестиционной активности из сегмента дорогих ресторанов в сегмент ресторанов и кафе средней ценовой категории. Наиболее востребованным, перспективным и динамичным сегментом ресторанного рынка в настоящий момент является рынок кофеен. Кофейня представляет собой предприятие общественного питания, специализирующееся, в основном, на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая. Также в подобном заведении предусматривается реализация хлебобулочных и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности, а также салатов, закусок и покупных товаров. В городе Красноярске популярностью пользуются такие кофейни как «Чайхона», «Кофе Терра», «La Provence», «Traveler's Coffee». Сумма среднего чека всех представленных выше заведений колеблется от 400 до 1000 рублей.

Ежегодно по всей России открываются сотни предприятий общественного питания и торговли, чему способствует стремительно увеличивающаяся прибыльность данных видов отраслей. В свою очередь город Красноярск является одним из немногих городов России, имеющих высокий уровень развития экономики с диверсифицированной структурой производств и крупным научно-производственным комплексом.

Целью данной диссертационной работы является обоснование места открытия и формирование бизнес-плана создания предприятия общественного питания.

В свою очередь, для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1 Выявить особенности рынка предприятий общественного питания на современном этапе;

2 Исследовать подходы к организации создания предприятия общественного питания;

3 Обосновать элементы бизнес-плана и оценить его эффективность.

# **1 Анализ особенностей рынка предприятия общественного питания на современном этапе**

## **1.1 Мониторинг рынка сферы услуг**

Сфера услуг является основной частью народного хозяйства государства, участвует в общей системе экономических отношений и подчиняется экономическим законам, действующим в данном обществе. Уровень развития сферы услуг – один из важнейших показателей любой страны [4].

Характеристика сферы услуг, её особенности отличающие услугу от материального товара, обуславливают специфику рынка услуг. Это связано с тем, что данная сфера подчиняется общим законам рыночной экономики, а также имеет ряд специфических признаков, которые обуславливают особый подход к предпринимательской и маркетинговой деятельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса населения на услуги. Перечень критериев, которые позволят отличить сферу производства от сферы услуг, включает в себя:

- участие отраслей и видов деятельности в создании материальных благ. Материальные продукты создаются предпочтительно в сфере производства;

- потребляющее воздействие на природу. Если деятельность отрасли направлена на преобразование материи природы с целью его приспособления к человеческим потребностям, она относится к материальному производству. Виды деятельности, которые направлены на человека, относятся к сфере услуг.

- реификация результатов труда, отсутствие которой свидетельствует о том, что деятельность относится к сфере услуг.

Каждый из перечисленных критериев соответствует принципам разделения хозяйственного комплекса, имеет различную экономическую природу, выделяет различные свойства деятельности. Также в современных

условиях формируется новый подход к разделению сфер общественного воспроизводства, выделяющий социальные моменты. Само понятие сферы услуг в большей степени зависит от социальных потребностей людей. В настоящее время часто используются такие понятия как «сфера услуг», «социальная инфраструктура», «социально-культурная сфера». Данные категории приближают сферу услуг к человеку, ориентируют на создание благоприятных условий жизнедеятельности, отвечающих современным требованиям.

Целью развития сферы услуг является удовлетворение различных потребностей населения. Кроме того, целью материального производства также является удовлетворение потребностей, но в данном случае оно не осуществляется сразу, а имеет несколько ступеней и стадий, различных во времени и пространстве [5]. Сфера услуг же функционирует в условиях, когда процесс оказания услуги и её потребления совпадают. Особенность данной сферы заключается в том, что она не просто часть общественного производства, а элемент, который напрямую формирует социально-экономические условия. Именно уровень развития сферы услуг отражает качество жизни населения, степень его благосостояния.

Сфера услуг отличается большим разнообразием. В индустрии услуг имеет большое влияние коммерческий сектор, к которому относится деятельность различного рода организаций, таких как авиакомпании, банки, страховые, юридические, консалтинговые фирмы, медицинские учреждения, организации торговли и так далее. Производством услуг занимаются так же правительственные и некоммерческие организации.

Отдельный сектор в сфере услуг занимают сервисные организации, которые отличаются друг от друга и по размерам – от крупных международных корпораций, таких как банковская деятельность, телекоммуникации до малых предприятий местного уровня – сферы бытовых услуг и общественного питания.

Любой продукт труда, который был произведен для продажи, является товаром. Следовательно, услуги, реализуемые на различных рынках, представляются в виде самостоятельной, разнообразной группы товаров.

Главной ролью услуги как товаров является возможность удовлетворения потребностей населения. Основные отличия услуги от физического товара заключаются в следующем:

- любая услуга является процессом. Использование термина «процесс» позволяет провести разграничение между услугами и физическими товарами, которые по своей природе процессом быть не могут.

- неотъемлемой частью услуг являются люди. Процессы производства, доставки и потребления происходят одновременно.

Услуга не сохраняется отдельно от процесса её предоставления, она не может быть упакована и перенесена на склад для хранения как товар, который останется там для хранения. Услуга направлена на вещь или на человека и существует только в процессе производства. В свою очередь, производство и потребление услуг позволяет изменить полезность вещи или характер человеческой жизнедеятельности [6].

Виды услуг весьма разнообразны, так как могут иметь промышленный характер, или удовлетворять личные потребности, могут быть не квалифицированными или требовать высокого уровня квалификации исполнителя. Некоторые виды услуг требуют огромных капиталовложений, другие могут обойтись небольшим первоначальным капиталом, но в тоже время отличаться высоким уровнем профессионализма сотрудников.

Существуют различные классификации типов и видов услуг, и каждая из них отражает специфический подход к анализу сервисной деятельности. Можно выделить пять общих типов услуг:

- производственные (инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования);

- распределительные (торговля, транспорт, связь);



- профессиональные (банковские, страховые, финансовые, консультативные, рекламные);
- потребительские (услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением);
- общественные (радио, телевидение, образование, культура).

Кроме этого постоянно появляются новые виды услуг, которые так же необходимы для общества, к таковым относятся:

- новые виды профессиональных услуг (торговля недвижимостью, составление бухгалтерских балансов и отчетов, электронный секретарь и другие);
- услуги по воспитанию и обучению детей (гувернантки, частные сады и школы);
- услуги по уходу за животными (лечение, кормление, прогулки и временное содержание).

Перечисленная классификация успешно развивается как в России, так и за рубежом. Во всем мире происходит изменение сферы услуг – многие ранее обособленные виды услуг объединяются в рамках одной компании. Предлагается целый комплекс услуг, чем повышается конкурентоспособность организации, и ослабляются всевозможные риски [3].

Классификация услуг и совершенствование их учета является важной проблемой во всех странах мира. Среди множества принципов классификации услуг особую значимость представляет классификация Ф. Ловелока, представленная в таблице 1.1.1. Согласно данной методике, главным в классификации является направление услуги (на кого, или на что) и являются они осязаемыми или нет.

Таблица 1.1.1 – Классификация услуг Ф. Ловелока

Основные классы услуг	Сферы услуг
1 Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, пассажирский транспорт, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны, кафе и бары

### Окончание таблицы 1.1.1

Основные классы услуг	Сферы услуг
2 Осязаемые действия направленные на товары и другие физические объекты	Грузовой транспорт, ремонт и содержание оборудования, охрана, поддержание чистоты и порядка, прачечные, химчистки, ветеринарные услуги
3 Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио и телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи
4 Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Банки, юридические и консалтинговые услуги, страхование, операции с ценными бумагами

Представленная классификация является центральной классификацией услуг в сфере нематериального производства. Её вполне можно дополнять новыми видами услуг и развивать [33, С.24-29].

Особенность структуры занятости населения в сфере услуг состоит в том, что для достижения определенного уровня благосостояния необходимо создание большего количества рабочих мест, что в свою очередь, приведет к более высоким темпам развития сферы услуг относительно сферы производства и приросту валового национального продукта. В начале 90-х годов занятость населения заметно снижалась в производственном секторе большинства развитых стран, а не только в России, при этом новые рабочие места создавались именно в сфере услуг. В экономически развитых странах в сфере услуг сосредоточено в среднем 60-70% активного населения. Особенность сферы услуг состоит в том, что в ней создается больше рабочих мест. На рисунке 1.1.1 представлена отраслевая структура занятости населения в экономике страны по видам экономической деятельности по данным Росстата за 2015 год.

В Российской Федерации в 2015 году в сфере услуг было задействовано 77% занятых в экономике граждан, из них больше всего приходилось на услуги торговли – 16% от всех занятых в этой отрасли экономики. На втором месте услуги транспорта и связи 6%, далее образования 4% и здравоохранения 4%. Следует отметить трудящихся ресторанов и гостиниц, они составили лишь 3% от всех занятых граждан, но данное направление деятельности успешно развивается, и имеет стабильный прирост из года в год в среднем на 1,3%. Как

известно именно сфера услуг дает значительное количество рабочих мест и именно эти отрасли могут дать социально-экономическую эффективность.

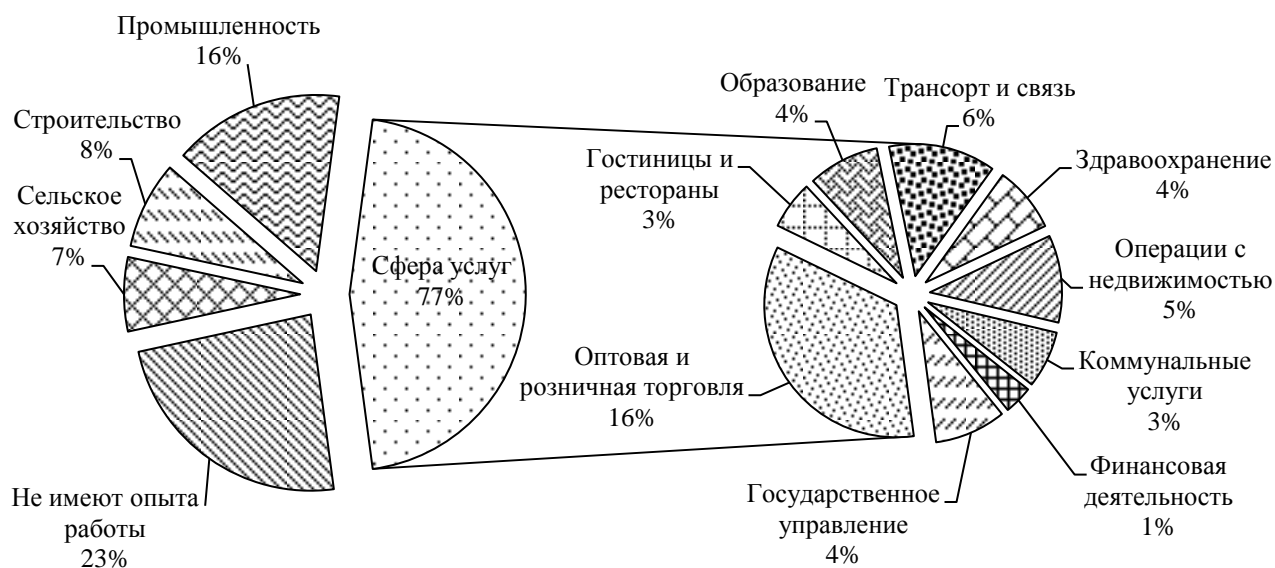


Рисунок 1.1.1 – Отраслевая структура занятости населения в экономике России по видам экономической деятельности по данным Росстата за 2015 год, %

В Российской Федерации в 2015 году в сфере услуг было задействовано 77% занятых в экономике граждан, из них больше всего приходилось на услуги торговли – 16% от всех занятых в этой отрасли экономики. На втором месте услуги транспорта и связи 6%, далее образования 4% и здравоохранения 4%. Следует отметить трудящихся ресторанов и гостиниц, они составили лишь 3% от всех занятых граждан, но данное направление деятельности успешно развивается, и имеет стабильный прирост из года в год в среднем на 1,3%. Как известно именно сфера услуг дает значительное количество рабочих мест и именно эти отрасли могут дать социально-экономическую эффективность.

На сегодняшний момент сфера сервиса практически полностью лишена финансовой поддержки со стороны государства, не смотря на активное

развитие в большинстве регионов специализированных заведений, способных обеспечивать конкурентные преимущества и развивать сервисную деятельность. Сфера услуг продолжает во многом оставаться дисфункциональной по отношению к целому ряду общественных потребностей. Многие новые виды сервиса создают услуги высокодоходного характера, то есть они изначально нацелены на большую часть обеспеченных людей с высоким уровнем доходов. В то же время частный капитал не склонен осваивать мало доходные сервисные производства, которые так необходимы населению и регионам страны [33]. На данный момент в распоряжении государства и местных властей полностью или частично остается ряд направлений сервисной деятельности, таких как:

- жилищно-коммунальные и бытовые услуги;
- железнодорожный и городской транспорт;
- почта, телефон;
- образование;
- здравоохранение и значительная часть социокультурных услуг.

Следует учесть, что в каждом из представленных сегментов постоянно растут тарифы на обслуживание и возрастает доля платных услуг населению. Что можно подтвердить цифровыми данными с официального сайта Федеральной службы государственной статистики (таблица 1.1.2) [38].

Таблица 1.1.2 – Анализ объема платных услуг населению РФ за 2005-2015 гг.

Годы	Объем платных услуг	Δу, млн.руб.	T <sub>р</sub> , %	T <sub>пр</sub> , %
2005	2271733	х	х	х
2006	2798901	527168	123,2	23,2
2007	3424731	625830	122,4	22,4
2008	4079603	654872	119,1	19,1
2009	4504455	424852	110,4	10,4
2010	4943482	439027	109,7	9,7
2011	5540654	597172	112,1	12,1
2012	6036839	496184	109,0	9,0

Окончание таблицы 1.1.2

Годы	Объем платных услуг	Δу, млн.руб.	T <sub>р</sub> , %	T <sub>пр</sub> , %
------	---------------------	--------------	--------------------	---------------------

	услуг			
2013	6927482	890643	114,8	14,8
2014	7467522	540040	107,8	7,8
2015	8050808	583287	107,8	7,8

В графическом виде динамика объема платных услуг населению Российской Федерации за 2006-2015 гг. представлена на рисунке 1.1.2.

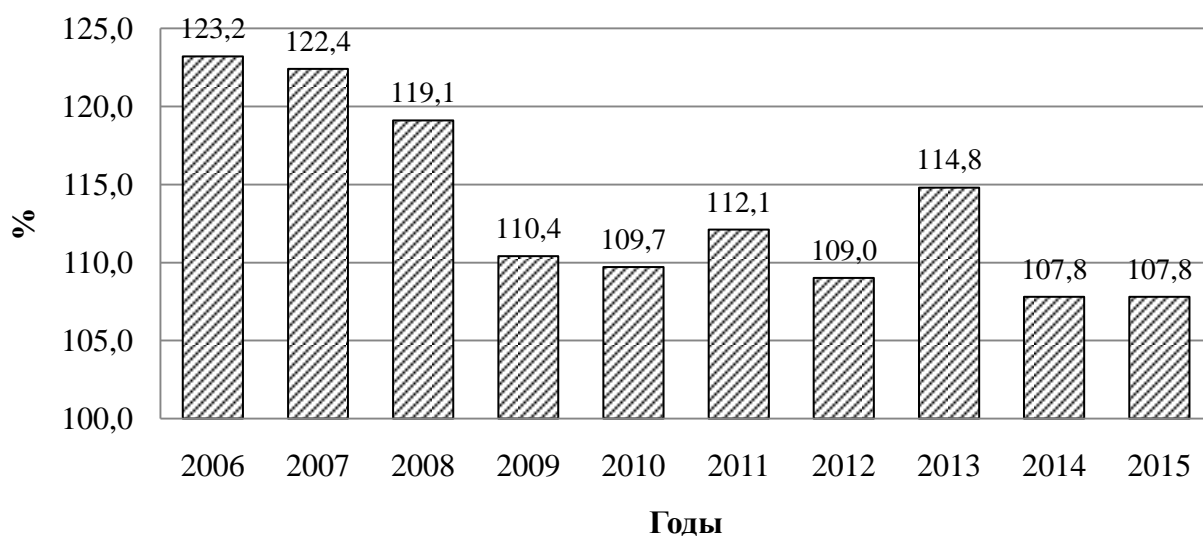


Рисунок 1.1.2 – Объем платных услуг населению РФ за 2006-2015 гг., %

Несмотря на положительную динамику объема платных услуг и положительные экономические прогнозы, развитие отечественного рынка услуг постепенно затормаживается. Так, если в 2006 году рост объема платных услуг составил 123,2%, то к 2015 году показатель роста сократился до 107,8%. Следует отметить резкий спад показателя в период 2009-2010 гг., что можно связать с тяжелой экономической ситуацией в стране, то есть экономическим кризисом. Не смотря на это, множество российских отраслей сферы услуг считаются не просто сформировавшимися, но и имеют благоприятные перспективы развития [38].

Рассмотрим структуру платных услуг населению России на 2015 год (рисунок 1.1.3).

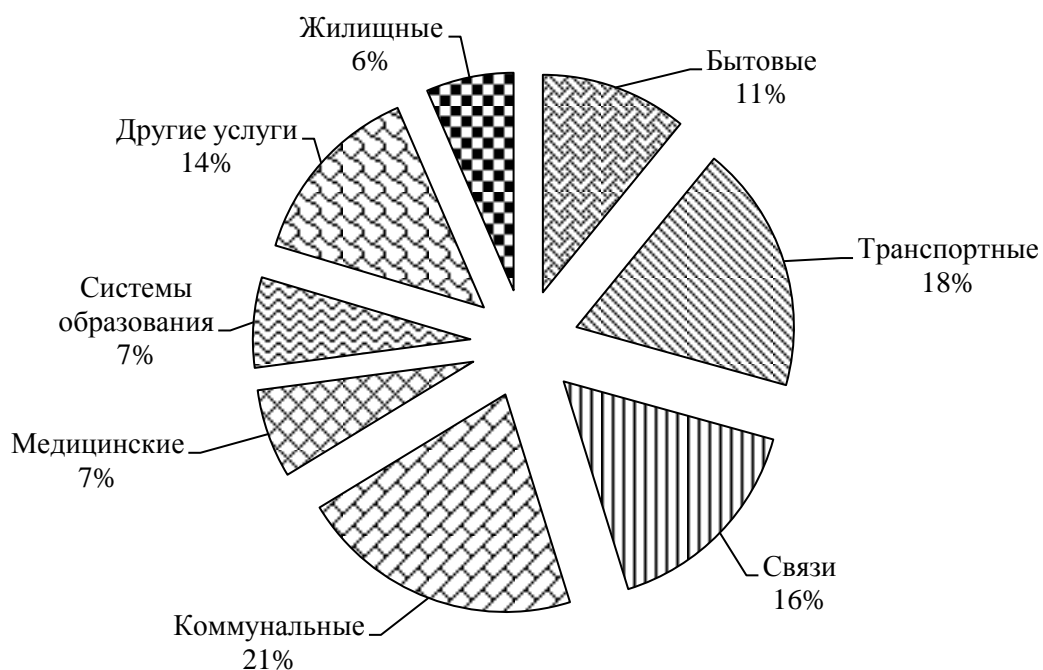


Рисунок 1.1.3 – Структура платных услуг населению РФ, по данным на 2015 год, %

Сфера платных услуг населению охватывает достаточно большое число видов деятельности, которые объединяются в группы с помощью различных классификаций, используемых как на международном, так и национальном уровне. Структура сферы услуг, (без учета торговых) включает в себя семь основных направлений. По итогам 2015 года наибольший оборот был зафиксирован в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг – 2219,9 млрд. руб. Кроме этого в лидирующую пятерку входят транспортные услуги, бытовые, услуги связи, медицинские услуги и системы образования. Такое распределение можно объяснить тем, что указанные виды услуг относятся к жизненно важным и доступны населению, в основном, на платной основе. Так же следует отметить услуги в числе прочих, такие как услуги культуры 1,7%, туристические 2%, услуги гостиниц 2,3%, физической культуры и спорта 0,8%, санитарно-оздоровительные 1,4%, ветеринарные 0,2%, услуги правового характера 0,2%, а также социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста, инвалидам 0,2%.

Вместе с государственным сектором услуг параллельно развивается и частный сектор. Вследствие чего усиливается конкуренция, но это пока не способствует снижению себестоимости сервисной продукции и снижению цен на предоставляемые услуги. Это обуславливает тот факт, что на сервисное обслуживание потребителям приходится выделять все большую часть из своих доходов, что не удовлетворяет основную часть населения. Тем не менее, рынок услуг на данный момент переживает активное развитие, это связано с растущей конкуренцией, стремлением компаний повысить свою прибыль, усложнением материального производства. Следует отметить, что услуга является существенным игроком в социально-экономическом механизме общества, на которое влияют различные факторы. Сейчас государство направляет свои действия на построения эффективной налоговой системы, создание условий для предпринимательства, так же важно наличие квалифицированных специалистов, уровень благосостояния населения, его традиции и менталитет, которые в значительной степени оказывают влияние на качество обслуживания. Роль рынка услуг, на сегодняшний момент, крайне велика и актуальна. Это связано с усложнением процессов производства, насыщением российского рынка новыми товарами и быстрым ростом научно-технического прогресса.

Следует отметить, что услуги торговли и общественного питания не включаются в показатель «объем платных услуг населению», так как считаются объектом изучения статистики торговли, поэтому их следует рассмотреть отдельно.

Общий оборот потребительского сектора Российской Федерации в 2015 году составил 35,59 трлн. рублей [38].

Основную долю в обороте потребительского сектора составляет розничная торговля – 74%, на сферу платных услуг приходится 22%, общественное питание 4% (рисунок 1.1.4).

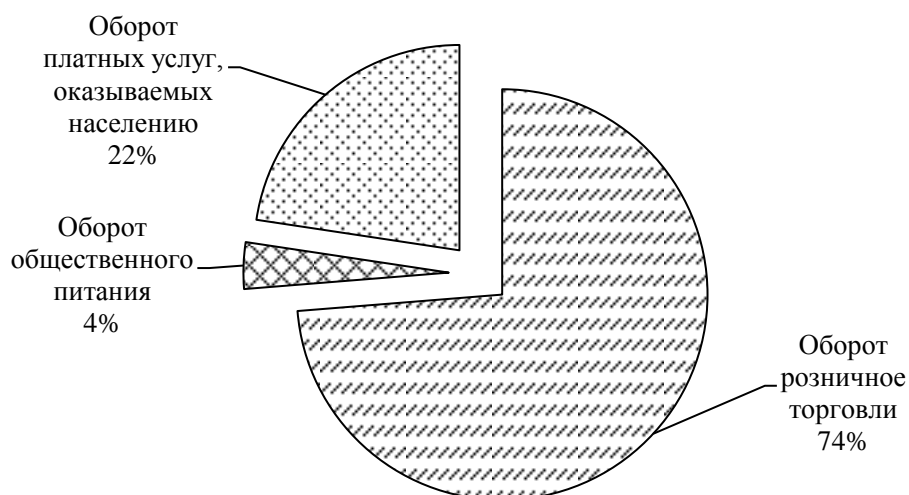


Рисунок 1.1.4 – Структура оборота потребительского сектора РФ по данным Росстата за 2015 год, %

Оборот розничной торговли в 2015 году составил больше 26,2 трлн. руб. При этом, 92% из общего объема розничной торговли приходится на торгующие организации, и лишь 8% на рынки и ярмарки. Структура оборота розничной торговли выглядит следующим образом: 47% приходится на пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия, 53% - непродовольственные товары. Оборот общественного питания представляет собой выручку от реализации собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки, а так же оказанных услуг обслуживания размещенным лицам и другим категориям населения для потребления.

В 2015 году наблюдается положительная динамика оборота общественного питания (рисунок 1.1.5). Согласно официальным данным, оборот общественного питания РФ в 2015 году составил 1300,7 млрд. руб., что больше показателя 2014 года на 5,4% [38].



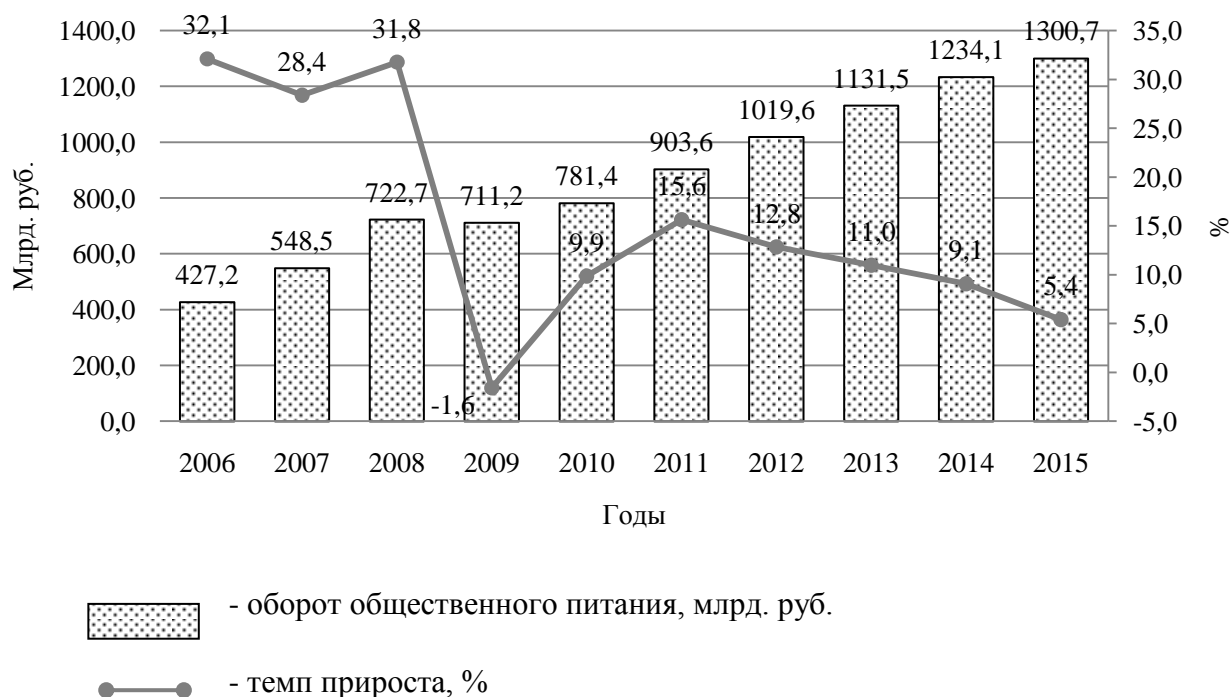


Рисунок 1.1.5 – Динамика оборота общественного питания РФ за 2006-2015 гг.

Российский рынок общественного питания растёт, что свидетельствует о возросшей покупательской способности населения и развитием демократичных сегментов рынка. Все больше людей предпочитают ходить в какие-либо кафе, рестораны, или закусочные, так как это удобно – нет необходимости готовить самому, можно посетить любое заведение общественного питания в любой части города, выбрать наиболее подходящее.

Развитие рынка общественного питания является актуальной темой, так как данная сфера приносит не малую прибыль в бюджет страны, становясь важной частью экономики. В условиях увеличения платежеспособного потребительского спроса населения и ускорения развития оборота розничной торговли, платных услуг населению и оборота общественного питания, все большую актуальность приобретают вопросы поиска новых систем развития ресторанного бизнеса, разработки и реализации действенных мероприятий, способствующих качественным структурным изменениям деятельности компаний.

## 1.2 Основные тенденции и структура развития предприятий общественного питания

Общественное питание в нашей стране является одной из самых динамично развивающихся отраслей, которая представляет собой самостоятельное направление экономики, состоящее из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующее питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятиях общественного питания, так и вне его [4]. Данная отрасль относится к организациям сферы обслуживания, так как на предприятиях общественного питания предоставляется широкий спектр услуг, детализация которых представлена в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1 – Услуги, предоставляемые на предприятиях общественного питания

Виды услуг	Характеристика предоставляемых услуг
1. Питания	1.1. Изготовление продукции общественного питания; 1.2. Создание условий для реализации и потребления продукции и покупных товаров; 1.3. Организация досуга и другие дополнительные услуги.
2. По изготовлению продукции общественного питания	2.1. Изготовление полуфабрикатов, кулинарных изделий, блюд, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий.
3. По организации потребления продукции и обслуживанию	3.1. Организация питания и обслуживания различных мероприятий, кейтеринг; 3.2. Организация питания и обслуживания конференций, семинаров, совещаний, кейтеринг; 3.3. Организация питания и обслуживания в зонах отдыха, спортивных мероприятиях; 3.4. Организация потребления алкогольных и безалкогольных напитков, изготовление коктейлей, свежеотжатых соков; 3.5. Обслуживание потребителей в пути следования пассажирского железнодорожного, водного и воздушного транспорта; 3.6. Доставка продукции и обслуживание потребителей на дому и на рабочих местах; 3.7. Организация рационального комплексного питания для определенных контингентов потребителей

## Окончание таблицы 1.2.1

Виды услуг	Характеристика предоставляемых услуг
4. По реализации продукции общественного питания и покупным товарам	4.1. Реализация продукции и покупных товаров на вынос из зала предприятия общественного питания; 4.2. Реализация продукции и покупных товаров через столы заказов, буфеты; 4.3. Реализация продукции и покупных товаров вне предприятия; 4.4. Реализация продукции и покупных товаров в собственной мелкорозничной сети; 4.5. Реализация продукции и покупных товаров через розничную сеть; 4.6. Комплектация наборов продукции общественного питания и покупных товаров в дорогу потребителям
5. По организации досуга, в том числе развлекательные	5.1. Организация музыкального и развлекательного обслуживания; 5.2. Организация проведения концертов; 5.3. Предоставление потребителям музыкального, анимационного сопровождения; 5.4. Услуги для организации процесса курения; 5.5. Предоставление прессы; 5.6. Предоставление спортивных настольных игр, игровых автоматов; 5.7. Организация детских игровых комнат для детей младшего возраста
6. Информационно-консультационные услуги	6.1. Консультации специалистов по изготовлению, оформлению, подаче продукции общественного питания; 6.2. Консультации по организации диетического питания при различных заболеваниях; 6.3. Консультации по подбору вин и алкогольной продукции; 6.4. Организация обучения кулинарному искусству
7. Прочие услуги	7.1. Бронирование место в залах предприятия; 7.2. Продажа талонов по реализации рационов питания; 7.3. Услуги повара, кондитера, официанта, бармена на дому; 7.4. Прокат столового белья, посуды и приборов; 7.5. Продажа цветов и сувениров; 7.6. Упаковка продукции общественного питания; 7.7. Предоставление интернет-связи; 7.8. Гарантированное хранение личных вещей; 7.9. Предоставления охраняемой автостоянки; 7.10. Организация доставки продукции общественного питания.

Услуга общественного питания есть результат деятельности предприятий и граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей населения в питании и проведении досуга [5]. Предприятия общественного питания имеют ряд особенностей. Одна из которых – наличие большого спектра услуг и комплекса выполняемых функций. Все услуги в данной сфере можно группировать по следующим направлениям: 1 – питания; 2 – изготовлению продукции; 3 – организации потребления продукции и обслуживанию; 4 –

реализации продукции общественного питания и покупным товарам; 5 – организации досуга; 6 – информационно-консультативные; 7 – прочие услуги.

Первоначальной функцией услуг общественного питания является обеспечение потребностей в пище, то есть удовлетворение физиологических потребностей населения. В то же время общественное питание дает возможность реализовать потребность в отдыхе, общении и развлечении, разнообразить досуг. Функции общественного питания не ограничиваются только созданием условий для питания и отдыха, а распространяют свое влияние на многие сферы, такие как здравоохранение, образование и многие другие.

В последние годы отрасль общественного питания стала привлекать все больше инвесторов из самых разных сфер бизнеса. Это связано, прежде всего, с привлекательностью данного рынка в условиях экономического роста страны и благосостояния населения, а также с возможностями получения стабильной прибыли в течение всего времени существования предприятия при его грамотном управлении.

В настоящее время на рынке недостаточно объектов общественного питания для клиентов среднего класса. Сейчас эта ниша развивается за счет открытия демократичных заведений - кафе, кофеен, ресторанов фаст-фуд и японских суши-баров. Поэтому на рынке происходит постепенный перенос инвестиционной активности из сегмента дорогих ресторанов в сегмент ресторанов и кафе средней ценовой категории.

Развитие общественного питания возможно при внедрении новых технологий приготовления, обслуживания, а также предоставляемого сервиса. Реализация инновационных технологий возможна при наличии финансовых вложений, инвестиционная привлекательность которых велика, поскольку ресторанный бизнес развивается и приносит прибыль, что подтверждается значительным ростом количества объектов общественного питания по всей стране и Красноярскому краю, в частности.

Решение об открытии нового заведения должно сопровождаться изучением рынка общественного питания. Обзор рынка необходимо рассмотреть территориально. Для выявления слабых мест в данной сфере производим сравнение показателей рынка общественного питания Красноярского края и передовых регионов Российской Федерации по обеспеченности населения предприятиями общественного питания, которыми являются Московская и Новосибирская области.

Московская область является центральным, ведущим регионом Российской Федерации, обладающим рядом экономических преимуществ. Он выгодно отличается от других значительной урбанизацией, высокой деловой активностью и инвестиционной привлекательностью, характеризуется превосходно развитой промышленной сферой и относительно комфортными социальными показателями.

В свою очередь, Новосибирская область обладает развитым инвестиционным потенциалом. Её развитие определяется, с одной стороны, наличием большого числа предприятий и организаций производственного и непромышленного назначения, обладающих достаточным объемом финансовых ресурсов для инвестиций, а с другой стороны, самой развитой в Сибирском федеральном округе инфраструктурой бизнеса. Город Новосибирск находится достаточно близко к Красноярску, оба города являются центральными для своих регионов, по удаленности расположены вдали от главных городов России. Новосибирская область и Красноярский край схожи между собой по территориальным особенностям, структуре населения и климатическим условиям.

Источником анализа рынка общественного питания выступают данные единой межведомственной информационно-статистической системы по отдельным регионам Российской Федерации за период 2013-2014 гг.

Анализ количества предприятий проводился по трем регионам в сравнении с Российской Федерацией в целом, с выделением трех групп заведений общественного питания (общедоступные столовые и закусочные;

рестораны, кафе и бары; столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, промышленных предприятий) (Таблица 1.2.2).

Более наглядно динамику предприятий общественного питания по отдельным региона РФ можно рассмотреть на рисунке 1.2.1.

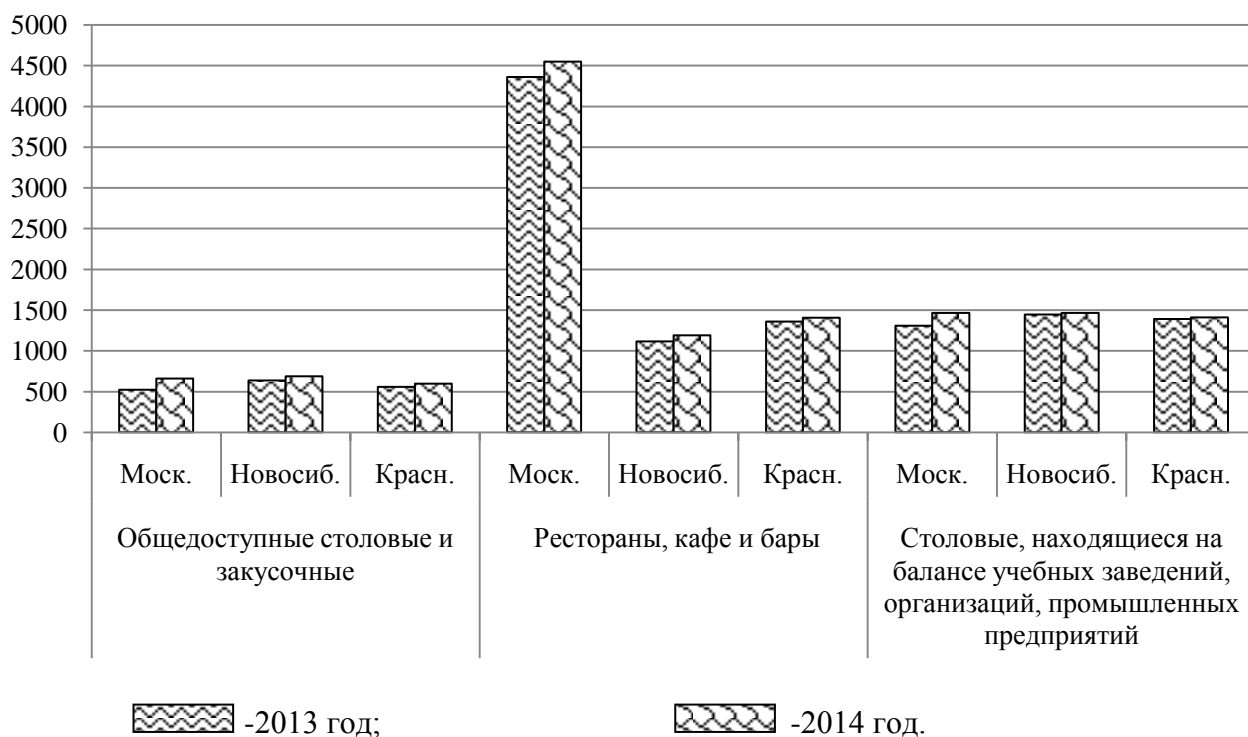


Рисунок 1.2.1 - Динамика предприятий общественного питания по типам, в исследуемых регионах за 2013-2014 гг.

Результаты анализа констатируют достаточно высокий рост количества предприятий общественного питания по Российской Федерации и по отдельным регионам за исследуемый период. На конец 2014 года количество объектов в целом по Российской Федерации увеличилось на 17 тыс. ед, по Московской, Новосибирской областям и Красноярскому краю, соответственно, на 877, 254 и 433 единицы. При этом прирост в зависимости от территориальной расположенности составил от 8% до 15%. Наибольший рост

Таблица 1.2.2 – Динамика предприятий общественного питания по отдельным регионам РФ за 2011-2014 гг.

Типы предприятий общественного питания	Годы								Откл., (+;-)		Темп роста, %
	2011		2012		2013		2014		Количество, ед	Удельный вес, %	
	Количество, ед	Удельный вес, %	Количество, ед	Удельный вес, %	Количество, ед	Удельный вес, %	Количество, ед	Удельный вес, %			
<b>1.Российская Федерация всего, в том числе:</b>	<b>156037</b>	<b>100,00</b>	-	<b>100,00</b>	<b>164230</b>	<b>100,00</b>	<b>173346</b>	<b>100,00</b>	17309	х	111,1
1.1 Общедоступные столовые и закусочные	30224	19,37	-	-	30939	18,84	32666	18,84	2442	-0,53	108,1
1.2 Рестораны, кафе и бары	63505	40,70	66465	-	70275	42,79	76367	44,05	12862	3,36	120,3
1.3 Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	62308	39,93	63529	-	63016	38,37	64313	37,10	2005	-2,83	103,2
<b>2. Московская область всего, в том числе:</b>	<b>5796</b>	<b>100,00</b>	-	<b>100,00</b>	<b>6187</b>	<b>100,00</b>	<b>6673</b>	<b>100,00</b>	877	х	115,1
2.1 Общедоступные столовые и закусочные	497	8,57	-	-	520	8,40	659	9,88	162	1,30	132,6
2.2 Рестораны, кафе и бары	3977	68,62	4085	-	4361	70,49	4549	68,17	572	-0,45	114,4
2.3 Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	1322	22,81	1347	-	1306	21,11	1465	21,95	143	-0,85	110,8
<b>3.Новосибирская область всего, в том числе:</b>	<b>3088</b>	<b>100,00</b>	-	<b>100,00</b>	<b>3195</b>	<b>100,00</b>	<b>3342</b>	<b>100,00</b>	254	х	108,2
3.1 Общедоступные столовые и закусочные	593	19,20	-	-	636	19,91	687	20,56	94	1,35	115,9
3.2 Рестораны, кафе и бары	1098	35,56	1144	-	1114	34,87	1190	35,61	92	0,05	108,4
3.3 Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	1397	45,24	1587	-	1445	45,23	1465	43,84	68	-1,40	104,9
<b>4. Красноярский край всего, в том числе:</b>	<b>2978</b>	<b>100,00</b>	-	<b>100,00</b>	<b>3305</b>	<b>100,00</b>	<b>3411</b>	<b>100,00</b>	433	х	114,5
4.1 Общедоступные столовые и закусочные	479	16,08	-	-	558	16,88	595	17,44	116	1,36	124,2
4.2 Рестораны, кафе и бары	1157	38,85	1185	-	1357	41,06	1406	41,22	249	2,37	121,5
4.3 Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	1342	45,06	1378	-	1390	42,06	1410	41,34	68	-3,73	105,1

Источник [16].

был замечен на территории Московской области-15,1% и Красноярского края-14,5%, наименьший в Новосибирской области, составил 8,2%. Такое превышение по количеству заведений в Красноярском крае в сравнении с Новосибирской областью связано с тем, что среднедушевые денежные доходы населения Новосибирской области меньше, следовательно спрос на услуги питания вне дома ниже, чем у жителей нашего региона.

Внушительный рост количества заведений в группе «рестораны, кафе и бары» на территории Московской области обоснован более высокой покупательской способностью и уровнем жизни населения данного региона. Потребители предпочитают предприятиям среднего ценового сегмента, заведения более высокого уровня [16].

Вследствие упомянутых тенденций претерпела изменение и структура предприятий общественного питания (рисунок 1.2.2).

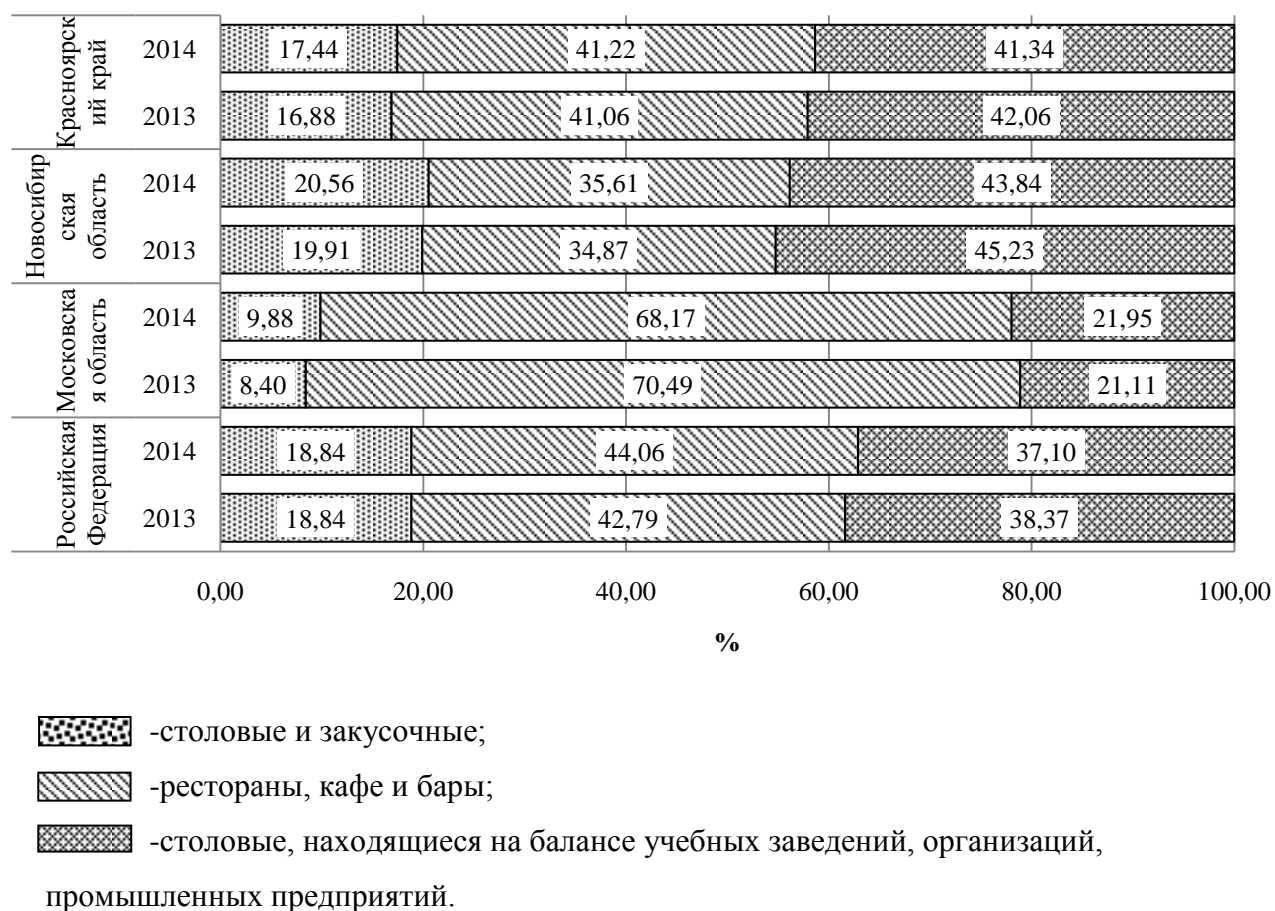


Рисунок 1.2.2 - Структура рынка общественного питания по типам предприятий по отдельным регионам РФ за 2013-2014 гг.



Из представленного графика видно, что структура предприятий общественного питания меняется, на что влияют приоритеты потребителей. Происходит уменьшение доли группы «столовые находящиеся на балансе учебных заведений и промышленных предприятий» по всем исследуемым регионам, что связано со снижением профильных расходов в государственных компаниях, а также снижением дотаций на питание работников и школьников.

Вследствие чего, потребителям приходится менять приоритеты, и уходить в заведения с более высоким ценовым сегментом - рестораны, кафе и бары или в сегмент общедоступных закусочных, что способствует развитию возможностей коммерческих организации в данных группах.

Так, доля общедоступных столовых и закусочных в Новосибирской области и Красноярском крае за исследуемый период увеличилась почти на 1%, а в Московской области на 1,5% что связано с ростом спроса населения на продукцию фаст-фуд. Это обосновано в первую очередь, легкой доступностью данной продукции, его дешевизной, быстротой приготовления и так любимыми всеми вкусовыми качествами. Данный вид продукции является не самым полезным для здоровья, и для изменения ситуации в меню данного сегмента все больше вводят салаты, свежевыжатые соки, фрукты и овощи.

На сегодняшний день трендом является здоровый образ жизни и правильное питание. В связи с этим, все чаще потребители делают выбор в пользу кафе, баров или ресторанов, так как данный тип заведений предлагает более широкий выбор блюд, в том числе с уклоном на правильное питание. В крупных городах набирают популярность рестораны и кафетерии, предлагающие только продукты из свежих овощей и фруктов, низкокалорийные блюда и полезные для здоровья напитки.

Далее проанализируем конъюнктуру рынка общественного питания в Российской Федерации и отдельных регионах по трем основным показателям:

—оборот общественного питания;

—оборот общественного питания на душу населения;

—среднедушевой доход населения.

В таблице 1.2.3 представлены основные показатели рынка общественного питания по отдельным регионам Российской Федерации за период 2006-2014 гг.

Таблица 1.2.3 - Основные показатели рынка общественного питания по субъектам РФ за период 2006-2014 гг.

Показатели	Годы								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>1 Оборот общественного питания по РФ всего (млн.руб.), в том числе:</b>	427204	548273	722709	711211	781379	903570	101961 7	113153 5	123251 9
1.1 Московская область	23 955	29 766	40 984	39 615	43 951	49658	59668	66296	74060, 3
1.2 Новосибирская область	5 643	8 746	11 753	9 557	10 544	11791, 5	14601	16602	18400
1.3 Красноярский край	10 428	11 799	13 184	10 961	11 210	13044, 3	15686, 2	16982, 4	18138, 3
<b>2. Оборот общественного питания на душу населения по РФ всего (руб.), в том числе:</b>	2 986	3 841	5 063	4 981	5 470	6320	7120	7885	8437
2.1 Московская область	3 515	4 332	5 917	5 667	6 221	6943	8522	9350	10311
2.2 Новосибирская область	2 129	3 307	4 442	3 599	3 958	4603	5519	5959	6351
2.3 Красноярский край	3 650	4 153	4 651	3 869	3 960	4405	5411	6103	6718
<b>3 Среднедушевой доход населения по РФ (руб.), в том числе:</b>	10196	12603	14948	17009	18881	20780	23221, 1	25928, 2	27765, 7
3.1 Московская область	10798	14481	19713	20834	22324	25605	30572	32739	34948
3.2 Новосибирская область	8399	10317	13080	15177	16090	18244	20728	22597	23110
3.3 Красноярский край	9640	12654	15605	16661	18047	20145	22524	24922	24806

Источник [16].

Изменения показателей рынка общественного питания следует отразить наглядно в динамике. На рисунке 1.2.3 представлена динамика основных показателей рынка данной отрасли по Российской Федерации за период 2006-2014 гг.



Рисунок 1.2.3 - Динамика основных показателей рынка общественного питания по Российской Федерации за 2006-2014 гг., тыс. руб.

Результаты анализа свидетельствуют о росте рынка общественного питания России. За анализируемый период оборот общественного питания в стране увеличился почти в 3 раза, и его объем на конец 2014 года составил более 1232,5 млрд.руб., этот прирост является значительным после кризиса в 2009 году. Анализируя среднедушевые денежные доходы и оборот общественного питания на душу населения за последние годы, можно отметить положительную динамику их развития. Так оборот общественного питания на душу населения по сравнению с прошлым годом увеличился на 7%, при этом на сегодняшний день россиянин в год тратит на услуги питания вне дома больше 8 тыс.руб. Рост расходов населения на питание вне дома свидетельствует о увеличении доходов. В течение указанного периода на территории страны наблюдается рост среднедушевых денежных доходов населения в среднем на 13,5%, последние два года отмечены ростом примерно в 9%. Такому развитию сферы общественного питания способствует не только рост числа заведений и спрос на них, но и активное развитие новых форматов торговли: еда на вынос, доставка готовых блюд на дом или работу, кейтеринг [9]. В последние годы

рынок общественного питания России привлекает все больше инвесторов, поскольку в связи с ростом благосостояния населения рынок является достаточно перспективным.

Далее рассмотрим динамику основных показателей рынка общественного питания по отдельным регионам Российской Федерации за период 2006-2014 гг. (Рисунки 1.2.4, 1.2.5, 1.2.6) [16].

Динамика основных показателей рынка общественного питания Московской области представлена на рисунке 1.2.4.



Рисунок 1.2.4- Динамика основных показателей рынка общественного питания в Московской области за 2006-2014 гг., тыс. руб.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о насыщенности рынка общественного питания Московской области, демонстрируя среднегодовой прирост более 13%, начиная с посткризисного периода в 2010 году. Так к концу 2014 года оборот общественного питания по данному региону составлял более 74,1 млрд.руб., и по сравнению с прошлым годом он увеличился на 10%. Индустрия общественного питания, с изменением темпов роста рынка все больше дифференцируется, развивая рынки средних и выше средних ценовых сегментов. За последние годы рынок общественного питания

сделал большой рывок вперед, демонстрируя рост к международным стандартам по качеству и уровню обслуживания. Причиной этому служит все большая избирательность потребителей, а инструментами изменений служит постоянное совершенствование ассортимента и ценовой политики заведений, мониторинг предпочтений посетителей, изучение стратегий конкурентов и рыночных тенденций. Это и привлекает потребителей, что подтверждается ростом динамики оборота общественного питания на душу населения-жители Московской области тратят на услуги питания вне дома более 10 тыс.руб., из года в год данный показатель в среднем увеличивается на 13%. При этом возможность потребителей посещать заведения общественного питания в значительной степени зависит от их доходов. Среднедушевые денежные доходы населения данного региона развивались по положительной динамике, в течение анализируемого периода данный показатель увеличился в три раза и к концу анализируемого периода составлял почти 35 тыс.руб.

Таким образом, рынок общественного питания Московской области является насыщенным. Возникает необходимость переоценки заведений общественного питания под текущие тренды и запросы потребителей. Конкуренция требует улучшения качества предоставляемых услуг, что становится возможным при внедрении инновационных технологий в процесс организации работы предприятия общественного питания.

Далее рассмотрим динамику основных показателей рынка общественного питания в Новосибирской области за период 2006-2014 гг.(Рисунок 1.2.5).

Анализ показателей рынка общественного питания Новосибирской области свидетельствует о развитии данной отрасли. Согласно представленным данным оборот общественного питания за период 2006-2014 гг. увеличился на 12756,7 млн.руб. Резкий спад рынка произошел в период экономического кризиса 2008-2009 гг. почти на 19%. В 2011-2012 гг. рынок общественного питания стал восстанавливаться и имел устойчивую тенденцию к росту, однако в 2013 году произошло снижение динамики, которое сопровождается и на сегодняшний день.



Рисунок 1.2.5 - Динамика основных показателей рынка общественного питания в Новосибирской области за 2006-2014 гг., тыс. руб.

Так, на конец 2014 года оборот общественного питания составил 18,4 млрд. руб., что на 10,8% больше показателей прошлого года. Рост оборота общественного питания произошел в результате спроса на деятельность, в значительной степени, ресторанов, кафе, баров, а также столовых, что подтверждается увеличением в структуре заведений данного типа. Согласно представленным данным, на конец 2014 года жители Новосибирской области тратят на услуги общественного питания в заведениях не много больше 6 тыс.руб. Величина среднедушевых денежных доходов населения Новосибирской области развивается по положительной динамике. По сравнению с данными прошлого года данный показатель увеличился на 2,3% и на конец 2014 года составил больше 23 тыс.руб. Рост доходов населения свидетельствует о повышении уровня жизни населения данного региона, что в значительной степени влияет на культуру питания.

В настоящий момент в данном регионе складываются благоприятные условия для формирования культуры питания вне дома, в Новосибирске существует масса специализированных баров и ресторанов, предлагающих блюда всевозможных мировых кухонь на самый разный вкус. По темпам развития Новосибирск на рынке услуг питания сегодня выглядит гораздо солиднее, чем соседние города в Сибирском федеральном округе [9, 388-391].

Далее, для сравнения, рассмотрим динамику основных показателей рынка общественного питания в Красноярском крае за период 2006-2014 гг. (Рисунок 1.2.6).

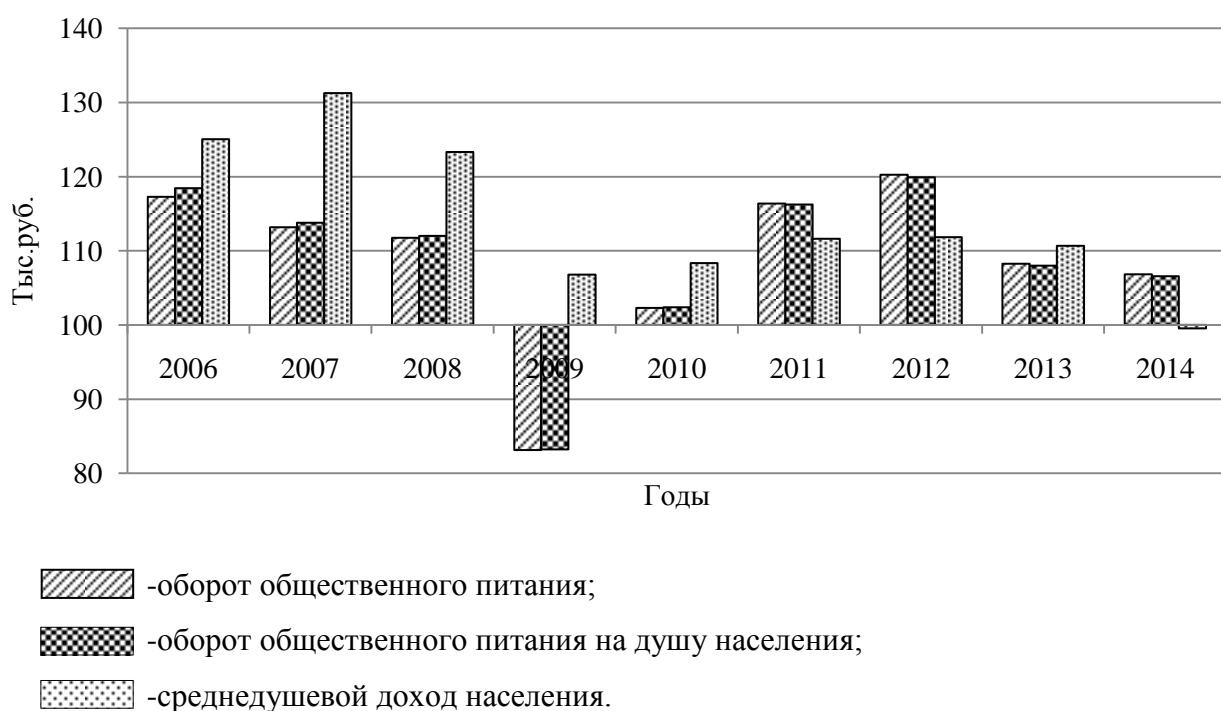


Рисунок 1.2.6 - Динамика основных показателей рынка общественного питания в Красноярском крае за 2006-2014 гг., тыс. руб.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют об интенсивном развитии рынка общественного питания в данном регионе. На конец 2014 года, оборот общественного питания в Красноярском крае составил более 18 млрд. руб., что почти на 7% больше показателей прошлого года. Как и другие регионы, Красноярский край претерпел кризис в 2009 году, вследствие чего наблюдался значительный спад показателей рынка общественного питания. С

2010 г. рынок стал восстанавливаться и имел устойчивый рост, но с 2013 года интенсивность развития стала снижаться. Что в большей степени связано с уменьшением среднедушевых денежных доходов населения Красноярского края в 2014 году на 0,5%. Как следствие спрос на услуги общественного питания снижается – потребители среднего класса сокращают расходы на услуги питания вне дома. Тем не менее, рынок общественного питания продолжает развиваться, что подтверждается значительным ростом числа предприятий общественного питания в данном регионе. Количество объектов общественного питания на конец 2014 года по сравнению с прошлым периодом увеличилось на 106 ед [28].

Согласно представленным графикам, динамика основных показателей рынка данной отрасли по Российской Федерации имеет схожее значение с тремя изучаемыми регионами. Стоит отметить интенсивность развития рынка общественного питания в Новосибирской области, после финансового кризиса в 2009 году, показатели по данному региону стали превышать показатели других в среднем на 2%. И количество заведений в Новосибирской области к концу 2014 года составило 3411 ед., что меньше показателей по Красноярскому краю лишь на 2% (69 ед.). Такой рост можно обосновать увеличением среднедушевых денежных доходов населения Новосибирской агломерации более чем на 5% в посткризисный период. Численность населения данного региона выше, чем в Красноярском крае на 49%. Тем не менее, количественные показатели рынка общественного питания Красноярского края выше показателей Новосибирской области, что можно связать с тем, что в Новосибирской области доходы населения ниже [9, 388-391].

По всем регионам наблюдается положительная динамика на протяжении всего исследуемого периода за исключением 2009 года. Из-за влияния финансово-экономического кризиса пострадали все регионы, но в большей степени Новосибирская область и Красноярский край, вследствие чего произошло закрытие многих предприятий, снижение оборота общественного питания и оборота общественного питания на душу населения. Причиной этого



стало сокращение интереса к питанию вне дома со стороны потребителей среднего класса, пострадавшего от экономического кризиса.

С 2012 года во всех регионах наблюдается период снижения динамики показателей рынка общественного питания, что говорит об экономическом спаде, который сопровождается уменьшением доходов населения, снижением деловой активности и рядом других факторов, негативно влияющих на экономику страны. Но на следующем этапе ожидается экономический подъем.

Количество заведений общественного питания по всей стране из года в год увеличивается за счет открытия новых заведений более высокого уровня, которые становятся доступнее по временному периоду. Потребитель может посетить любое понравившееся ему предприятие общественного питания в удобное для него время, что является большим преимуществом в каждом городе.

Таким образом, проведенный анализ основных показателей рынка общественного питания по субъектам Российской Федерации выявил недостаточное обеспечение населения Красноярского края количеством предприятий общественного питания и свидетельствует о возможности и необходимости открытия новых заведений типа «рестораны, кафе, бары».

Далее, с целью определения типа и формата нового заведения планируемого в городе Красноярске, необходимо изучить рынок общественного питания данного города и его структуру. Решение об открытии должно сопровождаться изучением новых технологий приготовления, обслуживания и дополнительного сервиса.

### **1.3 Анализ рынка общественного питания г. Красноярска**

Развитие общественного питания в стране и в городе Красноярске, в частности, находится на новом уровне. Представление услуг предприятиями общественного питания формируется под влиянием расширенного спроса

потребителей с использованием новых технологий и под влиянием мировых тенденций в условиях мировой конкуренции.

На сегодняшний день отрасль общественного питания города Красноярска представляет собой большое количество предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования и предоставляемых услуг. С каждым годом количество объектов общественного питания становится всё больше, происходят значительные качественные изменения, внедряются новые технологии производства и предоставляемого сервиса [38].

Структуры рынка общественного питания по типам заведений за 2015 год представлена на рисунке 1.3.1.

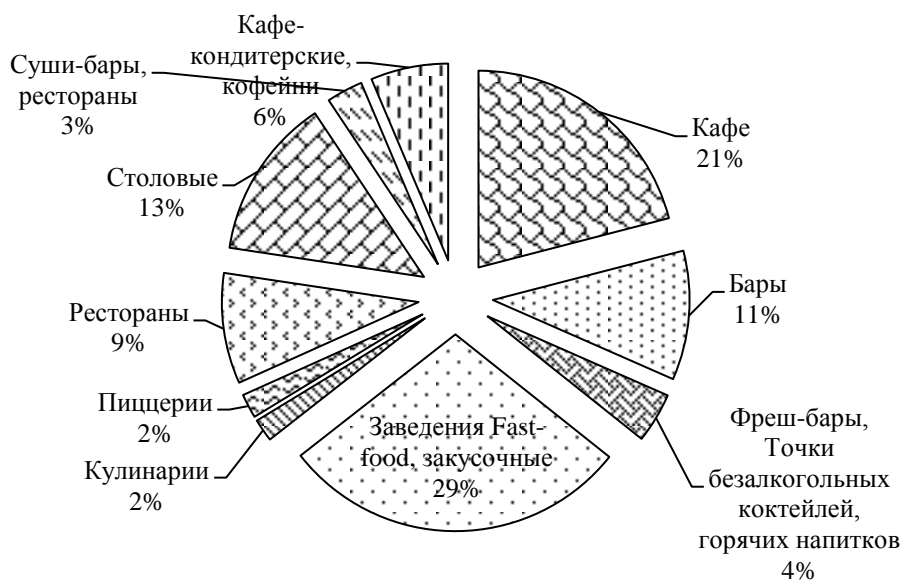


Рисунок 1.3.1 – Структура рынка общественного питания в г. Красноярске по типам заведений за 2015 год, %

Согласно представленной структуре, видно, что на сегодняшний день рынок общественного питания г. Красноярска условно можно разделить на три основные группы, которые отличаются как по количеству участников, так и по объемам производства: организации быстрого питания, заведения среднего ценового сегмента и высокая кухня.

В различных сегментах рынок общественного питания ведет себя по-разному. Особенно быстрыми темпами развивается заведения типа fast-food, они пользуются популярностью из-за доступности и скорости обслуживания. Данный сегмент демонстрирует довольно высокую динамику развития, за последние три года количество заведений в г. Красноярске, работающих в рамках данного формата увеличилось на 24%.

Также увеличивается количество столовых. Все чаще в городе открываются новые заведения данного формата с линией раздачи и достаточно широким ассортиментом блюд, что привлекает потребителя еще и не высокой стоимостью блюд, так как средний чек таких заведений составляет порядка 150-250 рублей. Стоит отметить рост численности ресторанов, в том числе ресторанов национальной кухни, которые открывают возможность для посетителей приобщиться к ранее неизведанной культуре через её кухню, а также интерьер и способы обслуживания.

На рынке общественного питания получили развитие и сегменты специализированных заведений. Особенно следует отметить кофейни, ставшие неотъемлемой частью жизни города. Данный формат заведений составляет 6% от общей величины заведений и с каждым годом увеличивается. На сегодняшний день заведения данного типа составляют солидную конкуренцию существующим заведениям фаст-фуд и традиционным ресторанам, они активно открываются в новых торговых центрах, но не находятся на одной линии с многочисленными заведениями фаст-фуд и закусочными, а несколько в стороне [23]. Следует отметить рост популярности на кофе и кофейные напитки в городе, в связи с которым, считается актуальным открытие новой кофейни. Для данной цели, следует подробно рассмотреть рынок кофеен г. Красноярска, определить какой тип и формат преобладает, изучить существующие концепции заведений. Так как для открытия нового заведения необходимо четко знать, какой формат предпочитает потребитель, что привлекает и может заинтересовать.

Таким образом, кофейня представляет собой предприятие общественного питания, специализирующееся, в основном, на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая. Также в подобном заведении предусматривается реализация хлебобулочных и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности, салатов, закусок и покупных товаров. Отличительной чертой кофейни от других заведений общественного питания является наличие широкого ассортимента кофе и кофейных напитков, чайной коллекции, а также богатый выбор десертов и кондитерских изделий. В меню заведения главенствующая роль отводится кофе и напиткам из него, закускам и десертам [5].

Все кофейни можно разделить на две основные группы:

1) индивидуальные (авторские) – владелец в праве самостоятельно определить стиль заведения и правила пребывания в нём. На сегодняшний день большой популярностью пользуются тематические кофейни, которые раскрывают определённую тематику, будь это история, кинематография или стиль в культуре. Такие заведения являются совершенно индивидуальными и не похожими на другие предприятия общественного питания;

2) сетевые кофейни (франчайзинговый бизнес) – представляют собой комплекс заведений объединённых общими правилами, внешним видом, не нуждаются в особой рекламе, так как они уже, в большинстве, имеют большую популярность. Такие заведения уже зарекомендовали себя, и уверенно закрепились на рынке.

В той и другой группах существуют основные виды кофеен трех форматов:

1) традиционная кофейня (американского типа), представляет собой заведение, в котором, основную долю меню составляет кофе, различные виды чая и горячий шоколад. Посетителям предлагаются сладкие и сдобные десерты. Наличие официантов в кофейне такого формата не обязательно. Гости делают заказ у барной стойки и самостоятельно относят его за свой столик. Цены в

таком заведении ниже средних. Основное достоинство кофейни данного формата – небольшие финансовые вложения.

2) кофейня «русский формат», на сегодняшний день является очень популярной у посетителей. В подобных заведениях гости садятся за столики в ожидании официанта, как в ресторане, и делают заказ на вставая с места. В таком заведении можно посидеть за чашечкой вкусного кофе не торопливо читая газеты или журналы, проводить деловые встречи или встречаться с друзьями. Ассортимент кофе в заведениях такого формата представляется довольно широкий и качественный, также предоставляется широкий ассортимент десертов, холодных закусок, салатов, горячих вторых блюд. Подобный формат является более затратным, но является весьма востребованным и пользуется хорошей популярностью у посетителей.

3) фаст-фуд формат является очень популярным в больших мегаполисах. В данном случае название говорит само за себя – быстрая еда и кофе из пластикового стаканчика с плотно закрытой крышкой и трубочкой на бегу. Подобный формат кофейни в большей степени подходит для больших магазинов, вокзалов, часто посещаемых мест и учреждений. Достоинством такого формата является минимум вложений, а недостатком отсутствие спокойной и уютной атмосферы, магии аромата кофе и посиделок.

Кофейня представляет собой место, где встречаются друзья, назначаются деловые встречи, отдыхают семьи. Для многих утро рабочего дня начинается именно с чашечки эспрессо, выпитого в кофейне вблизи офиса. Проведение деловой встречи или переговоров удобно в неформальной обстановке уютного заведения.

В последние года кофейни стали очень популярными и пользуются большим спросом, это связано с тем, что заведения данного типа могут посещать люди не только с высоким уровнем дохода. В кофейне можно просто выпить чашечку кофе, а можно перекусить под негромкую ненавязчивую музыку. Данный тип заведения является не просто предприятием общественного питания, а еще и местом проведения досуга, где каждый

посетитель исходя из своих финансовых возможностей, ставит перед собой определенные цели пребывания.

Как уже и было сказано выше, основой меню кофеен является кофе, так как правильно приготовленный кофе – это гордость заведения. Каждодневно в меню наиболее популярных кофеен города три-четыре вида эспрессо, капучино, американо и более десятка кофейных коктейлей. Любителям чая предлагаются зеленый чай и черный, с ароматизаторами, фруктовыми наполнителями, а также напитки из каркаде – лепестков суданской розы.

Только из хорошего, качественного сырья можно сварить вкусное, правильное кофе. Ведь настоящий аромат, вкус и полезные свойства этого напитка сохраняются исключительно при правильном отборе, очистке, обжаривании и помоле. Для приготовления эспрессо используется смесь отборных зерен арабики и робусты. Решить проблему выбора кофейных зерен можно только методом проб и ошибок. Тем не менее, большинство кофеен города предпочитают заказывать обжарку кофе под себя, так как именно она определяет те тонкие вкусовые ноты, которые впоследствии могут сделать один и тот же сорт совершенно другим на вкус. Чай и кофе в меню заведения дополняются более существенными составляющими меню, по разнообразию которых хорошая кофейня даст пару очков вперед некоторым ресторанам. В основном предполагается наличие трех-четырех видов салатов и холодных закусок, сэндвичи и практически безграничный выбор сладкого. Но всё же, настоящая кофейня – это, прежде всего атмосфера, а не заведение общественного питания.

На сегодняшний день рынок кофеен г. Красноярска разделен на три группы: сетевые кофейни, единичные и fast-food. Сетевые кофейни и кондитерские бары на сегодняшний день очень популярны, и имеют непревзойденный успех благодаря своим стандартам работы и единообразию меню. Потребитель, зная, что в любом заведении сети, его будет ждать одинаково вкусный кофе, будет вновь и вновь возвращаться в кофейню под любимым брендом. Предприятия сетевого формата открываются в различных

городах России, под одним брендом и одинаковым меню, что дает возможность зарекомендовать себя. Проанализируем существующие в городе Красноярске сетевые кофейни (таблица 1.3.1).

Таблица 1.3.1 – Сводная таблица по сетевым кофейням г. Красноярска по данным на 2015 год

Название предприятия общественного питания	Место расположения	Режим работы	Тип обслуживания	Средний чек (руб.)
1 Сеть кондитерский баров «Кувертюр»	г. Красноярск, ул. Щорса, 46	10.00-20.00	Официантами	500
	г. Красноярск, ул. Юности, 27	11.00-21.00		
	г. Красноярск, ул. Академика Курчатова, 1а	10.00-20.00		
	г. Красноярск, ул. Красномосковская, 25	10.00-21.00		
	г. Красноярск, ул. 9 Мая, 54	11.00-21.00		
2 Сеть кофеен «Traveler's Coffee»	г. Красноярск, пр-т Мира, 65	08.00-24.00	Официантами	500
	г. Красноярск, пр-т Мира, 85	08.00-24.00		
	г. Красноярск, ул. Карла Маркса, 135	08.00-23.00		
	г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой Бригады, 28	08.00-24.00		
	г. Красноярск, ул. Телевизорная, 1с2	08.00-24.00		
	г. Красноярск, пр-т Мира, 54	08.00-24.00		
	г. Красноярск, ул. Молокова, 60	08.00-24.00		
г. Красноярск, ул. 9 Мая, 77, ТЦ Планета	08.00-24.00			
3 Сеть Кофеен «GREENHOUSE»	г. Красноярск, ул. Красной Армии, 10	10.00-20.00	Самообслуживание	До 500
	г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой Бригады, 14Б	08.00-22.00		
	г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 23, 2 этаж	08.00-22.00		
	г. Красноярск, ул. Диктатуры Пролетариата, 28	08.00-22.00		
	г. Красноярск, ул. Лиды Прушинской, 2	08.00-20.00		
4 Кафе-бар «New York»	г. Красноярск, ул. Молокова, 56/1	Круглосуточно	Официантами	Больше 500
	г. Красноярск, ул. Урицкого, 94			
5 Сеть кафетериев «Кекс & Крендель»	г. Красноярск, пр-т Мира, 91	10.00-22.00	Официантами	До 500
	г. Красноярск, ул. 9 Мая, 77	10.00-22.00		
	г. Красноярск, пр-т Свободный, 89	09.00-21.00		
	г. Красноярск, ул. Декабристов, 23	09.00-21.00		
6 Кафе «Чайхона»	г. Красноярск, ул. Урицкого, 100	12.00-24.00	Официантами	Больше 500
	г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой Бригады, 14а			

### Окончание таблицы 1.3.1

Название предприятия общественного питания	Место расположения	Режим работы	Тип обслуживания	Средний чек (руб.)
7 Кафе-пекарня «Cinnabon»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 81	10.00-22.00	Самообслуживание	До 500
	г. Красноярск, ул. 9-го Мая, 77			
	г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 23, 1 этаж			
	г. Красноярск, ул. Телевизорная, 1с4, 1 этаж			
	г. Красноярск, ул. Весны, 1, 1 этаж			
8 Сеть кофеен «Кофе Терра»	г. Красноярск, ул. Ленина, 137	12.00-23.00	Официантами	Больше 500
	г. Красноярск, ул. Телевизорная, 1 стр. 4			
	г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 23			
9 Сеть кафе «Бельгийские пекарни»	г. Красноярск, ул. Ленина, 21	08.00-20.00	Самообслуживание	До 500
	г. Красноярск, пр-т. Мира, 98			

В городе Красноярске особой популярностью пользуется сеть кофеен «Traveler's Coffee». Данная франшиза родом из Новосибирска, уверено чувствует себя в кофейном бизнесе. Первое заведение «Traveler's Coffee» открылось еще в 1997 году, и существует по сей день, что свидетельствует о небывалом успехе и опыте в данной сфере. К тому же, данная сеть является настоящим экспертом в кофейных вопросах и единственной сетью, имеющей свой собственный цех по обжарке кофейных зерен, которым управляет профессионал.

Сеть кондитерских баров «Кувертюр» приобрела большую популярность благодаря широкому ассортименту десертов собственного приготовления, к тому же в данном заведении можно заказать любой понравившейся торт на заказ для семейного торжества и иного мероприятия.

Большой популярностью у жителей г. Красноярска пользуется новый вид деятельности – мобильная кофейня, а именно «Markscoffee», которая представляет собой автомобиль, оснащенный специальным оборудованием для приготовления кофе и кофейных напитков, работающая по принципу формата «кофе с собой». Целевой аудиторией мобильной кофейни являются люди,



которые имеют привычку употреблять кофе на ходу: студенты, офисные работники, школьники и другие. Преимуществом мобильных кофеен является низкие стартовые вложения, отсутствие трат на недвижимость, быстрая окупаемость. По такому же принципу работает сеть кофеен «GREENHOUSE» (мини-кофейни, киоски), которая специализируется только на приготовлении кофе, кофейных напитков и молочных коктейлей.

Каждая сеть имеет свою непревзойдённую специфику, четко разработанную концепцию, к которой придерживается одинаково во всех заведениях. Внушительным успехом пользуются заведения, которые отличаются не только качественной продукцией и хорошим обслуживанием, но и какой-либо самостоятельностью, колоритом. Кофейный бизнес является весьма перспективным родом деятельности. Если поставить цель расширить в будущем свою организацию появится возможность её достичь. Открытие одиночной кофейни всегда сложнее, чем приобретение франшизы, но в будущем при должных вложенных усилиях возможно открытие еще нескольких точек, что позволит составить конкуренцию сетевым заведениям. Преимущество одиночных кофеен заключается в том, что они работают локально. Все заведения данного формата в основном привязаны к месту расположения, поэтому основной упор делается на наружную рекламу (билборды, растяжки, рекламные щиты), так как позволить себе собственный сайт могут лишь успешные заведения.

В городе Красноярске успешно работает 23 одиночные кофейни, в каждой из которых разработана своя концепция, ассортимент приготавливаемых блюд и напитков (таблица 1.3.2).

Данный тип заведений стал наиболее ярким выражением стремления людей к демократичности. Обычно, в единичных кофейнях чек выше, чем в сетевых, это связано с тем, что одиночные заведения выходят на кофейный рынок не с чистой концепцией кофейни, а с концепцией ближе к ресторану (кофейня-ресторан, кофе-кофейня и так далее). При этом, цены в единичных кофейнях ниже чем в ресторанах и держатся примерно на одинаковом уровне.

Таблица 1.3.2 – Сводная таблица по единичным кофейням г. Красноярска по данным на 2015 год

Название предприятия общественного питания	Место расположения	Режим работы	Тип обслуживания	Средний чек (руб.)
1 Кофейня «Кофеман»	г. Красноярск, ул. 78 Добровольческой Бригады, 14Б	10.00-01.00	Официантами	Больше 500
2 Кофе-бар «Морковь»	г. Красноярск, ул. Академика Павлова, 21	12.00-21.00	Официантами	До 500
3 Кофе-бар «Корица»	г. Красноярск, пр-т. Газеты Красноярский Рабочий, 95/1	10.00-24.00	Официантами	500
4 Кофейня «Benedict coffee club»	г. Красноярск, ул. Красной Армии, 10 строение 5	07.00-24.00	Официантами	До 500
5 Кафе-кондитерская «Villa Vanilla»	г. Красноярск, ул. Молокова, 1 к3	09.00-21.00	Официантами	Больше 500
6 Кафе «Кофемолка»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 114	09.30-24.00	Официантами	Больше 500
7 Кофейня «Rabbit`s coffee house»	г. Красноярск, Аэровокзальная, 3, 1 этаж	08.00-22.00	Официантами	Больше 500
8 Мобильная кофейня «Markscoffee»	г. Красноярск, ул. Карла Маркса, 125	08.00-01.00	Официантами	До 500
9 Кофейня «Bon safe»	г. Красноярск, ул. Ленина, 34	10.00-24.00	Официантами	Больше 500
10 Кофейня «Академия Кофе»	г. Красноярск, ул. Карла Маркса, 147	07.30-22.00	Официантами	До 500
11 Передвижная кофейня «Кофейбус»	г. Красноярск, площадь Мира, 1	08.00-20.00	Официантами	До 500
12 Эспрессо-бар «Coffeeline»	г. Красноярск, Диктатуры Пролетариата, 32	10.00-22.00	Официантами	До 500
13 Кофе холл «Крем»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 10	24 часа в сутки	Официантами	Больше 500
14 Кофейня «P`tit Moment»	г. Красноярск, ул. Диктатуры Пролетариата, 34	11.00-24.00	Официантами	500
15 Кофейная галерея «Ваниль»	г. Красноярск, Карла Маркса, 149	24 часа в сутки	Официантами	Больше 500
16 Кофейня «Cafe Terrasa»	г. Красноярск, Партизана Железняка, 23	10.00-22.00	Официантами	До 500
17 Кофейня «Шоко-Мокко»	г. Красноярск, пр-т. Газеты Красноярский Рабочий, 77	24 часа в сутки	Официантами	Больше 500
18 Кафе «Город»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 109	10.00-24.00	Официантами	До 500
19 Релакс - кофейня «Кейптаун»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 109	12.00-24.00	Официантами	До 500
20 Кофейня «Маракеш»	Красноярск, микрорайон Взлетка, улица 78 Добровольческой Бригады, 12	10.30-20.00	Официантами	Больше 500

### Окончание таблицы 1.3.2

Название предприятия общественного питания	Место расположения	Режим работы	Тип обслуживания	Средний чек (руб.)
21 Кафе «Маргиника»	г. Красноярск, пр-т. Мира, 85	10.00-24.00	Официантами	До 500
22 Кофейня «Siberian coffee»	г. Красноярск, ул. Телевизорная, 1 ст4, 1 этаж	10.00-22.00	Официантами	500
23 Кофейня «Культура»	г. Красноярск, пр-т. Мира проспект, 56	08.00-22.00	Официантами	500

Таким образом, можно сделать вывод, что 44% составляют кофейни г. Красноярска, средний чек которых меньше 500 руб., 17% в среднем 500 руб., 39% свыше 500 руб. Величина среднего чека играет большую роль при выборе заведения, поскольку выбор, в большей степени, зависит от финансового достатка и личных предпочтений посетителя.

Территориальное расположение анализируемых кофеен по районам города Красноярска можно наглядно рассмотреть на скриншоте программного обеспечения 2ГИС (рисунок 1.3.2).

Согласно представленному снимку можно сделать вывод, что большинство заведений данного типа расположено преимущественно в Центральном, Железнодорожном и Советском районах города. Данная тенденция связана с тем, что представленные районы города являются в большей степени деловыми, так как включают в себя комплекс зданий оснащенный необходимой инфраструктурой для ведения деловой деятельности: офисные здания, торговые комплексы, банки, специализированные магазины для потребителей с наиболее высоким уровнем доходов. Что обеспечивает приток не только потребителей случайного характера, но и постоянных клиентов работающих неподалеку. Недостаток данного месторасположения - высокий уровень конкуренции, последствием которой является снижение цен на реализуемую продукцию, потеря прибыли, сокращение производства и, впоследствии, разорение ряда предприятий.

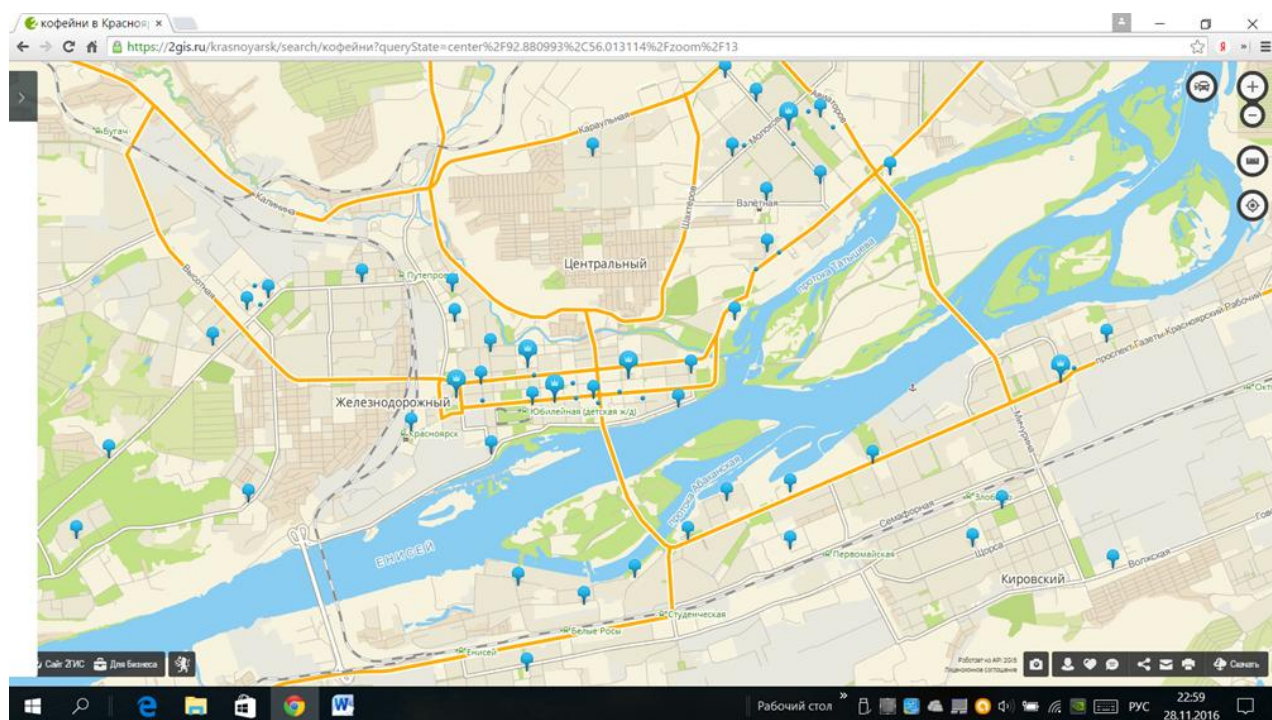


Рисунок 1.3.2 – Территориальное расположение кофеен по районам г. Красноярска по данным за 2016 год.

Что касается других районов города, особенно правобережья, наблюдается слабая насыщенность не только заведениями типа «кофейня», но и другими предприятиями общественного питания, что дает возможность рассматривать данные районы в качестве претендентов для открытия нового заведения общественного питания.

Таким образом, в данном разделе работы был рассмотрен ассортимент существующих единичных кофеен, сетевого формата и fast-food, их специфика и месторасположение. Можно сделать вывод, что единичные кофейни пользуются большей популярностью за счет своей уникальности и разновидности - каждое заведение пропитано своей оригинальной атмосферой, что и привлекает все большее количество посетителей.

Далее требуется изучить ассортимент предоставляемых в кофейнях услуг, способы информирования жителей о функционирующем заведении, а также произвести опрос жителей города с целью определения необходимости открытия нового заведения, вследствие чего определить место его расположения (пункт 3.1).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время рынок общественного питания интенсивно развивается, что неоднократно подтверждается результатами проведенных в данной работе исследований. Рынок постепенно наполняется различными услугами данной сферы, и завоевать потребителя становится все сложнее. По данной причине необходимо открытие нового, уникального предприятия общественного питания, которое будет привлекать посетителей не только для удовлетворения потребности в приеме пищи, но и местом где отлично и оригинально можно провести свой досуг. В этой связи необходима грамотная разработка бизнес-плана предприятия общественного питания, которая позволит снизить возможные риски предприятия, минимизировать расходы и получить выгоду.

Таким образом, в ходе работы нами были изучены различные методики и стандарты разработки бизнес-плана, а также разработана своя система планирования, включающая в себя последовательность выполняемых этапов, состав которых содержит более подробную информацию необходимую для успешного функционирования планируемого предприятия общественного питания в будущем. Согласно представленной системе был разработан бизнес-план кофейни, которая представляет собой демократичное заведение тематического типа, ориентирующееся на потребителей среднего класса. Преимуществом данного заведения является отсутствие конкурентов, так как планируемое предприятие будет являться единственной в городе кофейней данного формата с акцентами на исторические особенности города.

Бизнес-план планируемого предприятия выполнялся в соответствии с разработанной нами системой планирования и включал в себя ряд этапов:

- 1 Изучение конъюнктуры рынка, который включает себя мониторинг рынка сферы услуг и анализ рынка общественного питания. На данном этапе работы был произведен сбор и анализ информации о развитии рынка услуг, анализ его особенностей и структуры, подробно изучен рынок общественного

питания г. Красноярска и перспективы его развития, произведена оценка конкурентов, изучен рынок сбыта и потребительских предпочтений, произведен анализ возможностей планируемого предприятия.

2 План производства, в котором были определены необходимые ресурсы предприятия, а именно необходимое оборудование, количество продуктов необходимых для реализации дневной производственной программы, потребность в персонале и его контингент.

3 Организационный план включает в себя разработку имиджа и организационной структуры планируемого предприятия. На данном этапе работы был изучен предполагаемый контингент сотрудников и представлена организационная структура предприятия, также были изучены основные правовые и требуемые для открытия заведения документы.

4 Финансовый план, в основе которого лежит определение возможных доходов предприятия, суммы инвестиционных затрат необходимых для реализации проекта и суммы расходов в последующие года его существования.

5 Оценка эффективности проекта и определение рисков. Данный этап в структуре бизнес-план является завершающим, в его основе лежит определение суммы затрат и издержек планируемого предприятия на протяжении шести лет, а также расчет финансовых результатов и показателей эффективности проекта. Также исследованы риски, пути и способы их снижения на планируемом предприятии, определена их чувствительность.

Полученные в работе результаты, позволяют с уверенностью утверждать, что проведенные в работе исследования являются актуальными и востребованными на сегодняшний день. Разработанный бизнес-план предприятия общественного питания может быть реализован и приносить стабильную прибыль.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений [Электронный ресурс] : федер. закон от 25 февраля 1999 г. №39-ФЗ. ред. от 28.12.2013 г. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2 Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 15.12.2001 г. №167 – ФЗ ред. от 13.07.2015 г. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3 Положение об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания [Электронный ресурс] : утв. приказом Минэкономразвития РФ от 07.09.2007 г. № 304. – Режим доступа: «КонсультантПлюс».

4 ГОСТ 30389–95-2016 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. - Введ. 01.01.16 – Москва : Росстандарт, 2013. –10 с.

5 ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования. – Введ. 01.01.2015. – Москва: Росстандарт, 2012-15 с.

6 ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. – Введ. 01.01.2015. – Москва: Росстандарт, 2013. – 20 с.

7 Артеменко, В. Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В. Г. Артеменко, Н. В. Анисимова. – Москва: КНОРУС, 2011. – 288 с.

8 Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учебник / под ред. проф. В. Я. Позднякова. – Москва: ИНФРА – М, 2016. – 617 с.

9 Баган, К. А. Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях / К.А. Баган // Макроэкономические перспективы развития и рациональное размещение производственных сил. – 2016. – С. 388-391.

10 Баган, К.А. Сравнительная характеристика методов планирования на предприятии общественного питания / К.А. Баган // Проспект Свободный-2015: материалы науч. конф., посвященной 70-летию Великой победы. – Красноярск, 2015. – С. 4-7.

11 Бизнес-старт. Все для успешного бизнеса [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: <http://bs-start.ru/index.php/business-plan/structura-biz-plana>.

12 Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 366 с.

13 Василенко, З.В. Проектирование объектов общественного питания : учеб. пособие для вузов / З.В. Василенко О.В. Мацикова, Т.Н. Болашенко. – Минск : Высшая школа, 2012. – 295, 302 с.

14 Владимирова, О.Н. К вопросу о развитии сферы услуг России в условиях кризиса / О.Н. Владимирова, А.Т. Петровна // Фундаментальные исследования. – 2015. - №5-2. С. 390-395.

15 Дягель О.Ю. Инвестиционный анализ: учеб. пособие / О.Ю.Дягель, Т.А.Цыркунова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2012.

16 Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: <http://www.fedstat.ru>.

17 Интернет портал PRAVCONS.RU для бухгалтера и юриста [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: [http://www.pravcons.ru/pravcons\\_forum/forum1/topic6489/messages](http://www.pravcons.ru/pravcons_forum/forum1/topic6489/messages).

18 Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Под общ. ред. проф. В.И. Бариленко. – Москва: Форум, 2012. 464 с.

19 Кофейни города Красноярска с описанием [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://krasnoyarsk.zaotdih.ru>.

20 Коссов, В.В. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов / В.В. Коссов, В.Н. Лившиц, А.Г. Шахназаров; Москва. - Экономика. 2000.-110 с.



21 Кучер, Л.С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания : учебное пособие для вузов /Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова Л.М. - Москва: Деловая литература, 2002. — 544 с.

22 Месторатор - коммерческая недвижимость г. Красноярска [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: <http://krasnoyarsk.mestorator.ru>.

23 Особенности развития рынка общественного питания России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.officespb.info>.

24 Петрова, А.Т. Управление товарными запасами и использованием системы контроллинга/ А.Т. Петрова, Т.В. Живаева // Проблемы современной экономики. – 2011.- №4. С. 245-248.

25 Петрова, А.Т. Формирование современной системы управления нематериальными активами предприятия сферы услуг/ А.Т. Петрова, И.Т. Рустамова // Вестник алтайской науки. – 2013. - №3. - С. - 175-180.

26 Поклонова Е.В. Кофейня - перспективный сегмент ресторанного рынка/ Е.В. Поклонова, К.А. Баган // Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. - 2015.- № 1. – С.80-86.

27 Поклонова, Е.В. Статистическое наблюдение : учеб. пособие / Е.В. Поклонова ; Краснояр. Гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск : КГТЭИ, 2004. –72 с.

28 Поклонова, Е.В. Динамика оборота общественного питания в Красноярском крае / Е.В. Поклонова, К.А. Баган// Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд: сб. мат-в XXXVIII межд. науч.- практ. конф., 24 декабря 2015г., / под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск; 2015. – Ч.2. – С.123-128.

29 Поклонова, Е.В. Статистическое наблюдение : учеб. пособие / Е.В. Поклонова ; Краснояр. Гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск : КГТЭИ, 2004. –72 с.

30 Поклонова, Е.В. Статистика: учеб. пособие / Е.В. Поклонова, Н.С. Сметанина, Е.С. Микова; под. общ. ред. Е.В. Поклоновой. – Красноярск: СФУ, 2013.-210 с.

31 Романова, М.В. Бизнес-планирование : учебное пособие / М.В.

Романова. – Москва : Форум, 2015. – 240 с.

32 Сергеев, А.А. Бизнес-планирование : учебник для бакалавриата и магистратуры /А.А. Сергеев :-3-е изд. – Москва: Юрайт, 2016. – 463 с.

33 Скрынникова, И.А. Маркетинг в сфере услуг : учеб. пособие для вузов / И. А. Скрынникова. – Москва: МГУ, 2012. – 8-12, 18 с.

34 Соловьева, Н. А. Методика экспресс-анализа результатов деятельности коммерческой организации/ Н.А. Соловьева, О.Ю. Дягель // Аудит и финансовый анализ. - 2013. - № 6. - С. 39-46.

35 Соловьева, Н. А. Методика экспресс-анализа результатов деятельности коммерческой организации / Н.А. Соловьева, О.Ю. Дягель // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - № 1. - С. 63-69.

36 Соловьева, Н. А. Методика экспресс-анализа финансового состояния коммерческой организации/ Н. А. Соловьева, О.Ю. Дягель // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - № 2. - С. 161-167.

37 Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: <http://krasstat.gks.ru>.

38 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. - Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

39 Характеристика рынка общественного питания в современной России [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.economicdiscuss.ru>.