

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

Кафедра экономического анализа и статистики

Допускается к защите:
зав. кафедрой профессор
_____ Н.А. Алексеева
« ____ » _____ 2017г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: Оценка эффективности диверсификации услуг организации на примере ООО фирма «Интерпартнер» г. Ижевска Удмуртской Республики

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Направленность «Экономика предприятий, организаций»

Выпускник

Н.О. Харина

Научный руководитель,
ст. преподаватель

А.В. Зверев

Рецензент,
доцент

О.О. Злобина

Ижевск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	6
1.1 Основные направления повышения эффективности деятельности организации	6
1.2 Методические основы диверсификации услуг	9
1.3 Теоретическое обоснование предпринимательского решения строительства кафе.....	15
2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ПРАВОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА	20
2.1 Правовой статус, виды деятельности, организационное устройство, структура управления и виды деятельности организации.....	20
2.2 Основные экономические показатели организации	25
3 АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	31
3.1 Организационно-экономическая характеристика нового вида деятельности	31
3.2 Организация производства и обслуживания.....	41
3.3 Технико-экономическая оценка проекта	44
4 ОЦЕНКА ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	51
4.1 Современное состояние организации	51
4.2 Планируемые показатели после внедрения проекта	51
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	56
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	59
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

Экономические условия, в которых организации осуществляют свою деятельность, сегодня конкретным образом изменились. С одной стороны, им предоставлена хозяйственная самостоятельность, они сами решают вопросы экономической деятельности, определяют масштабы производства, формируют структуру капитала, занимаются распределением имеющихся финансовых ресурсов. С другой стороны, остро возникает проблема оценки и эффективного использования имеющихся ограниченных финансовых ресурсов. Отсюда и возникает настоятельная потребность в формировании стратегии управления экономическим потенциалом организаций.

Изменения в экономике России, связанные с переходом к рыночным отношениям, требуют от руководителей организаций новых способов и подходов к технологиям управления и анализа деятельности. Одним из таких способов является диверсификация производства, как переход от односторонней производственной структуры к многопрофильному производству с широкой номенклатурой выпускаемой продукции.

Диверсификация производства позволяет скомпенсировать падение сбыта на рынке одного товара за счет увеличения сбыта другого товара.

Цель выпускной квалификационной работы– Оценка эффективности диверсификации услуг организации на примере ООО фирма «Интерпартнер» г. Ижевска Удмуртской Республики.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. раскрыть теоретические основы повышения эффективности деятельности организации;
2. дать организационно-экономическую и правовую характеристику организации;
3. проанализировать внедрение нового вида деятельности;
4. оценить повышение экономической эффективности деятельности организации на основе диверсификации услуг организации.

Объектом исследования в данной работе является ООО фирма «Интерпартнер».

Предметом исследования является оценка эффективности диверсификации услуг организации.

Методы исследования, использованные в работе: аналитический метод, монографический метод, расчетный метод.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Основные направления повышения эффективности деятельности организации

Пути повышения эффективности производства – комплекс конкретных мероприятий по росту эффективности производства в заданных направлениях. Основные пути повышения эффективности производства: снижение трудоемкости и повышение производительности труда, снижение материалоемкости продукции и рациональное использование природных ресурсов, снижение фондоемкости продукции и активизация инвестиционной деятельности предприятий.

В условиях современной рыночной экономики все предприятия должны заботиться об эффективности производства, которое является важным показателем успешности и конкурентоспособности предприятия. В условиях современной рыночной экономики все предприятия должны заботиться об эффективности производства, которое является важным показателем успешности и конкурентоспособности предприятия. Как известно в мировой практике, главная цель предприятия - получение прибыли. Для реализации цели предприятию необходимо поддерживать в надлежащем состоянии старое производство и качество выпускаемой продукции, либо используя современные технологии внедрить в производство новое.

Научно-технический прогресс выступает одним из важных факторов повышения эффективности деятельности предприятия. В настоящее время для успешного и процветающего функционирования предприятия необходимо провести качественные изменения в его деятельности, внедрить в производство современные технику и технологии, что повлечет за собой перестройку отраслей хозяйства.

Значительно повысить производительность труда можно с помощью коренного преобразования в технике и технологии, произвести мобилизацию всех технических, организационных, экономических и социальных факторов,

использовать при производстве модернизированные формы научной организации труда и способы его нормирования, внести изменения в производственную культуру, установить порядок и дисциплину.

Пути повышения эффективности производства – комплекс конкретных мероприятий по росту эффективности производства в заданных направлениях [9, с.152].

Пути повышения эффективности можно подразделить на общенациональные (государственные), отраслевые, территориальные и внутрипроизводственные в зависимости от сферы и места их применения [10, с.68].

В странах с развитой рыночной экономикой эти пути относят к двум группам. Первая группа - внутрипроизводственные и внешние или факторы, которые влияют на изменение прибыли и контролируются фирмой и неконтролируемые факторы, к которым фирма может только подстроиться [19, с.47].

Ко второй группе факторов можно отнести – конкретные рыночные условия, установленные цены на продукцию (сырье, материалы, энергию), курс валют, налоги и налоговые льготы, ставки по кредитам, система госзаказов и т.д. [19, с.48].

Для анализа показателей экономической эффективности необходимо учитывать факторы повышения эффективности производства по основным направлениям развития и совершенствования производства. К данным направлениям можно отнести: комплекс технических, организационных и социально-экономических мер, которые позволяют экономить живой труд, затраты и ресурсы, повысить качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции.

Факторы, повышающие эффективность производства:

- минимальное использование ресурсов – необходимо внедрить в производство современную технику и технологии, которые экономно используют материалы, энергию, совершенствовать нормативную базу предприятия,

наладить переработку отходов производства, улучшить качество оказываемых услуг;

- эффективное распределение основных фондов – ликвидировать из производства, не задействованные машины и оборудование, передать в аренду не используемое имущество предприятия, наладить качественное обслуживание и ремонт техники, установить новые машины и оборудование, осуществить максимальную загрузку машин и оборудования;

- максимально эффективное использование рабочего ресурса – для этого необходимо создать на предприятии оптимальный штат сотрудников, повысить их уровень квалификации, обеспечить высокую производительность труда по сравнению со средней заработной платой, применить современные системы и формы оплаты труда, улучшить условия труда, автоматизировать и механизировать производственный процесс, обеспечить максимальную мотивацию;

- создание и использование новой организационной структуры производства, труда и управления;

- применение маркетинговых коммуникаций – создание оптимальной стратегии ценообразования, создание рекламной компании, исследование и анализ рынка услуг [45, с.36];

- применение научно - технического прогресса - повышение технического уровня производства, повышение качества производимой и осваиваемой продукции, создание инновационной политики предприятия;

- структурная перестройка экономики – ориентировать производство на товары широкого применения, конверсия оборонных предприятий и отраслей, реконструировать и технически переналадить существующие предприятия, ускорить развитие наукоемких, высокотехнологичных отраслей;

- совершенствование развития диверсификации, специализации и кооперирования, комбинирования и территориальной организации производства, совершенствование организации производства и труда на предприятиях и в объединениях;

- разгосударствление и приватизация экономики, совершенствование государственного регулирования, хозяйственного расчета и системы мотивации к труду;

- усиление социально-психологических факторов - демократизации и децентрализации управления, повышение ответственности, возможность реализации творческой инициативы работников, обеспечение всестороннего развития личности, обеспечение социальной направленности в развитии производства (повышение общеобразовательного и профессионального уровня работников, улучшение условий труда и техники безопасности, повышение культуры производства, улучшение экологии) [10;54].

Среди всех факторов повышения эффективности и усиления интенсификации производства решающее место принадлежит разгосударствлению и приватизации экономики, научно-техническому прогрессу и активизации человеческой деятельности, усилению личностного фактора, повышению роли людей в производственном процессе. Все другие факторы находятся во взаимозависимости от этих решающих факторов.

Проведение комплекса мероприятий позволит повысить эффективность производства, улучшить показатели качества продукции, внедрить новую технологию, сократить затраты и способствовать продвижению предприятия на рынке.

1.2 Методические основы диверсификации услуг

Диверсификация производства – одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий в рамках одного предприятия, концерна и т.п. Диверсификация применяется с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды и предотвращения банкротства.

Являясь инструментом устранения диспропорций воспроизводства и перераспределения ресурсов, диверсификация производства и предпринима-

тельской деятельности преследует различные цели и определяет направления реструктуризации экономики.

Развитое рыночное хозяйство прошло через множество этапов, каждый из которых характеризовался разнообразным сочетанием специализации и диверсификации как асимметричными формами организации производства. Наиболее осязаемое развитие диверсификация получила в большинстве стран в середине 50-х годов, когда впервые стало известно (с разной остротой в отдельных странах) относительное исчерпание внутренних источников роста эффективности производства.

Возникает проблема определения совокупности признаков, отличающих отрасли друг от друга и влияющих на эффективность диверсификационных программ. Выделяются пять основных факторов, воздействующих на потенциал эффективности отрасли: конкуренция между фирмами, выпускающими одинаковую продукцию; возможность появления новых конкурентов; производство товаров-заменителей; позиции поставщиков сырья и материалов и положение покупателей на рынке.

Не отрицая важности перечисленных факторов, характеризующих привлекательность диверсификации производства, укажем те, которыми руководствуется предприятие при выборе того или иного вида деятельности: экономическая эффективность, уровень предпринимательского риска, продолжительность оборота капитала, уровень ликвидности.

С точки зрения эволюции предприятия совокупность и величина признаков отличия остаются неизменными в определенный период времени. По мере удовлетворения потребностей, насыщения спроса, изменения вкусов и предпочтений потребителей меняются приоритеты в обществе. Ситуация заставляет предприятия адекватно приспосабливаться к изменившейся ситуации и искать новые товары, технологии, перспективы существования. Циклы диверсификации, следующие за циклическими колебаниями экономической конъюнктуры, в долговременном периоде порождают два разнонаправленных процесса (Таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Выравнивание отраслевых уровней рентабельности

Традиционное производство	Новое производство (диверсификация)
Падение нормы прибыли Извлечение капитала	Высокая норма прибыли Вложение капитала
Снижение объема традиционного производства	Увеличение объема производства новой продукции
Отрицательный эффект масштаба производства	Положительный эффект масштаба производства
Уменьшение предложения	Увеличение предложения
Повышение цены товара	Снижение цены товара
Увеличение прибыли	Снижение прибыли
Ликвидация убытков	Ликвидация прибыли
Традиционное производство	Новое производство (диверсификация)

Посредством постоянного перелива и распределения между различными сферами в зависимости от понижения и повышения нормы прибыли капитал обуславливает такое соотношение между спросом и предложением, что всегда существует стремление развивать отрасли с высокой рентабельностью и тормозить с низкой. В ходе этого достигается не просто равновесие между спросом на товары и предложением, а более существенное равновесие между производственным потенциалом каждой отрасли и потребностями в продукции этой отрасли. Отсюда можно сделать вывод, важный как для определения направлений реструктуризации экономики, так и для распределения ресурсов: уровень потребностей обратно пропорционален уровню производственного потенциала отрасли, удовлетворяющей эту потребность.

Упрощенно можно сказать, что диверсификация – это обратный процесс специализации, который базируется на эффекте комбинирования и предполагает включение в состав деятельности хозяйствующего субъекта новых сфер. После проведения мер по диверсификации организация расширяет свою сферу деятельности, переходит в большинстве случаев в категорию крупной и высоко интегрированной.

Основной целью диверсификации является увеличение прибыли за счет использования рыночных преимуществ.

Специфические цели, поставленные для определенных ситуаций, могут быть сгруппированы в три основные категории:

-цели роста, которые должны способствовать регулированию баланса в условиях благоприятных тенденций;

-цели стабилизации, предназначенные для защиты от неблагоприятных тенденций и непредсказуемых явлений;

-цели гибкости, предусматриваемые для усиления позиции компании в случае непредсказуемых событий.

Диверсификация имеет следующие преимущества:

1. возможность распределить риск, предлагая несколько продуктов на различных рынках, при этом нужный объем продаж или убытки на первом рынке компенсируются высоким объемом продаж и большой прибылью на втором рынке. В итоге общее состояние предприятия оказывается удовлетворительным;

2. переориентация деятельности со старых приходящих в упадок рынков сбыта на новые;

3. ведет к синергии;

4. способствует эффективному использованию избытка средств.

Недостатки диверсификации:

1. экономические (неизбежный рост расходов (издержек));

2. управленческие - повышается сложность управления предприятием;

3. потребительские - эффект диверсификации не гарантирует стабильность (или рост) потребительского спроса;

4. требует знаний и опыта, чтобы хорошо управляться с новыми продуктами или услугами;

5. конкурентные - игнорируется важнейшее требование стратегии конкуренции: в первую очередь конкурируют не диверсифицированные предприятия, а только входящие в их состав производства.

Диверсификацией является стратегия развития организации, которую используют в ситуациях, когда дальнейшее развитие основного производства

невозможно, для снижения риска либо для получения возможности овладеть новой технологией или новым рынком. Побудительные мотивы диверсификации могут существовать отдельно, но и могут сочетаться друг с другом. Поэтому выбор формы диверсификации требует хорошего обоснования и тщательного планирования.

Различают связанную и несвязанную диверсификацию.

Связанная диверсификация - проникновение в смежные отрасли.

Несвязанная диверсификация преследует цель усиления экономической устойчивости компании путем вхождения в новые непрофильные отрасли и общего увеличения активов.

Наиболее распространенные классификацией стратегии диверсификации являются следующие подвиды:

1) стратегия централизованной диверсификации - базируется на поиске и использовании дополнительных возможностей производства новых продуктов, которые заключены в существующем бизнесе. Существующее производство остается в центре бизнеса, а новое возникает исходя из тех возможностей, которые заключены в освоенном рынке, используемой технологии либо же в других сильных сторонах функционирования фирмы;

2) стратегия горизонтальной диверсификации - предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. Новый продукт по своим качествам должен быть сопутствующим уже производимому продукту;

3) стратегия конгломеративной диверсификации. Эта стратегия состоит в том, что фирма расширяется за счет производства технологически не связанных новых продуктов с уже производимыми продуктами и реализует их на новых рынках. Это одна из самых сложных для реализации стратегий развития, так как ее успешное осуществление зависит от многих факторов.

Исследование сущности понятия диверсификация производства и причин возникновения показывает, что методы ее проведения находятся в жесткой зависимости от сферы бизнеса и управления предприятием.

Диверсификация требует такой степени гибкости в подходах к ее реализации, что в начале планирования деятельности не следует исключать ни одного из них. Каждый случай диверсификации требует соответствующего подхода и анализа, и одновременно должны быть рассмотрены все возможные методы. В самом общем виде программы по проведению диверсификации могут включать один из нижеперечисленных методов:

1. адаптация. Весь существующий персонал, а также оборудование должны использоваться для достижения в дальнейшем большего разнообразия товаров и услуг. Этот метод вполне естествен для компаний, персонал которых пропитан духом исследований;

2. экспансия (расширение). Повышение производительности происходит за счет увеличения количества оборудования и качества организации, что, как правило, ведет к увеличению ассортимента продукции;

3. поглощение. Фирма, занятая в определенной сфере деятельности, поглощается путем покупки либо за наличные, либо за акции, либо за их комбинацию. Центральные корпоративные функции распространяются и на новый отдел, и на навыки и опыт управления поглощенной компанией и начинают работать в целом на вновь образовавшуюся компанию;

4. слияние. Объединение компаний приблизительно одинакового размера и рода деятельности;

5. присоединение. Заинтересованность в какой-либо компании, которая проявляется либо как непосредственное участие, либо как контроль над другой компанией. Однако присоединившая компания продолжает функционировать как независимая структура;

6. инвестиции. Весь процесс вовлечения наличных денег, управленческого таланта, технических навыков, патентов и других ресурсов должен протекать таким образом, чтобы компания смогла извлечь из этого опреде-

ленные виды преимуществ, к примеру, гарантированные поставки сырья и доходы по инвестициям, определенные выгоды от сотрудничества с другими фирмами. В некоторых случаях компании могут образовывать новую корпорацию;

7. содействие. Оказание поддержки поставщику или покупателю в проведении диверсификации или в расширении их деятельности. По большому счету потребности покупателя в производственной сфере можно охарактеризовать как фактор, существенно способствующий процессу диверсификации.

Обобщая вышесказанное, можно сказать, что основная классификация стратегии диверсификации предполагает ее деление на: централизованную, горизонтальную и конгломеративную диверсификацию.

Методы диверсификации зависят от сферы бизнеса и управления предприятием. Основными методами диверсификации будем считать: адаптацию, экспансию, поглощение, слияние, присоединение, инвестиции, содействие.

1.3 Теоретическое обоснование предпринимательского решения строительства кафе

Успех предпринимательства зависит в значительной мере от избранной сферы деятельности, организационно-правовой формы предприятия, стратегии и тактики управления.

Решая проблему создания нового предприятия, предприниматель должен избрать сферу деятельности, учесть возможности вложения в дело собственного и заемного капиталов, определить сроки окупаемости финансовых ресурсов.

Предпочтительным вариантом предпринимательства является такая сфера, в которой предприятие начинает функционировать первым и имеется возможность предопределять ассортимент, цены, привлекать клиентов и заказчиков. Для принятия решения не обойтись без тщательного изучения со-

стояния рынка, положения дел у конкурентов, научных прогнозов вероятных изменений спроса и предложения, покупательной способности населения. Важной является информация о положении дел в аналогичной сфере деятельности в развитых странах мира, а для получения такой информации необходимо использовать современные информационные технологии [25, с.59].

Выбор оптимального варианта осуществления предпринимательской деятельности дает возможность технико-экономического обоснования (ТЭО) предполагаемого проекта. Важнейшим инструментом ТЭО является бизнес-план [25, с.52].

Для каждого варианта выбираемой стратегии составляется бизнес-план, который позволяет предпринимателю определить направления действий на этапе становления предприятия, условия выживания при наличии жесткой конкурентной борьбы, а потенциальным внешним инвесторам - решить вопрос относительно участия в финансовой поддержке создаваемого предприятия.

В процессе разработки бизнес-плана предприниматель имеет возможности критически оценить свои силы, ответить на вопросы о целесообразности создания предприятия, найдет ли оно своего клиента, с кем придется конкурировать и удастся ли завоевать рынок сбыта.

Ситуация может сложиться таким образом, что на стадии разработки бизнес-плана предприниматель убедится в бесперспективности проектируемого бизнеса. Это лучше, чем прийти к такому выводу после того, как уже вложены средства, и предприятие начинает функционировать [3, с.86].

В современном мире рынок товаров и услуг стремительно развивается, и удивить потребителя чем-либо с каждым днем становится все труднее, но все же появление новых организаций и товаров привлекает покупателя, а хорошее качество последних помогает увеличивать спрос.

Исходя из этого, было решено ООО фирма «Интерпартнер» открыть кафе на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода. А также удовлетворить потребности посетителей, же-

лающих пообедать в уютной обстановке и найти удобное место для встреч и развлечений.

Бизнес, связанный с организацией общественного питания, составляет важную часть индустрии гостеприимства. Перспективы этого бизнеса зависят, прежде всего, от экономической ситуации в стране и определяются национальными особенностями быта населения. Ресторанный комплекс является важнейшим элементом социальной сферы, играющим большую роль в повышении эффективности общественного производства и соответственно росте жизненного уровня населения.

В последние годы предприятия общественного питания возникают не с целью «накормить» как можно больше желающих любой ценой, как раньше, а с тем, чтобы обеспечить клиентуру качественным сервисом и радушным личным отношением персонала. Клиенты кафе стали еще придирчивей к уровню обслуживания и формируют мнение о заведениях уже не по принципу «а куда же еще?», а с вопросом «где бы поприятнее?». От личного мнения посетителей зависит посещаемость ресторана, и часто повлиять на него можно только честно предоставляя желаемый ресторанный сервис.

Любому человеку на Земле необходима пища и каждый может приготовить ее дома, однако не все блюда так легко приготовить в домашних условиях и не так уж это и быстро. Поэтому существует огромное количество различных заведений типа кафе, ресторанов, баров и т.д. В любое время суток желающий может прийти и заказать себе любимое блюдо или выпить любимый напиток.

Разнообразие среди кафе и ресторанов обусловлено желанием владельцев привлечь как можно больше посетителей путем предоставления оригинальных услуг и необычных блюд. Также проводятся различные акции, концерты и мероприятия для расширения клиентской базы.

Анализ отрасли общественного питания в России и за рубежом показывает высокую перспективность данной отрасли, которая выражается емкостью российского рынка общественного питания, слабой насыщенностью,

высокими темпами роста отрасли, и устойчивостью к кризисным состояниям экономики.

Российский потребитель представляется на сегодняшний день тратящим небольшие суммы на питание вне дома, по сравнению с европейским, американским потребителем, при этом лояльно относящимся к относительно малозатратному для личного бюджета быстрому питанию, или питанию фаст – фуд. Данный сегмент в отрасли общественного питания в российской среде популярен, и со временем изменяется качественно, в чем состоит резерв роста этого сегмента.

Также производителями постепенно осваиваются новые для России формы общественного питания, - кейтеринг (доставка горячих обедов в офисы) переживает этап выхода на рынок, занятия крупного неосвоенного сегмента работающего российского населения, трудящегося на предприятиях разных форм собственности.

Отрасль общественного питания, или как принято её называть в соответствии с новой классификацией, отрасль гостеприимства, по прогнозам аналитиков, в ближайшие 5-10 лет является перспективной сферой вложения капитала. Рынок предприятий общественного питания не насыщен, отмечаются темпы роста в 15-20 % по состоянию на 2016 год. В самом общем виде значительный отрыв России от западных стран по количеству предприятий общественного питания на человека обусловлен спецификой отрасли, затрудняющий вхождение в неё новых игроков, и в течение длительного времени просуществовавшей системой общественного питания на дотационных началах, разрушенной в годы реформ 90-х годов 20 века.

Не претерпевает особых изменений и в настоящее время непроизводственный сектор отрасли – это общественное питание при санаториях и больницах, и в целом на предприятиях, выполняющих функции социальной защиты населения. Тогда как коммерческая система общественного питания получила за последние 20 лет активное развитие, и потенциал роста на сегодняшний день далеко не исчерпан.

Коммерческий сектор общественного питания является подотраслью торговли и одновременно отраслью материального производства. Отрасль общественного питания является важным звеном в экономике, в силу интенсивной оборачиваемости средств в данной сфере, благодаря которой происходит быстрое первоначальное накопление капитала.

В идеале, посещение общедоступных мест питания должно позволять потребителю удовлетворить запросы в высококачественных продуктах, приготовление которых в домашних условиях технологически не возможно или затруднительно. Обстановка и процесс принятия пищи в эстетически привлекательных помещениях, сопровождаемое общением, является основой полноценного отдыха, повышения культурного уровня. Такой порядок питания значительно повысил бы качество жизни человека, поскольку общественное питание является основным фактором, определяющим уровень жизни населения.

По сравнению с торговлей, общественное питание имеет значительно меньшие масштабы, однако за 10 лет общепит совершил большой шаг вперед как в количественном, так и в качественном выражении. Ресторанный бизнес вышел на фондовый рынок. Цены на услуги общественного питания росли невысокими темпами относительно других статей расходов россиян. С ростом числа организаций конкуренция в данной подотрасли явно усилилась.

В городе Ижевск мало кафе с тематическими вечерами, с различными выступлениями. Есть только антикафе — заведения, где посетители платят не за еду и напитки, а за минуты, проведенные в нем. Но сложно назвать их в полной степени заведением общественного питания, так как люди сюда заходят скорее не поесть, а пообщаться, поиграть в настольные и компьютерные игры. Антикафе организуют различные тематические вечера, приглашают местных музыкантов, проводят конкурсы и т. д. Из еды здесь чаши с разнообразным печеньем и конфетами, чай, кофе — и никакого алкоголя. Поэтому строительство полноценного кафе с выступлениями станет популярным. С помощью диверсификации, торгуя на нескольких разных вариантах систем,

можно добиться более плавного изменения размера своего счета и избежать резких падений величины своего капитала.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ПРАВОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

2.1 Правовой статус, виды деятельности, организационное устройство, структура управления и виды деятельности организации

Компания «Интерпартнер» является официальным дилером более 30 брендов строительной, дорожной, коммунальной, специальной техники, автобусов, сельскохозяйственной техники, легковых, коммерческих автомобилей и внедорожников отечественных и зарубежных автопроизводителей.

Основное предназначение ООО фирма «Интерпартнер» - достижение весомых финансовых результатов, удержание контрольного показателя рентабельности капитала путем востребования приобретаемых в торговых залах предприятия запасных частей.

ООО фирма «Интерпартнер» уделяет особое внимание улучшению качества обслуживания всех категорий своих клиентов и совершенствованию системы продаж продуктов технической промышленности.

Целью предприятия является расширение товаров и услуг, осуществление производственных и торговых расчётов с потенциальными клиентами. В итоге - получение прибыли.

Полное наименование – общество с ограниченной ответственностью фирма «Интерпартнер». Юридический адрес: Удмуртская Республика, город Ижевск, ул. Промышленная, дом 2. Также есть 7 обособленных подразделений:

1. город Ижевск, ул. Гагарина, 81 – торговая площадка по реализации крупногабаритной техники.
2. город Глазов – магазин по реализации запасных частей.
3. город Сарапул – магазин по реализации запасных частей.
4. Игринский район, поселок Игра - магазин по реализации запасных частей.
5. Можгинский район, город Можга - магазин по реализации запасных частей.
6. Пермский край, город Пермь – представительство по реализации сельскохозяйственной техники.
7. город Воткинск - магазин по реализации запасных частей.

ООО фирма «Интерпартнер» является учредителем ООО «Коммерческий транспорт Удмуртии» размер доли составляет 25%, также обществом учреждена организация ООО «Интерпартнерсервис» размер доли составляет – 25%, ООО «ХендеКомТрансИжевск» размер доли составляет 100%.

ООО фирма «Интерпартнер» является официальным дилером завода «Ростельмаш» на территории Удмуртской Республики и Пермского края по поставке сельскохозяйственной техники, также является дилером ООО ДЦ «Уральский автомобильный завод» и другие.

Общество с ограниченной ответственностью фирма «Интерпартнер» создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации [2], Федеральным законом от 08.02.1998г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»[7] и иным действующим законодательством, регулирующем деятельность хозяйственных обществ. Общество создается без ограничения срока.

Общество является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность на основании настоящего Устава и действующего законодательства Российской Федерации.

Общество является коммерческой организацией.

Общество в праве в установленном порядке открывать банковские счета на территории российской Федерации и за ее пределами.

Общество имеет круглую печать, содержащую ее фирменное наименование на русском языке и указание на его местоположение.

Общество имеет штампы и бланки со своим наименованием, эмблему, зарегистрированные товарные знаки другие средства индивидуализации.

Общество является собственником принадлежащего ему имущества и отвечает по своим обязательствам собственным имуществом.

Участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенными вкладов.

Российская Федерация, субъекты Российской Федерации и муниципальные образования не несут ответственность по обязательствам общества, равно как и общество не несет ответственности по обязательствам Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Общество ведет список участников с указанием сведений о каждом участнике, размере его доли в уставном капитале общества, а также о размере долей, принадлежащих обществу. Принятие новых участников в состав Общества осуществляется по решению Общего собрания участников в порядке, установленном действующим законодательством.

Общество с ограниченной ответственностью фирма «Интерпартнер» создано 7 августа 1997 года.

Основные виды деятельности:

- оптово-розничная торговля сельхозтехникой;
- оптово-розничная торговля авто спецтехникой;
- оптово-розничная торговля легковыми автомобилями;
- оптово-розничная торговля и запасными частями.

На рисунке 1 показана организационно-управленческая структура ООО фирма «Интерпартнер».

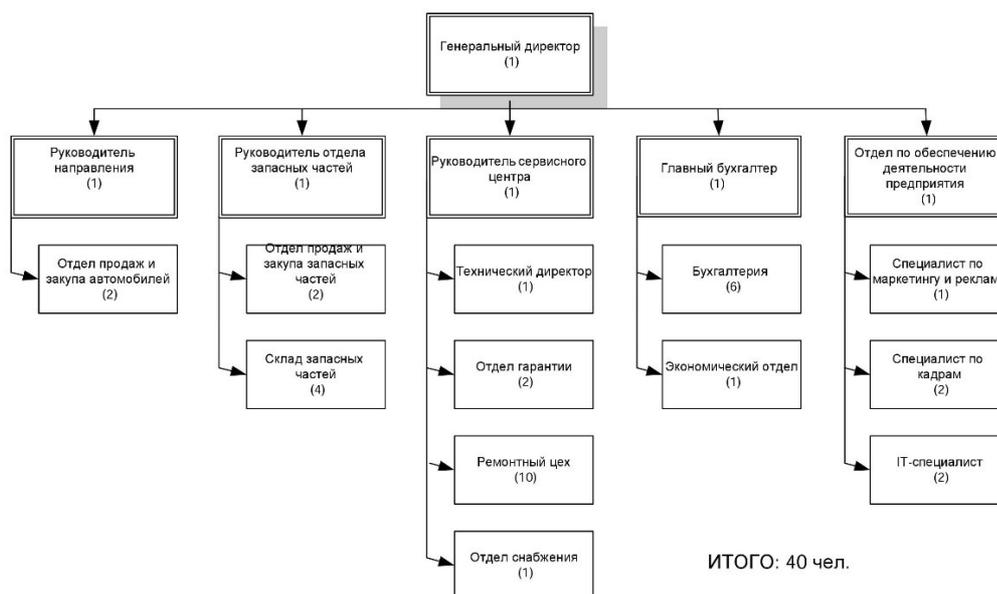


Рисунок 1– Организационно-управленческая структура ООО фирма
«Интерпартнер»

В ООО фирма «Интерпартнер» работает высококвалифицированная команда специалистов. Руководители организации имеют значительный опыт руководящей и организационной работы, коммерческой деятельности, высшее техническое, экономическое, юридическое образование. Команда обеспечивает динамичное развитие и стабильное финансово-экономическое положение фирмы в быстро меняющихся рыночных условиях.

Органом управления ООО фирма «Интерпартнер» является генеральный директор, который назначается (избирается) советом учредителей.

Генеральный директор организует текущую деятельность организации, непосредственно руководит всеми подразделениями и персоналом, обладает закрепленными законом правами и обязанностями, решает вопросы по снабжению организации товарами и материалами. Несет ответственность за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, за последствия принимаемых решений, финансово-хозяйственные результаты деятельности Общества. Функции генерального директора заключаются в общем руководстве производственно-хозяйственной деятельностью компании. К его компетенции относятся все вопросы руководства текущей деятельностью Общества. Он бездоверенности действует от имени Общества, в том числе совершает сделки, утверждает штат, издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками Общества.

В прямом подчинении генерального директора находятся его заместители: по финансам, по сельскому хозяйству, по безопасности, по общим вопросам, а также главный бухгалтер. Заместителям генерального директора непосредственно подчиняются начальники отделов.

Главный бухгалтер отвечает за организацию бухгалтерского и налогового учета в организации.

Главный бухгалтер ООО фирма «Интерпартнер» непосредственно подчиняется генеральному директору. Главный бухгалтер ООО фирма «Интер-

партнер» так же имеет в своем подчинении бухгалтеров и бухгалтеров-кассиров. Организационная структура управления – линейная. Характеризуется тем, что базируется на вертикальном разделении управленческого труда и приводит к управлению по уровням.

Руководители, специалисты и служащие руководствуются в своей работе действующим законодательством, должностными инструкциями и другими нормативно-правовыми актами, утверждаемыми в установленном порядке, и несут ответственность за соблюдение содержащихся в них требований и правил.

В целом структура ООО фирма «Интерпартнер» рациональна, позволяет руководству быстро и эффективно оценивать текущую работу подразделений, принимать оперативные решения и планировать стратегические направления деятельности предприятия; связи между подразделениями отлажены и способствуют их эффективной работе.

«Интерпартнер» — это социально ориентированная компания. Для компании важно учитывать интересы общества, принимая меры для повышения качества жизни сотрудников и их семей, а также общества в целом. Из всех ресурсов компании особое место принадлежит сотрудникам. Общая численность сотрудников компании насчитывает более 300 человек.

Компания «Интерпартнер» участвует в благотворительных программах, оказывает благотворительную помощь детским творческим коллективам, спортивным школам, благотворительным фондам и общественным организациям, занимающимся социальными проектами. Среди них фонд «Город детства», детский фонд «Виктория», федерация фигурного катания Удмуртии, III Республиканский фестиваль хореографического искусства «Танцующая планета» и многие другие проекты.

2.2 Основные экономические показатели организации

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли, чем выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует предприятие, тем устойчивее его финансовое положение.

Основными источниками информации для анализа являются данные аналитического бухгалтерского учета по счетам результатов, «Отчет о финансовых результатах», а также «Бухгалтерский баланс».

Основные показатели деятельности ООО фирма «Интерпартнер» представлены в таблице 2.1.

Суть финансового анализа заключается в оценке и прогнозировании финансового состояния организации по данным бухгалтерской финансовой отчетности и учета. Финансовый анализ является одним из важнейших элементов финансовой политики предприятия.

Таблица 2.1 - Основные показатели деятельности организации

Показатели	2016	2015г.	2014г.	2016г. в % к 2014г.
1. Выручка от продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб.	1 785 741	1 958 410	2 667 580	66,94
2. Себестоимость продажи продукции (работ, услуг), тыс. руб.	1 576 018	1 773 101	2 466 025	63,91
3. Прибыль (убыток) от продажи (+,-), тыс. руб.	49 962	45 517	23 227	215,10
4. Прибыль (убыток) до налогообложения (+,-), тыс. руб.	17 751	24 778	11 637	152,54

Продолжение таблицы 2.1

5. Чистая прибыль (убыток) (+,-), тыс. руб.	16 269	23 186	10 022	162,33
6. Рентабельность продаж, %	2,80	2,32	0,87	321,84
7. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	195395	197742	176457	110,73
8. Фондоемкость, руб.	0,11	0,10	0,07	157,14
9. Фондоотдача, руб.	9,14	9,90	15,12	60,45
10. Рентабельность использования основных средств, %	9,08	12,53	6,59	137,78
11. Рентабельность совокупного капитала (активов), %	2,76	3,55	1,32	209,10
12. Рентабельность собственного капитала, %	14,88	24,05	14,57	102,13
13. Рентабельность внеоборотных активов, %	8,52	12,53	5,42	157,19
14. Рентабельность оборотных активи-	4,07	4,95	1,75	232,57

ВОВ, %				
--------	--	--	--	--

Как видно из таблицы, прибыль от продажи возросла на 115,10%, что говорит о росте объема продаж. Рост показателя прибыли до налогообложения на 58,54% свидетельствует о положительной тенденции по предприятию в целом. Выручка в 2016 году, по сравнению с 2014 года уменьшилась на 33,06%. Рентабельность продаж в 2016 году выросла в 2 раза по сравнению с 2014 годом. Рост этого показателя свидетельствует о повышении конкурентоспособности предприятия, так как вырос спрос на его услуги.

Показатель фондоотдачи в динамике за период 2014 - 2016 годов уменьшается. Если в 2014 году на 1 рубль основных средств приходилось 15,12 рублей выручки, то в 2016 году 9,14 рублей выручки на 1 рубль основных средств. Можно сделать вывод о снижении эффективности использования основных средств на предприятии. Показатель фондоёмкости в свою очередь растет, так если в 2014 году на 1 рубль выручки приходилось 0,07 копеек основных средств, то в 2016 году 0,11 копеек. Увеличение фондоёмкости порождает снижение выпуска продукции.

Рентабельность совокупных активов увеличилась на 1,44 %, это говорит об улучшении использования средств ООО фирма «Интерпартнер» в 2016 г. по сравнению с 2014 г. Рост прибыли привел к увеличению рентабельности собственного капитала на 0,31 %.

По сравнению с 2015 г. наблюдается снижение всех показателей рентабельности. Показатель рентабельности активов отражает эффективность использования активов предприятия. Уменьшение показателя говорит о снижении эффективности использования активов предприятия.

По сравнению с 2014 годом рентабельность всех видов капитала показала положительную динамику в 2016 году. Рентабельность собственного капитала показывает эффективность использования собственных источников финансирования и позволяет владельцу организации сравнить отдачу, полученную от использования вложенного капитала, с той отдачей, которая имела

бы место при альтернативных вариантах вложения данного капитала. В 2014 году рентабельность собственного капитала составила 14,57, в 2016 году показала уровень 14,88%, что указывает на отдачу инвестируемого в предприятие капитала.

Рентабельность внеоборотных активов показывает, какой размер прибыли приносит 1 рубль стоимости внеоборотных активов, и предоставляет возможность оценить эффективность имущества, которое будет использоваться в течение длительного времени. Рентабельность внеоборотных активов в 2014 году составила 5,42 %, что демонстрирует способность предприятия обеспечивать достаточный объем прибыли по отношению к основным средствам компании. Но с учетом роста данного показателя по сравнению с уровнем 2014 года, организация может более эффективно использовать свое имущество, не задействует все имеющиеся у него резервы.

Рентабельность оборотных активов показывает отдачу каждого рубля, вложенного в оборотные активы. Согласно оптимальной структуре активов организации, доля оборотных активов должна превышать долю внеоборотных активов, однако, здесь важно учитывать отраслевую специфику анализируемой организации. В течение трех лет рентабельность оборотных активов была значительно меньше рентабельности активов внеоборотных. В 2014 году рентабельность оборотных активов равна 1,75 %, а это значит, что предприятие неспособно обеспечивать достаточный объем прибыли по отношению к оборотным средствам компании.

В таблице 2.2 представлены показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости.

Таблица 2.2–Показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости

Показатели	2016 г.	2015г.	2014 г.	Темп прироста, %	Оптимальное значение
1. Коэффициент текущей ликвидности	1,37	1,24	1,11	123,42	не менее 2

2. Коэффициент срочной ликвидности	0,72	0,76	0,32	225,00	не менее 0,8
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,05	0,2	0,02	250,00	не менее 0,2
4. Наличие собственных оборотных средств, тыс. руб.	-89108	-94760	-134993	66,01	-
5. Общая величина основных источников формирования запасов и затрат, тыс. руб.	208796	168117	199083	104,88	-
6. Излишек (+) или недостаток (-), тыс. руб.:					
а) собственных оборотных средств	-295219	-279312	-605184	48,78	-
б) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат	2685	-16435	-271108		-
7. Коэффициент автономии (независимости)	0,27	0,21	0,12	225	не менее 0,4
8. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	4,40	5,78	10,00	44	не более 1
9. Коэффициент маневренности	0,75	0,92	1,69	44,38	не менее 0,5
10. Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования	0,21	0,19	0,20	105	не менее 0,1
11. Коэффициент общей платежеспособности фирмы	0,23	0,17	0,10	230	не менее 1
12. Коэффициент финансовой зависимости	0,81	0,85	0,91	89,01	не более 1,25

Коэффициент текущей ликвидности показывает, какую часть текущих обязательств по кредитам и расчетам можно погасить, мобилизовав все текущие активы, т.е. сколько финансовых ресурсов приходится на 1 руб. текущих обязательств. Превышение текущих активов над текущими пассивами (финансовыми обязательствами) обеспечивает резервный запас для компенсации убытков. Чем больше этот запас, тем больше уверенность кредиторов, что долги будут погашены. Для нормального функционирования и сохранения своих инвестиций значение коэффициента текущей ликвидности должно быть не менее 2. По данным таблицы видно, что этот коэффициент не соответствует оптимальному значению, и находится ниже уровня 2.

Коэффициент срочной ликвидности отражает прогнозные возможности организации при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами, и характеризует ожидаемую платежеспособность на период равный средней продолжительности одного оборота дебиторской задолженности. Оптимальное значение коэффициента срочной ликвидности 0,8 и выше. Коэффициент быстрой ликвидности в 2015 и 2016 годах почти достигает нормы, а в 2014 году значительно ниже нормы. Высокое значение коэффициента быстрой ликвидности указывает на устойчивое финансовое состояние организации.

Коэффициент абсолютной (денежной) ликвидности показывает отношение самых ликвидных активов организации – денежных средств и краткосрочных финансовых вложений – к краткосрочным обязательствам. Коэффициент отражает достаточность наиболее ликвидных активов для быстрого расчета по текущим обязательствам, характеризует "мгновенную" платежеспособность организации. Данный показатель является более жестким критерием ликвидности организации. Значение коэффициента абсолютной ликвидности должно быть не менее 0,20. По данным таблицы видно, что в 2013 и 2016 годах организация являлась неплатежеспособной. Коэффициент абсолютной ликвидности в 2015 году составил 0,2, что является оптимальным значением.

Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости) характеризует, в какой степени используемые организацией активы сформированы за счет собственного капитала. Чем выше значение коэффициента, тем более хозяйство финансово устойчиво и тем менее зависимо от сторонних кредитов. Коэффициент автономии за все три года находится на низком уровне.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает, что в 2016г. на 1 руб. собственных средств приходится 4,40 руб. заемных средств. Так как коэффициент финансирования за все три года значительно

больше оптимального уровня 1, то можно сказать, что значительная часть имущества организации сформирована за счет заемных средств.

Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования характеризует долю финансирования из собственных источников. Данный коэффициент показывает, что все три года организация находилась выше оптимального уровня.

Коэффициент маневренности характеризует, какую долю занимает собственный капитал, инвестированный в оборотные средства (наиболее маневренную часть активов), в общей сумме собственного капитала организации. По данным таблицы 2.3 видно, что коэффициент маневренности за все три года соответствует норме.

В целом ООО фирма «Интерпартнер» финансово неустойчиво. Доля заемных средств преобладает над долей собственных средств. Предприятие не имеет возможности своевременно погашать свои кредиты и займы. В целях поддержания платежеспособности необходимо продолжать увеличивать собственные оборотные средства.

Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах на 31 декабря 2016г. ООО фирма «Интерпартнер» в приложении А.

3 АНАЛИЗ ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Организационно-экономическая характеристика нового вида деятельности

3.1.1 Обоснование строительства кафе ООО фирма «Интерпартнер» и выбор стратегии развития предприятия

В современном мире рынок товаров и услуг стремительно развивается,

и удивить потребителя чем-либо с каждым днем становится все труднее, но все же появление новых организаций и товаров привлекает покупателя, а хорошее качество последних помогает увеличивать спрос.

Для повышения экономической эффективности было решено ООО фирмой «Интерпартнер» открыть кафе на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода. А также удовлетворить потребности посетителей, желающих пообедать в уютной обстановке и найти удобное место для встреч и развлечений.

По сравнению с торговлей, общественное питание имеет значительно меньшие масштабы, однако за 10 лет общепит совершил большой шаг вперед как в количественном, так и в качественном выражении. Оборот этой подотрасли вырос в номинальном выражении в 6,7 раз (в 2002 г. Он составил 152,6 млрд. руб., в 2016 г. - 1019,3 млрд. руб.). Число организаций общественного питания выросло в 3,8 раз: если на начало 2003 г. оно составило 16,1 тыс., то на начало 2016 г. – уже 61,1 тыс. Сети общественного питания крупных городов начали распространяться в регионы и, напротив, региональные сети приходят в крупные города. Ресторанный бизнес вышел на фондовый рынок. Цены на услуги общественного питания росли невысокими темпами относительно других статей расходов россиян. С ростом числа организаций конкуренция в данной подотрасли явно усилилась.

В Удмуртской республике, несмотря на экономический кризис, продолжается развитие общественного питания. За 2016 год появилось 35 новых предприятий, а всего их по республике свыше 2000. На 1000 жителей республики сегодня приходится 85 посадочных мест.

По состоянию на 1 января 2013 года средняя республиканская обеспеченность сетью общественного питания составляла в республике 80 посадочных мест, в том числе обеспеченность в предприятиях питания общедоступной сети - 31 место на одну тысячу человек населения Удмуртской Республики.

За 2014 год оборот общественного питания составил 13,2 млрд. рублей,

что в сопоставимых ценах на 4,8% выше прошлого года. Среди субъектов Приволжского федерального округа Удмуртия занимает 3 место по общественному питанию на душу населения.

В городе Ижевск за последние 5 лет рынок общественного питания стал очень разнообразным и интересным. Пришли крупные федеральные и международные сети, появилось большое количество новых форм общественного питания.

Город Ижевск располагается в восточной части Восточно-Европейской равнины. Климат умеренно-континентальный, с коротким тёплым летом и продолжительной холодной зимой. Среднегодовые показатели: температура — +3,0 С°, скорость ветра — 3,6 м/с, влажность воздуха — 76 %.

На 1 января 2015 года по численности населения город находился на 20 месте из 1114 городов Российской Федерации. Население Ижевска составляет 42.32 % населения Удмуртии. Естественный прирост 1605 человек. Плотность населения — 2016,8 чел./км². Население Ижевской агломерации насчитывает св. 700 тыс. человек.

Потребность предприятий Ижевска в работниках на 1 января составила 5 180 чел., из них по рабочим профессиям – 2 938 (56,7%). Количество имеющихся вакансий за год уменьшилось на 59,3%.

В городе Ижевск мало кафе с тематическими вечерами, с различными выступлениями. Есть только антикафе — заведения, где посетители платят не за еду и напитки, а за минуты, проведенные в нем. Но сложно назвать их в полной степени заведением общественного питания, так как люди сюда заходят скорее не поесть, а пообщаться, поиграть в настольные и компьютерные игры. Антикафе организуют различные тематические вечера, приглашают местных музыкантов, проводят конкурсы и т. д. Из еды здесь чаши с разнообразным печеньем и конфетами, чай, кофе — и никакого алкоголя. Поэтому полноценное кафе с выступлениями станет популярным.

С целью улучшения маркетинговой деятельности нового предприятия кафе «Таверна», - был проведен опрос среди потенциальных потребителей.

Для этого была разработана специальная анкета (приложение Б). В опросе приняло участие 50 человек в возрасте 20-55 лет, из них 67 % - женщины, 33 % - мужчины. Диаграммы по результатам исследований в приложении В.

По результатам исследований можно сделать вывод, что посетители кафе чаще всего предпочитают горячие блюда и десерты, на решение о походе в кафе наличие специализированной и национальной кухни не будет влиять. Люди хотят, чтобы в кафе проходили концерты, выступления, тематические вечера. Для большей посещаемости кафе необходимо учитывать создание уютной обстановки и следует обратить внимание на дизайн кафе, широту и ассортимент меню, месторасположение, уровень и качество обслуживания.

3.1.2 Выявление потенциальных потребителей

Кафе «Таверна» будет располагаться в районе с большой проходимостью людей. Основной контингент — это люди со средним и высоким достатком. Основные группы потенциальных потребителей: жители расположенных рядом домов, небольшие компании и влюбленные пары, работники близлежащих заведений и просто мимо проходящие люди. Кафе понравится, как молодым, так и людям в возрасте.

3.1.3 Основные источники снабжения сырьем и полуфабрикатами

Неотъемлемым процессом жизненного цикла продукции являются закупки. От качества исходных сырья во многом зависит качество конечного продукта деятельности организации. Поэтому был проведен анализ поставщиков для кафе «Таверна».

Поставщики продовольственного сырья и пищевых продуктов представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1– Продовольственное снабжение предприятия

п/п	Наименование сырья/пф/продуктов	температура, влажность	Срок хранения, сут.	Наименование поставщика, адрес
1	Молочная продукция	+2...+4 °С, 80-85%	2	ОАО «Ижмолоко», г. Ижевск, ул. Воткинское шоссе, 178

2	Сыр	+2...+4 °С, 80-85%	5	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск, ул. Союзная, 6. ООО «КОМОС ГРУПП», г. Ижевск, ул. Маяковского, 48
3	Яйца	+2...+4 °С, 75-80%	5	ООО «Удмуртская птицефабрика» г. Глазов, ул. Удмуртская, 63
4	Мясная гастрономия	+2...+6 °С, 80-85%	5	ООО «Восточный» УР, Завьяловский район, с. Италмас
5	Рыбная гастрономия	+2...+6 °С, 80-85%	10	ООО Торговая компания «Созвездие» г. Пермь, ул. Куйбышева, 128
6	Куры	-10...-12 °С, 75-85%	4	ООО «Удмуртская птицефабрика» г. Глазов, ул. Удмуртская, 63
7	Индейка	-10...-12 °С, 75-85%	4	ООО «Башкирский птицеводческий комплекс имени М. Гафури» г. Мелеуз, ул. Салавата, 2а
8	Креветки, рыба Дорадо	-10...-12 °С, 85-95%	4	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск, ул. Союзная, 6
	Филе судака, карп, филе тунца			ОАО «Удмуртрыба» г. Ижевск, ул. Маяковского, 42
9	Мясная продукция	-10...-12 °С, 75-85%	4	ООО «Восточный» Россия, УР, Завьяловский район, с. Италмас
10	Бакалея	+12...+15 °С, 65-75%	8	ИП Гимаев А.Р. г. Ижевск, ул. Пойма, 29, офис 1
12	Приправы	+12...+15 °С, 65-75%	8	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск, ул. Союзная, 6
13	Кондитерские изделия	-18...-25 °С, 70-75%	5	ООО «Суит Перл» Санкт-Петербург, ул. Фаянсовая, д. 22
14	Соки, воды	+12...+15 °С, 65-75%	10	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск, ул. Союзная, 6
15	Овощи и ягоды замороженные	-10...-12 °С, 80-85%	10	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск
16	Овощи	+2...+8 °С, 80-85%	5	СПК "Надежда" Малопургинский район, д. Старая монья
17	Фрукты	+2...+4 °С, 80-85%	2	ООО «Гольфстрим», г. Ижевск, Советская, д. 8
18	Грибы	+2...+8 °С, 80-85%	5	ООО «Мегасервис», г. Ижевск, Молодёжная, д. 22

Продолжение таблицы 3.1

19	Зелень	+2...+4 °С, 80-85%	2	Завьяловский, тепличный комбинат, ул. Тепличная, 11
20	Чай, кофе, какао	+12...+15 °С, 65-75%	10	ООО "ТэйстиКофе", г. Ижевск, Воткинское шоссе, д. 49
21	Хлебобулочные изделия (замороженные)	20-25 °С, 75%	2	ОАО «Ижевский хлебозавод № 3» г. Ижевск, ул. Салютовская, 43
22	Консервация	+12...+15 °С, 65-75%	10	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри" г. Ижевск, ул. Союзная, 6
23	Пломбир мороженое	-10...-12 °С, 80-85%	5	ОАО «Удмуртский хладокомбинат», г. Ижевск, ул. Маяковского, 44

24	Сиропы для коктейлей	+12...+15 °С, 65-75%	10	ИП Ермилов В.А. MasterBaroff г.Ижевск, ул. К.Маркса, 302
25	Алкогольная продукция	+10...+15 °С, 70-75%	10	ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» г. Ижевск, ул. Союзная, 6
26	Пиво	+10...+15 °С, 70-75%	10	ООО «Пиво-Юг» г. Москва, Газо- провод д. 2 офис 4

3.1.4 Основные конкуренты

Рядом с местом, где будет располагаться кафе «Таверна» общественное питание слабо развито. Основные конкуренты — это пивной ресторан «Солод и Хмель», кофейня Coffee Black, и кафе Mezzo. Основные конкуренты в радиусе 300 м и конкуренты с услугой организации концертов, тематических вечеров и живой музыки в г. Ижевске в таблице 3.2. План района и месторасположение проектируемого кафе и конкурентов в приложении Г.

Таблица 3.2 – Основные конкуренты

Критерии/ Предприятия	Адрес	Режим работы	Парковка	Кухня	Живая музыка	Средний чек
Основные конкуренты в радиусе 300 м						
Рестораны						
Солод и Хмель	Пушкинская, 281	12.00- 24.00	-	Европейская, японская	-	600
Кафе						
Mezzo	Советская, 14	10.00- 23.00	+	Европейская, русская	-	1000
Кофейни						
Coffee Black	Пушкинская, 281	09.00- 23.00	-	-	-	600

Продолжение таблицы 3.2

Конкуренты с услугой организации концертов и тематических вечеров						
Ресторан "Gorky"	М. Горького, 72	12:00 – 00:00	-	Европейская, Русская	+	1500
Бар «Kenji Bar»	М. Горького, 156	11:00 – 01:00	-	Европейская, японская	+	550
Кафе Пинта	Петрова, 29. ТРК Петров- ский, 1 этаж	12:00 – 00:00	+	Европейская, чешская	+	400

Сильные и слабые стороны конкурентов представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Сильные и слабые стороны конкурентов

Предприятия	Сильные стороны	Слабые стороны
Рестораны		
Солод и Хмель	Официанты, танцпол, бизнес ланч, шашлык, летняя терраса, спортивные трансляции	Нет парковочных мест
Ресторан "Gorky"	Детское меню, еда с собой, живая VIP-зал, танцпол	Нет парковочных мест, высокий средний чек
Бар		
Бар «Kenji Bar»	Постное меню, живая музыка, детское меню, VIP-зал	Нет парковочных мест, маленькая проходимость
Кафе		
Mezzo	Детское меню, вегетарианское меню, 120 мест	Плохие отзывы
Пинта	Живая музыка, дискотеки, трансляции спортивных мероприятий, 400 посадочных мест	Располагается далеко
Кофейни		
Coffee Black	Официанты, детское меню, еда с собой, завтрак	Нет парковочных мест

По анализу конкурентов можно сделать вывод, что кафе располагается в удобном месте, много парковочных мест и средний чек оптимальный.

Для сопоставления возможностей строящегося предприятия условиям рынка строится матрица SWOT-анализа, в которой рассматриваются сильные и слабые стороны, возможности и внешние угрозы для предприятия.

Таблица 3.4–Матрица SWOT-анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
1. высокий уровень сервиса 2. организация выступлений артистов, групп 3. качество продукции 4. скорость обслуживания 5. сцена 6. камин 7. большая парковка	1. недостаток инвестиций 2. недостаток опыта 3. неотработанные на практике каналы поставки сырья.

Продолжение таблицы 3.4

Возможности	Угрозы
1. Расширение меню 2. Организация торжеств 3. появление новых технологий производства продукции 4. стабилизация экономики, рост уровня доходов населения 5. Организация завтраков, бизнес-ланча, бранча	1. Повышение налогов 2. Повышение арендной платы 3. выход на рынок новых конкурентов

По итогам SWOT-анализа предприятия кафе «Таверна» видно, что во внешней среде имеется достаточное количество возможностей для успешной работы заведения, а четко сформированная концепция, передовые технологии и знание потребительских предпочтений позволят справиться с возможными угрозами и усилить слабые стороны предприятия.

3.1.5 Правовая форма проектируемого предприятия

Кафе «Таверна» — это общество с ограниченной ответственностью «Таверна» (ООО «Таверна»). Данная форма предпринимательства в условиях действующей системы российского законодательства во многих аспектах является наиболее эффективной формой ведения малого бизнеса. ООО упрощает процессы привлечения инвестиций.

Таблица 3.5– Список необходимых документов для открытия предприятия общественного питания

№	Название документа	Название учреждения, где выдается
1	разрешение на размещение кафе в помещении	Роспотребнадзор
2	Разрешение у пожарников	Пожарная охрана
3	Документ о соответствии здания санитарным нормам (получается в СЭС), для этого необходимо договор аренды, результаты медосмотра персонала, свидетельство о государственной регистрации, заключение на торговую продукцию и сырье.	СЭС

Продолжение таблицы 3.5

4	Лицензия на продажу алкоголя	Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка, а также прочими лицензирующими органами местной государственной власти. Можно обратиться к посредникам — негосударственным лицензирующим компаниям или центрам сертификации. Такая компания должна иметь разрешение на данный спектр услуг.
5	Патент на торговую деятельность.	Органы местного самоуправления

Для открытия кафе «Таверна» потребуются разрешение на размещение кафе в помещении, разрешение у пожарников, документ о соответствии здания санитарным нормам, лицензия на продажу алкоголя, патент на торговую деятельность.

3.1.6 Выбор места строительства, обоснование типа и мощности проектируемого предприятия

Проектируемое предприятие будет располагаться в Октябрьском районе г. Ижевска на улице Пушкинская, 279 а.

Октябрьский район города Ижевска является центральным районом, который уверенно идёт по пути развития и обновления. Сегодня в нём быстрыми темпами идёт строительство и реконструкция, развивается инфраструктура. Площадь 87,76 км², население на 2015 год составляет 135 576 чел. Средняя заработная плата: 22 000 руб.

На территории района находится несколько промышленных предприятий, самые крупные из которых: АО «ИЭМЗ «Купол», АО «Ижевский мотоцикл завод «Аксион-холдинг», ОАО «НИТИ «Прогресс», АО «Прикампромпроект», ЗАО «Удмуртгражданпроект». Также крупные торговые и развлекательные центры: Аксион, Талисман, Сити, Леон, ЦУМ. На территории района работают 6 ВУЗов, 5 ССУЗов, 21 школа и 39 детских садов.

Кафе «Таверна» будет располагаться в месте, где очень большая проходимость людей. Предприятие будет в бизнес - центре «Парус Плаза». «Парус Плаза» обладает прекрасной транспортной доступностью: добраться до него будет весьма удобно и быстро. В 300 метрах располагаются Администрация города Ижевска, Верховный суд Удмуртской Республики, бизнес-центр Пушкинский, Сбербанк и много жилых зданий, также еще строятся многоэтажные жилые комплексы. Поэтому предприятие общественного питания будет целесообразно строить в данном месте. Работающие, проезжающие мимо, люди, которые гуляют рядом, смогут зайти в кафе «Таверна» и насладиться вкусной едой, приятной музыкой и уютной, расслабляющей ат-

мосферой. В кафе будет сцена, где можно проводить различные тематические вечера, выступления известных и малоизвестных артистов, а также живая музыка.

В кафе «Таверна» один зал, рассчитанный на 60 посадочных мест. Часы работы кафе: пн - вс 11:00 - 23:00. Форма обслуживания—обслуживание официантами. Средний чек кафе будет составлять примерно 500 рублей. Кафе не придерживается определенного вида кухни, она разнообразна.

3.1.7 Определение общей площади проектируемого предприятия

Для общей площади предприятия составим сводную таблицу, с указанием расчетной площади помещения, компоновочной площади помещения, а также фактический коэффициент использования площадей цехов и других помещений. Общая площадь кафе «Таверна» в приложении Д.

Чертеж помещения с цехами и чертеж помещения с оборудованием показаны в приложение Е.

3.1.8 Разработка производственной программы предприятия

Определение количества потребителей осуществляется по графику загрузки залов, составленному с учетом режима работы зала, средней продолжительности приема пищи одним посетителем, коэффициента загрузки зала в каждый час работы предприятия.

График загрузки торгового зала на 60 мест представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6—График загрузки зала

Часы работы	Оборачиваемость места за час, раз	Средняя загрузка зала, %	Количество потребителей, чел.
10-11	1,5	10	9
11-12	1,5	20	18
12-13	1,5	60	43

Продолжение таблицы 3.6

13-14	1,3	100	60
14-15	1,5	70	42
15-16	1,5	20	18
16-17	1,5	20	18
17-18	1,5	30	22
18-19	0,8	50	24
19-20	0,5	70	21

20-21	0,5	70	21
21-22	0,5	50	15
22-23	0,5	20	6
Итого			317

Общее число потребителей за день составляет 317 человек.

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

Общее число блюд, реализуемых предприятием в течение дня представлено в таблице 3.7.

Таблица 3.7–Число блюд, реализуемые в течение дня

Часы работы	Количество потребителей	Норма потребления блюд	Количество блюд
10-11	9	1	5
11-12	18	1	18
12-13	43	2	65
13-14	60	3	150
14-15	42	3	105
15-16	18	2	36
16-17	18	2	36
17-18	22	2	43
18-19	24	2	48
19-20	21	3	53
20-21	21	2	42
21-22	15	2	23
22-23	6	1	6
Итого			629

По таблице 6 видно, что в течение дня реализуется 629 блюд.

3.2 Организация производства и обслуживания

Кафе «Таверна» будет работать с 10 утра до 23 вечера, так как оно располагается в бизнес-центре, который открывается в 10, и вблизи жилого дома.

При разработке режима работы общедоступных предприятий общественного питания рекомендуется учитывать тип, месторасположение и состав потенциального контингента потребителей. Работу предприятий обществен-

ного питания при организациях, учреждениях, следует планировать таким образом, чтобы максимально способствовать полноценной работе и отдыху потребителей. А также работе обслуживающего персонала.

Организационная структура предприятия – это состав, соподчиненность, взаимодействие и распределение работ по подразделениям и органам управления, между которыми устанавливаются определенные отношения по поводу реализации властных полномочий, потоков команд и информации. Схема организационной структуры показана на рисунке 2.

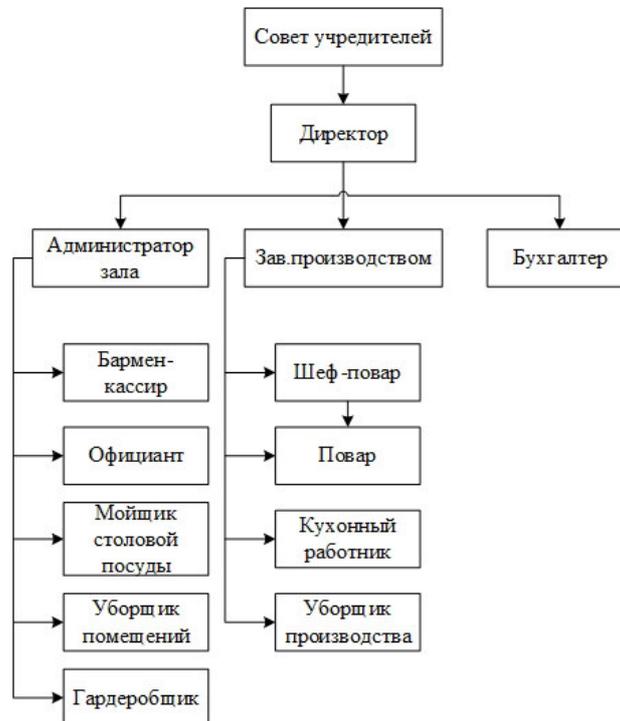


Рисунок 2 –Организационная структура кафе «Таверна»

Культура обслуживания - один из основных критериев в оценке деятельности работников общественного питания. Культура обслуживания на высоком уровне повышает конкурентоспособность предприятия, что очень важно при рыночных отношениях. К основным факторам, определяющим культуру обслуживания, относятся:

- наличие современной материально-технической базы;
- виды и характер предоставляемых услуг;
- ассортимент и качество выпускаемой продукции;
- внедрение прогрессивных форм обслуживания;

- уровень рекламно-информационной работы;
- профессиональное мастерство работников общественного питания.

Обслуживание в кафе «Таверна» ведется официантами, барменами со специальной подготовкой, а блюда и напитки приготавливаются высококвалификационными поварами. Услуги в кафе «Таверна»:

- организацию музыкального обслуживания;
- организацию проведения концертов, выступлений;
- возможность группового обслуживания по поводу торжественных событий, путем организации банкетов;
- выдача бонусных карт;
- возможность выноса продукции;
- бронирование мест в зале кафе по телефону;
- вызов такси по заказу потребителя;
- прием для расчета кредитных карточек.

Интерьер предприятия общественного питания - это своего рода ансамбль, в котором взаимное соответствие отдельных элементов связано единым замыслом архитектора. С решением интерьеров должно быть органически связано оформление технологического, торгового и холодильного оборудования в предприятии, стиль мебели, посуды.

В кафе «Таверна» гостям предлагается уютное пространство с небольшой сценой и круглыми столиками. Будут преобладать такие цвета, как коричневый, бордовый, бежевый. По вечерам на каждом столе можно включить настольные лампы. Все это придаст теплоту и гостеприимство. Будут организовываться концерты, где будут выступать группы и артисты, где они смогут показать свой талант

Главным оборудованием зала является мебель. Она должна быть удобной, комфортабельной и по внешнему виду, стилю, форме, расстановке гармонировать с архитектурным оформлением зала. Мебель должна быть прочной, так как она подвергается интенсивной эксплуатации. Удобство мебели

зависит от ее соответствия антропометрическим требованиям: высота сиденья, подлокотников, глубина и ширина сиденья, угол наклона спинки стула, высота столов. Чтобы посетитель не ощущал неудобства, расстояние между верхней столешницей стола и сиденьем должно составлять 29-31 см.

В кафе «Таверна» будут круглые и прямоугольные столы двухместные, четырехместные и шестиместные. Размеры столов в таблице 3.8.

Таблица 3.8– Размеры столов

Ширина	Длина			Высота	
	Двухместный	Четырехместный			Шестиместный
		Квадратный	Прямоугольный		
800	625	800	1250	1875	
Круглый	700	900	900	1300	

Стулья или кресла должны соответствовать антропометрическим данным человека, т. е. иметь правильно выбранные высоту, ширину и глубину сиденья. Комфортабельность кресел обеспечивается большей шириной и длиной сиденья, а также за счет наличия подлокотников. Стулья и кресла в кафе на деревянном основании. В качестве покрытия используются синтетические материалы.

3.3 Технико-экономическая оценка проекта

При строительстве или реконструкции предприятия общественного питания рассчитывают срок окупаемости проекта. Срок окупаемости зависит от величины единовременных затрат на строительство или реконструкцию и чистой прибыли, получаемой предприятием от реализации блюд.

Срок окупаемости определяется по формуле 1:

$$T_0 = \frac{Z}{Ч_{пр}} \quad (1)$$

где Z-единовременные затраты; Ч_{пр}-чистая прибыль.

Единовременные затраты включают:

- 1) затраты на реконструкцию.

Таблица 3.9–Затраты на помещение

Затраты	За месяц, руб.	На 5 лет
Аренда помещения (280 м ²)	180 000	10 800 000
Ремонт помещения и перепланировка	800 000	
Найм рабочих	180 000	
Итого		11 780 000

2) Приобретение оборудования, мебели.

Таблица 3.10–Оборудование для кафе

Наименование	К-во	Цена за шт., руб.	Сумма, руб.
Плита электрическая	2	160 140	320 280
Пароконвектомат	1	1 079 940	1 079 940
Нейтральный модуль полузакрытый с выдвижным ящиком	1	29 485	29 485
Моечная ванна односекционная	2	4 677	9 354
Ванна моечная двухсекционная	3	7 272	21 816
Ванна моечная четырехсекционная	1	9272	9272
Моечная ванна 3х секционная	1	11 938	11 938
Стол производственный	13	8 372	83 720
Стол угловой	1	3 654	3 654
Стол тепловой	1	52 280	52 280
Фритюрница	1	109 709	109 709
Охлаждаемый стол	2	74 314	148 628
Морозильный стол	1	150 827	150 827
Полка настенная для тарелок	2	4 953	9 906
Полка настенная для разделочных досок	2	5 209	10 418
Электрокипятильник заливной	4	4 230	8 460
Печь СВЧ	3	7 624	22 872
Весы настольные порционные	4	6 694	26 776
Весы напольные	1	18 888	18 888
Зонт приточно-вытяжной пристенный	2	15 201	15 201
Зонт вытяжной пристенный	3	9 736	9 736
Настенный кондиционер	1	30 875	30 875
Рукомойник напольный	8	11 426	91 408
Бак для отходов	3	696	2 088
Холодильный шкаф	1	19 141	19 141
Облучатель бактерицидный настенный	1	2 400	2 400
Подставка под оборудование	1	4 934	4 934
Холодильный шкаф со стеклянной дверью	1	27 373	27 373
Печь конвекционная	1	277 018	277 018
Подставка под печь	1	18 217	18 217
Посудомоечная машина купольного типа	1	158 216	158 216
Стakanомоечная машина	1	56 014	56 014
Стол разделочный для сбора пищевых отходов	1	5 291	5 291

Продолжение таблицы 3.10

Подставка под оборудование	1	3 679	3 679
Стеллаж	6	6 835	13 670
Подтоварник	2	3 658	7 316
Стеллаж	1	4 688	4 688
Шкаф комбинированный холодильный-	1	265 416	265 416

но/морозильный			
Морозильный шкаф	1	260 323	260 323
Шкаф кухонный для хлеба	1	25 722	25 722
Шкаф для посуды	1	24 040	24 040
Стол производственный	1	4 224	4 224
Хлеборезка	1	64 975	64 975
Барная стойка	1	1 037 852	1 037 852
Винный шкаф	1	33 900	33 900
Миксер барный (для молочных коктейлей)	1	14 360	14 360
Кофемашина	1	166 699	166 699
Весы настольные	1	10 524	10 524
Соковыжималка	1	82 271	82 271
Льдогенератор кубикового льда	1	48 209	48 209
Шкаф барный морозильный	1	17 955	17 955
Кондитерская витрина	1	83 972	83 972
Шкаф холодильный со стеклом для напитков	1	24 946	24 946
Шкаф холодильный для фруктов	1	13 227	13 227
Пивная башня на 4 сорта	1	9 266	9 266
Унитаз	3	3 660	10 980
Душевая кабина	1	34 999	34 999
Раковина для посетителей	2	3 965	7 930
Раковина для персонала	1	2 685	2 685
Компьютер (системный блок, монитор, клавиатура, мышь)	3	34 270	102 810
Планшеты	7	16 990	118 930
Шкафы для раздевалок	16	6 210	99 360
Кухонный монитор	2	25 689	51 378
POS-система ресторан 17"	1	152 589	152 589
Шкаф Unica закрытый	2	13 811	27 622
Итого			5 773 248

Таблица 3.11–Мебель для зала

Мебель	Размер	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Сумма, руб.
Диван Кларк М	1,45x0,76x1,7	21 600	4	86 400
Диван с ушами	1,3x0,83x1,15	26 200	2	52 400
Полукресло Мартин	0,58x0,6x0,98	9 150	16	146 400
Стул Верона	0,58x0,56x0,97	5 900	24	141 600
Стул Альбан М	0,45x0,45x0,98	5 500	12	66 000
Стол Тюдор	1,3x0,76x0,74	19 900	6	119 400
Стол Ферзь-1	0,625x0,625x0,74	14 300	6	85 800
Кофейный стол Классик	0,7x0,7x0,74	12 000	4	48 000
Стол Магнат	1,3x0,76x1,7	26 500	2	53 000

Продолжение таблицы 3.11

Станция официантов	1,5x0,5x1,1	22 715	1	22 715
Стойка администратора	1,0x0,5x1,1	6 000	1	6 000
Гардеробная стойка	1,6x0,4x1,1	36 000	1	36 000
Итого:				863 715

Итого полная стоимость оборудования и мебели 6 636 963 руб.

3) Страхование. Составляет 5% от затрат на оборудование, мебель и отделочные работы.

$7\,436\,963 * 5\% = 371\,848$ руб.

4) Покупка программного обеспечения. Для кафе «Таверна» будет приобретена программа POS Sector, которая нацелена на лучшее обслуживание клиентов и максимальную прибыль.

Удобно и быстро официант набирает заказ и отправляет его на кухню и бар. Кухня получает заказ в виде распечатанного на термопринтере чека, либо на кухонный монитор (в тарифе «Advanced»)

Все блюда и напитки добавляются в Меню с учетом их составляющих ингредиентов. При продаже происходит мгновенное списание с соответствующего склада (кухня, бар) количества компонентов, входящих в блюдо или коктейль.

Программа позволяет официантам отправлять заказ на кухню и бар и сразу переходить к следующему столику для приема другого заказа.

Заказы вместе с пометками и временем будут отображаться на кухонном и барном мониторах (или принтерах). Если блюдо приготовлено, то официант получит сигнал об этом.

Профи-пакет, который включает лицензию и приложения для официантов и кухни (тариф «Advanced») стоит 1490 долларов или 98 340 руб. В пакет входит: 3 лицензии, отчет по продажам, количество официантов неограниченно, транзакций неограниченно, складской учет, расширенные отчеты, полная аналитика, поддержка 24/7, кухонный монитор, мобильный официант.

А также будет приобретен «1С: Предприятие 8. Общепит» за 26 400 руб. Программный продукт предназначен для комплексной автоматизации оперативного, бухгалтерского и налогового учета деятельности предприятий

общественного питания. Это позволяет подтверждать в системе ЕГАИС факт закупки алкогольной продукции (включая слабоалкогольные напитки), формировать оперативные и регламентированные отчеты, осуществлять производственный контроль: калькуляции за период, состав рецептов и многое другое.

Таблица 3.12–Программное обеспечение кафе

Программное обеспечение	Цена, руб.
POS Sector	98 340
1С: Предприятие 8. Общепит	26 400
Windows 10	9 100
Итого	133 840

5) Приобретение месячного запаса сырья.

Запас сырья на месяц составляет 2 313 930 руб. В день 77 131 руб.

6) Лицензия на алкоголь. При подаче документов для получения алкогольной лицензии в обязательном порядке нужно заплатить государственную пошлину. Один год торговли алкоголем с содержанием спирта от 15% обойдется в 65 тысяч рублей налога, лицензия на 5 лет будет стоить 325 тысяч рублей (вместе с государственной пошлиной).

Сумма единовременных затрат в таблице 3.13.

Таблица 3.13–Единовременные затраты

Единовременные затраты	Сумма
Аренда	11 480 000
Оборудование и мебель	6 636 963
Страхование	371 848
Программное обеспечение	133 840
Запас сырья на месяц	2 313 930
Лицензия на алкоголь	325 000
Итого	21 261 581

Прибыль вычисляется по формуле 2

$$П=O_p-C \quad (2)$$

где O_p –объем реализации, руб.; C –полная себестоимость.

O_p =годовой запас сырья (месячный запас сырья*12) * наценку

$O_p=2\,313\,930 \times 12 \times 2=55\,534\,320$ руб.

Расчет полной себестоимости кафе «Таверна» представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.14–Заработная плата сотрудников

Наименование должностей	Численность	Заработная плата за месяц одного работника, руб.	В год, руб.
1.Административно – управляющий персонал			
- директор	1	40 000	480 000
- бухгалтер	1	23 000	276 000
2.Производство			
- Зав. Производством	2	27 000	648 000
- шеф-повар	2	25 000	600 000
- повар IV разряда	5	22 000	1 320 000
- повар III разряда	2	19 000	456 000
- Кухонный работник	3	14 000	504 000
- Уборщик производства	3	12 000	432 000
3.Работники торгового зала			
- администратор	2	25 000	600 000
- бармен-кассир	3	23 000	828 000
- официант	10	20 000	2 400 000
- уборщик торгового зала	3	14 000	504 000
- мойщик столовой посуды	3	12 000	432 000
4.Прочие работники:			
- гардеробщик	3	12 000	432 000
Итого за месяц			826 000
Итого за год			9 912 000
Отчисления на социальные нужды (30%)			2 973 600
Итого	40		12 885 600

Амортизация оборудования вычисляется по формуле 3.

$$A_f = \frac{C_o \times H_A}{100} \quad (3)$$

где A_f –годовая амортизация, тыс. руб., \tilde{N}_f –стоимость оборудования (основных средств), тыс. руб., i_A –норма амортизации (12%), %.

Подставив данные, получаем $A_f = 5\,735\,101 \times 12/100 = 688\,212$ руб.

Таблица 3.15 – Расчёт расходов на коммунальные расходы

Наименование услуг	Годовой расход	Цена, руб.	Стоимость воды, руб.
Холодная вода	1824	13,43	24 496
Горячая вода	1186	93,98	111 460
Водоотведение	2559	9,48	24 259
Электроэнергия	61 320	3,24	198 676
Итого в год			358 891
Итого в день			983

Таблица 3.16 – Расчет полной себестоимости

Наименование статьи	Сумма, тыс. руб.	
	дневная	годовая
1. Затраты на сырье	77 131	27 767 160
2. Затраты на санитарную и специальную одежду, столовое белье, посуду, приборы, другой инвентарь и хозяйственные принадлежности (Приложение Ж)	2 475	903 542
3. Затраты на средства гигиены, дезинфицирующие средства и т.п. (составляют 0,02 – 0,05% от затрат на сырье и материалы в день).	31	11 315
4. Заработная плата: рассчитывается с учетом количества необходимых работников и их тарифных разрядов.	27 156	9 912 000
5. Отчисления на социальные нужды (30% от заработной платы)	8 147	2 973 600
6. Кассовое обслуживание (3% от з/п)	1 083	395 489
7. Амортизация оборудования (12%)	1 885	688 212
8. Текущий ремонт	959	350 000
9. Административные расходы (командировочные расходы, представительские расходы, поощрения, подготовка кадров, обслуживание информационных систем и т.п.)	822	300 000
10. Коммунальные услуги (газ, электричество, водопровод, канализация, отопление)	983	358 891
11. Вывоз бытовых отходов	233	84 000
12. Договор стирки с прачечной	263	96 000
13. Маркетинговые услуги (затраты на рекламу, исследование рынка и т.п.)	657	240 000
14. Прочие расходы (срочная аренда оборудования, срочный найм дополнительного персонала и т.п.).	986	360 000
Полная себестоимость (сума всех вышеуказанных статей).	123 625	44 737 569

Полная стоимость кафе по таблице 3.16 составляет 44 737 569 рублей.

4 ОЦЕНКА ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

4.1 Современное состояние организации

Экономические показатели ООО фирма «Интерпартнер» перед внедрением проекта представлены в таблице 4.1.

Таблица 4.1–Показатели ООО фирма «Интерпартнер»

Показатель	2016 год	2015 год	Отклонения
Выручка	1 785 741	1 958 159	-172 418
Себестоимость	1 576 018	1 773 101	-197 083
Прибыль	49 962	45 517	4 445
Коэффициент оборачиваемости совокупных активов	2,77	2,84	-0,07
Коэффициент оборачиваемости мобильных средств	4,10	3,91	0,19
Коэффициент оборачиваемости материальных запасов (по себестоимости)	7,65	9,61	-1,96
Коэффициент оборачиваемости материальных запасов (по выручке)	8,66	10,61	-1,95
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	14,97	19,00	-4,04
Коэффициент оборачиваемости собственных средств	4,45	5,12	-0,67
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	8,34	8,60	-0,25
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	7,88	5,89	1,99
Рентабельность совокупных активов	7,76	6,60	1,16
Рентабельность оборотных активов	11,47	9,10	2,38
Рентабельность производственных средств	12,44	11,91	0,54
Рентабельность собственного капитала	41,88	44,18	-2,30
Рентабельность перманентного капитала	15,29	15,49	-0,21
Рентабельность продаж	2,80	2,32	0,47
Рентабельность основной деятельности	3,17	2,57	0,60

4.2 Планируемые показатели после внедрения проекта

Прибыль, полученная в кафе вычисляется по формуле 1

$$П=O_p-C \quad (1)$$

где O_p –объем реализации, руб.; C –полная себестоимость.

O_p =годовой запас сырья (месячный запас сырья*12) * наценку

$$O_p = 2\,313\,930 \times 12 \times 2 = 55\,534\,320 \text{ руб.}$$

По формуле 4.1 прибыль равна:

$$П = 55\,534\,320 - 44\,737\,569 = 10\,796\,751 \text{ руб.}$$

Срок окупаемости определяется по формуле 2:

$$T_0 = \frac{3}{\text{Ч}_{\text{пр}}} \quad (2)$$

где 3-единовременные затраты; $\text{Ч}_{\text{пр}}$ - прибыль.

и составляет:

$$T_0 = 21\,261\,581 / 10\,796\,751 = 1,97$$

Кафе «Таверна» окупится за 2 года.

Итоговые показатели представлены в таблице 4.2.

Таблица 4.2 –Итоговые финансовые показатели

Наименование показателя	Значения по годам, руб.
	1 год
1.Планируемый объем продаж	55 534 320
2.Затраты	44 737 569
3.Прибыль (по формуле 1)	10 796 751
6. Срок окупаемости, лет (по формуле 2)	1,97

Итоговые показатели ООО фирма «Интерпартнер» показаны в таблице 4.3.

Таблица 4.3 – Итоговые показатели ООО фирма «Интерпартнер»

Показатель	2016 год	Планируемый период	Отклонения
Выручка	1 785 741	1 841 275	55 534
Себестоимость	1 576 018	1 620 756	44 738
Прибыль	49 962	60 759	10 797
Коэффициент оборачиваемости совокупных активов	2,77	2,86	0,09
Коэффициент оборачиваемости мобильных средств	4,10	4,23	0,13
Коэффициент оборачиваемости материальных запасов (по себестоимости)	7,65	7,86	0,22
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	14,97	15,43	0,47
Коэффициент оборачиваемости собственных средств	4,45	4,59	0,14
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	8,34	8,60	0,26
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	7,88	8,12	0,25

Продолжение таблицы 4.3

Рентабельность совокупных активов	7,76	9,44	1,68
Рентабельность оборотных активов	11,47	13,95	2,48
Рентабельность производственных средств	12,44	15,13	2,69
Рентабельность собственного капитала	41,88	50,93	9,05
Рентабельность перманентного капитала	15,29	18,59	3,30
Рентабельность продаж	2,80	3,30	0,50
Рентабельность основной деятельности	3,17	3,75	0,58

Анализируя представленные данные в таблице 4.3 после внедрения проекта, видно, что выручка возрастет на 3,11%, прибыль вырастет на 21,61%, что говорит о росте компании и повышении ее эффективности.



Рисунок 3 – Изменение выручки после внедрения проекта

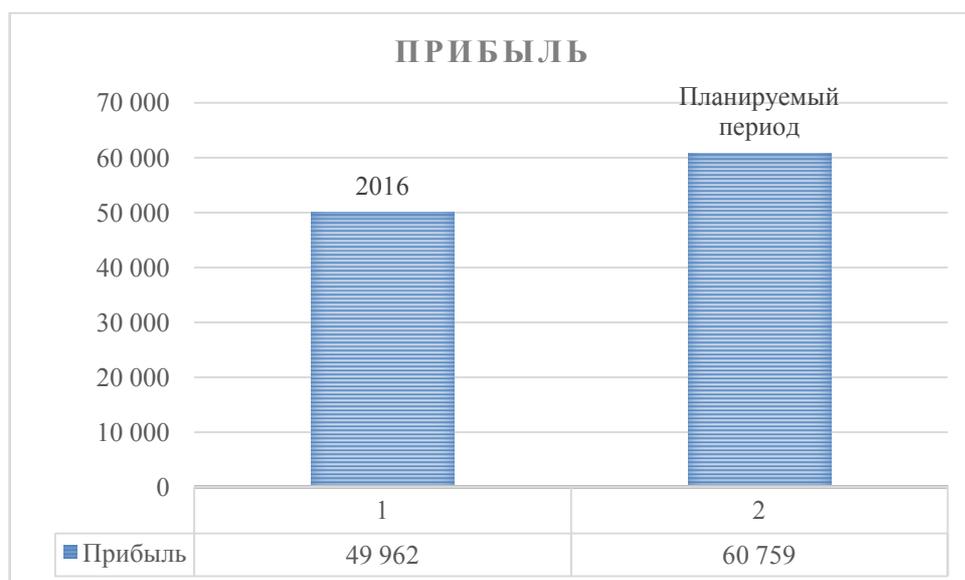


Рисунок 4 – Изменение прибыли после внедрения проекта

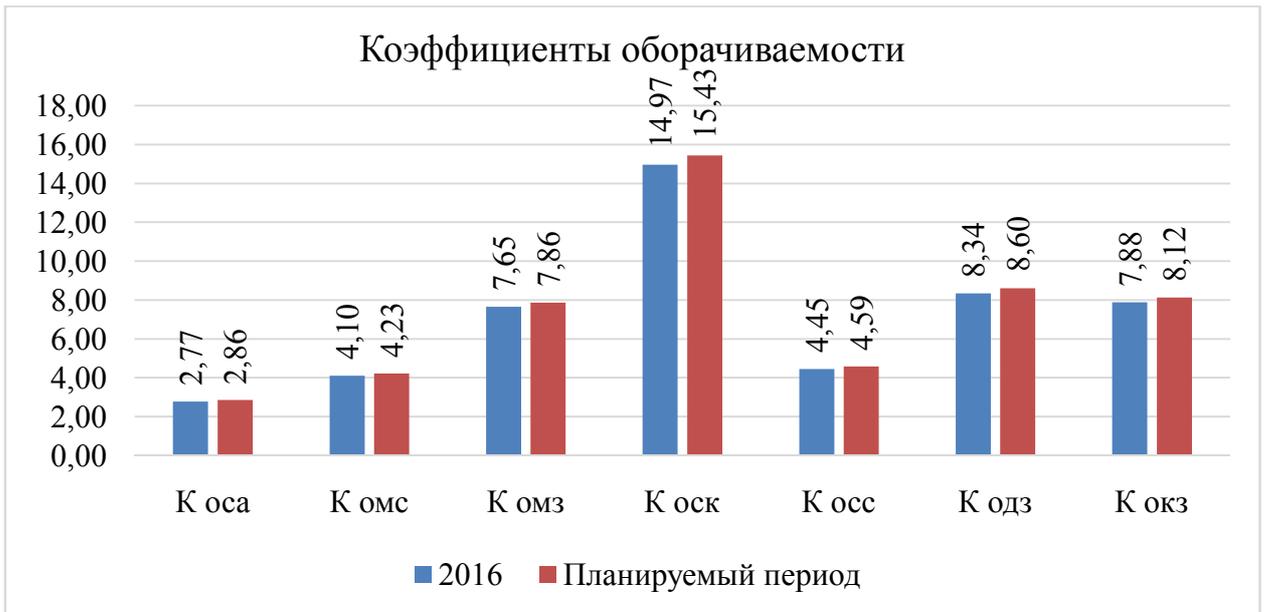


Рисунок 5 – Коэффициенты после внедрения проекта

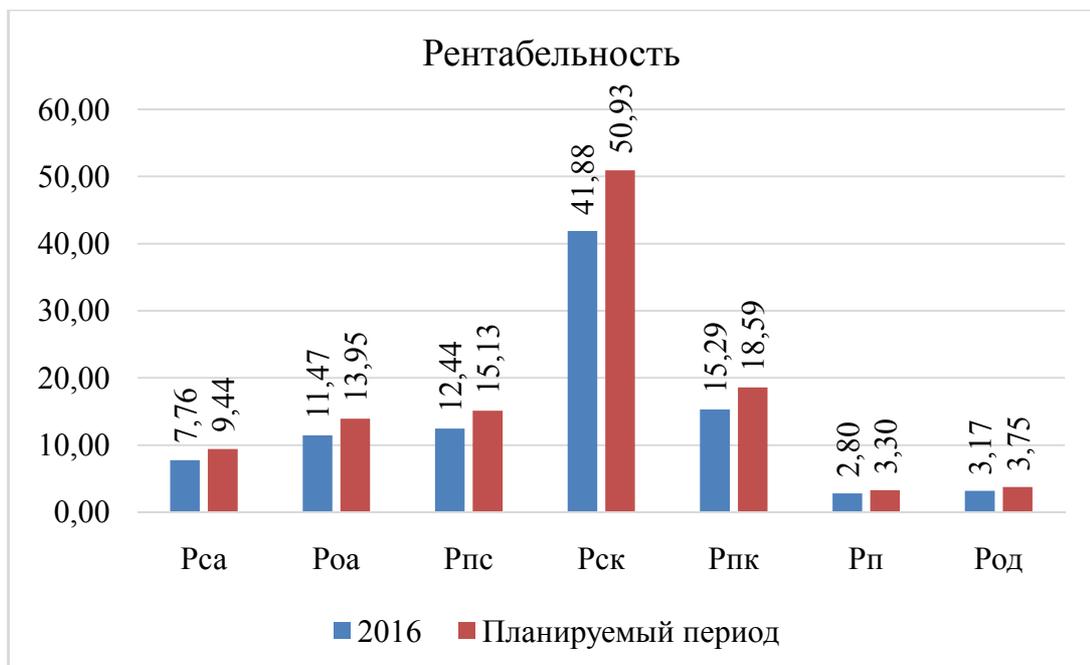


Рисунок 6 – Рентабельность после внедрения проекта

Коэффициенты оборачиваемости совокупных активов, мобильных средств, материальных запасов, собственного капитала, собственных средств, дебиторской задолженности, кредиторской задолженности возрастут, что означает ускорение кругооборота средств, повышение эффективности использования основных и материальных оборотных средств.

Рентабельность является показателем, комплексно характеризующим эффективность деятельности организации. После внедрения проекта, все показатели рентабельности повысились, что показывает эффективность использования всего имущества организации, мобильных средств, основных и материальных оборотных средств, капитала. Увеличение рентабельности собственного капитала оказывает существенное влияние на уровень котировки акции на фондовых биржах. А увеличение рентабельности основной деятельности говорит о повышении оплаты задолженности организации.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Результатом выпускной квалификационной работы стала оценка эффективности диверсификации услуг организации на примере ООО фирма «Интерпартнер» г. Ижевска Удмуртской Республики.

Были раскрыты теоретические основы повышения эффективности деятельности организации. Основными путями повышения эффективности производства являются: снижение трудоемкости и повышение производительности труда, снижение материалоемкости продукции и рациональное использование природных ресурсов, снижение фондоемкости продукции и активизация инвестиционной деятельности предприятий.

Дана организационно-экономическая и правовая характеристика ООО фирма «Интерпартнер». Анализируя предприятие за 3 года видно, что выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг снизилась на 33%. Также произошло снижение себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг на 36%. Прибыль до налогообложения возросла на 52%, свидетельствует о положительной тенденции по предприятию в целом, чистая прибыль на 62%. Рентабельность продаж в 2016 году выросла в 2 раза по сравнению с 2014 годом. Рост этого показателя свидетельствует о повышении конкурентоспособности предприятия, так как вырос спрос на его услуги. По сравнению с 2014 годом рентабельность всех видов капитала показала положительную динамику в 2016 году. А по сравнению с 2015 годом наблюдается снижение всех показателей рентабельности. Анализируя показатели ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, можно сказать что доля заемных средств преобладает над долей собственных средств. Предприятие не имеет возможности своевременно погашать свои кредиты и займы. В целях поддержания платежеспособности необходимо продолжать увеличивать собственные оборотные средства.

Было проанализировано внедрение нового вида деятельности и оценено повышение экономической эффективности деятельности организации на

основе диверсификации услуг организации. Было решено ООО фирмой «Интерпартнер» открыть кафе на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода. А также удовлетворить потребности посетителей, желающих пообедать в уютной обстановке и найти удобное место для встреч и развлечений.

С целью улучшения маркетинговой деятельности был проведен опрос среди потенциальных потребителей. Для этого была разработана специальная анкета. Подобраны поставщики сырья и полуфабрикатов, проанализированы основные конкуренты, составлен SWOT-анализ, выбрана правовая форма предприятия и выбрано места строительства, обоснован тип и мощности предприятия, определена общая площадь кафе, разработана производственная программа. Рассмотрена организация производства и обслуживания, где составлена организационная структура предприятия, составлен список услуг в кафе и расписан интерьер.

Дана технико-экономическая оценка кафе, где подсчитаны затраты помещения, на оборудование, мебель, страхование, программное обеспечение, приобретение месячного затрата сырья, заработную плату работников, амортизацию оборудования, коммунальные расходы. Произведен расчет полной себестоимости.

Диверсификация производства позволит скомпенсировать падение сбыта на рынке одного товара за счет увеличения сбыта другого товара, поэтому был предложен проект строительства кафе в г. Ижевске.

После внедрения нового проекта, выручка возрастет на 3,11%, прибыль на 21,61%, что говорит о росте компании и повышении ее эффективности. Все показатели рентабельности повысились, что показывает эффективность использования всего имущества организации, мобильных средств, основных и материальных оборотных средств, капитала. Увеличение рентабельности собственного капитала оказывает существенное влияние на уровень котировки акция на фондовых биржах. Проект увеличит экономическую эффективность организации.

Таким образом, данный проект является достаточно разработанной для реального применения в жизни, на основе данной работы можно открыть кафе, которое будет эффективно работать с выполнением всех существующих в настоящее время норм и увеличит экономическую эффективность деятельности ООО фирма «Интерпартнер».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ, принятая всенародным голосованием 12.12.1993
2. Гражданский Кодекс РФ (часть 2) от 30.01.96 № 14(действующая редакция)
3. Налоговый Кодекс РФ (часть 2) от 05.08.2000 г. № 118 (действующая редакция)
4. СНиП 2.08.02 -89 «Общественные здания и сооружения»
5. СанПиН 2.3.2.1078-01«Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов»
6. Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 N 197-ФЗ (действующая редакция)
7. Федеральный закон "Об обществах с ограниченной ответственностью" от 08.02.1998 N 14-ФЗ (последняя редакция)
8. Алборов Р. А. Аудит в организациях промышленности, торговли и АПК: Учебное пособие/Р. А. Алборов – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003г.-356с.
9. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.:Инфра-М. 2011.
10. Амосова В.В., Гукасян Г.М. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян. – М.: Эксмо, 2014. – 736 с.
11. Аксёнов А.П. Экономика предприятия / А.П. Аксёнов. – М.: КноРус, 2014. – 352 с.
12. Анисимов А.А., Артемьев Н.В. Макроэкономика / А. А. Анисимов, Н. В. Артемьев. – М.: Юнити, 2013. - 600 с.
13. Анализ инвестиционной привлекательности организации / Под ред. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, 2010.

14. Артемова, Е.Н. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебно-метод. пособие для вузов / Н.В. Мяснищева, Е.Н. Артемова. — 2010. — 305 с.
15. Артемова, Е.Н. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб. пособие для вузов / С.Ю. Козлова, Н.В. Мяснищева, Е.Н. Артемова. — Орел: ОрелГТУ, 2007. — 128 с.
16. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 320 с
17. Васильев Ю.В., Малеева А.В., Алексеева А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: Кнорус, 2013г. —720 стр.
18. Волков О.И. Экономика предприятия. — М.:Инфра-М, 2005.-165 с.
19. Ворст И., Ревентлау П. Экономика фирмы. М.: «Эксмо-Пресс». 2012.
20. Горфинкель В.Я., Куприянова Е.М. Экономика предприятия. — М.: Инфра-М, 2002. -367 с.
21. Грачев А.В. Особенности учета платежеспособности предприятия за период // Финансовый менеджмент. №2. 2006. С. 44 – 49.
22. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебное пособие для вузов. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 208 с.
23. Грядов С.И. и др.; под ред. С. И. Грядова. Организация предпринимательской деятельности: — М.:КолосС, 2005. - 412 с.
24. Ефимова О.В. Финансовый анализ. — М.: Бухгалтерский учет, 2005. — 360 с.
25. Замедлина Е.А. Предпринимательство: учеб. пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 286 с.
26. Зарубинский В.М., Зарубинская Н.С., Демьянов Н.И., Семеренко И.В. К вопросу об управлении финансовым состоянием предприятия // Финансовый менеджмент. №3. 2006. С. 23 – 28.
27. Ковалев. В.А. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью. М.: Проспект, 2013г. — 334 стр.

28. Колчина Н.В., Поляк Г.Б., Павлова Л.П. и др. Финансы предприятий:оборотный капитал коммерческой организации – 2-ое изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 133 с.
29. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 502 с.
30. Лялин В.Е. Развитие малого предпринимательства: отечественный и зарубежный опыт: – М.:Экономистъ, 2006. - 253 с.
31. Максимова В.Ф. Экономическая теория / В.Ф. Максимова. – М.: Юрайт, 2014. – 580 с.
32. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2010. – 536 с.
33. Николаева И.П. Экономическая теория / И.П. Николаева. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 328 с.
34. Никуленкова, Т. Т., Ястина Г.М. Проектирование предприятий общественного питания. - М.: Колосс, 2007. – 247 с.
35. Румянцева Е.Е. Экономический анализ: Учебник.– М.: Рагс, 2010.
36. Михайлова-Станютина И.А. Оценка финансового состояния предприятия. – М.: Наука и техника, 2005. – 73 с.
37. Радченко, Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания / Л.А. Радченко. - Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2003.
38. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и напр. / - 10-е изд.–М.: Маркет ДС, 2008. - 319 с.
39. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. М.: Инфра-М.,2010. – 281- 286 с.
40. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК. – 8-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011.
41. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010.

42. Савицкая Г.В. Экономический анализ. – 14-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011.
43. Савицкая Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2011. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа. – М.: Инфра-М, 2000. – 288 с.
44. Сацук Т.П., Полякова И.А., Ростовцева О.С. Бухгалтерский финансовый учет и отчетность. М.: Кнорус, 2014г. – 280 стр.
45. Тимофеева Т.В. Анализ денежных потоков предприятия: Учеб.пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика: Инфра-М, 2010.
46. Устинов В.А. Экономика управления предприятием. – М.: Наука, 2011
47. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового состояния – М.: Инфра-М, 2000. – 255 с.
48. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник. – М.: ИНФРА – М, 2010.
49. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. М.: ИНФРА-М, 2010 – 39-42 с.
50. Трохина С.Д., Ильина В.А., Морозова Т.Ф. Управление финансовым состоянием предприятия //Финансовый менеджмент. №1. 2006. С. 7 – 11.
51. Чалдаева Л.А. Экономика предприятия. Серия: Бакалавр. Академический курс. М.: Юрайт, 2014г. – 416 стр.
52. Экономика фирмы (организации, предприятия) / Под ред. Т.Г. Попадюк. – М.: Вузовский учебник, 2014. – 296 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

**Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2016 г.**

Организация ООО фирма "Интерпартнер"	по ОКПО	0710001
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	31 3 2017
Вид экономической деятельности	по ОКВЭД	43674766
Организационно-правовая форма / форма собственности / Частная собственность	по ОКФС / ОКФС	1835035118
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	45.1
Местонахождение (адрес) 426027, Удмуртская Респ, Ижевск г, Промышленная ул, дом № 2		12165 16
		384

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	На 31 декабря 2016 г. 3	На 31 декабря 2015 г. 4	На 31 декабря 2014 г. 5
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	-	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	195 395	197 742	176 457
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	13 018	54	16 342
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	22 044
	Итого по разделу I	1100	208 413	197 796	214 843
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	206 111	184 552	470 191
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	108	230	23
	Дебиторская задолженность	1230	214 059	227 780	176 686
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	11 155	57 986	6 301
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	4 030	22 445	8 138
	Прочие оборотные активы	1260	-	7 460	2 702
	Итого по разделу II	1200	435 463	500 453	664 041
	БАЛАНС	1600	643 876	698 249	878 884

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2016 г. ³	На 31 декабря 2015 г. ⁴	На 31 декабря 2014 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	2 009	2 009	2 009
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	-	-	-
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	117 296	101 027	77 841
	Итого по разделу III	1300	119 305	103 036	79 850
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	207 540	190 769	201 348
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	207 540	190 769	201 348
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	90 364	72 108	132 728
	Кредиторская задолженность	1520	226 667	332 336	464 958
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	317 031	404 444	597 686
	БАЛАНС	1700	643 876	698 249	878 884

Руководитель  Смирнов С.Ю.

(расшифровка подписи)

" 31 " марта 2017 г.

Главный бухгалтер 

Шульмина О.А.

(подпись) (расшифровка подписи)

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанным раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Отчет о финансовых результатах
за 2016 г.

Организация ООО фирма "Интерпартнер" по ОКПО
Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
Вид экономической деятельности Торговля автотранспортными средствами по ОКВЭД
Организационно-правовая форма / форма собственности Частная по ОКОПФ / ОКФС
собственность _____
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ

Коды		
0710002		
31	3	2017
43674766		
1835035118		
45.1		
12165		16
384		

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	За 2016 г. 3	За 2015 г. 4
	Выручка 5	2110	1 785 741	1 958 159
	Себестоимость продаж	2120	(1 576 018)	(1 773 101)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	209 723	185 058
	Коммерческие расходы	2210	(159 761)	(139 541)
	Управленческие расходы	2220	(-)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	49 962	45 517
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	4 349	1 518
	Проценты к уплате	2330	(55 529)	(44 493)
	Прочие доходы	2340	38 828	38 435
	Прочие расходы	2350	(19 859)	(16 199)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	17 751	24 778
	Текущий налог на прибыль	2410	(1 482)	(1 592)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	16 269	23 186

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	За 2016 г. 3	За 2015 г. 4
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода 6	2500	16 269	23 186
	СПРАВОЧНО			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель  Смирнов С.Ю.
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  Шульмина О.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 31 " марта 2017 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

1. Как часто Вы ходите в заведения общественного питания:
 - 1) Каждый день
 - 2) Несколько раз в неделю
 - 3) Один раз в неделю
 - 4) Несколько раз в месяц
 - 5) Один раз в месяц
 - 6) Несколько раз в год
 - 7) Никогда
2. В какое время чаще всего Вы посещаете кафе
 - 1) в первой половине дня
 - 2) во второй половине дня
 - 3) по-разному
3. Что для Вас является мотивом посещения кафе:
 - 1) Советы друзей, родственников, коллег
 - 2) Информация в средствах массовой информации, таких как радио, интернет, телевидение, газеты
 - 3) Реклама кафе
 - 4) Известность и бренд кафе
 - 5) Зайти покушать и отдохнуть
 - 6) Затрудняюсь ответить
4. Какие виды блюд Вы больше предпочитаете:
 - 1) горячие блюда
 - 2) холодные блюда
 - 3) десерт
 - 4) напитки
 - 5) с собой
5. Хотели бы вы чтобы в кафе проходили концерты, выступления, тематические вечера:
 - 1) Да
 - 2) Нет
 - 3) Затрудняюсь ответить
6. Влияет ли наличие специализированной и национальной кухни на принятие решения о походе в кафе:
 - 1) Да
 - 2) Нет
 - 3) Затрудняюсь ответить
7. Что для Вас будет поводом для посещения кафе:
 - 1) снижение цен
 - 2) создание уютной обстановки
 - 3) расширение ассортимента
 - 4) увеличение скорости обслуживания
 - 5) введение новых бонусных и скидочных карт для постоянных гостей
 - 6) создание нового стиля кафе
8. Какие характеристики Вы предпочитаете при выборе кафе:
 - 1) дизайн кафе
 - 2) широта и ассортимент меню
 - 3) месторасположение
 - 4) уровень и качество обслуживания
 - 5) цены
 - 6) график работы заведения
9. В какую возрастную группу Вы входите:
 - 1) <20
 - 2) 21-30
 - 3) 31-40
 - 4) 41-50
 - 5) 51-60
 - 6) 60+
10. Ваш пол:
 - 1) Женский
 - 2) Мужской

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Предпочтительное время посещения предприятий общественного питания Как часто Вы ходите в заведения общественного питания



Рисунок В.1–Частота посещений предприятий общественного питания

Рисунок В.2–Предпочтительное время посещения предприятий общественного питания



Рисунок В.3–Мотив посещения предприятия общественного питания



Рисунок В.4–Предпочтительный ассортимент меню для заказа

Рисунок В.5–Выступления



Рисунок В.6–Влияние наличия специализированной и национальной кухни



Рисунок В.7–Обстоятельства для большей посещаемости кафе



Рисунок В.8– Предпочтения посетителей при выборе кафе

ПРИЛОЖЕНИЕ Г



Рисунок Г.1–Месторасположение кафе «Таверна»

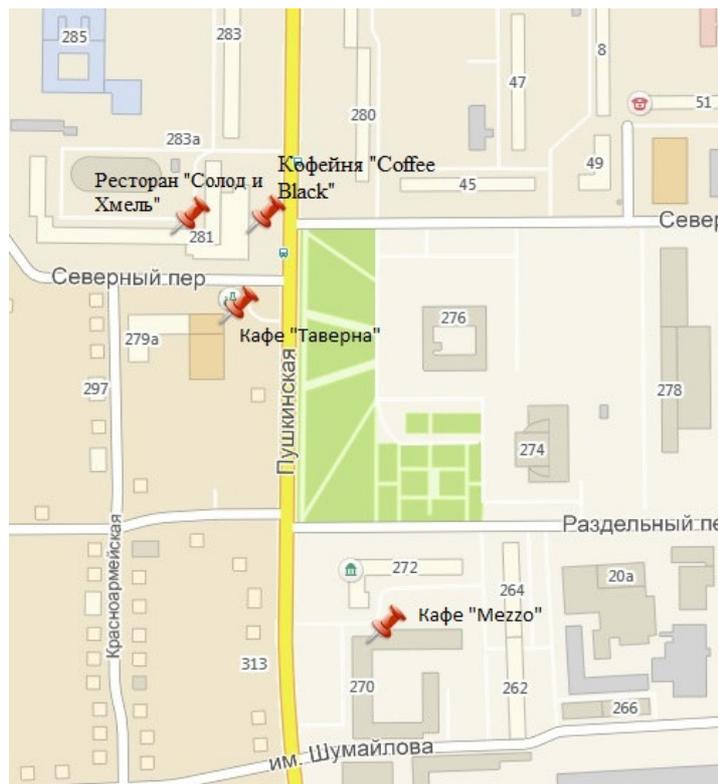


Рисунок Г.2–Основные конкуренты кафе «Таверна»

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица Д.1–Расчет компоновочной площади предприятия

Наименование помещения	Расчетная площадь, м ²	Принятая площадь, м ²
Производственные		
Горячий цех	23,53	21,49
Холодный цех	11,3	11,23
Цех обработки зелени и фруктов	4,2	5,3
Помещения для обработки и хранения яиц	3,69	3,32
Мучной цех	4,19	5,08
Моечная столовой посуды	8,35	7,8
Моечная кухонной посуды	5,24	5,9
Цех доработки полуфабрикатов	7,33	7,74
Сервизная	3,8	3,85
Для приема и хранения продуктов		
Загрузочная	2,87	4,12
Помещение для холодильного оборудования	4,48	5,56
Склад сухих и сыпучих продуктов	3,62	3,71
Административно бытовые		
Кабинет директора	-	5,84
Кабинет зав. производством		4,88
Гардероб для сотрудников	4,6	5,69
Гардероб для официантов	2,875	3,69
Душевые комнаты	-	2,91
Туалет для сотрудников	-	1,75
Комната приема пищи для персонала	-	3,98
Комната приема пищи для официантов	-	3,13
Инвентарь для уборки зала	-	0,92
Инвентарь для уборки произв. помещений	-	0,92
Итого	-	100,81
Итого с учетом коридоров	-	120,972
Для посетителей		
Гардероб, вестибюль	6	6,9
Туалет	6,5	8,37
Торговый зал	94	91,9
Тамбур	-	1,72
Всего по предприятию		229,862

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

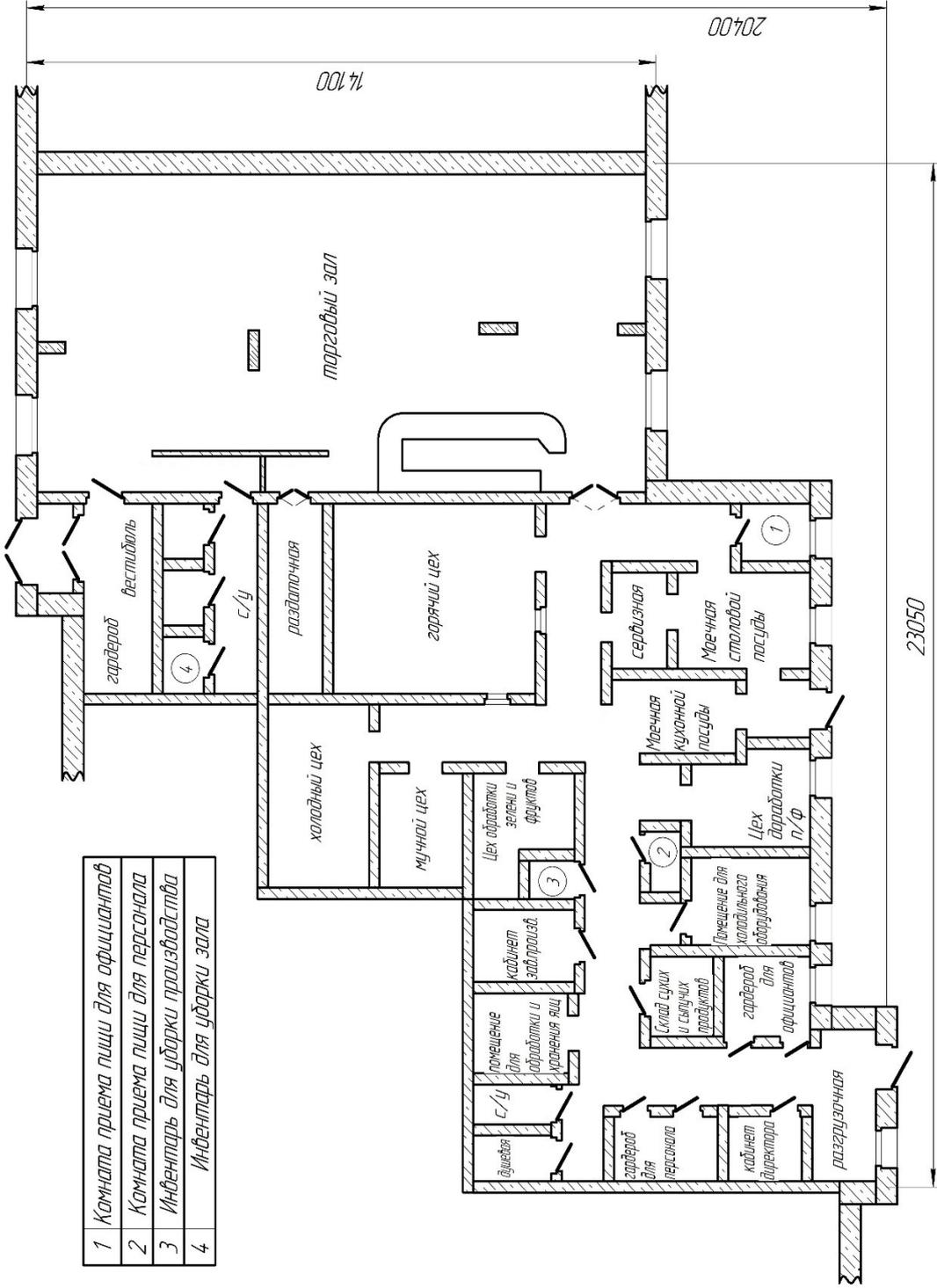


Рисунок Е.1—Чертеж помещения с цехами

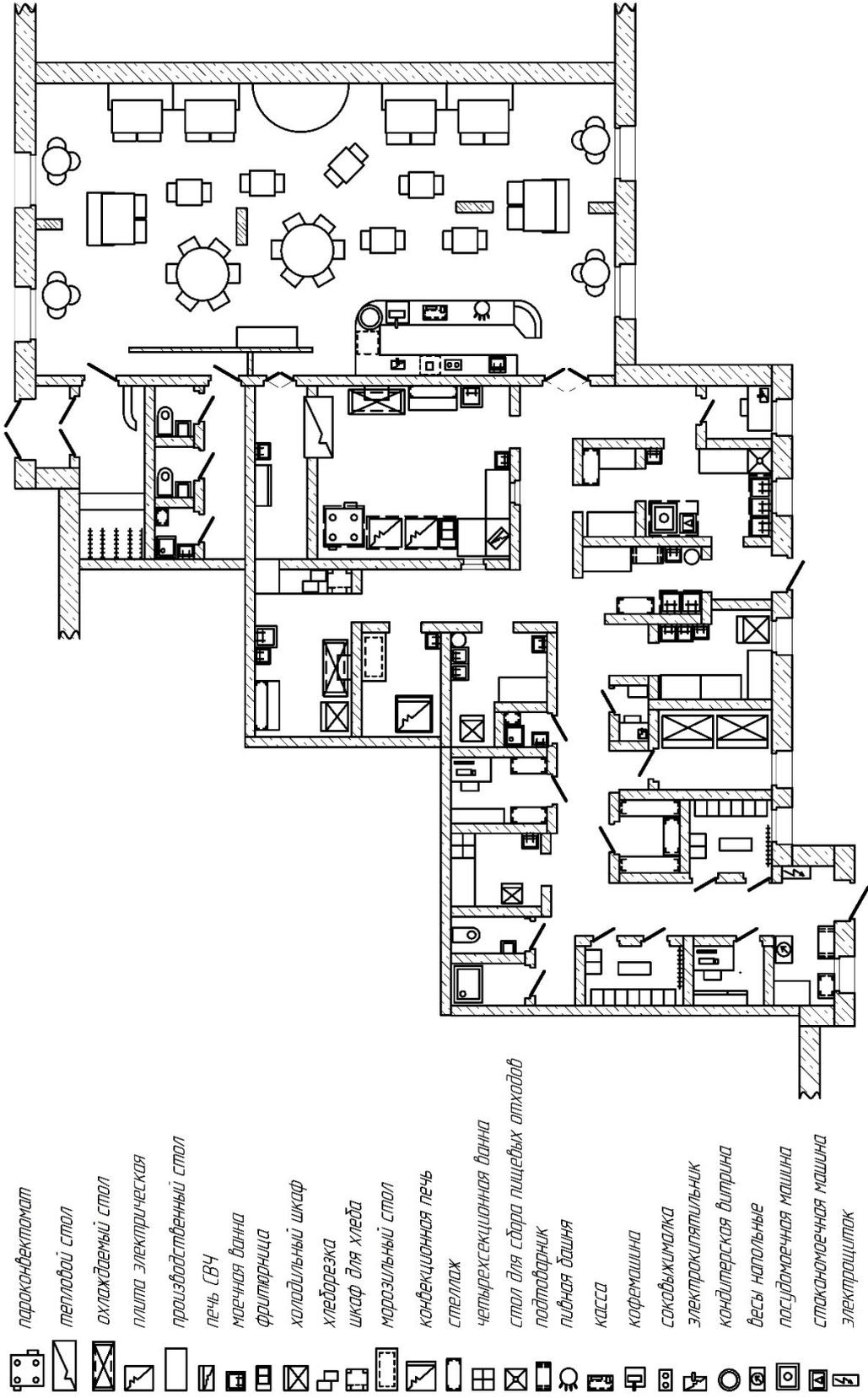


Рисунок Е.2—Чертеж помещения с оборудованием

ПЛАН ЭВАКУАЦИИ

Кафе "Таверна"

г. Ижевск, ул. Пушкинская, 279а
СОРИЕНТИРУЙТЕСЬ НА ПЛАНЕ
ОПРЕДЕЛИТЕ СВОЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ
ДЕЙСТВУЙТЕ ПО ИНСТРУКЦИИ

УТВЕРЖДАЮ

СОГЛАСОВАНО

ДЕЙСТВИЯ ПРИ ПОЖАРЕ

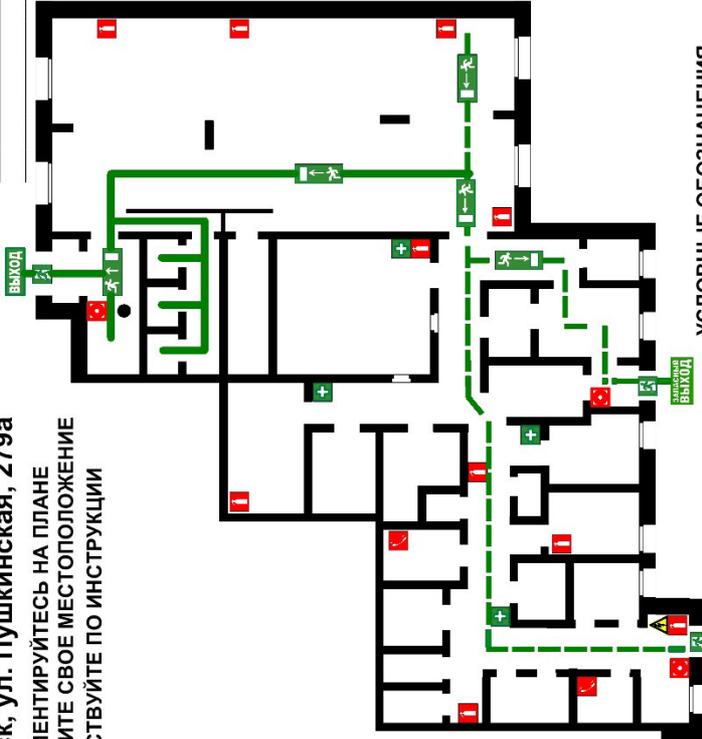
СОХРАНИЙТЕ СПОКОЙСТВИЕ!

- 1  **1(112)**:
 • АДРЕС ОБЪЕКТА
 • МЕСТО ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОЖАРА
 • СВОЮ ФАМИЛИЮ
- 2  **ОПОВЕСТИТЕ ЛЮДЕЙ**
 • НАЖМИТЕ КНОПКУ ВКЛЮЧЕНИЯ
 ПОЖАРНОЙ АВТОМАТИКИ
 • ПОДАЙТЕ СИГНАЛ ГОЛОСОМ
- 3  **ЭВАКУИРУЙТЕ ЛЮДЕЙ**
 • ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ ПО ЗНАКАМ
 НАПРАВЛЕНИЯ ДВИЖЕНИЯ
 • ОКАЖИТЕ ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ
 ПОСТРАДАВШИМ
- 4  **ПО ВОЗМОЖНОСТИ, ПРИМИТЕ МЕРЫ
 ПО ТУШЕНИЮ ПОЖАРА**
 • ИСПОЛЬЗУЙТЕ СРЕДСТВА
 ПРОТИВОПОЖАРНОЙ ЗАЩИТЫ

ДЕЙСТВИЯ ПРИ АВАРИИ

СОХРАНИЙТЕ СПОКОЙСТВИЕ!

- 1  **1(112)**:
 • АДРЕС ОБЪЕКТА
 • ЧТО ПРОИЗОШЛО
 • ИМЕЮТСЯ ЛИ ПОСТРАДАВШИЕ
 • СВОЮ ФАМИЛИЮ
- 2  **ЛОКАЛИЗИРУЙТЕ АВАРИЮ**
 • ПРЕДОТВРАТИТЕ
 РАЗВИТИЕ АВАРИИ
 • ИСПОЛЬЗУЙТЕ СРЕДСТВА ЗАЩИТЫ
- 3  **ЭВАКУИРУЙТЕ ЛЮДЕЙ**
 • ОРИЕНТИРУЙТЕСЬ ПО ЗНАКАМ
 НАПРАВЛЕНИЯ ДВИЖЕНИЯ
 • ОКАЖИТЕ ПЕРВУЮ ПОМОЩЬ
 ПОСТРАДАВШИМ



УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

	КНОПКА ВКЛЮЧЕНИЯ ПОЖАРНОЙ АВТОМАТИКИ		НАПРАВЛЕНИЕ ДВИЖЕНИЯ К ЭВАКУАЦИОННОМУ ВЫХОДУ
	ОГНЕТУШИТЕЛЬ		ВЫХОД ЗДЕСЬ
	ТЕЛЕФОН		ЭВАКУАЦИОННЫЙ ВЫХОД
	АПТЕЧКА ПЕРВОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ		ПУТЬ К ОСНОВНОМУ ЭВАКУАЦИОННОМУ ВЫХОДУ
	ЭЛЕКТРОЩИТ		ПУТЬ К ОСНОВНОМУ ЭВАКУАЦИОННОМУ ВЫХОДУ
	Вы находитесь здесь		ЗАПАСНОЙ ВЫХОД

**ПРИ ПОЖАРЕ
ЗВОНИТЬ 01**

Рисунок Е.3–План эвакуации при пожаре кафе «Таверна»

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Таблица Ж.1–Затраты на специальную и санитарную одежду

Категория работников	Кол-во чел.	Вид одежды	Цена за ед., руб.	Сроки носки, мес.	Сумма, руб.
Повара	9	Китель	1207	4	32589
		Брюки	989	4	26703
		Фартук	670	4	18090
		Головной убор	430	4	11610
Официанты, бармены	13	Блузка/рубашка	1164	4	45396
		Передник	653	4	25467
Администратор	3	Блузка	1164	12	3492
		Юбка	1216	12	3648
Кухонные работники, мойщик столовой посуды	6	Куртка	989	4	17802
		Фартук	670	6	8040
		Шапочка	405	6	4860
Уборщики	6	Туника	1285	6	15420
		Брюки	859	6	10308
Гардеробщик	3	Блузка	1020	12	3060
Зав. производством, директор	3	Халат	1020	6	6120
		Шапочка	405	4	3645
		Фартук	670	4	6030
Итого					242 280

Таблица Ж.2–Инвентарь

Наименование	Марка	К-во	Цена за шт., руб.	Сумма, руб.
Кастрюля 4.4 л д. 20 см	GERUS	1	1 101	1 101
Кастрюля 2.4 л д. 16 см	GERUS	8	682	5 456
Крышка д. 16	GERUS	8	183	1 464
Крышка д. 20 см	GERUS	1	274	274
Горшок для тушения 300 мл		5	210	1 050
Сковорода алюминиевая 240 мм	Luxstahl	5	1 308	6 540
Сковорода-гриль 260 мм		1	940	940
Сковорода блинная д. 25 см	BOURGEAT	1	1 294	1 294
Ковш д. 14	GERUS	3	467	1 401
Инвентарь				16 525
Ножи	GERUS		3 985	3 985
Итого				40 030

Таблица Ж.3–Посуда из стекла

Наименование	Посуда из стекла на 60 мест, шт.	Цена за 1 шт., руб.	Цена, руб.
бокал для сока	86	146	12556
бокал для виски	86	189	16254
бокал для воды	172	119	20468
бокал для коктейлей	86	121	10406
бокал для вина	86	115	9890
бокал для коньяка	86	136	11696

Продолжение таблицы Ж.3

пивной бокал	86	210	18060
бокал для ликера, вермута	86	115	9890
бокал для шампанского	86	142	12212
Рюмка для водки	86	115	9890
подставка для пакетированного сахара	72	46	3312
солонка и перечница	22	112	2464
Итого:			137 098

Таблица Ж.4– Фарфор

Наименование	Размер, см	Варианты использования	Кол-во	Цена шт., руб.	Цена, руб.
тарелка	14 - 17	для хлеба/масла, для десертов, подтарельник для бульонниц, салатников	120	140,2	16824
тарелка	19 - 20	для бутербродов, салатов, десертов, подтарельник для салатников	120	160,8	19296
тарелка	21 - 23	для закусок, пирожков, подтарельник для салатников	120	190,5	22860
тарелка	24 - 25	обеденная, для завтрака, закусок, стейков, подтарельник	180	210,8	37944
тарелка	26 - 26,5	закуски, стейк, рыба, птица, сервировочная тарелка	120	230,8	27696
блюдо	18 - 25	жареный картофель, спаржа, салат, морепродукты	90	210,8	18972
блюдо	28 - 38	стейк, рыба, бутерброды	90	160,4	14436
кофейная / чайная чашка	*	кофе, чай, горячий шоколад, суп	180	120	21600
бульонница с ручками и без	*	суп, пакетированный сахар, крем, печенье, приправы	90	160,4	14436
кружка	*	холодные и горячие напитки	180	119,6	21528
кофейное / чайное блюдце	*	для чашек, бульонниц, фруктов	180	109,2	19656
пиала	15,5 - 16,5	суп, каша, фрукты, салат, десерт	60	188,4	11304
глубокая тарелка	22,5 - 23,5	суп, салат, паста, рыба в вине	30	184,8	5544
чайник	*	холодные и горячие напитки	18	468,8	8438,4
кофейник	*	холодные и горячие напитки	18	389,4	7009,2
молочник	0,1 л	сливки, сироп, топленое масло	30	221,2	6636
сервировочная тарелка	*	сервировочная тарелка	90	142,5	12825
Итого					287 004

Таблица Ж.5–Столовые приборы

		Полуформальный сервис	Цена за 1 <u>шт.</u>	Цена
Ложки	ложка чайная	180	38,8	6984
	ложка закусочная	120	45,15	5418
	ложка столовая	15	89,47	1342,05
	ложка коктейльная	90	67,57	6081,3
	ложка кофейная	120	76,62	9194,4
	ложка бульонная	120	91,89	11026,8
Вилки	вилка закусочная	180	56,58	10184,4
	вилка обеденная	120	68,47	8216,4
	вилка для салата/рыбы	90	72,89	6560,1
	вилка коктейльная	90	61,89	5570,1
Ножи	нож обеденный	90	125,78	11320,2
	нож закусочный	90	129,54	11658,6
	нож для стейка	60	147,08	8824,8
	нож для рыбы	60	138,87	8332,2
Итого				110 713