

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
«___» _____ 2017 г.

Разработка проекта совершенствования системы общественного
питания ЮУрГУ.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2017.167.ВКР

Руководитель работы,
д.э.н, профессор
_____ Е.Д. Вайсман
«___» _____ 2017 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ–435
_____ Ю.А. Соколова
«___» _____ 2017 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
«___» _____ 2017 г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Соколова Ю.А. Разработка проекта совершенствования системы общественного питания ЮУрГУ. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-435, 2017, 99с., 26 ил., 28 табл., библиогр. список – 28 наим., 4 приложения.

В работе рассматриваются теоретические основы экономического проектирования, основные понятия и задачи. Рассмотрено понятие бизнес-плана как инструмента обоснования проектов. Проведен анализ рынка общественного питания, построена карта позиционирования. Проанализирован зарубежный опыт формирования комплекса услуг питания для студентов.

Разработан проект совершенствования системы общественного питания ЮУрГУ. Рассчитаны показатели эффективности предприятия. Проведен анализ рисков и проанализирована чувствительность проекта к изменению различных факторов.

ANNOTATION

Sokolova J.A. Development of the project for improving the public catering system of SUSU, – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-435, 2017, 99p., 26 gr., 28 tb., references 28 it., 4 appendices.

The research studies theoretical bases of economic designing, basic concepts and problems. The concept of a business plan as a tool for justification of projects is considered. The market of public catering is examined, the positioning map is constructed. The foreign experience of forming a complex of catering services for students is analyzed.

Developed the project for improving the public catering system of SUSU. The enterprise performance indicators are calculated. Conducted the analysis of risks and sensitivity of the project to the change of various factors is analyzed.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ЮУРГУ И ЗАПАДНЫЙ ОПЫТ	
1.1 Анализ рынка предприятий общественного питания в ЮУрГУ	10
1.2 Международная система питания	25
1.3 Основы экономического проектирования. Бизнес – планирование, как инструмент обоснования проектов	33
2 РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	41
2.2 Оценка экономической эффективности и финансовой реализуемости проекта	47
2.3 Анализ рисков.....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	75
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	77
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Анализ предприятий общественного питания в ЮУрГУ ...	80
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Расчет индекса качества и индекса цен.....	90
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал.....	92

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время, отличительной чертой питания студентов является несбалансированность. Чаще всего несбалансированность питания происходит по ряду основных компонентов – низкое содержание белков животного происхождения, жиров растительного происхождения, кальция, аскорбиновой кислоты. Также среди студентов имеет место малоподвижный образ жизни.

Избыток легкоусваиваемых углеводов и дефицит движения приводит к проблемам желудочно-кишечного тракта и ожирению.

По данным Роскомстата 8,8% населения в возрасте от 14 до 17 лет имеют заболевания желудочно-кишечного тракта, то есть проблемы, связанные с питанием возникают у населения до поступления в высшие учебные заведения. Поэтому необходимо внедрение сбалансированного рациона питания в университете.

С другой стороны, ЮУрГУ принимает участие в проекте 5/100, целью которого является повышение конкурентоспособности группы ведущих российских университетов на мировом рынке услуг образования, поэтому улучшение уровня жизни и питания студентов необходимо.

Поэтому создание проекта реконструкции предприятия общественного питания в ЮУрГУ является актуальной проблемой.

Это и послужило основанием выбора темы выпускной квалификационной работы, определения ее цели и задач.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка проекта модернизации концепции общественного питания ЮУрГУ.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать рынок общественного питания в ЮУрГУ и произвести сравнение с системами питания студентов в ведущих университетах мира.
2. Рассмотреть основы экономического проектирования и бизнес-планирования.

3. Разработать проект малого инновационного предприятия для модернизации системы общественного питания в университете;

4. Оценить экономическую эффективность и финансовую реализуемость предприятия.

5. Провести анализ рисков.

Выпускная квалификационная работа состоит из: введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во введении данной работы рассматривается актуальность работы, а также цель и основные задачи.

В рамках первой главы производится анализ рынка общественного питания ЮУрГУ. Рассматривается опыт западных университетов, входящих в рейтинг лучших ВУЗов мира. Также в третьем параграфе первой главы рассматриваются теоретические аспекты экономического проектирования.

В рамках второй главы проводится разработка проекта малого инновационного предприятия, основной деятельностью которого является оказание услуг общественного питания в ЮУрГУ на международном уровне. Также рассматриваются показатели экономической эффективности предприятия. Проводится анализ рисков.

В заключении подводятся итоги проведенной работы и формулируются основные выводы.

1 РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ЮУРГУ И ЗАПАДНЫЙ ОПЫТ

1.1 Анализ рынка предприятий общественного питания в ЮУрГУ

Быстрый темп современной жизни подразумевает сокращение времени на приемы пищи, что приводит к неправильному рациону питания.

Особенно остро проблему неправильного питания ощущают на себе студенты. Отсутствие достаточного количества времени на прием пищи приводит к дисбалансу основных элементов питания.

Также характерен в основном сидячий образ жизни – гиподинамия. В сочетании с плохим рационом питания это пагубно влияет на организм и его состояние [28].

На сегодняшний день фактическое питание студентов характеризуется несбалансированностью по основным химическим элементам [1].

Также имеет место нарушения режима питания, что может привести к нарушению обмена веществ в организме и, как следствие, негативно повлиять на их физическую и умственную работоспособность.

Чаще всего несбалансированность питания происходит по ряду основных компонентов – низкое содержание белков животного происхождения, жиров растительного происхождения, кальция, аскорбиновой кислоты и тиамин [4].

Избыток легкоусваиваемых углеводов и дефицит движения приводит к проблемам желудочно-кишечного тракта и ожирению.

Заболевания желудочно-кишечного тракта, в основном приобретаются людьми в юном возрасте, из-за отсутствия сбалансированного питания и возможности его поддержания, поэтому так необходимо сформировать систему полноценного питания в университете.

Для углубленного изучения проблемы рассмотрим статистику заболеваний органов пищеварения по челябинской области, (таблица 1) [26].

Таблица 1 – Статистика заболеваний желудочно-кишечного тракта в Челябинской области

Заболеваемость населения челябинской области по отдельным болезням (на 1000 человек населения)	Зарегистрировано заболеваний у пациентов – всего			В том числе с диагнозом, установленным впервые в жизни		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Болезни органов пищеварения	101,9	105,0	102,7	34,3	35,0	31,7
Из них язва желудка и двенадцатиперстной кишки	11,6	11,2	11,2	0,8	0,9	0,9

По данным Роскомстата, среди населения в Челябинске 39,2% опрошенных респондентов имеют одно или несколько заболеваний, связанных с питанием.

Опираясь на статистические данные, можно сделать вывод о том, что прирост заболеваний желудочно-кишечного тракта на достаточно высоком уровне. Данные показатели говорят об актуальности рассматриваемой проблемы.

Рассматривая общероссийскую статистику, наблюдается следующая тенденция.

В 2013 году в сравнении с 2008 годом отмечается рост болезней, связанных с расстройством питания, нарушением обмена веществ (+15,3%).

У детского населения в возрасте 0-14 лет болезни органов пищеварения занимают второе место, у детей в возрасте 15-17 лет данные болезни стоят на третьем месте.

В таблице 2 [26] приведены общероссийские данные об уровне заболеваний желудочно - кишечного тракта у различных возрастных групп на 2013 год.

На основании представленных ниже данных можем сделать вывод о том, что наибольшая доля заболеваний приходится на подростковый возраст.

Основной группой потребителей на предприятиях общественного питания в ЮУрГУ являются студенты и педагогический состав. Проведем анализ потребительских возможностей студентов.

Таблица – 2 Статистика заболеваний органов пищеварения за 2013 год в расчете на 1000 человек

Класс болезни	Все население		в том числе:					
			старше 18 лет		15-17 лет		0-14 лет	
	абс.	доля (%)	абс.	доля (%)	абс.	доля (%)	абс.	доля (%)
Болезни органов пищеварения	11425	7,1	10613	7,3	19902	8,8	14048	6

На основании опроса студентов, взятого из вторичного источника [16], была выявлена доля студентов, питающихся в заведениях общественного питания в ЮУрГУ. Диаграмма, представленная на рисунке 1.1, отображает долю рынка, занимаемую комбинатами общественного питания, которая составляет почти половину, а точнее 49 %.

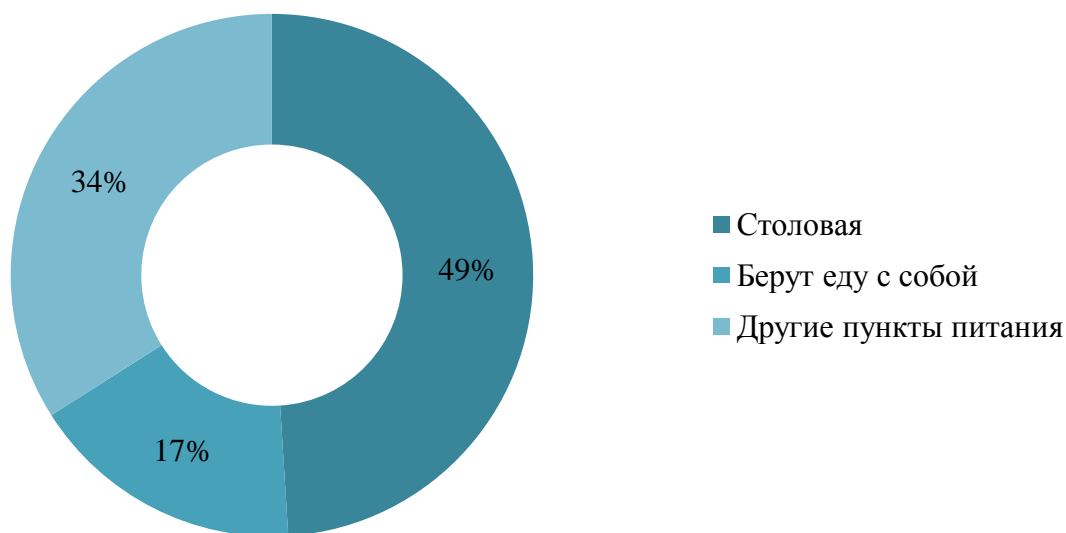


Рисунок 1.1 – Распределение людей по принципу питания в ЮУрГУ [16]

Проведенное исследование определило среднюю величину затрат на питания студентов, которая составила 120 рублей на 2014 год, что с учетом уровня инфляции на 2017 год составила 150,51 рублей.

Данные об уровне инфляции представлены в таблице 3 [26].

Таблица 3 – Средний уровень инфляции на территории РФ за 2014 – 2016 гг.

В процентах

Год	Показатель инфляции
2014	11,4
2015	12,9
2016	5,4

Так как предприятия питания на территории ЮУрГУ выбирают более половины студентов, можем сделать вывод о том, что реорганизация комбинатов общественного питания является необходимой мерой.

На основании проведенного анализа выделим основные проблемы предприятий общественного питания в ЮУрГУ на основании опроса студентов и наблюдения.

Основные проблемы представлены ниже.

1. Небольшое количество посадочных мест, и длительное стояние в очереди приводят к снижению качества питания у студентов. Даже большие столовые с разнообразным меню не могут полностью удовлетворить потребности студентов.

2. Проблема состава блюд.

В меню, которое представлено на предприятии, не отображен полноценный состав блюд, сотрудники также не всегда могут проконсультировать по данному вопросу.

Данная проблема является актуальной, так как на фоне стрессовых ситуаций во время учебного процесса, у студентов обостряются аллергии. Отсутствие подробного состава блюд, делает опасными приемы пищи в студенческих столовых.

Также к данной проблеме можно отнести периодичную несбалансированность предлагаемых блюд по добавляемым специям.

3. К проблемам комбинатов питания также можно отнести отсутствие маркировки на блюдах и несоблюдение сроков хранения блюд, что может привести к пищевым отравлениям.

4. Одной из важных проблем предприятий общественного питания в ЮУрГУ является позднее время открытия. Подавляющее большинство заведений открывают свои двери в 9 утра.

Студенты, начинающие свою учебу с восьми утра, экономя время на приеме пищи с утра, выкраивая время на дорогу до университета, не имеют возможности полноценно позавтракать в стенах университета.

5. Еще одной проблемой является отсутствие безналичного расчета на большинстве предприятий.

Также можно выделить еще несколько проблем, присущих предприятиям общественного питания в ЮУрГУ:

- 1) грязная и старая мебель;
- 2) устаревшая посуда;
- 3) отсутствие мест для личной гигиены;
- 4) отсутствует зона коворкинга.

Коворкинг в широком смысле – подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве.

В ЮУрГУ представлены различные виды предприятий общественного питания. Каждое предприятие было классифицировано в соответствии с ГОСТ Р 50762-2007 [17], который определяет общую систематизацию предприятий.

Был проведен сбор данных по всем комбинатам питания по средствам непосредственного посещения каждого заведения.

Было исследовано 21 заведение общественного питания в ЮУрГУ, в том числе и центры оперативной печати, которые, в дальнейшем, не вошли в анализ, так как имеют ограниченный ассортимент.

Ниже представлены основные этапы проведенного анализа.

1. Рассчитана пропускная способность предприятий, имеющих посадочные места. Данный показатель находился по формуле 1:

$$MPC = \frac{PR \times M}{VPP}, \quad (1)$$

где MPC – максимальная пропускная способность, чел.;

PR – продолжительность работы предприятия, мин.;

M – число посадочных мест, чел.;

VPP – время приема пищи, мин.

На основании количества представленных позиций в меню и среднем времени, проводимом в столовых и буфетах, было рассчитано среднее время приема пищи. Данный показатель представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Среднее время приема пищи на предприятии

В минутах	
Категория предприятия	Среднее время приема пищи
Столовая	30
Буфет	20

Расчет данного показателя определил максимальную пропускную способность предприятий, или мощность организации. Наибольшее значение имеет буфет «Минутка», расположенный в третьем корпусе (1152 человека). Данное значение было достигнуто за счет большого количества посадочных мест и непродолжительного времени приема пищи.

Наименьшее значение было получено у буфета «Переменка» (288 человек). Такой низкий показатель связан с небольшой площадью помещения, на которой одновременно могут расположиться только 9 человек.

2. Был проведен анализ ассортимента на каждом предприятии, были выявлены средние цены по каждой товарной группе.

На рисунке 1.2 представлены результаты анализа средних цен по товарным группам по всем пунктам питания ЮУрГУ.

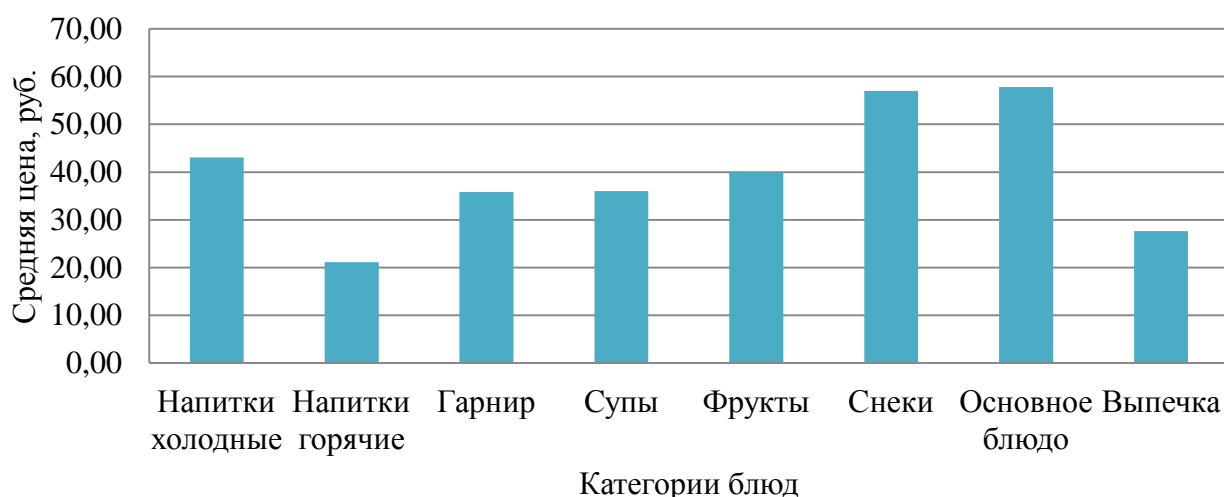


Рисунок 1.2 – Средние цены различных категорий блюд, руб.

3. После анализа ценовой политики предприятия была проведена качественная оценка блюд, предлагаемых различными предприятиями.

Расчет показателя производился с учетом важности показателя, поэтому для каждой категории была определена степень важности.

Выбор критериев и степень важности был произведен на основании опроса студентов ЮУрГУ и приведен в балльной системе. Балльная оценка показателей использована для приведения критериев оценки к одной единице измерения.

Данные о наименовании показателей и их степени важности представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Важность рассмотренных показателей качества питания

Показатель	В процентах	
	Вес	
Широта меню	35	
Качество посуды	25	
Размер порции	25	
Наличие маркировки с временем производства продукции	15	

Наибольшую оценку (3,75) получили столовые в корпусе Сигма и главном корпусе ЮУрГУ, что связано с большим выбором товарных позиций и керамической посудой.

Далее была проведена оценка очередей в час пик. На основании опроса студентов были получены средние отзывы по каждому предприятию. Также была рассчитана средняя цена комплексного обеда для каждого из заведений в соответствие с ассортиментной политикой предприятия.

Результаты проведенного анализа представлены в Приложении А.

На основании данного анализа был сформирован интегральный показатель качества оказываемых услуг питания.

Данный показатель определяет положение качественного фактора, который является комплексным. Для оптимального генерирования показателя необходимо выбрать критерии, которые будут освещать качество оказываемых услуг с различных сторон. Критерии были отобраны на основании опроса студентов.

Критерии, отобранные для расчета данного показателя, представлены ниже.

1. Усредненные отзывы. Данный показатель был рассчитан на основании опроса студентов, питающихся в столовых ВУЗа;

2. Наличие очередей в час пик. Показатель определялся исходя из среднего времени стояния в очереди в обеденное время.

Среднее время стояния в очереди представлено на рисунке 1.3.

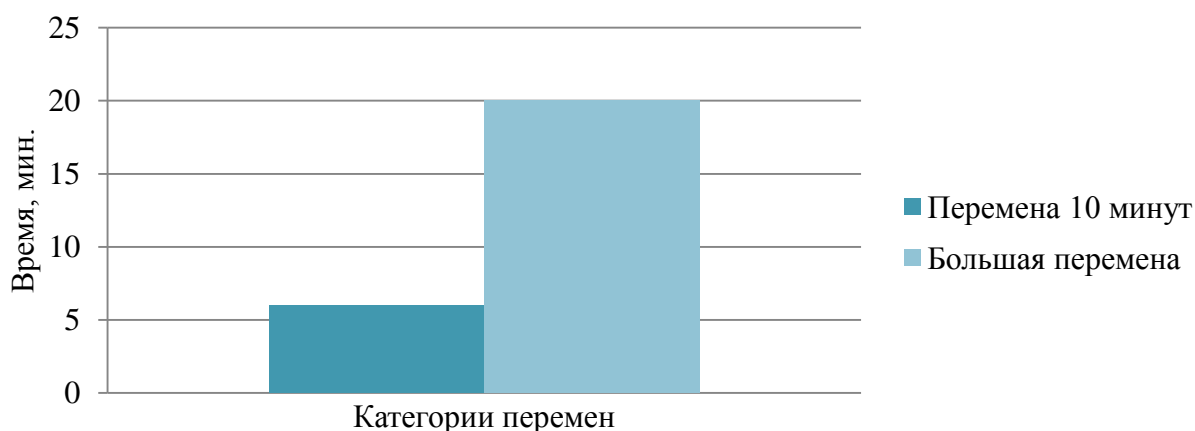


Рисунок 1.3 – Время, занимаемое стоянием в очереди в различные промежутки времени, мин.

Из представленных на графике данных можно сделать вывод о том, что время, занимаемое стоянием в очереди, в обеденное время увеличивается примерно в 4 раза.

3. Характеристика блюд. Оценка качества блюд проводилась на основании четырех показателей, представленных в таблице 5.

4. Пропускная способность. Данный критерий был рассчитан по формуле 1. На основании произведенных расчетов был сформирован вариационный ряд для группировки показателей. Вариационный ряд представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Вариационный ряд по максимальной проходимости предприятий общественного питания в ЮУрГУ

Максимальная проходимость предприятий общественного питания, чел.	Количество предприятий, шт.	Присвоенная оценка
288,0-460,8	4	1
460,8-633,6	1	2
633,6-806,4	2	3
806,4-979,2	1	4
979,2-1152,0	1	5

5. Наличие безналичного расчета. Данный показатель позволяет оценить современную оснащенность предприятий общественного питания в ВУЗе.

Присвоенные показателям веса представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Степень важности, присвоенная критериям, используемая при расчете интегрального показателя качества оказываемых услуг
В процентах

Критерий	Присвоенный вес
Усредненные отзывы	20
Наличие очередей в час пик	30
Характеристика блюд	30
Пропускная способность	10
Безналичный расчет	10

Интегральный показатель рассчитывается по формуле 2 [9]:

$$I_k = \frac{B}{B_{cp}}, \quad (2)$$

где B – показатель качества оказываемых услуг;

B_{cp} – средний показатель качества оказываемых услуг.

Значения данного показателя будут располагаться по горизонтальной оси карты позиционирования товаров.

Основные показатели, рассматриваемые в анализе, расчетные значения и присвоенная им степень важности для каждого предприятия, представлены в приложении Б.

Для определения уровня цен была проведена оценка средней стоимости на комплексные обеды.

Интегральный индекс средней цены рассчитывается аналогично индексу качества по формуле 3 [9]:

$$I_{cc} = \frac{C_i}{C_{cp}}, \quad (3)$$

где C_i – средняя цена комплексного обеда на i -ом предприятии;

C_{cp} – средняя цена комплексного обеда по всем предприятиям.

На основании проведенного расчета определяются координаты расположения предприятий на карте позиционирования. Карта позиционирования представлена на рисунке 1.4.

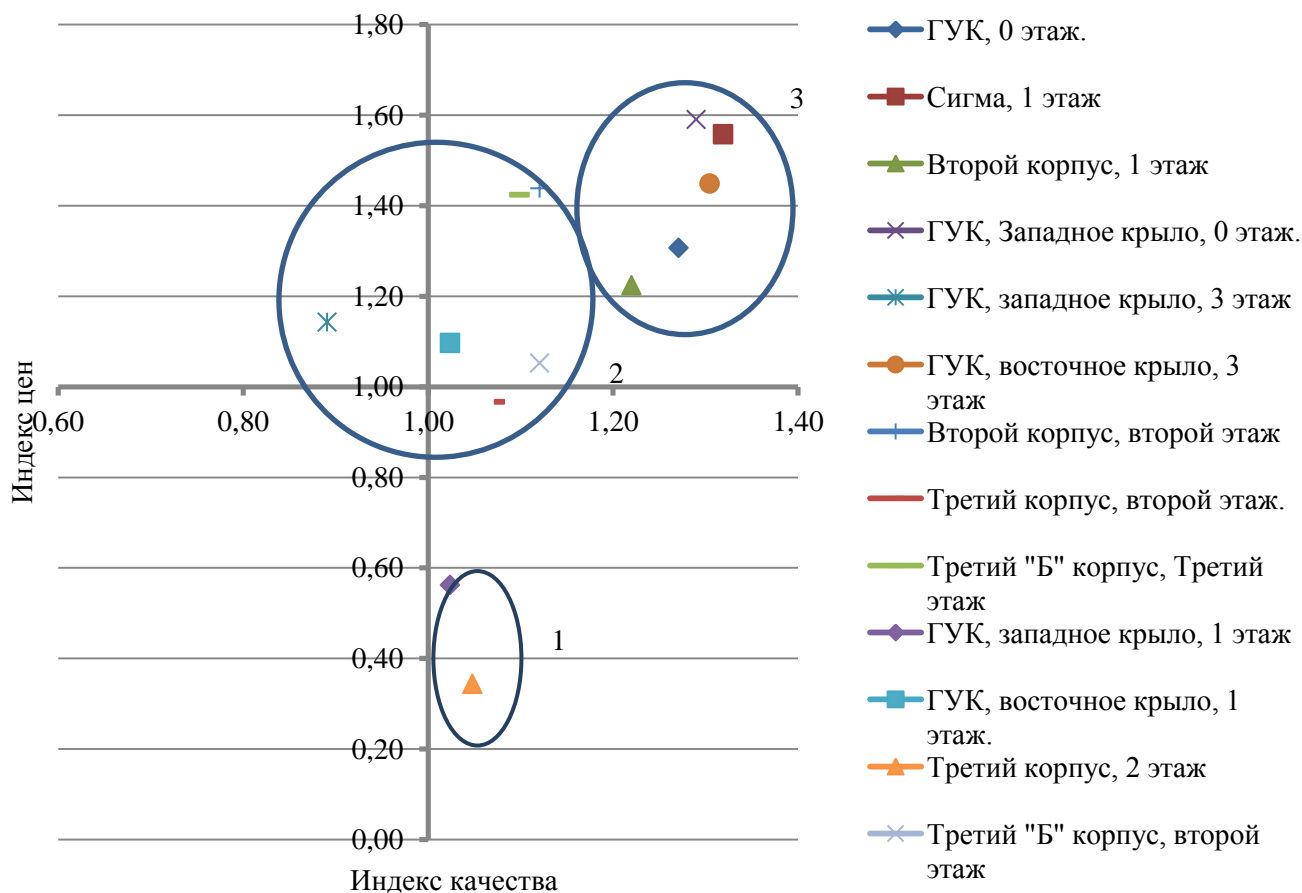


Рисунок 1.4 – Карта позиционирования предприятий общественного питания в ЮУрГУ

Анализ карты позиционирования рынка общественного питания ЮУрГУ позволяет выделить три основные стратегические группы предприятий.

Первая стратегическая группа представлена небольшими заведениями без посадочных мест и с ограниченным меню.

Вторая стратегическая группа представлена предприятиями, уровень качества предоставляемой продукции которых находится на среднем уровне, что обусловлено небольшим количеством позиций в меню и малой проходимостью.

В третьей стратегической группе обозначены лидеры рынка, что связано с большим ассортиментом, представленным в меню, и высокой оценкой характеристики блюд.

Построенная карта позиционирования дает возможность решить некоторые задачи [8].

1. На основании полученных значений координат карты можно рассчитать коэффициенты стратегических позиций конкурентов, что является конкурентоспособностью предприятий.

Расчет данных коэффициентов производится по формуле 4 [9]:

$$K_{\text{ксп}j} = \frac{I_{\text{кач}j}}{I_{\text{цен}j}}, \quad (4)$$

где $K_{\text{ксп}j}$ – коэффициент конкурентоспособности для j -м предприятием;

$I_{\text{кач}j}$ – индекс качества предоставляемых услуг j -м предприятием;

$I_{\text{цен}j}$ – индекс цен для j -го предприятия.

На основании данной формулы в таблице 8 приведены расчеты показателей конкурентоспособности предприятий.

Таблица 8 – Показатели конкурентоспособности по предприятиям

Элемент анализа	Показатель конкурентоспособности
В долях	
Группа столовых	
ГУК, 0 этаж.	0,97
Сигма, 1 этаж	0,84
Второй корпус, 1 этаж	0,99
ГУК, Западное крыло, 0 этаж	0,81
ГУК, восточное крыло, 3 этаж	0,90
ГУК, западное крыло, 3 этаж	0,78
Максимальное значение в группе	0,99
Минимальное значение в группе	0,78
Группа кафетерии	
Второй корпус, второй этаж	0,78
Третий корпус, второй этаж.	1,11
Третий "Б" корпус, Третий этаж	0,77

Окончание таблицы 8

В долях

Элемент анализа	Показатель конкурентоспособности
ГУК, восточное крыло, 1 этаж	0,93
Третий "Б" корпус, второй этаж	1,07
Максимальное значение в группе	1,11
Минимальное значение в группе	0,77
Группа буфетов	
Третий корпус, 2 этаж	3,05
ГУК, западное крыло, 1 этаж	1,82
Максимальное значение в группе	3,05
Минимальное значение в группе	1,82
Итого минимальное значение	0,77
Итого максимальное значение	3,05

При более быстром росте качественных показателей по сравнению с ценовыми, показатель конкурентоспособности возрастает.

На основании данных, приведенных в таблице, очевидно, что максимальное значение показателя соответствует кафетерию, расположенном на втором этаже третьего корпуса ЮУрГУ.

Данное лидерство получено благодаря низкой средней цене на комплексный обед, что связано с небольшим выбором товарной продукции.

2. Также на основании полученной информации из карты позиционирования можно отследить зависимость цен на комплексные обеды от качества оказываемых услуг.

Данная зависимость изображена на рисунке 1.5.

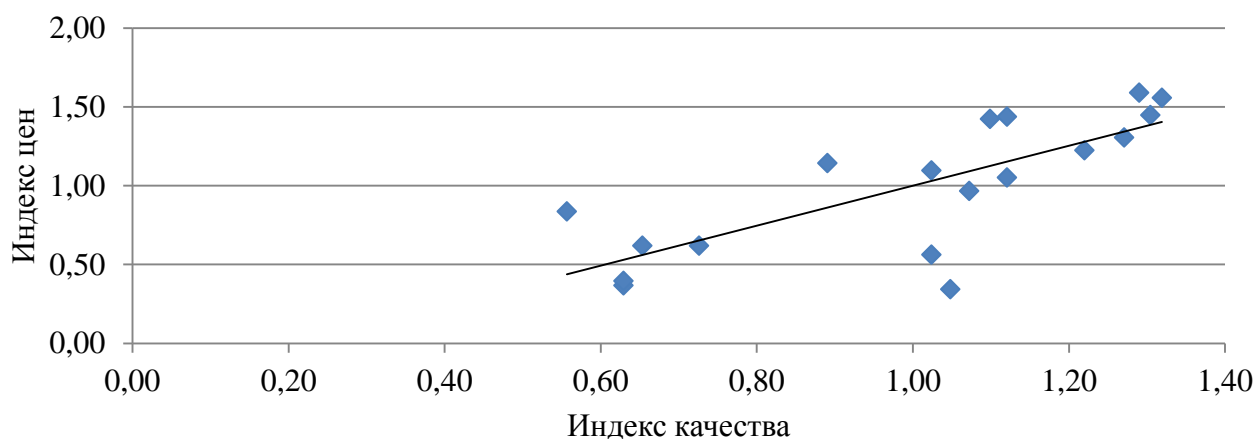


Рисунок 1.5 – Зависимость уровня цен от предоставляемых услуг

Также, рассчитав коэффициент корреляционной зависимости (Формула 5) индекса цен от показателя качества предлагаемых услуг, который равен 0,763, можем сделать вывод о наличии сильной зависимости между двумя представленными показателями.

$$r_{xy} = \frac{\sum(x_i - \bar{x}) \times (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2 \times \sum(y_i - \bar{y})^2}}, \quad (5)$$

где x_i – значение переменной x ;

y_i – значения переменной y ;

\bar{x} – среднее арифметическое для переменной x ;

\bar{y} – среднее арифметическое для переменной y .

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что существует очевидная зависимость показателя цен от качества услуг питания, но, не смотря на данную зависимость, имеет место значительные отклонения показателей некоторых предприятий от тренда. Что может быть связано с несоответствием ценовой политики и качества оказываемых услуг.

3. Разработка карт восприятия в динамике дает возможность наблюдать за действительным направлением развития фирмы и его соответствию

запланированному. Данное наблюдение проводится с целью выявления так называемых «разрывов» – отклонения значений фактических целевых показателей от плановых, определить, за счет изменения каких факторов происходит укрепление или ослабление рыночных позиций [9].

Также построение карты позиционирования в динамике позволяет рассмотреть, какие показатели оказали значительное влияние на изменение рыночных позиций предприятия, а также проанализировать критерии, видоизменение которых снизит затраты ресурсов при достижении цели [8].

Исходя из проведенного анализа рынка общественного питания в ЮУрГУ и выявленных проблем предприятий, можно сделать вывод о том, что уровень рынка общественного питания в ЮУрГУ не соответствует международным стандартам. Так как ВУЗ участвует в программе 5/100, то соблюдение международных стандартов сервиса питания необходимо.

В рамках программы 5/100 был разработан сайт для иностранных студентов, Study in Russia, на котором каждый может найти необходимую информацию для поступления в тот или иной ВУЗ, отдельный раздел посвящен условиям жизни и учебы в России.

Здесь собрана вся необходимая информация об общежитиях, транспорте, студенческих льготах, медицинском обслуживании, питании, досуге, климате и т.д. Даже человек, который мало знаком с Россией, с помощью сайта «Study in Russia» сможет получить полное представление о системе российского высшего образования, включая историю и традиции, статистические показатели, места университетов в рейтингах.

Так как ЮУрГУ стал участником программы 5-100, ВУЗу необходимо поддерживать уровень жизни студентов в соответствие с международными стандартами. Далее рассмотрим системы питания студентов иностранных ВУЗов, которые входят в сто лучших университетов мира.

1.2 Международная система питания

Для корректной оценки системы общественного питания в ЮУрГУ, рассмотрим систему питания в ВУЗах, которые занимают в рейтингах первые места.

В одном из лучших университетов мира, Гарварде, существует особая система питания студентов, которая была разработана внутри самого университета и является основой для составления меню для студентов.

Рассмотрим особенности системы питания в Гарварде.

Разрабатывая «Тарелку здорового питания», специалисты Гарварда опирались на положение о здоровом питании, разработанное Министерством сельского хозяйства США, но также внесли некоторые поправки в эту систему и разработали другую, идеальную, тарелку здорового питания. Она доступно объясняет, какие продукты, и в каком количестве необходимо употребить человеку за один прием пищи для поддержания здоровья и профилактики заболеваний.

Разработанный гарвардскими экспертами вариант подходит для большинства людей, независимо от их национальности и весовой категории, он также приемлем для вегетарианцев. Рассмотрим основные пункты этой системы [23].

1. 50% тарелки должны занимать фрукты и овощи

Нельзя недооценивать важность этих продуктов в рационе. Они низкокалорийные, не содержат холестерина, но при этом в их состав входит огромное количество витаминов, минералов и других важных биологически активных веществ. Также необходимо ограничить в своем рационе картофель, так как в его состав входит большое количество легкоусвояемого крахмала, повышающего уровень сахара в крови.

2. 25% тарелки здорового питания должны занимать цельнозерновые продукты

В связи с тем, что зерна не были очищены, в них содержатся важные антиоксиданты, большое количество клетчатки, витамины, белки, минералы и здоровые жиры.

Благодаря этому цельнозерновые продукты улучшают иммунную систему организма, снижают количество холестерина в крови, помогают при похудении, улучшают работу пищеварительной системы, нормализуют вес, снижают вероятность развития болезней сердечно-сосудистой системы и кровяное давление.

3. 25% тарелки здорового питания должны составлять полезные источники белка.

Эксперты по питанию из Гарвардской школы утверждают, что в рацион человека должен входить белок, содержащийся в рыбе, птице, бобах и орехах. При этом следует отказаться от красного мяса, а также переработанных мясных продуктов (таких как колбасные изделия), поскольку их употребление на регулярной основе повышает риск болезней сердца, сахарного диабета, раковой опухоли толстой кишки и провоцирует ожирение.

На основе данной тарелки здорового питания, Гарвард предоставляет услуги питания своим студентам.

Рисунок с основными рекомендациями приведен на рисунке 1.6.



Рисунок 1.6 – Тарелка здорового питания [23]

Проведем сравнение системы питания Гарварда и примерного рациона питания в ЮУрГУ.

На рисунках 1.7-1.8 приведены диаграммы, отображающие данные о питании студентов двух сравниваемых университетов.

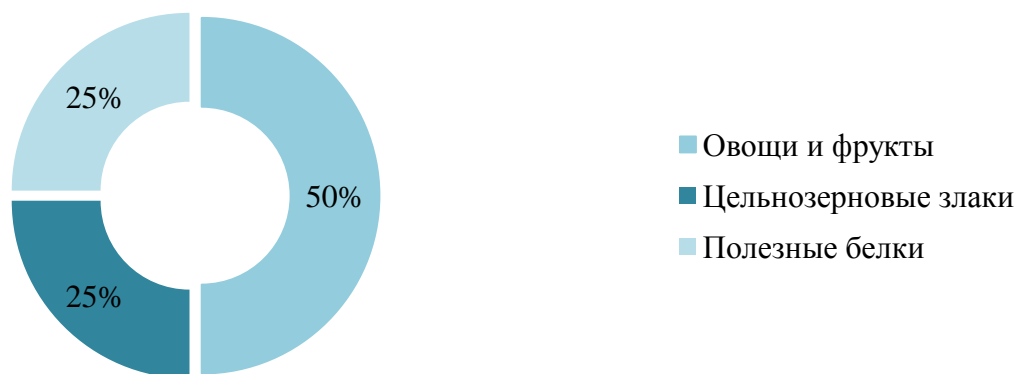


Рисунок 1.7 – Состав питания студентов в Гарварде, %

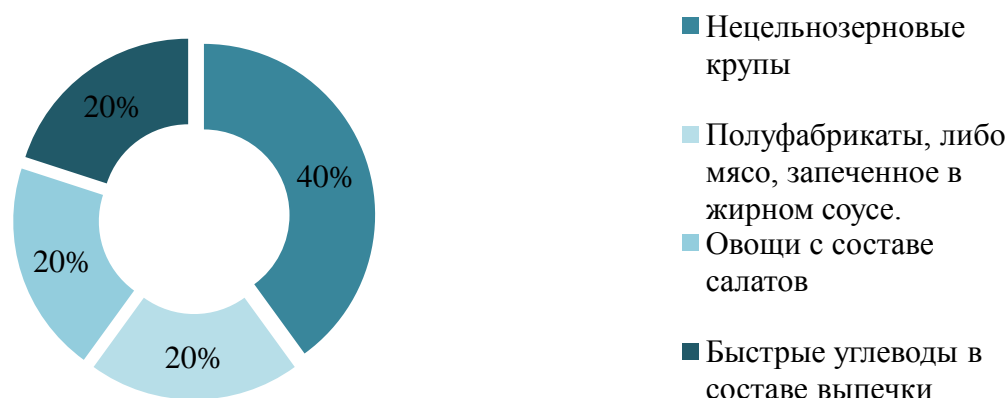


Рисунок 1.8 – Состав питания студентов в ЮУрГУ, %

Исходя из графиков, можем сделать вывод о том, что соотношение основных нутриентов в приведенном рационе питания студентов ЮУрГУ не соблюдено.

Тарелка здорового питания Гарварда предполагает, что 50% тарелки будет занято овощами и фруктами, в рационе питания студентов ЮУрГУ овощи занимают лишь 20 % от потребляемой пищи.

Также можно увидеть большое различие в питании в категории круп и злаков. Данная категория отличается не только по процентному соотношению в рационе питания, но и в качественной составляющей. Если в тарелке здорового питания Гарварда представлены цельнозерновые злаки, которые усваиваются в организме в течение 3 – 4 часов, то крупы в столовых ЮУрГУ представлены в виде нецельнозерновых культур, которые очень плохо усваиваются организмом.

В большей степени студенты питаются выпечкой, которая приводит к ожирению и проблемой с желудком.

Также большую часть рациона составляют крупы, которые, не соответствуют стандартам питания студентов.

Рассмотрим системы обслуживания студентов в Оксфорде и ЮУрГУ

Для улучшения качества обслуживания студентов в Оксфорде, в 2016 году была введена новая безналичная система покупки и оплаты питания.

Новая система позволит развить службу студенческого питания, что приведет за собой более эффективное, быстрое и качественное обслуживание.

Система будет включать в себя новейшие биометрические технологии, которые позволят студентам приобрести их обеды и загружать деньги на свои счета, используя свой большой палец. Но помимо новой системы оплаты питания, до полного перехода, будут сохраняться и традиционные методы оплаты [20].

Рассмотрим основные преимущества данной системы расчетов [20]:

- 1) увеличение скорости обслуживания и сокращение времени обслуживания одного клиента;
- 2) возможность оплаты через Интернет;
- 3) автоматические оповещения, студентов, подверженных аллергии о продуктах, содержащихся в блюдах;
- 4) благодаря безналичной системе расчета, студенты смогут контролировать свои средства;
- 5) отчетность данной системы поможет уменьшить потери и повысить общую эффективность работы службы.

Также студентам Оксфорда предлагаются карты безналичной оплаты, на которых открыта возможность пополнения счета, при входе в пункт приема пищи, с карты студента списывается определенная сумма денежных средств. Взамен, студенты могут находиться в зоне кафе неограниченное количество времени. На территории заведения также предусмотрена зона коворкинга, в которой студенты могут заниматься учебной деятельностью в любое удобное время.

На территории каждого из колледжей Оксфорда расположено несколько предприятий, оказывающих услуги питания, каждое из заведений имеет свое уникальное меню, и часы работы, что делает возможным непрерывную учебную деятельность для студентов.

Рассмотрим примеры заведений и часов работы на рисунке 1.9.



Рисунок 1.9 – Система заведений общественного питания в Оксфорде

На графике, представленном на рисунке 1.10, отображена разница в качестве обслуживания по некоторым показателям, на которые влияет дробность заведений и безналичная система расчета.

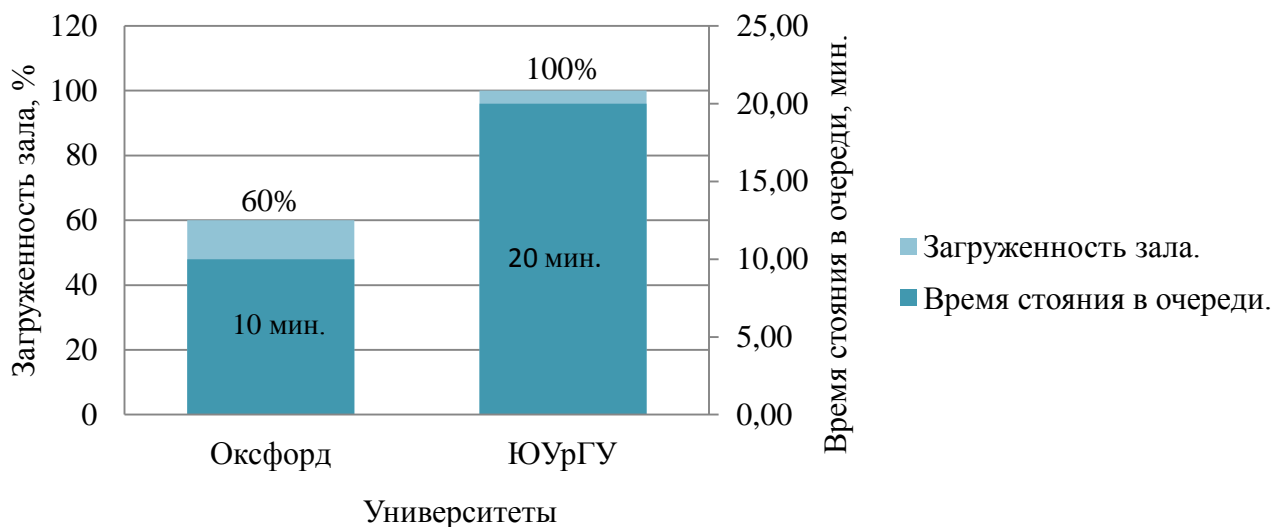


Рисунок 1.10 – Загруженность зала и время стояния в очереди в Оксфорде и ЮУрГУ, %

На основании данного графика можем сделать вывод о снижении времени, потраченного на оплату услуг системы питания в Оксфорде в сравнении с классической системой питания в ЮУрГУ.

Далее рассмотрим университет, который не занимает первое место в списке высших образовательных учреждений, но входит в 100 лучших учебных заведений мира, это Мюнхенский Университет Людвиг-Максимилиана, который занимает 30 место по версии «Times Higher Education / THE World University Rankings».

Основным пунктом питания является «mensa». В данном месте можно не только поесть, но и пообщаться с одногруппниками, сделать домашнее задание или просто посидеть в перерыве между лекциями [21].

Рассмотрим основные позиции меню в мензе на рисунке 1.11.

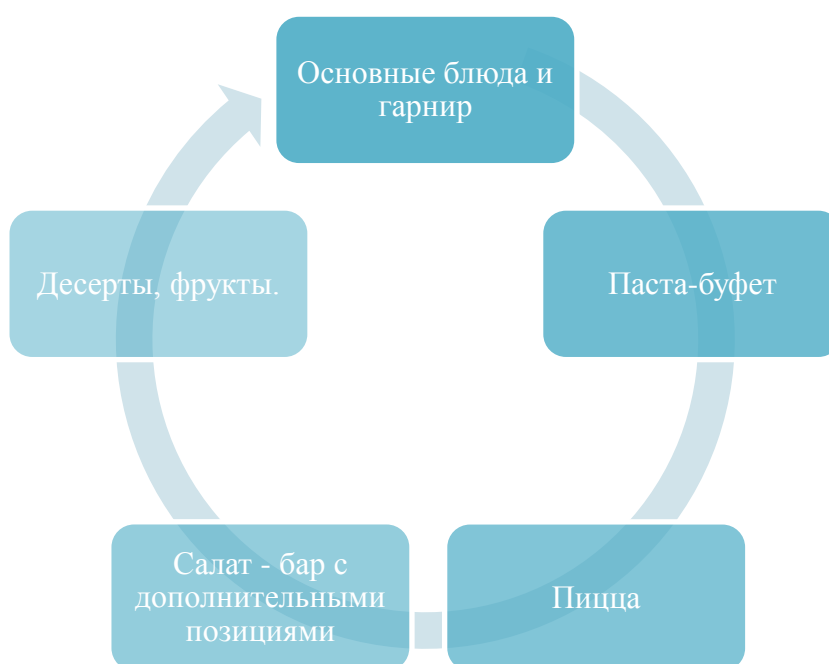


Рисунок 1.11 – Основные позиции меню в мензе

Менза обычно работает всего несколько часов в день, в обеденное время. Почти весь остальной учебный день на территории университета работают кафетерии.

Меню на каждый день недели есть на сайте местного «Studentenwerk». Эта организация контролирует, кроме прочего, качество питания и гигиену в столовых, им можно написать свои пожелания или жалобы.

Также для студентов предусмотрена система скидок по студенческому билету, при его предъявлении комплексный обед будет стоить в 1,5 – 2 раза дешевле.

Если, по какой-то причине, ассортимент в столовой не пришелся по вкусу, студенты имеют возможность принести еду с собой — в мензах и кафетериях есть микроволновые печи.

Есть они и в учебных корпусах, на специально оборудованных кофе-пойнтах, где можно найти также электрочайники и посуду.

Сравним цены на комплексные обеды в университете Мюнхена и в ЮУрГУ.

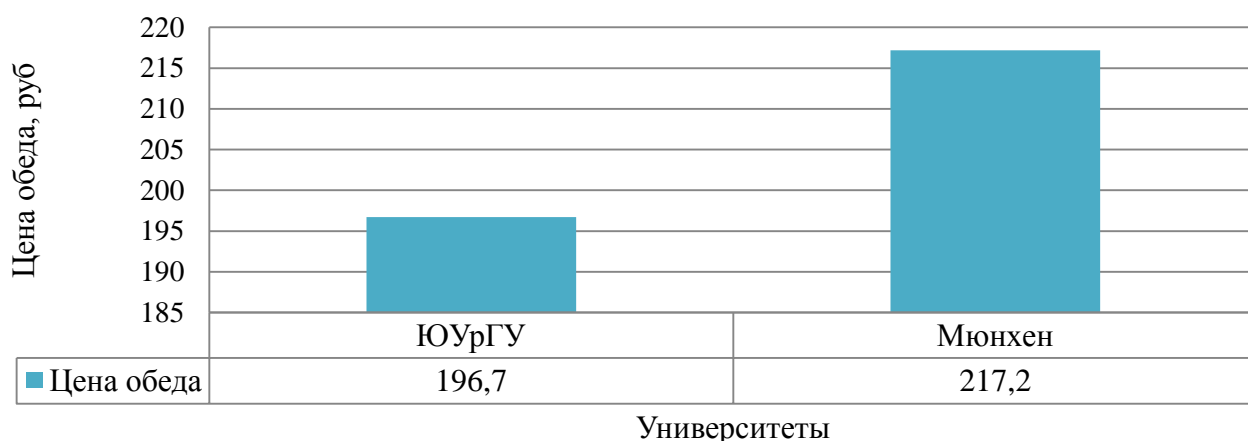


Рисунок 1.12 –Цены на комплексный обед в ЮУрГУ и ВУЗе Мюнхена, руб.

Из диаграммы видно, что цена за комплексный обед отличается незначительно, но уровень обслуживания и качества блюд в университете Мюнхена на гораздо высшем уровне.

Исходя из проведенного анализа рынка питания в ЮУрГУ и сравнительного анализа системой питания в лучших международных ВУЗах, можно сделать вывод о том, что в рамках ЮУрГУ необходимо провести реконструкции предприятий общественного питания. Для исполнения данной реконструкции требуется разработка проекта, в котором будет описана реализуемость данного проекта, поэтому рассмотрим теоретические аспекты экономического проектирования.

1.3 Основы экономического проектирования. Бизнес – планирование, как инструмент обоснования проектов

Проект – это последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течение установленного ограниченного периода времени и направлены на достижение неповторимого, но в то же время определенного результата [2].

Также проект можно охарактеризовать как ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с изначально четко определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, рамкам расходования средств и ресурсов и к организационной структуре [14].

Рассмотрим основные понятия, определяющие проекты [27].

1. Проект имеет установленные сроки начала и завершения проекта, то есть ограниченную протяженность во времени с определением начала и окончания проекта.

2. Управление проектом – координированное выполнение многочисленных и взаимосвязанных действий, связанных с разработкой и управлением процесса проектирования.

3. Определенные ресурсы – трудовые, финансовые, кадровые, экономические, материальные, организационные и др.

Для оценки возможности реализации проектов существуют основные критерии проектов, ниже приведены некоторые из них [10].

1. Техническая осуществимость. В данном критерии рассматривается предметная область проекта и качество его осуществления.

2. Конкурентоспособность, то есть, насколько разрабатываемый проект будет выгоден для его инвесторов и как быстро окупятся инвестиции в него.

3. Трудоемкость. Данный критерий подразумевает время, которое необходимо будет затратить для реализации проекта.

4. Жизнеспособность. То есть оценка рисков, стоимости проекта в сравнении с аналогичными разрабатываемыми проектами.

5. Эффективность осуществления проекта. Критерии определяет обеспеченность проекта в основных ресурсах, то есть материально-техническое снабжение и обеспеченность в персонале.

Прежде чем перейти к финансированию проекта необходимо решить основные задачи, представленные на рисунке 1.13.

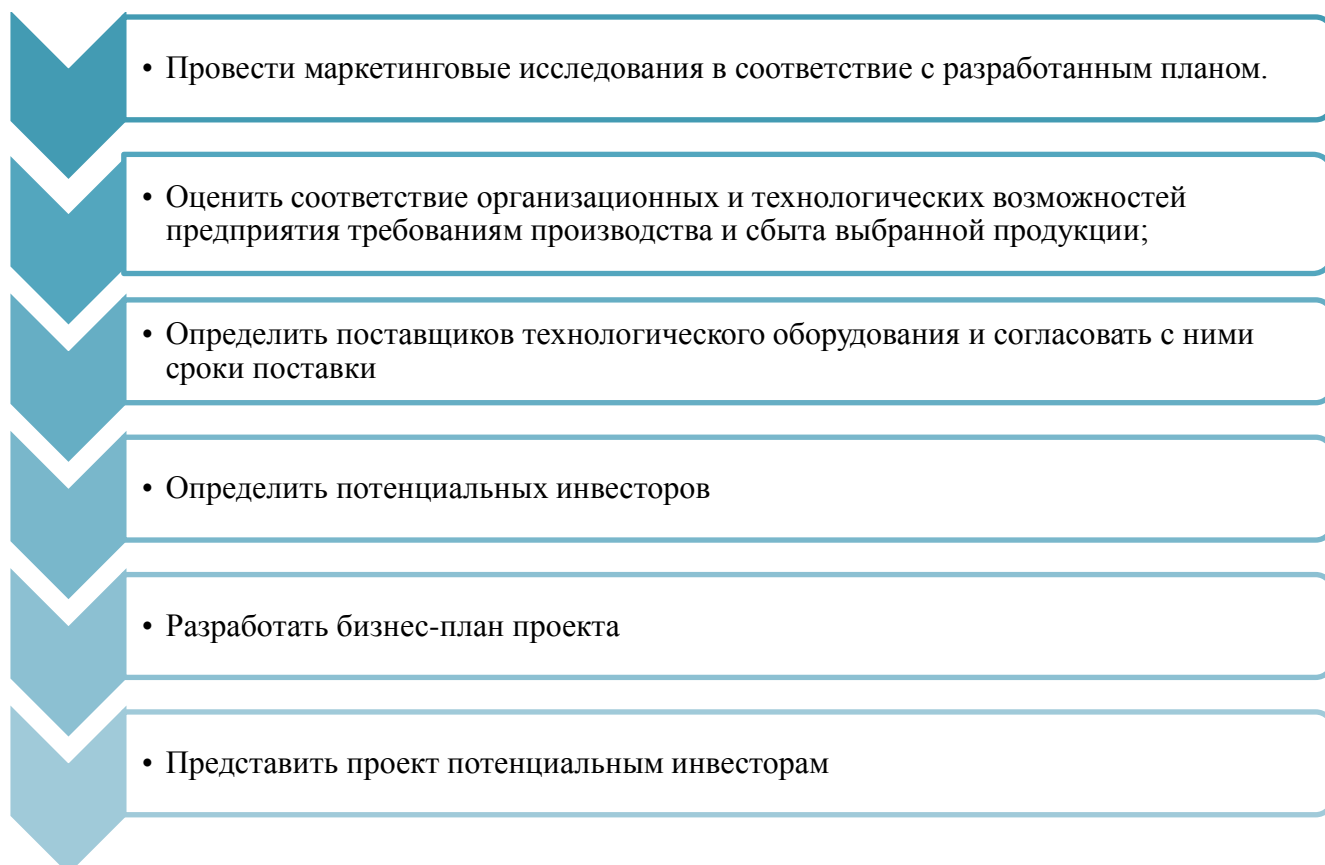


Рисунок 1.13 – Задачи при разработке проекта [3]

Маркетинговые исследования предполагают методичный сбор, обработку и анализ данных, необходимых для принятия дальнейших решений.

При проведении маркетингового исследования изучается рынок сбыта продукции, анализируются конкуренты, которые могут повлиять на деятельность фирмы.

Оценка соответствия возможностей позволит уточнить возможность реализации проекта в рамках предприятия, если обеспеченность предприятия не соответствует требованиям, представленным в бизнес плане, то это приведет к

дополнительным инвестициям, либо к заниженному уровню сбыта. Данные случаи могут отпугнуть потенциальных инвесторов.

Без определения контрагентов, которые будут заниматься поставками оборудования на предприятия невозможно полноценно определить уровень затрат на материально-техническое обеспечение.

Определение потенциальных инвесторов поможет сформировать проект под интересы, которые преследует вкладчики капитала, что представит бизнес-план в более выгодном свете.

Подробнее рассмотрим разработку бизнес-плана, как основного инструмента обоснования проектов.

Бизнес-планирование – это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией хозяйствования [5].

Для эффективного управления предприятием разрабатывается бизнес-план, который отражает развернутое обоснование проекта и возможность оценки эффективности принятых решений, планируемых мероприятий.

Бизнес-план позволяет инвесторам оценить привлекательность разработанного проекта, что позволит обеспечить приток финансовых средств на предприятие.

Таким образом, бизнес-план – это документ, который содержит комплекс основных аспектов планирования деятельности предприятия [18].

Бизнес-план разрабатывается как для обоснования конкретных инвестиционных проектов, так и для управления текущей и стратегической финансовой деятельностью.

Наиболее популярен бизнес-план при поиске кредиторов и инвесторов, поэтому особый акцент и разрабатываемых проектах сделан именно на спонсорах.

Рассмотрим основные цели разработки бизнес-плана [22].

1. Планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

2. Раскрытие актуальной информации о дальнейшей деятельности предприятия, которая помогает инвестору определиться: стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект.

3. Предоставление информации для лиц непосредственно реализующих проект.

Помимо целей бизнес-плана, существуют задачи, реализуемые в процессе его разработки.

Основными задачами бизнес-плана являются [24]:

1) формирование основных целей предприятия, определение конкретных количественных показателей их реализации и сроков достижения;

2) определение конкретных направлений деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;

3) формулирование долговременных и краткосрочных целей фирмы, стратегии и тактики их достижения, определение конкретных количественных показателей их реализации и сроков достижения;

4) выбор состава показателей товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;

5) оценка производственных и торговых издержек по их созданию и реализации;

6) выявление соответствий имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;

7) организация системы контроля над ходом осуществления проекта.

После определения основных целей и задач бизнес-плана необходимо охарактеризовать проект по основным критериям, что позволит предоставить информацию о бизнес-плане инвесторам в более простой форме.

Многообразие бизнес-проектов, с которыми приходится сталкиваться в реальной жизни, чрезвычайно велико. Они могут сильно различаться по сфере приложения, составу предметной области, масштабам, длительности, числу участников, степени сложности, влиянию результатов.

Бизнес-проекты можно классифицировать по различным основаниям. Очевидно, что приведенная ниже система классификации не единственная и не претендует на завершенность.

Рассмотрим одну из популярных классификаций бизнес-планов, которая представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Классификация бизнес – планов [5]

Классификационный признак	Характеристика	Виды
Тип	По основным сферам деятельности, в которых существует проект	Технический
		Организационный
		Экономический
		Социальный
		Смешанный
Класс	По составу, структуре и его предметной области	Монопроект
		Мультипроект
		Мегапроект
Масштаб	По размерам самого проекта, количеству участников и степени влияния на окружающий мир	Мелкие
		Средние
		Крупные
		Очень крупные
Длительность	По продолжительности периода осуществления проекта	Краткосрочные (до 3 лет)
		Среднесрочные (3-5 лет)
		Долгосрочные (свыше 5 лет)
Вид	По характеру предметной области проекта	Инновационный
		Организационный
		Научно-исследовательский
		Учебно-образовательный
		Смешанный

При помощи данной классификации становится возможным определить разновидность бизнес-планов, что позволяет инвесторам многогранно рассматривать каждый проект.

Бизнес-планы обычно нацелены на разработку нововведений, имеют четко очерченные временные границы, которые имеют обоснование.

При составлении любого бизнес-плана существует вероятность ошибок, рассмотрим основные ошибки, представленные на рисунке 1.14.

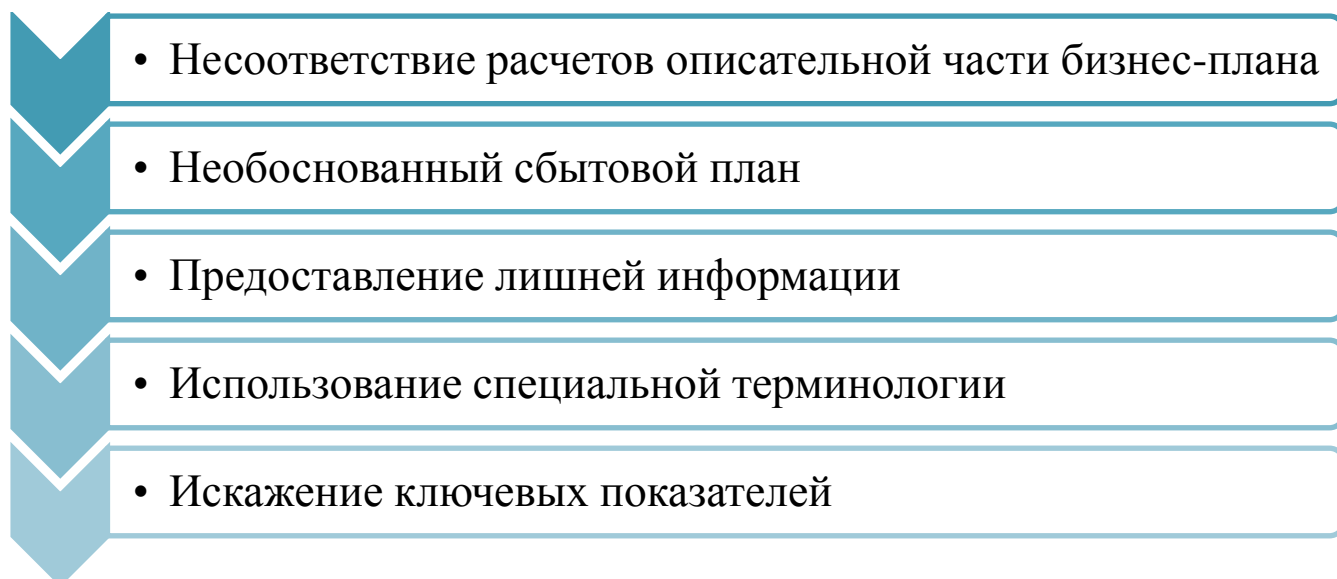


Рисунок 1.14 – Основные ошибки при составлении бизнес-планов [22]

Рассмотрим каждый пункт подробнее.

При несоответствии расчетной части бизнес-плана описательной происходит диссонанс данных, который может ввести инвесторов в замешательство и привести к неправильной оценке жизнеспособности проекта.

Необоснованность сбытового плана подразумевает объем продаж, который не подкреплён исследованием рынка сбыта и анализом сбыта за прошлые отчетные периоды, что может привести к завышению уровня ожидаемых продаж по сравнению с реальным объемом сбыта.

Данная ошибка приводит к обману инвесторов, что может повлечь за собой отказ от дальнейшего инвестирования проекта.

Предоставление лишней информации инвесторам в рамках бизнес-плана может привести к размытому пониманию основных целей проекта, что в свою очередь может подтолкнуть инвесторов к решению об отказе в финансировании проекта.

При использовании специализированной литературы есть возможность того, что проект останется не до конца понятным. Большинство инвесторов являются людьми, не имеющими экономического образования, поэтому понятный и простой язык является важной составляющей при разработке бизнес-плана.

Искажение ключевых показателей может представить проект в более выгодном свете для инвесторов, чем он есть на самом деле. При выборе данного бизнес-плана вкладчики будут рассчитывать на больший уровень прибыли, чем получают при реализации проекта.

Таким образом, были изучены основные понятия, присущие экономическим проектам. Основным инструментом обоснования проектов является бизнес-план, поэтому в параграфе были рассмотрены основные понятия и характеристики, относящиеся к бизнес-планированию.

Были проанализированы основные ошибки, допускаемые при составлении бизнес-планов. Данный анализ позволит избежать ошибок при дальнейшей разработке проекта.

Выводы по разделу один

В рамках данной главы был проведен анализ рынка предприятий общественного питания в ЮУрГУ.

На основании данного анализа была составлена карта позиционирования, которая позволила определить основные группы предприятий на рынке. Также были выявлены основные проблемы, присущие комбинатам питания в ЮУрГУ.

Был проведен анализ потребителей, который позволил определить потребности студентов для их дальнейшего удовлетворения.

Во втором параграфе был проведен анализ уровня общественного питания в ЮУрГУ и университетов, которые входят в тридцать лучших университетов мира. Исходя из данного анализа, было проведено сравнение систем питания в

университетах и выявлены основные пункты, к которым необходимо стремиться ЮУрГУ для повышения рейтинга университета.

В третьем параграфе данной работы была представлена и изучена теоретические данные экономического проектирования, а также рассмотрены основные ошибки при проектировании. Данная информация поможет избежать в дальнейшем стандартных ошибок, в разработке проекта.

2 РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Основным видом деятельности предприятия является оказание услуг питания на территории ЮУрГУ.

Организация представляет собой малое инновационное предприятие (МИП).

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью.

Предприятие использует упрощенную систему налогообложения, так как исполняет все ограничения по данной системе налогообложения, то есть, по итогам 9 месяцев года, в котором она подает уведомление о переходе на УСН, ее доходы от реализации и внереализационных доходов не превысили 112,5 млн. рублей, также количество работников не превышает 100 человек.

Несмотря на то, что 45% предприятия принадлежит ЮУрГУ, предприятие имеет право на применение упрощенной системы налогообложения, так как университет является образовательным учреждением.

Уставный капитал предприятия состоит из взносов физических лиц и НИУ ЮУрГУ.

В качестве вклада в уставный капитал НИУ ЮУрГУ предоставляет в пользование МИП разработки энерго- и ресурсосберегающих технологий производства продуктов питания с функциональными и лечебно-профилактическими свойствами, патенты на производство определенной продукции, а также программное обеспечение для реализации продукции по средствам электронных карт.

Общая стоимость вносимых патентов составляет 25 000 руб.

Программное обеспечение для осуществления продаж определено по средней стоимости аналогичных программ, представленных на рынке. Проведенный

анализ показал, что стоимость данного обеспечения составляет порядка 87 000 руб.

Некоторые из патентов, которые будут представлены ЮУрГУ в качестве вноса в уставный капитал предприятия, представлены в приложениях В и Г.

Осуществление деятельности предприятия будет производиться в помещениях ЮУрГУ, которые университет передаст в безвозмездное пользование предприятию.

Минимальный размер уставного капитала для ООО в размере 10 000 рублей будет внесен денежными средствами директором предприятия.

Также будут внесены денежные средства и имущество от других учредителей предприятия.

В итоге, 25% уставного капитала предприятия будет составлять вклад ЮУрГУ, состоящий из разработок, исследований и производственных помещений, оставшиеся 75% уставного капитала будет дополнено денежными средствами и имуществом учредителей.

Итого размер уставного капитала предприятия составит 488 000 руб..

Далее рассмотрим основные параметры работы предприятия.

На данный момент предприятия работает 8 часов в день, поэтому время работы предприятия будет увеличено для того, чтобы студенты и педагогический состав, приходящие к восьми утра, имели возможность позавтракать.

Комплексное меню будет задействовано в обеденное время, в остальное время на территории предприятия будет открыт кафетерий, в котором студенты и преподавательский состав будет иметь возможность перекусить.

В таблице 10 представлены новые часы работы предприятия.

Таблица 10 – Время работы предприятия общественного питания в ЮУрГУ

В часах

Категория	Время работы
Общее время работы	7:30 – 17:00
Обеденное время	12:00 – 16:00
Время ланча	7:30 – 12:00; 16:00 – 17:00

Благодаря увеличению времени работы заведения максимальная пропускная способность будет увеличена.

Также пропускная способность вырастет за счет увеличения количества посадочных мест. Новая пропускная способность составит 1781 человек, по сравнению с 768 человек, которые предприятие имеет возможность принять на данный момент.

В меню предприятия будет представлено 3 комплексных обеда, которые будут обновляться еженедельно. В зависимости от потребности, каждый посетитель сможет выбрать количественную и качественную характеристику блюд комплексного обеда.

Реализация комплексных рационов меняет характер производства, которое должно обеспечивать бесперебойное изготовление блюд нескольких видов большими партиями, создает возможности для механизации производственных цехов, а с экономической точки зрения удешевляет процесс изготовления продукции за счет экономии на издержках.

В таком случае применяется стратегия постепенного снижения себестоимости продукции. Она заключается в ориентации на массовый выпуск однородной продукции экономически более эффективно, чем выпуск разнородной продукции небольшими партиями [23].

Для уменьшения времени обслуживания одного посетителя в рамках предприятия будут введены карты оплаты, приобретение которых будет возможно как в рамках предприятия, так и в профкоме ЮУрГУ.

При покупке определенного набора продуктов, с карты будет списываться необходимое количество денежных средств при контакте со специализированным терминалом.

Пополнение карты будет возможно через личный кабинет студента на сайте ЮУрГУ, а также через профком.

Безналичная система оплаты позволит сократить время, затрачиваемое на обслуживание одного посетителя, как минимум, в двое, что сократит общее время, занимаемое в очереди, увеличит проходимость заведения.

Для работы предприятия с платежными картами ЮУрГУ, в качестве вклада в уставный капитал внесла программное обеспечение, которое позволит проводить платежные операции с электронными картами, а также вести учет организации.

Рассмотрим модель взаимодействия предприятия с различными составляющими, а также синергию для каждого из субъектов взаимодействия. Данная модель представлена на рисунке 2.1.

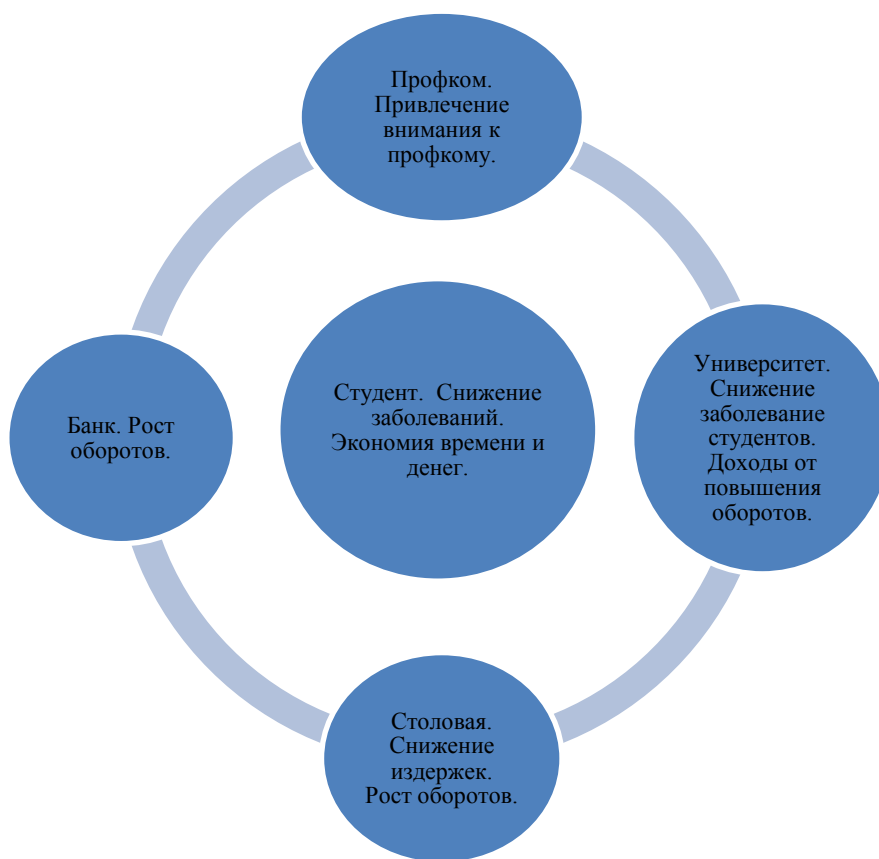


Рисунок 2.1 – Взаимодействие предприятия с субъектами экономической деятельности

На основании приведенных данных можно сделать вывод о том, что реорганизация заведений будет выгодна для всех участников отношений, которые будут вновь созданы после открытия нового комбината общественного питания в ЮУрГУ.

Рассмотрим ассортиментную политику предприятия.

В меню предприятия будет представлено три комплексных обеда, различающиеся по составу и пищевым характеристикам. Каждый посетитель имеет возможность выбрать состав и количество блюд в обеде.

Каждый комплексный обед будет учитывать потребности разных сегментов потребителей.

В обеденное время студентам и преподавательскому составу предлагается перекусить сэндвичами и салатами, которые также будут продаваться по одной цене.

На основании статистических данных роскомстата 30,7% опрошенных людей в возрасте от 16 до 29 лет отметили, что выбор рациона для похудения или для поддержания здорового веса важен для них, а важность следованию основным принципам здорового питания отметили более половины опрошенных.

Данные представлены на рисунке 2.2.

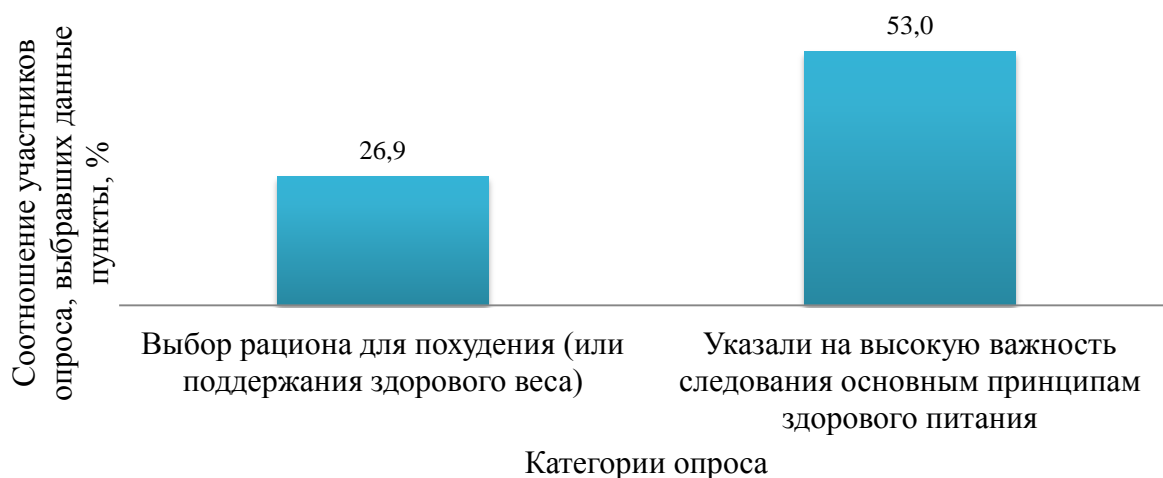


Рисунок 2.2 – Данные о важности здорового питания, %

На основании представленных данных один из комплексных обедов будет отвечать всем принципам здорового и правильного питания.

Второй комплексный обед отвечает потребностям людей в сытном обеде. Будет содержать достаточное количество калорий для поддержания эффективной работы организма на протяжении долгого временного промежутка.

Третий комплексный обед будет отвечать всем основным потребностям в питании студентов и работников ЮУрГУ.

На основании выбора основных видов комплексных обедов, было составлено примерное меню каждого из комплексных обедов.

В таблице 11 представлен ассортимент комплексного обеда.

Таблица 11 – Ассортимент предоставляемых комплексных обедов

"Фитнес обед"		
Название	Масса, гр.	С\с, руб.
Салат с запеченой свеклой	150,00	17,62
Крем- суп из цветной капусты	250,00	15,93
Рулет из курицы с болгарским перцем с овощами	200,00	29,02
Итого:		62,57
"Сытный обед"		
Салат "Цезарь с курицей"	150,00	27,86
Грибная похлебка	250,00	16,18
Мясные шарики в томатном соусе с отварными макаронами	200,00	28,90
Итого:		72,94
"Классический обед"		
Салат "Греческий"	150,00	24,75
Суп- лапша с курицей	250,00	14,35
Говядина по "Строгановски" с рисом	200,00	42,46
Итого:		81,56

Цены по продукцию формировались исходя из средней и максимальной цены комплексного обеда в ЮУрГУ.

Для оптимизации продаж было выбрано две возможности покупки комплексного обеда:

1) два блюда, то есть на выбор предоставляется три комбинации блюд из комплексного обеда: салат и суп, салат и горячее, суп и горячее;

2) три блюда.

Стоимость комбинации из двух блюд установлена на уровне 150 рублей, что соответствует средним затратам студентов на обед (150,57 руб.).

Стоимость комбинации из трех блюд установлена на уровне 200 рублей, что приблизительно равно максимальным затратам на комплексный обед у студентов (196,5 руб.).

Помимо комплексных обедов, предприятие будет предоставлять услуги питания вне времени обеденного перерыва, в рамках данного времени на предприятии будут продаваться сэндвичи, выпечка и снеки, также будет представлен салат-бар.

Все позиции в меню будут продаваться по одной цене, что сделает возможным увеличение проходимости за счет роста скорости обслуживания одного покупателя. Цена на данную продукцию будет составлять 70 рублей, что примерно равно среднему значению комплексных обедов на всех предприятиях общественного питания в ЮУрГУ (70,2 руб.)

2.2 Оценка экономической эффективности и финансовой реализуемости проекта

Эффективность инвестиционного проекта – категория, отражающая соответствие результатов инвестиционного проекта целям и интересам его участников. Про прогноз – методы и допущения [15].

Показатели общественной эффективности учитывают социально-экономические последствия осуществления инвестиционного проекта для общества в целом, в том числе как непосредственные результаты и затраты проекта, так и "внешние": затраты и результаты в смежных секторах экономики, экологические, социальные и иные внеэкономические эффекты [24].

Показатели коммерческой эффективности проекта учитывают финансовые последствия его осуществления для участника, реализующего инвестиционный проект, в предположении, что он производит все необходимые для реализации проекта затраты и пользуется всеми его результатами.

Существуют две методики оценки экономической эффективности и коммерческой эффективности проекта.

Финансовая реализуемость проекта в значительной степени зависит от принятой для реализации инвестиционного проекта схемы финансирования.

Данные методики представлены на рисунке 2.3.

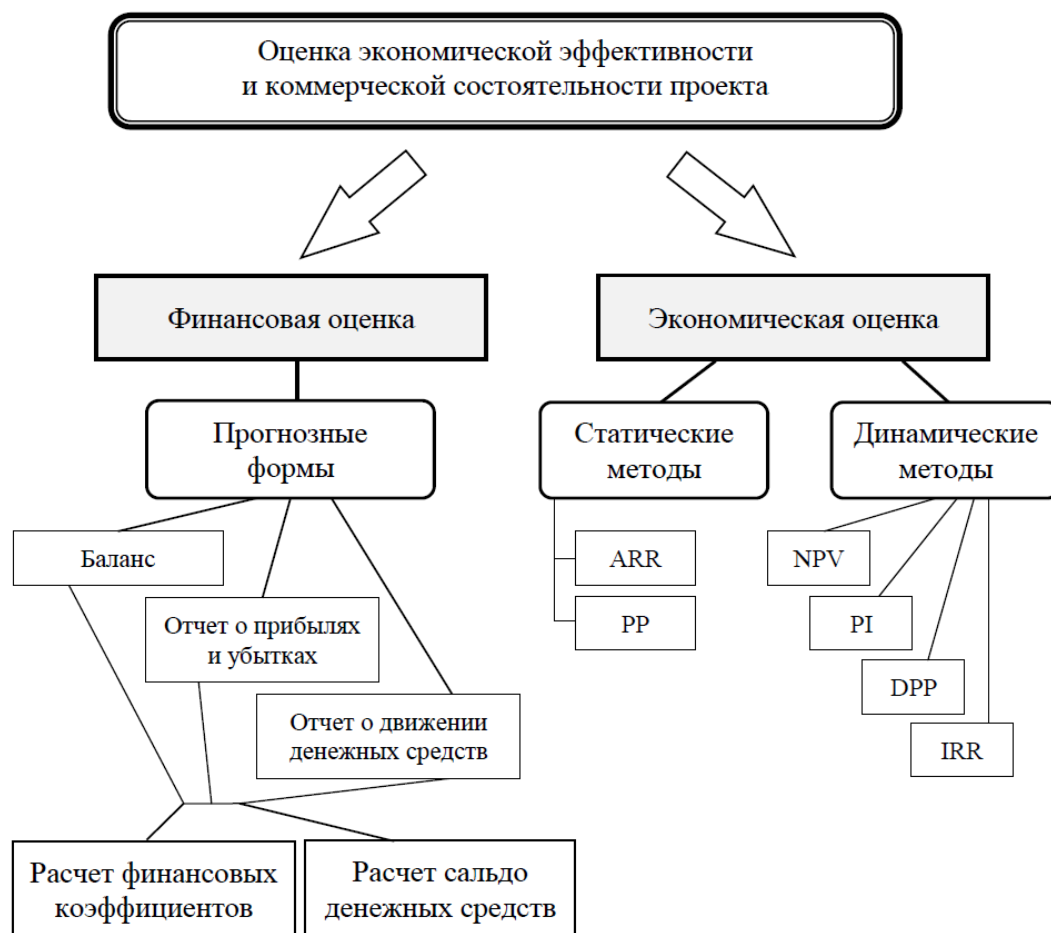


Рисунок 2.3 – Оценка эффективности экономического проекта [24]

Для оптимального прогнозирования объема продаж необходимо рассчитать среднее количество посетителей предприятия в месяц.

Максимальная пропускная способность предприятия до реконструкции составляет 768 человек в день. После проведения ремонта и смены системы обслуживания пропускная способность увеличится до 1781 человек в день. Увеличение пропускной способности вызвано увеличением продолжительности рабочего дня предприятия, а также новыми посадочными местами. За счет

измененного графика работы пропускная способность увеличилась на 432 человека, что составляет 56,25% от первоначальной проходимости. Реконструкция гостевого зала позволила увеличить проходимость заведения на 144 человека, что составило 18,75% от первоначальной проходимости.

Также увеличение проходимости связано с уменьшением времени обслуживания одного посетителя за счет введения электронной системы оплаты.

На основании данных о времени, затрачиваемого на одного посетителя, спрогнозировано уменьшение данного показателя, в среднем, на 25%. За счет оптимизации процессов обслуживания и расчета.

Данные об изменении максимальной проходимости предприятия представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Максимальная проходимость предприятия

Категория	Проподимость в день, чел.	Проподимость в месяц, чел.	Цена, руб.
Ланч	470	14 100	70
Обед из двух блюд	640	19 200	150
Обед из трех блюд	315	9 450	200
Обед итого	955	28 650	-
Итого	1 425	42 750	-

Также было проведено наблюдение за загруженностью предприятия в разные промежутки времени. На основании данного наблюдения был выявлен коэффициент загруженности зала. Данные о коэффициенте загруженности представлены на рисунке 2.4.

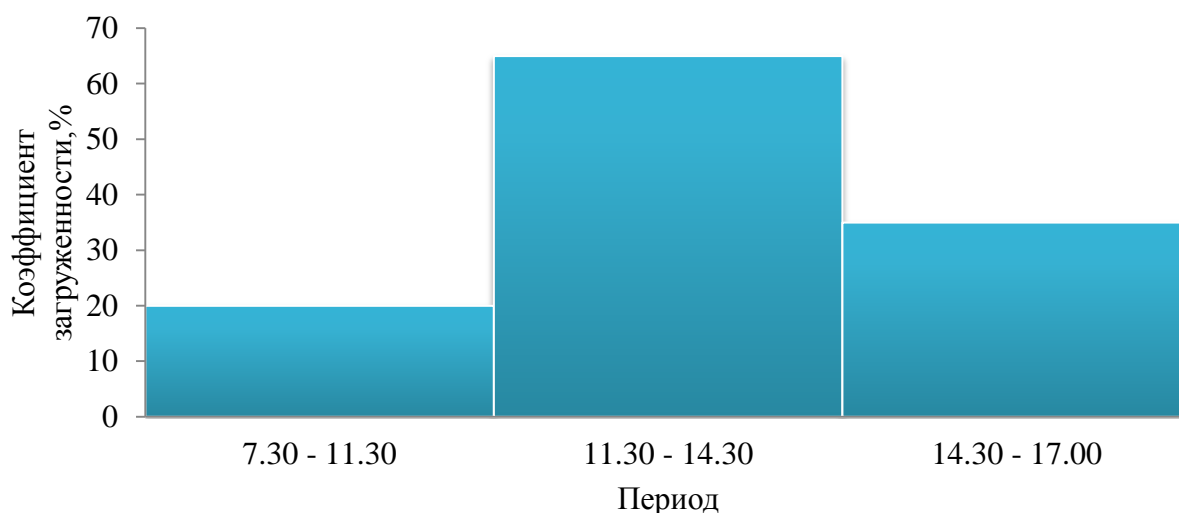


Рисунок 2.4 – Коэффициент загрузки в разные временные промежутки

Исходя из коэффициента загрузки зала и расчетной величины максимальной проходимости, можем рассчитать среднюю проходимость заведения в день, что позволит в дальнейшем составить прогноз продаж.

Среди студентов ЮУрГУ был проведен опрос о качестве услуг питания в университете, а также о среднем количестве посещений. Также в рамках данного опроса были выявлены потребности студентов, которые остались неудовлетворенными. Были выявлены основные моменты, которые не устраивают студентов в предприятиях общественного питания в ЮУрГУ.

Из опроса были получены данные о среднем количестве совершаемых покупок в столовой в месяц и выборе количества блюд в комплексном обеде.

Данные о среднем количестве посещения столовых представлены на рисунке 2.5.

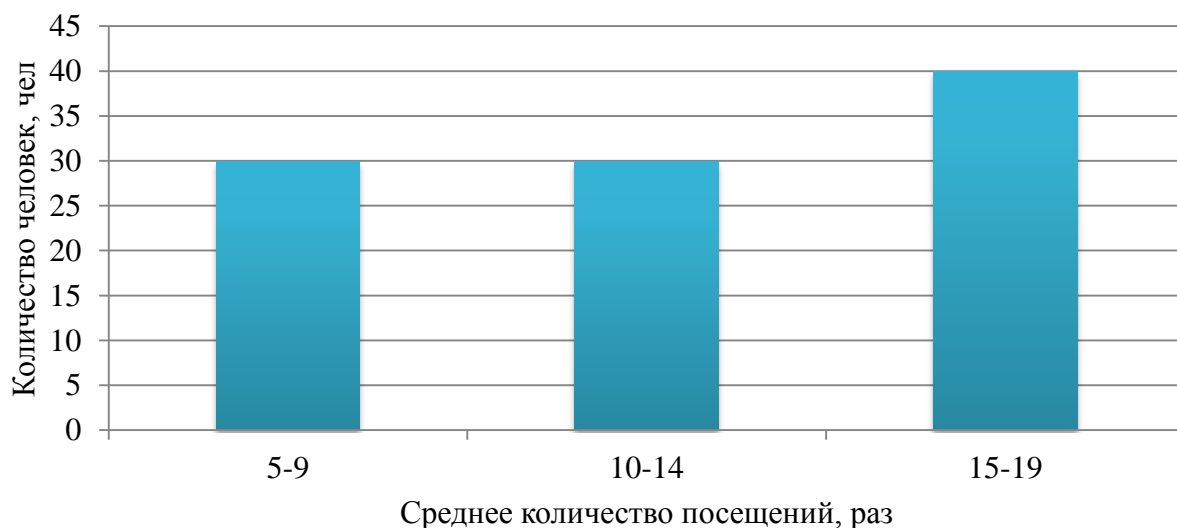


Рисунок 2.5 – Среднее количество посещений столовых студентами в месяц

Из данных, представленных на рисунке, можно сделать вывод о том, что 40% студентов посещают предприятия общественного питания в ЮУрГУ более 15 раз в месяц.

Благодаря полученной информации было выявлено среднее количество посещений предприятий общественного питания на территории ЮУрГУ студентами, данный показатель составил 10,78 раз в месяц.

Также из опроса студентов было выявлено процентное соотношение покупки комплексного обеда из трех блюд и из двух, соотношение представлено на рисунке 2.6.

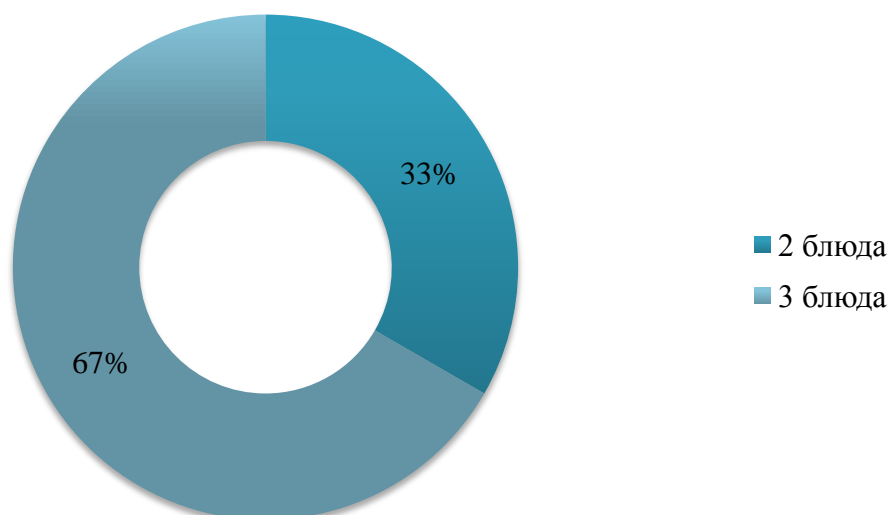


Рисунок 2.6 – Процентное соотношение выбора количества блюд в комплексном обеде

Исходя из полученной информации, можно сделать вывод о том, что треть посетителей выберет комплексный обед из трех блюд.

На основании проходимости предприятия и предпочтений студентов был разработан план продаж предприятия за три года.

План продаж предприятия представлен в таблицах 12-16.

Таблица 13- Прогнозируемый объем продаж за первый год

В штуках

Категория	Период												Итого:
	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	
Ланч	2 832	4 248	5 664	6 372	2 832	4 956	6 372	7 080	6 372	2 124	1 416	708	50 976
Обед из двух блюд	3 876	5 814	7 752	8 721	3 876	6 783	8 721	9 690	8 721	2 907	1 938	969	69 768
Обед из трех блюд	1 908	2 862	3 816	4 293	1 908	3 339	4 293	4 770	4 293	1 431	954	477	34 344
Обед итого	5 784	8 676	11 568	13 014	5 784	10 122	13 014	14 460	13 014	4 338	2 892	1 446	104 112
Итого	8 616	12 924	17 232	19 386	8 616	15 078	19 386	21 540	19 386	6 462	4 308	2 154	155 088

Таблица 14 – Прогнозируемый объем продаж за второй и третий год

В штуках

Категория	Период										Итого
	1 квартал 2 год	2 квартал 2 год	3 квартал 2 год	4 квартал 2 год	Итого 2 год	1 квартал 3 год	2 квартал 3 год	3 квартал 3 год	4 квартал 3 год	Итого 3 год	
Ланч	17 700	14 160	17 700	4 248	53 808	19 116	14 868	19 824	4 248	58 056	111 864
Обед из двух блюд	24 225	19 380	24 225	5 814	73 644	26 163	20 349	27 132	5 814	79 458	153 102
Обед из трех блюд	11 925	9 540	11 925	2 862	36 252	12 879	10 017	13 356	2 862	39 114	75 366
Обед итого	36 150	28 920	36 150	8 676	109 896	39 042	30 366	40 488	8 676	118 572	228 468
Итого	53 850	43 080	53 850	12 924	163 704	58 158	45 234	60 312	12 924	176 628	340 332

Таблица 15 – Прогнозируемый объем продаж за первый год

В рублях

Категория	Период				
	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь
Ланч	198 240,00	297 360,00	396 480,00	446 040,00	198 240,00
Обед из двух блюд	581 400,00	872 100,00	1 162 800,00	1 308 150,00	581 400,00
Обед из трех блюд	381 600,00	572 400,00	763 200,00	858 600,00	381 600,00
Обед итого	963 000,00	1 444 500,00	1 926 000,00	2 166 750,00	963 000,00
Итого	1 161 240,00	1 741 860,00	2 322 480,00	2 612 790,00	1 161 240,00

54

Продолжение таблицы 15

В рублях

Категория	Период							Итого:
	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	
Ланч	346 920,00	446 040,00	495 600,00	446 040,00	148 680,00	99 120,00	49 560,00	3 568 320,00
Обед из двух блюд	1 017 450,00	1 308 150,00	1 453 500,00	1 308 150,00	436 050,00	290 700,00	145 350,00	10 465 200,00
Обед из трех блюд	667 800,00	858 600,00	954 000,00	858 600,00	286 200,00	190 800,00	95 400,00	6 868 800,00
Обед итого:	1 685 250,00	2 166 750,00	2 407 500,00	2 166 750,00	722 250,00	481 500,00	240 750,00	17 334 000,00
Итого:	2 032 170,00	2 612 790,00	2 903 100,00	2 612 790,00	870 930,00	580 620,00	290 310,00	20 902 320,00

Таблица 16 – Прогнозируемый объем продаж за второй и третий год

В рублях

Категория	Период				
	1 квартал 2 год	2 квартал 2 год	3 квартал 2 год	4 квартал 2 год	Итого 2 год
Ланч	1 239 000,00	991 200,00	1 239 000,00	297 360,00	3 766 560,00
Обед из двух блюд	3 633 750,00	2 907 000,00	3 633 750,00	872 100,00	11 046 600,00
Обед из трех блюд	2 385 000,00	1 908 000,00	2 385 000,00	572 400,00	7 250 400,00
Обед итого	6 018 750,00	4 815 000,00	6 018 750,00	1 444 500,00	18 297 000,00
Итого	7 257 750,00	5 806 200,00	7 257 750,00	1 741 860,00	22 063 560,00

Продолжение таблицы 16

В рублях

Категория	Период					Итого
	1 квартал 3 год	2 квартал 3 год	3 квартал 3 год	4 квартал 3 год	Итого 3 год	
Ланч	1 338 120,00	1 040 760,00	1 387 680,00	297 360,00	4 063 920,00	7 830 480,00
Обед из двух блюд	3 924 450,00	3 052 350,00	4 069 800,00	872 100,00	11 918 700,00	22 965 300,00
Обед из трех блюд	2 575 800,00	2 003 400,00	2 671 200,00	572 400,00	7 822 800,00	15 073 200,00
Обед итого	6 500 250,00	5 055 750,00	6 741 000,00	1 444 500,00	19 741 500,00	38 038 500,00
Итого	7 838 370,00	6 096 510,00	8 128 680,00	1 741 860,00	23 805 420,00	45 868 980,00

Перейдем к рассмотрению производственных мощностей.

Так как производственные помещения были переданы малому инновационному предприятию в пользование вместе с оборудованием, то часть оборудования, необходимая для осуществления производственной деятельности имеется в наличии.

Оборудование, предоставленное в пользование, описано в таблице 17.

Таблица 17 – Оборудование, предоставленное в пользование

Наименование	Стоимость, руб.	Количество единиц оборудования, шт.	Итого стоимость, руб.
Плита электрическая четырехконфорочная без жарочного шкафа	36 400,00	4	145 600,00
Шкаф холодильный	47 000,00	3	141 000,00
Шкаф холодильный	34 300,00	3	102 900,00
Шкаф морозильный	45 700,00	2	91 400,00
Шкаф жарочный двухсекционный	43 800,00	3	131 400,00
Зонт вытяжной	15 000,00	4	60 000,00
Стеллаж со сплошными полками	8 300,00	3	24 900,00
Стол производственный пристенный	4 500,00	5	22 500,00
Ванна моечная односекционная	4 300,00	4	17 200,00
Холодильники с напитками	37 000,00	2	74 000,00
Бойлер	3 500,00	1	3 500,00
Микроволновые печи	3 500,00	4	14 000,00
Итого	283 300,00	-	828 400,00

Данное оборудование находится в удовлетворительном состоянии, поэтому замена оборудования не требуется, но из-за увеличения проходимости заведения, данных производственных мощностей будет недостаточно, для осуществления бесперебойной работы предприятия.

Поэтому рассмотрим затраты, необходимые для реконструкции помещений, для удовлетворения потребностей потока посетителей.

В данные затраты, помимо необходимого оборудования, входит косметический ремонт помещения, а также оборудования в непроизводственных помещениях.

Помимо внеоборотных активов, необходимо рассчитать инвестиции в оборотный капитал. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов на аналогичных предприятиях составляет 5,4. На основании данного коэффициента объем вложений в оборотные средства составит 4 121 685,19 руб.

Общий объем инвестиционных затрат представлен в таблице 18.

Таблица 18 – Инвестиционные затраты

Наименование	Цена, руб.	Количество, шт.	Стоимость оборудования, руб.
Ремонт, в том числе	-	-	2 473 125,00
Стол	4 500,00	11,00	49 500,00
Стол	4 150,00	13,00	53 950,00
Стул	3 125,00	63,00	196 875,00
Диван	18 000,00	4,00	72 000,00
Посуда	30 000,00	-	30 000,00
Прилавок – витрина	200 000,00	1,00	200 000,00
Модуль для столовых приборов	25 000,00	1,00	25 000,00
Кассовая кабина	45 800,00	1,00	45 800,00
Ремонт	1 800 000,00	-	1 800 000,00
Производственное оборудование, в том числе	-	-	306 600,00
микроволновые печи	5 000,00	3,00	15 000,00
Шкаф холодильный	47 000,00	2,00	94 000,00
Шкаф холодильный	34 300,00	1,00	34 300,00
Шкаф морозильный	45 700,00	1,00	45 700,00
Шкаф жарочный двухсекционный	43 800,00	2,00	87 600,00
Зонт вытяжной	15 000,00	2,00	30 000,00
Оборудование кассовое, в том числе	-	-	76 664,00
Пластиковые карты	6,50	5 000,00	32 500,00
Сканер штрих-кодов	9 664,00	1,00	9 664,00
Компьютер	20 000,00	1,00	20 000,00
Фискальный регистратор	14 500,00	1,00	14 500,00
Вложения в оборотный капитал	4 121 685,19	-	4 121 685,19
Итого	-	-	6 978 074,19

Рассмотрев основные вложения, необходимые для реконструкции помещения, определим себестоимость производства для анализа рентабельности проекта.

Рассчитаем основные пункты себестоимости. Определим потребность в персонале и ежемесячные затраты на заработную плату.

В соответствии с ФЗ от 28.12.2010 N 432-ФЗ "О внесении изменений в статью 58 Федерального закона "О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования" малые инновационные предприятия, применяющие упрощенную систему налогообложения, имеют право на льготный тариф страховых взносов в размере 14% от фонда оплаты труда.

Поэтому при осуществлении расчетов заработной платы и отчислений в страховые фонды, была применена сниженная тарифная ставка.

Рассмотрим персонал, необходимый для работы предприятия, а также заработную плату и отчисления в страховые фонды. Данная информация представлена в таблице 19.

Таблица 19 – Персонал и заработная плата

Персонал	Количество, чел	Заработная плата, руб.	Затраты на персонал, руб.	Отчисления в страховые фонды, руб.
Управляющий персонал				
Администратор	2	30 000,00	60 000,00	8 400,00
Основные рабочие				
Повар	3	25 000,00	75 000,00	10 500,00
Кассир	2	22 000,00	44 000,00	6 160,00
Мойщица	2	20 000,00	40 000,00	5 600,00
Раскладчик	2	22 000,00	44 000,00	6 160,00
Итого	-	-	263 000,00	36 820,00

Так как предприятия находится на территории ЮУрГУ и университет является одним из учредителей данной организации, затраты на бухгалтера и программиста не учитываются, так как ЮУрГУ оказывает данные услуги для предприятия безвозмездно.

Также в состав себестоимости включены коммунальные услуги, которые рассчитаны на основании площади помещения, количестве условных блюд, производящихся в день.

Помимо перечисленных выше пунктов, в себестоимость включаем прочие затраты, которые состоят из средств личной гигиены и моющие средства. Данные затраты зависят от рассматриваемого периода, так как оказывается услуги питания имеют сезонный характер.

В себестоимость были включены проценты по долгосрочному кредиту. Кредит взят на 3 года, погашается ежемесячными аннуитетными платежами, ежемесячный платеж составляет 238 494,04 руб.

График погашения кредита представлен в таблице 20. На рисунке 2.7 представлено соотношение платежа за основную сумму долга и процентов за кредит по каждому платежу.

Таблица 20 – График погашения долгосрочного кредита

В рублях

Период	Показатель				
	Тело кредита	Проценты	Основной долг	Платеж	Остаток долга
Первый год					
Сентябрь	6 978 074,19	81 410,87	157 083,17	238 494,04	6 820 991,01
Октябрь	6 820 991,01	79 578,23	158 915,81	238 494,04	6 662 075,21
Ноябрь	6 662 075,21	77 724,21	160 769,83	238 494,04	6 501 305,38
Декабрь	6 501 305,38	75 848,56	162 645,47	238 494,04	6 338 659,91
Январь	6 338 659,91	73 951,03	164 543,00	238 494,04	6 174 116,91
Март	6 007 654,23	70 089,30	168 404,74	238 494,04	5 839 249,50
Апрель	5 839 249,50	68 124,58	170 369,46	238 494,04	5 668 880,04
Май	5 668 880,04	66 136,93	172 357,10	238 494,04	5 496 522,94
Июнь	5 496 522,94	64 126,10	174 367,94	238 494,04	5 322 155,00
Июль	5 322 155,00	62 091,81	176 402,23	238 494,04	5 145 752,77
Август	5 145 752,77	60 033,78	178 460,25	238 494,04	4 967 292,52
Итого первый год	-	851 146,77	2 010 781,67	2 861 928,43	-
Второй год					
Сентябрь	4 967 292,52	57 951,75	180 542,29	238 494,04	4 786 750,23
Октябрь	4 786 750,23	55 845,42	182 648,62	238 494,04	4 604 101,61
Ноябрь	4 604 101,61	53 714,52	184 779,52	238 494,04	4 419 322,10
Декабрь	4 419 322,10	51 558,76	186 935,28	238 494,04	4 232 386,82

Окончание таблицы 20

В рублях

Период	Показатель				
	Тело кредита	Проценты	Основной долг	Платеж	Остаток долга
Март	3 851 948,08	44 939,39	193 554,64	238 494,04	3 658 393,44
Апрель	3 658 393,44	42 681,26	195 812,78	238 494,04	3 462 580,66
Май	3 462 580,66	40 396,77	198 097,26	238 494,04	3 264 483,40
Июнь	3 264 483,40	38 085,64	200 408,40	238 494,04	3 064 075,00
Июль	3 064 075,00	35 747,54	202 746,49	238 494,04	2 861 328,51
Август	2 861 328,51	33 382,17	205 111,87	238 494,04	2 656 216,64
Итого второй год	-	550 852,55	2 311 075,88	2 861 928,43	-
Третий год					
Сентябрь	2 656 216,64	30 989,19	207 504,84	238 494,04	2 448 711,80
Октябрь	2 448 711,80	28 568,30	209 925,73	238 494,04	2 238 786,07
Ноябрь	2 238 786,07	26 119,17	212 374,87	238 494,04	2 026 411,20
Декабрь	2 026 411,20	23 641,46	214 852,57	238 494,04	1 811 558,63
Январь	1 811 558,63	21 134,85	217 359,19	238 494,04	1 594 199,45
Февраль	1 594 199,45	18 598,99	219 895,04	238 494,04	1 374 304,40
Март	1 374 304,40	16 033,55	222 460,48	238 494,04	1 151 843,92
Апрель	1 151 843,92	13 438,18	225 055,86	238 494,04	926 788,06
Май	926 788,06	10 812,53	227 681,51	238 494,04	699 106,55
Июнь	699 106,55	8 156,24	230 337,79	238 494,04	468 768,76
Июль	468 768,76	5 468,97	233 025,07	238 494,04	235 743,69
Август	235 743,69	2 750,34	235 743,69	238 494,04	0,00
Итого третий год	-	205 711,79	2 656 216,64	2 861 928,43	-
Итого	-	1 607 711,11	6 978 074,19	8 585 785,29	-

Из таблицы 20 видно, что изначально 34% ежемесячного платежа составляли проценты по кредиту, в конце выплат данный процент снизился до 1,1 % данное изменение связано с выбором аннуитетных платежей, при которых изначально погашаются проценты по кредиту. Наглядно соотношение процентов и основного долга представлено на рисунке 2.7.

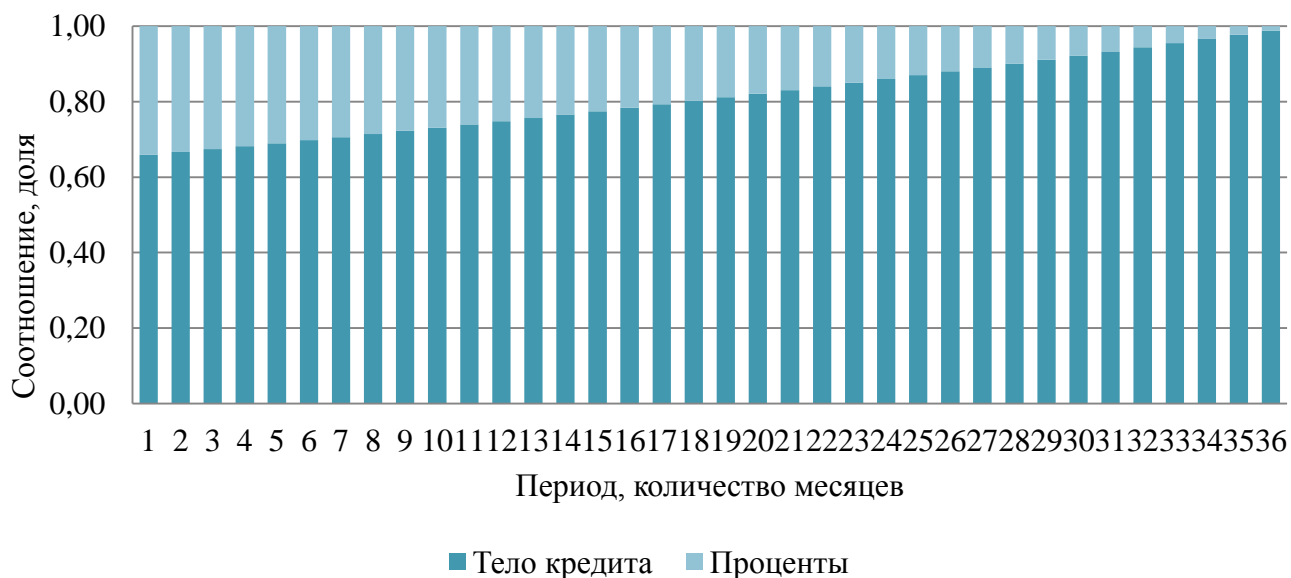


Рисунок 2.7 – Структура погашения кредита

На основании всех показателей, включаемых в затраты предприятия, был рассчитан план по себестоимости, который представлен в таблицах 21-22.

В рамках расчета себестоимости были учтены расходы, связанные со списанием продукции по истечению срока годности, которые составляют 1% от затрат на продукты, а также уровень инфляции в размере 6%.

Таблица 21 – Полная себестоимость продукции в первый год

В рублях

Затраты	Период					
	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль
Продукты	401 345,67	602 018,51	806 704,80	912 080,61	407 396,01	716 507,73
Заработная плата	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00
Отчисления	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00
Амортизация	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11
Проценты по кредиту	81 410,87	79 578,23	77 724,21	75 848,56	73 951,03	72 031,36
Коммунальные платежи	54 633,56	63 887,96	65 152,76	65 152,76	62 171,56	62 171,56
Прочие	60 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	32 000,00	60 000,00
Итого	911 621,21	1 119 715,80	1 323 812,88	1 427 313,04	889 749,71	1 224 941,76

62

Окончание таблицы 21

В рублях

Затраты	Период						Итого:
	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	
Продукты	925 830,34	1 033 843,88	935 111,79	313 262,45	209 885,84	105 994,97	7 152 518,08
Заработная плата	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00	263 000,00	3 156 000,00
Отчисления	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00	36 820,00	441 840,00
Амортизация	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11	14 411,11	172 933,33
Проценты по кредиту	70 089,30	68 124,58	66 136,93	64 126,10	62 091,81	62 091,81	853 204,79
Коммунальные платежи	62 171,56	62 171,56	62 171,56	54 633,56	54 633,56	54 633,56	723 585,50
Прочие	60 000,00	60 000,00	60 000,00	32 000,00	32 000,00	32 000,00	608 000,00
Итого	1 432 322,31	1 538 371,13	1 437 651,39	778 253,22	672 842,32	568 951,45	13 325 546,22

Таблица 22 – Полная себестоимость продукции во второй и третий год

В рублях

Затраты	Период				
	1 квартал 2 год	2 квартал 2 год	3 квартал 2 год	4 квартал 2 год	Итого 2 год
Продукты	2 585 604,18	2 068 483,34	2 624 388,24	639 300,98	8 219 279,54
Заработная плата	789 000,00	789 000,00	789 000,00	789 000,00	3 156 000,00
Отчисления	110 460,00	110 460,00	110 460,00	110 460,00	441 840,00
Амортизация	43 233,33	43 233,33	43 233,33	43 233,33	172 933,33
Проценты по кредиту	167 511,68	148 108,09	128 017,43	107 215,35	550 852,55
Коммунальные платежи	183 674,27	189 495,87	186 514,67	163 900,67	723 585,50
Прочие	180 000,00	152 000,00	180 000,00	96 000,00	608 000,00
Итого	4 059 483,47	3 500 780,64	4 061 613,67	1 949 110,33	13 872 490,92

63

Окончание таблицы 22

В рублях

Категория	Период					Итого
	1 квартал 3 год	2 квартал 3 год	3 квартал 3 год	4 квартал 3 год	Итого 3 год	
Продукты	2 963 807,31	2 339 761,22	3 166 476,85	688 708,71	9 553 537,71	18 684 156,62
Заработная плата	789 000,00	789 000,00	789 000,00	789 000,00	3 156 000,00	12 624 000,00
Отчисления	110 460,00	110 460,00	110 460,00	110 460,00	441 840,00	1 767 360,00
Амортизация	43 233,33	43 233,33	43 233,33	43 233,33	172 933,33	247 430,40
Проценты по кредиту	30 989,19	28 568,30	26 119,17	23 641,46	21 134,85	205 711,79
Коммунальные платежи	183 674,27	189 495,87	186 514,67	163 900,67	723 585,50	1 447 170,99
Прочие	180 000,00	152 000,00	180 000,00	96 000,00	608 000,00	1 216 000,00
Итого	4 301 164,11	3 652 518,73	4 501 804,02	1 914 944,19	14 677 031,39	36 191 829,80

На основании рассчитанного плана продаж за три года и плана себестоимости, рассчитаем денежный поток от операционной деятельности предприятия [15].

Операционный поток отражает:

- 1) поступление денежных средств от покупателей;
- 2) денежные выплаты поставщикам сырья и материалов ;
- 3) заработную плату персоналу, занятому в операционном процессе, а также осуществляющему управление этим процессом;
- 4) налоговые платежи предприятия в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;
- 5) другие выплаты, связанные с осуществлением операционного процесса.

Денежный поток от операционной деятельности представлен в таблице 23.

Таблица 23 – Денежный поток от операционной деятельности предприятия
В рублях

Показатель	Период		
	1	2	3
Выручка	20 902 320,00	22 063 560,00	23 805 420,00
переменные затраты	12 331 812,89	12 878 757,58	13 683 298,06
постоянные затраты	820 800,00	820 800,00	820 800,00
Амортизация	172 933,33	172 933,33	172 933,33
Прибыль до налогов	7 576 773,78	8 364 002,42	9 301 321,94
Налоги	1 254 139,20	1 323 813,60	1 428 325,20
Чистая прибыль	6 322 634,58	7 040 188,82	7 872 996,74
Чистый денежный поток от операционной деятельности	6 495 567,91	7 213 122,15	8 045 930,07

Положительный денежный поток от операционной деятельности предприятия говорит о том, что доходы предприятия превышают расходы, соответственно, предприятие получает прибыль.

Рассмотрим потоки от финансовой и инвестиционной деятельности.

В денежные потоки от финансовой деятельности входит [8]:

- 1) получение долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов;
- 2) уплата в денежной форме дивидендов и процентов по вкладам собственников;

3) другие финансовые потоки, связанные с осуществлением внешнего финансирования хозяйственной деятельности фирмы.

К потокам от инвестиционной деятельности относятся:

1) платежи и поступления денежных средств, связанные с осуществлением реального и финансового инвестирования;

2) потоки денежных средств, обслуживающие инвестиционную деятельность фирмы.

Потоки от финансовой и инвестиционной деятельности представлены в таблицах 24-25 соответственно.

Таблица 24 – Денежный поток от финансовой деятельности

В рублях

Показатель	Период			
	0	1	2	3
Собственный капитал	828 400,00	0,00	0,00	0,00
Долгосрочный кредит	6 978 074,19	0,00	0,00	0,00
Погашение долга	0,00	-2 010 781,67	-2 311 075,88	2 656 216,64
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	7 806 474,19	-2 010 781,67	-2 311 075,88	2 656 216,64

Таблица 25 – Денежный поток от инвестиционной деятельности

В рублях

Показатель	Период			
	0	1	2	3
Приобретение оборудования	-3 684 789,00	0,00	0,00	0,00
Инвестиции в оборотный капитал	-4 121 685,19	0,00	0,00	0,00
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	-7 806 474,19	0,00	0,00	0,00

Денежный поток от инвестиционной деятельности отрицательный, что говорит об инвестициях в предприятие.

В таблице 26 приведено сальдо денежных потоков от всех видов деятельности предприятия.

Таблица 26 – Сальдо денежных потоков

В рублях

Показатель	Период			
	0	1	2	3
Чистый денежный поток от операционной деятельности	0,00	6 495 567,91	7 213 122,15	8 045 930,07
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	-7 806 474,19	0,00	0,00	0,00
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	7 806 474,19	-2 010 781,67	-2 311 075,88	2 656 216,64
Сальдо денежных потоков	0,00	4 484 786,25	4 902 046,27	10 702 146,71
Сальдо денежных потоков накопленным итогом	0,00	4 484 786,25	9 386 832,52	20 088 979,23

Так как сальдо денежных поток оказалось положительным числом, мы можем говорить о том, что предприятие будет получать прибыль. Но данный факт не говорит об эффективности проекта, потому рассчитаем показатели эффективности инвестиций, вложенных в реализацию проекта.

Основным показателем эффективности является NPV.

Чистый дисконтированный доход – разница между приведенными к настоящей стоимости суммой чистого денежного потока за период эксплуатации инвестиционного проекта и суммой инвестиционных затрат на его реализацию [16]. Формула расчета NPV позволяет оценить собственную экономическую эффективность проекта, также с его помощью можно сравнивать объекты инвестирования.

NPV – это основной показатель, используемый в инвестиционном анализе при выборе объекта инвестирования. Он применим как для реальных инвестиций, так и для финансовых.

Также для оценки эффективности инвестиций рассчитаем следующие показатели.

1. IRR, или внутренняя норма прибыли (рентабельности).
2. PI, или Profitability Index. Индекс прибыльности инвестиций.
3. DPP. Дисконтированный срок окупаемости.

Рассмотрим данные показатели подробнее.

IRR рассчитывается в зависимости от величины NPV. IRR — это максимально возможная стоимость инвестиций, а также уровень допустимых расходов по конкретному проекту [16].

PI демонстрирует отношение отдачи капитала к объему вложений в проект.

PI – это относительная прибыльность будущего предприятия, а также дисконтируемая стоимость всех финансовых поступлений в расчете на единицу вложений [7].

Дисконтированный срок окупаемости – период времени от начала финансирования проекта до момента, когда разность между накопленной суммой дисконтированных доходов и дисконтированными затратами по проекту принимает положительное значение [16].

Расчетные значения данных показателей представлены в таблице 27.

Таблица 27 – Показатели эффективности инвестиций

Показатель	Значение
NPV, руб.	7 123 130,91
PI	1,91
DPP, лет	1,74

Показатель NPV равен 7 123 130,91 рублей. То, что данный показатель больше нуля говорит о том, что проект является экономически эффективным.

Исходя из данных, представленных в таблице, можем сделать вывод о том, проект является финансово реализуемым, так как показатель PI больше 1, что говорит о рентабельности проекта. Дисконтированный срок окупаемости составляет чуть меньше двух лет, что говорит о том, что проект будет привлекателен для инвесторов, так как окупится достаточно быстро.

Показатели эффективности рассматривают проект достаточно узко, поэтому необходимо провести анализ рисков, которые имеют место при реализации проектов.

2.3 Анализ рисков

Под экономическим риском понимается возможность потерь вследствие стохастического характера результатов принимаемых хозяйственных решений или совершаемых действий [14].

Риск, в области управления проектами, может быть представлен следующими факторами [26]:

- 1) событие, которое имеет связь с риском;
- 2) вероятность возникновения риска;
- 3) сумма денежных средств, которая подвергается риску

Под проектными рисками понимается, предполагаемое ухудшение итоговых показателей эффективности проекта, возникающее под влиянием неопределенности. В количественном выражении риск обычно определяется как изменение численных показателей проекта: чистой приведенной стоимости (NPV), внутренней нормы доходности (IRR).

Одним из методов оценки риска является диаграмма Исикавы.

Диаграмма Исикавы или причинно-следственная диаграмма используется для наглядного отображения корреляцию между проблемой и причинами, которые могли бы влиять на изменение рассматриваемого показателя [26].

Диаграмма Исикавы позволяет выявить основные параметры процессов, которые оказывают влияние на деятельность предприятия, выявить факторы, из-за которых происходит снижение эффективности деятельности предприятия.

Диаграмма Исикавы представлена на рисунке 2.8.

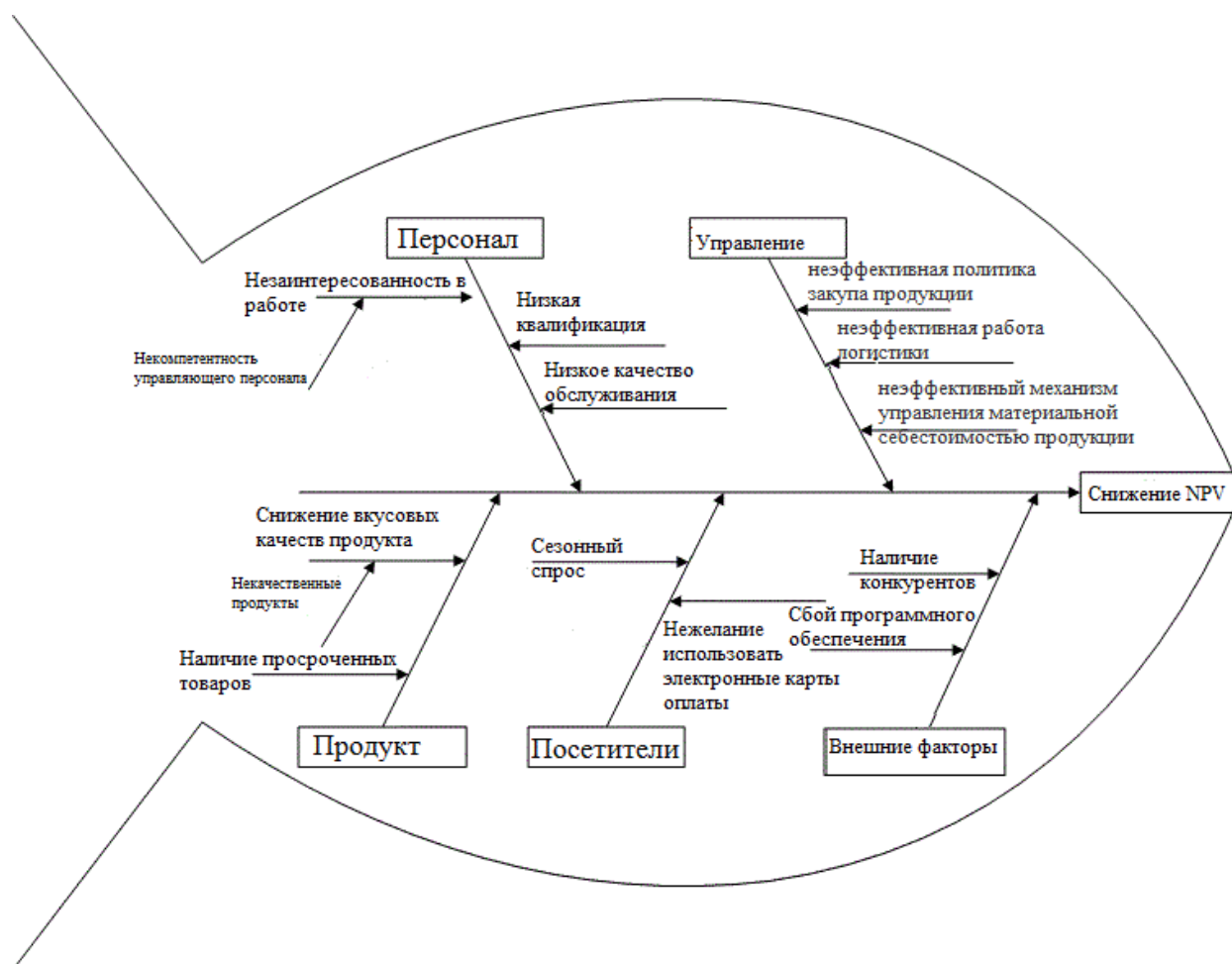


Рисунок 2.8 – Диаграмма Икисавы

На диаграмме представлены основные пункты работы предприятия, которые могут оказывать влияние на эффективность работы организации. С некоторыми видами риска справиться очень трудно, порой невозможно, с другими необходимо бороться и минимизировать их влияние на деятельность предприятия.

Для дальнейшей оценки экономических рисков проекта применим метод имитационного моделирования Монте-Карло. Данный вид моделирования позволяет рассчитать математическую модель для проекта с неопределенными значениями параметров [6].

Приминая во внимание вероятностное распределение параметров проекта, а также взаимосвязь параметров можно получить распределение доходности проекта.

Метод Монте-Карло создает дополнительную возможность при оценке риска за счет того, что делает возможным создание случайных сценариев.

Применение анализа риска использует все составляющие информации, а также ее формы. Информация используется для количественного описания неопределенности, существующей в отношении основных переменных проекта, а также расчетов возможного воздействия неопределенности на различные параметры эффективности инвестиционного проекта [13].

Рассмотрим основные этапы моделирования методом Монте-Карло, которые представлены на рисунке 2.9.



Рисунок 2.9 – Этапы моделирования методом Монте-Карло [12]

Результат анализа риска выражается не только значением чистой текущей стоимости, но и в виде вероятностного распределения всех возможных значений этого показателя [6].

Результаты математического моделирования методом Монте-Карло представлены на рисунке 2.10.

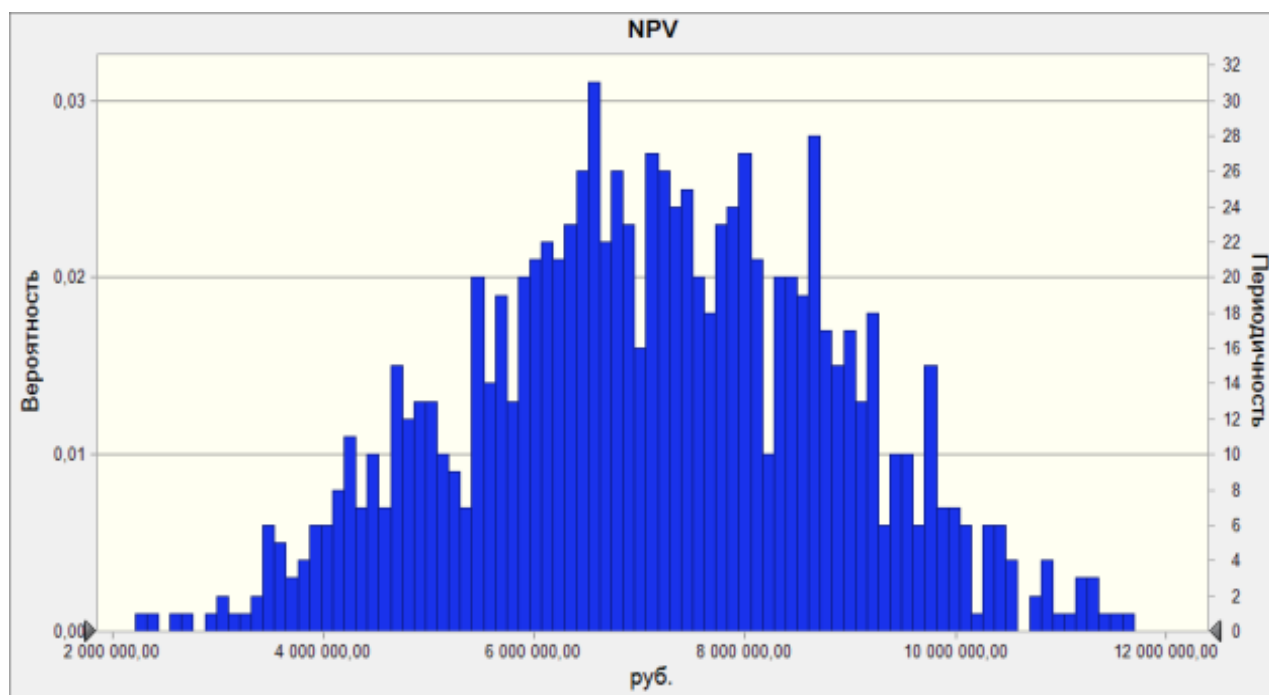


Рисунок 2.10 – Результаты математического моделирования методом Монте Карло

Также в таблице 28 приведены основные показатели проведенного моделирования.

Таблица 28 – Результаты математического моделирования методом Монте-Карло

Статистика	Значения прогноза
Испытания, шт.	1 000
Базовое значение, руб.	7 123 130,91
Математическое ожидание, руб.	7 117 683,54
Среднее значение, руб.	7 130 717,63
Коэффициент асимметрии	0,0059
Коэффициент эксцесса	3,05
Коэф. Вариации	0,2515
Минимум, руб.	1 261 228,00
Максимум,руб.	13 794 135,05
Ширина диапазона, руб.	12 532 907,05

Исходя из проведенного моделирования, можем сделать вывод, что проект является устойчивым к воздействию рисков. Минимальное значение NPV,

принимаемое при моделировании равно 1 261 228, 00 руб., что говорит о том, что существует бесконечно малая вероятность того, что проект окажется неэффективным.

Для полного анализа рисков проведем анализ чувствительности показателя NPV к различным видам рисков.

Анализ чувствительности проводится для прогноза влияния изменения параметров инвестиционного проекта на результирующие показатели [15].

Для анализа чувствительности главное – это оценить степень влияния изменения каждого из входных параметров, чтобы предусмотреть наихудшее развитие ситуации инвестиционном проекте [25].

В рамках проведенного анализа чувствительности была проведена оценка влияния на показатель NPV следующих факторов:

1. Выручки;
2. Операционных рисков;
3. Процентных и инфляционных рисков.

Результаты анализа чувствительности приведены на рисунках 2.11-2.13.

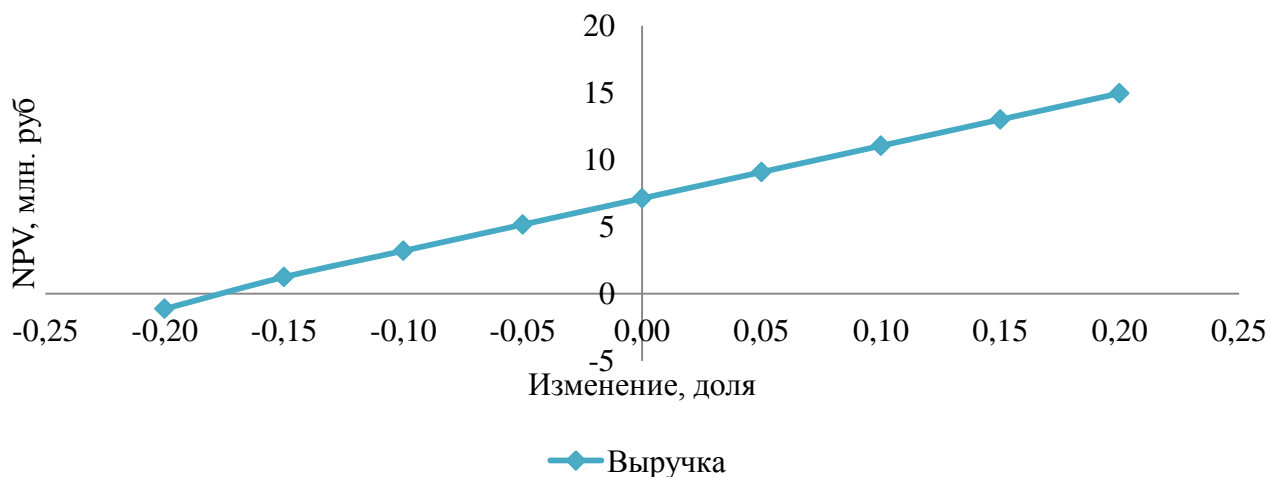


Рисунок 2.11 – Анализ чувствительности NPV на изменение выручки

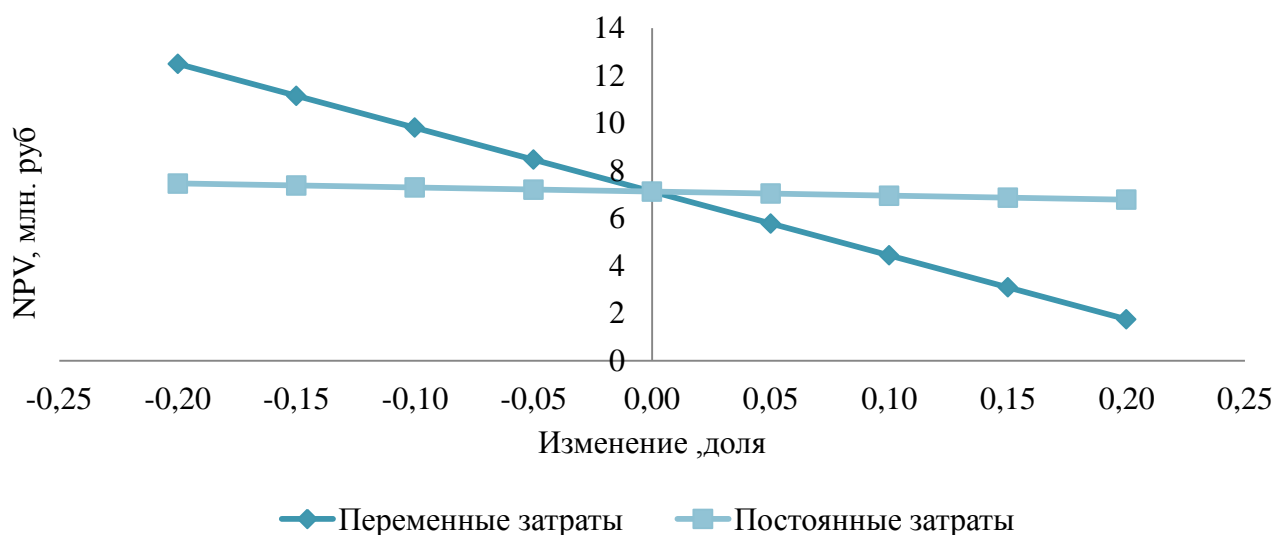


Рисунок 2.12 – Анализ чувствительности NPV на факторы операционных рисков

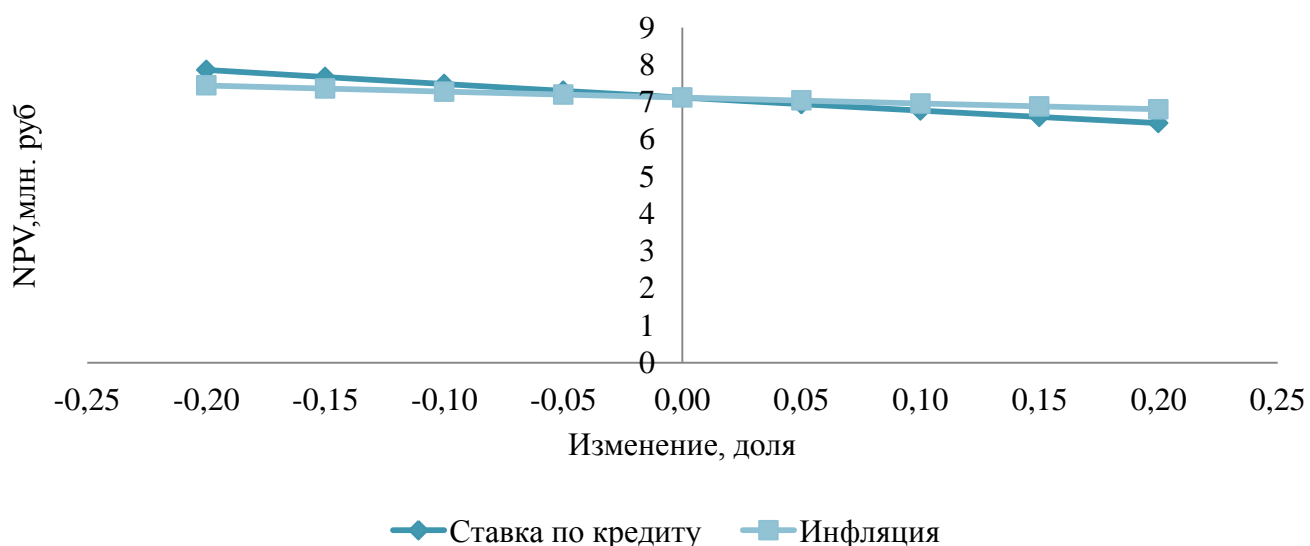


Рисунок 2.13 – Анализ чувствительности NPV на факторы процентного и инфляционного рисков

Анализ чувствительности позволяет убедиться, что проект остается финансово эффективным даже в случае возникновения риска изменения рассматриваемых параметров.

На графике видно, что показатель NPV меняется прямо пропорционально изменениям выручки (чем больше выручка, тем больше показатель NPV) и обратно пропорционально изменениям процентной ставки и переменных затрат (чем выше каждый из этих показателей, тем меньше значение NPV).

Наиболее чувствительным показателем NPV оказался к выручке.

NPV принимает отрицательное значение при изменении выручки на -20%, но данное изменение маловероятно, поэтому проект остается финансово эффективным.

Выводы по разделу два

В данной главе был разработан проект малого инновационного предприятия, главной целью которого является получение прибыли за счет инновационных разработок, которые были внесены ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал.

Были определены объемы инвестиций, необходимые для открытия предприятия.

На основании проведенного в первой главе исследования рынка и опроса, проведенного среди учащихся, были разработаны планы продаж и себестоимости.

Рассчитаны показатели эффективности, такие как NPV, PI и DPP.

Показатель NPV равен 7 123 130,91 руб., что говорит о том, что проект финансово реализуем. На основании данных показателей можно сделать вывод о том, что данное предприятие будет интересно для инвесторов.

В конце главы был проведен анализ рисков различными методами для всестороннего рассмотрения различных рисков предприятия. Применялись методы математического моделирования, а также аналитические методы, позволяющие оценить влияние показателей деятельности предприятия на показатель чистой стоимости денежных потоков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом выполнения выпускной квалификационной работы является решение следующих задач:

1. Проведен анализ рынка общественного питания в ЮУрГУ и проведено сравнение с системами питания студентов в ведущих университетах мира.

В рамках данной задачи был проведен анализ статистики заболеваний желудочно-кишечного тракта в челябинской области и среди населения в возрасте от 14 до 17 лет. На основании опроса студентов о качестве оказываемых услуг питания в ЮУрГУ были выявлены основные категории оценки предприятий общественного питания. На основании данных категорий, опроса студентов и исследования предприятий, был проведен анализ рынка общественного питания ЮУрГУ. С помощью данного анализа была построена карта позиционирования предприятий общественного питания ЮУрГУ, которая позволила оценить стратегические категории конкурентов и оценить их конкурентоспособность.

После анализа рынка общественного питания было проведено сравнение с международным опытом.

Решение данной задачи показало, что рынок общественного питания в ЮУрГУ не соответствует международным стандартам, поэтому необходима модернизация системы питания в рамках университета.

2. Рассмотрены основы экономического проектирования и бизнес-планирования. В рамках данной задачи были исследованы основные теоретические аспекты экономического проектирования, которые стали основой разработки проекта модернизации предприятий общественного питания. Было рассмотрено понятие «проект», разновидности проектирования, его основные задачи и инструменты.

3. Разработан проект малого инновационного предприятия для модернизации системы общественного питания в университете. Разработан основной вид деятельности предприятия, а также организационно-правовая форма. Была

разработана концепция предприятия, которая предполагает нововведения обслуживания клиентов.

При разработке данного проекта были рассчитаны показатели выручки предприятия. Суммарное значение выручки за три рассмотренных года составила 66 771 300,00 руб.. Также были рассчитаны значения себестоимости, которые позволили найти денежные потоки

4. Была проведена оценка экономической эффективности и финансовой реализуемости предприятия. В рамках данной задачи были рассчитаны показатели экономической эффективности. Одним из таких показателей является чистый дисконтированный доход, который позволяет оценить собственную экономическую эффективность проекта. В рамках данного проекта NPV оказался равен 7 123 130,91 руб. При значении чистого дисконтированного дохода больше 0 проект считается финансово реализуемым.

5. Проведен анализ рисков. При решении данной задачи были использованы различные методы определения рисков. Одним из таких методов можно назвать диаграмму Икисавы. Данная диаграмма показывает причинно-следственную связь показателей эффективности предприятия от различных рисков. Также был рассмотрен метод математического моделирования «Монте-Карло». В рамках которого было проведено 10 000 испытаний, которые смоделировали различные варианты размера NPV, что позволило выявить вероятность того, что предприятие будет экономически неэффективным.

Также был проведен анализ чувствительности, на основании которого можно сделать вывод о том, какие показателя в большей степени будут влиять на изменение чистого дисконтированного дохода. Очевидно, что наиболее чувствительным NPV оказался к показателю выручки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Акимова, Н.М. Оценка адекватности энергетической ценности рациона питания студентов / Н.М. Акимова, А.С. Левченко, Н.Н. Пичугина // Научные исследования и разработки. – 2014. – № 4. – С. 4–11.

2 Аньшин, В.М. Управление проектами с учетом концепции устойчивого развития / В.М. Аньшин // Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами. – 2013. – № 2. – С. 3–15.

3 Артемьев, Д. Стратегическое управление проектами: цели, этапы, инструменты / Д. Артемьев, Д. Гергерт, Т. Пономарева // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 3. – С. 106–115.

4 Балыкова, О.П. Исследование культуры питания студентов вузов – одного из факторов формирования здоровья / О.П. Балыкова // Известия ВолгГТУ. – 2012. – №2. – С.56–59

5 Бизнес-планирование. Учебник для вузов / под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.

6 Бойкова, Г.В. Метод монте-карло оценки рисков инвестиционных проектов / Г. В Бойкова // Ученые записки РГСУ. – 2010. – №8. – с.253 – 257

7 Бочаров, В.В. Финансовый анализ. Учеб. пособие / В.В. Бочаров – СПб.: Питер, 2014. – 240 с.

8 Бутковская, Г.В. Управление брендом: карта позиционирования параметров продукта / Г.В. Бутковская // Научные исследования и разработки. – 2015. – №12. – С.171–175

9 Вайсман, Е.Д. Использование инструментов маркетингового анализа для повышения обоснованности принимаемых управленческих решений / Е.Д. Вайсман, И.А Соловьева // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2009. – №29 (162). – С. 81–87.

10 Гуреева, Е.В. Управление проектами. Стратегическое планирование /

Е.В. Гуреева, М.В. Недовесов // Системы управления и информационные технологии. – 2012. – № 2. – С. 95–98.

11 Дроботов, А.С. Оценка качества инновационных проектов на основе имитационного моделирования / А.С. Дроботов // Известия ВолгГТУ. 2011. – №11. – С.68–71

12 Егорова, И.Е. Разработка интеллектуальной системы для решения сложных экономических задач на основе метода Монте-Карло / И.Е Егорова, Т.Н. Мироненко, Т.С. Фролова // Известия ВолгГТУ. – 2010. – №10. – С.148–152

13 Зиненко, А.В. Модель оценки рисков предпринимательской деятельности / А.В. Зиненко // Вестник СибГАУ. – 2012. – №3 (43). – С.174–178

14 Ивасенко, А.Г. Управление проектами / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, М. В. Каркавин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 327 с.

15 Инвестиции и инвестиционный анализ: учебное пособие для практических занятий / под ред. И.А. Соловьевой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 48 с.

16 Ланских, Н.С. Бизнес-план организации питания студентов на вендинговой основе / Н.С. Ланских. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 111 с.

17 Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. – М.: Изд-во стандартов, 2002. – 27 с.

18 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – М:Омега-Л, 2012. – 152 с.

19 Османов, Э.М. Проблемы питания современного студента / Г.П. Ронжина, Е.А. Дорофеева, А.С. Пышкина // Известия ВолгГТУ. – 2010. – №2. – С.685– 687

20 Официальный сайт Оксфорда. – <http://www.ox.ac.uk>

21 Система питания студентов Германии. – http://www.de-online.ru/news/mensa_academica_chno_edjat_nemeckie_studenty/2015-10-28-539

22 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации / под ред. О.Б. Казакова. – М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.

23 Тарелка здорового питания Гарварда.

– <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-eating-plate/translations/russian>

24 Теплова, Т.В. Инвестиции: учеб. для бакалавров / Т.В. Теплова. – М.: Юрайт, 2012. – 724 с.

25 Управление рисками инновационно-инвестиционных проектов: учеб. пособие для подготовки магистров / Л.С. Валинурова, Э.И. Исхакова, М.В. Казаков. – Уфа: БАГСУ, 2013. – 80 с.

26 Федеральная служба государственной статистики. – <http://www.gks.ru>

27 Фунтов, В.Н. Основы управления проектами в компании / В.Н. Фунтов. – СПб.: Питер, 2011. – 393 с.

28 Чепурная, Е.А. Современные проблемы питания студентов / Е.А. Чепурная, Т.Ю. Павлова // Научное сообщество студентов XXI столетия. – 2014. – № 4(18). – С. 12–16

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анализ предприятий общественного питания в ЮУрГУ

Таблица А.1 – Анализ предприятий общественного питания в ЮУрГУ

Форма заведения по классификатору	Название и краткое описание	Место нахождения	Максимальная пропускная способность, человек	Примерное меню	Ценовой диапазон (средняя цена), руб.
Столовая. Столовая — предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.	Большая столовая с широким ассортиментом блюд, наличие дополнительных позиций(соус, дополнительные гарниры, фрукты), безналичный расчет.	ГУК, 0 этаж.	768	Напитки холодные	47,5
				Напитки горячие	20
				Гарнир	36
				Супы	35
				Фрукты	40
				Снеки	86
				Основное блюдо	44
				Выпечка	26,5
	Столовая Сигма. Большое разнообразие блюд, большое количество посадочных мест, 2 обеденных зала: для преподавательского состава и студентов. Из-за большого потока студентов, частая обновляемость блюд, позиции не успевают остыть или испортиться. Обеспечивает питанием несколько корпусов. Безналичный расчет.	Сигма, 1 этаж	960	Салаты	31
				Супы	38
				Основное блюдо	61
				Гарнир	25,9
				Напитки холодные	36
				Напитки горячие	10,5
				Выпечка	26
	Небольшое разнообразие блюд, микроволновые печи для подогрева выведены на общее пользование, что сокращает время обслуживания. Безналичный расчет	Второй корпус, 1 этаж	640	Салаты	33
				Фрукты	20
				Снеки	24
Основное блюдо				55	
Гарнир				28	
Выпечка				47	

Продолжение Таблицы А.1

Форма заведения по классификатору	Название и краткое описание	Место нахождения	Максимальная пропускная способность, человек	Примерное меню	Ценовой диапазон (средняя цена), руб.
				Напитки горячие	12
				Напитки холодные	40
Среднее значение	-	-	789,33	-	-
Буфет. Буфет — предприятие общественного питания, находящееся в жилых и общественных зданиях, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, и покупные товары	Кафе "Переменка". Ограниченный выбор блюд. Небольшое количество посадочных мест. Очень холодное помещение зимой	ГУК, Западное крыло, 0 этаж.	288	Салаты	32
				Выпечка	29
				Напитки горячие	25
				Напитки холодные	44
				Снеки	57,5
				Основное блюдо	65
				Гарнир	45,5
	"Буфет №3". Небольшое помещение с малым количеством посадочных мест, устаревшая мебель и оборудование.	ГУК, западное крыло, 3 этаж	420	Напитки холодные	45
				Напитки горячие	13,7
				Снеки	57
				Выпечка	28,5
				Салаты	35
				Основное блюдо (гарнир + основное блюдо)	64
	"Буфет №1". Небольшое помещение с ограниченным количеством посадочных мест.	ГУК, восточное крыло, 3 этаж	420	Снеки	80
				Основное блюдо	62
				Салаты	29,5
				Выпечка	28,5
				Напитки холодные	55

Продолжение Таблицы А.1

Форма заведения по классификатору	Название и краткое описание	Место нахождения	Максимальная пропускная способность, человек	Примерное меню		Ценовой диапазон (средняя цена), руб.
				Напитки горячие	24	
				Супы	35	
				Выпечка	31	
	Закусочная "Профессорская". Ограниченное количество посадочных мест, грязные столы.	Второй корпус, второй этаж	480	Салаты	44,75	
				Основное блюдо	55,5	
				Гарнир	25,5	
				Напитки горячие	21	
				Напитки холодные	40	
				Напитки горячие	49	
	Ограниченное количество посадочных мест, узкое меню.	Третий корпус, второй этаж.	360	Выпечка	28,5	
				Салаты	26,5	
				Снеки	40	
				Основное блюдо	46,5	
				Напитки горячие	18	
				Напитки холодные	49	
	Буфет "Минутка". Большое количество посадочных мест, узкий проход на линии раздачи. Недостаточное количество персонала.	Третий "Б" корпус, Третий этаж	1152	Выпечка	29,5	
				Салаты	43	
				Основное блюдо	59,5	
				Гарнир	29	
Напитки холодные				19		
Напитки горячие				15		

Продолжение Таблицы А.1

Форма заведения по классификатору	Название и краткое описание	Место нахождения	Максимальная пропускная способность, человек	Примерное меню	Ценовой диапазон (средняя цена), руб.
Среднее значение	-	-	520	-	-
Кафетерий. Кафетерий — предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки из кофе, чая, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления, и покупные товары.	Небольшая буфетная стойка с ограниченным ассортиментом блюд, в большинстве своем, выпечка. Отсутствие посадочных мест	ГУК, западное крыло, 1 этаж	-	Напитки горячие	44,5
				Напитки холодные	12
				Снеки	37,5
				Выпечка	25
	Небольшая буфетная стойка с ограниченным ассортиментом блюд, в большинстве своем, выпечка. Отсутствие посадочных мест	ГУК, восточное крыло, 1 этаж.	-	Напитки холодные	44
				Напитки горячие	13
				Салаты	35,5
				Снеки	37,5
				Выпечка	30
				Основное блюдо	57
	Небольшая буфетная стойка с ограниченным ассортиментом блюд, в большинстве своем, выпечка. Отсутствие посадочных мест	Третий корпус, 2 этаж	-	Снеки	47
				Выпечка	25,5
				Напитки холодные	46
				Напитки горячие	17
	Небольшая буфетная стойка с ограниченным ассортиментом блюд, в большинстве своем, выпечка. Отсутствие посадочных мест	Третий "Б" корпус, второй этаж	-	Салаты	28
Основное блюдо				61	
Выпечка				26	

Продолжение Таблицы А.1

Форма заведения по классификатору	Название и краткое описание	Место нахождения	Максимальная пропускная способность, человек	Примерное меню		Ценовой диапазон (средняя цена), руб.
				Напитки холодные		47
				Напитки горячие		15
				Снеки		40,5
Среднее значение	-	-	-	-	-	-
ЦОП	Центр оперативной печати. Предприятие, которое оказывает услуги оперативной печати документов, расширяющими позициями являются снеки и холодные напитки. Оказание услуг питания не является основной деятельностью предприятия.	ГУК, западное крыло, 4 этаж.	-	Напитки холодные	39	
				Снеки	37,5	
		ГУК, восточное крыло, 4 этаж.	-	Напитки холодные	43,5	
				Снеки	60	
		ГУК, 1 этаж	-	Напитки холодные	45,5	
		Третий корпус, 2 этаж		Снеки	37,5	
				Напитки холодные	39	
		Третий "Б" корпус, 3 этаж	-	Напитки холодные	49	

Продолжение Таблицы А.1

Характеристика блюд	Характеристика блюд			Наличие очередей в час пик	Отзывы	Состав комплексного обеда	Средняя цена за комплексный обед, руб.
	Показатель	Значение	Вес				
Блюда подаются в керамической посуде, приборы алюминиевые, порции достаточно большие, но отдаются на глаз, без	Широта меню	5	35%	5,00	4	Салат, суп, основное блюдо+ гарнир, выпечка, горячий напиток	161,5
	Посуда	3	25%				
	Размер порции	5	25%				

Продолжение Таблицы А.1

Характеристика блюда	Характеристика блюда			Наличие очередей в час пик	Отзывы	Состав комплексного обеда	Средняя цена за комплексный обед, руб.
	Показатель	Значение	Вес				
взвешивания.	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	3,75					
	Ширина меню	5	35%				
	Посуда	3	25%				
Самый большой ассортимент блюд, позиции меню подаются в керамической посуде, в металлических старыми приборами.	Размер порции	5	25%	5,00	4	Салат, суп, основное блюдо+ гарнир, выпечка, горячий напиток	192,5
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	3,75					
	Ширина меню	4	35%				
Все блюда меню подаются в одноразовой посуде, приборы также одноразовые.	Посуда	2	25%	4,50	4	Салат, основное блюдо, гарнир, выпечка, горячий напиток	151,3
	Размер порции	4	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,9					
Среднее значение				4,83	4		168,4
Все блюда меню подаются в одноразовой посуде, приборы также одноразовые.	Ширина меню	3	35%	3,00	4	Салат, основное блюдо, гарнир, выпечка, горячий напиток	196,5
	Посуда	2	25%				
	Размер порции	4	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
Итого:	2,55						

Продолжение Таблицы А.1

Характеристика блюда	Характеристика блюда			Наличие очередей в час пик	Отзывы	Состав комплексного обеда	Средняя цена за комплексный обед, руб.
	Показатель	Значение	Вес				
Салаты и горячее порционно продаются в контейнерах, подогреваются в микроволновке. Еда пресная.	Широта меню	3	35%	4,50	3	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий напиток	141,2
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	4	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,3					
Салаты и горячее порционно продаются в контейнерах, подогреваются в микроволновке. В наличие выпечка и зерновой кофе.	Широта меню	4	35%	3,00	4	Салат, суп, основное блюдо+ гарнир, выпечка, горячий напиток	179,0
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	4	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,65					
Небольшое количество позиций меню, расфасованное по одноразовым контейнерам. Отсутствие возможности комбинирования блюд.	Широта меню	3	35%	3,00	3	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий напиток	177,7
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	3	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,05					

Продолжение Таблицы А.1

Характеристика блюда	Характеристика блюда			Наличие очередей в час пик	Отзывы	Состав комплексного обеда	Средняя цена за комплексный обед, руб.
	Показатель	Значение	Вес				
Все блюда меню расфасованы по одноразовым контейнерам, в которых разогревается еда. Еда пресная.	Широта меню	3	35%	3,00	3	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий напиток	119,5
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	3	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,05					
Все блюда меню подаются в одноразовой посуде, приборы также одноразовые. Позиции в меню очень дорогие.	Широта меню	4	35%	5,00	3	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий напиток	176,0
	Посуда	2	25%				
	Размер порции	4	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,9					
Среднее значение	-	-	-	3,58	-	-	164,9
Ограниченное меню, представленное выпечкой.	Широта меню	3	35%	3,00	3	Выпечка, горячий напиток	69,5
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	3	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,05					
Ограниченное меню, представленное выпечкой и периодически, салаты и горячее в	Широта меню	3	35%	3,00	3	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий	135,5
	Посуда	1	25%				

Продолжение Таблицы А.1

Характеристика блюда	Характеристика блюд			Наличие очередей в час пик	Отзывы	Состав комплексного обеда	Средняя цена за комплексный обед, руб.
	Показатель	Значение	Вес				
одноразовых контейнерах.	Размер порции	3	25%			напиток	
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,05					
	Широта меню	3	35%				
Ограниченное меню, представленное выпечкой.	Посуда	1	25%	3,50	4	Выпечка, горячий напиток	42,5
	Размер порции	3	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
	Итого:	2,05					
Ограниченное меню, представленное выпечкой и периодически, салаты и горячее в одноразовых контейнерах.	Широта меню	3	35%	3,00	4	Салат, основное блюдо, выпечка, горячий напиток	130,0
	Посуда	1	25%				
	Размер порции	3	25%				
	Наличие маркировки	0	15%				
Итого:	2,05						

Таблица Б.1 – Расчет индекса качества и индекса цены

Предприятие/ Показатель	Усредненные отзывы		Наличие очередей в час пик (1-большие очереди, 5-маленькие)		Характеристика блюд		Пропускная способность		Безналичный расчет		Итого	Средняя цена комплексного обеда	Индекс качества	Индекс ср. цены
	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес				
ГУК, 0 этаж.	4	20%	1	30%	3,75	30%	3	10%	1	10%	2,625	161,5	1,27	1,31
Сигма, 1 этаж	4		1		3,75		4		1		2,725	192,5	1,32	1,56
Второй корпус, 1 этаж	4		1,5		2,9		3		1		2,52	151,3	1,22	1,22
ГУК, Западное крыло, 0 этаж.	4		3		2,55		1		1		2,665	196,5	1,29	1,59
ГУК, западное крыло, 3 этаж	3		1,5		2,3		1		0		1,84	141,2	0,89	1,14
ГУК, восточное крыло, 3 этаж	4		3		2,65		1		1		2,695	179	1,30	1,45
Второй корпус, второй этаж	3		3		2,05		2		0		2,315	177,75	1,12	1,44
Третий корпус, второй	3		3		2,05		1		0		2,215	119,5	1,07	0,97

Окончание Таблицы Б.1

Предпри- ятие/ Показа- тель	Усредненные отзывы		Наличие очереди в час пик (1- большие очереди, 5- маленькие)		Характеристика блюд		Пропускная способность		Безналичный расчет		Итого	Средняя цена комплексно- го обеда	Индекс качества	Индекс ср. цены	
	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес	Значение	Вес					
этаж.															
Третий "Б" корпус, Третий этаж	3		1		2,9		5		0		2,27	176	1,10	1,42	
ГУК, западное крыло, 1 этаж	3		3		2,05				0		2,115	69,5	1,02	0,56	
ГУК, восточно е крыло, 1 этаж.	3		3		2,05				0		2,115	135,5	1,02	1,10	
Третий корпус, 2 этаж	4		2,5		2,05				0		2,165	42,5	1,05	0,34	
Третий "Б" корпус, второй этаж	4		3		2,05				0		2,315	130	1,12	1,05	
Среднее значение	3,22		2,42		1,84				0		2,07	123,54	1,00	1,00	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал



Рисунок В.1 – Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал



Рисунок Г.1 – Патент, предоставляемый ЮУрГУ в качестве вклада в уставный капитал