**ЗМІСТ**

ВСТУП………………………………………………………………………3

1. Суть проекту та характеристика продукції (послуг)…………….…….5

2. Аналіз галузі та характеристика та оцінка конкурентоспроможності продукції (послуг)…………………………………………………………………7

3. План маркетингу………………………………………………………..10

4. Організаційний план……………………………………………………15

5. Оцінка ризику і страхування…………………………………………..18

6. Фінансовий план………………………………………………………..25

ВИСНОВКИ…………………………………………………….…………27

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…………………………………28

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** Відкриття будь-якого ресторану, кафе, бару (і, зрештою, будь-якого закладу громадського харчування) починається з розуміння ідеї та ретельного планування. Власник ресторану повинен вирішити, на яку цільову аудиторію буде орієнтований ресторан, де краще розмістити заклад, якою буде відвідуваність і розмір середнього чека. Таким чином, ще на етапі ідеї підприємець складає попередній бізнес-план ресторану.

Ресторанний бізнес загалом характеризується досить високою конкуренцією. І все ж, незважаючи на насиченість ринку, послуги громадського харчування завжди користуються і будуть завжди затребуваними. Особливо в закладах з більш демократичними цінами, до яких входять недорогі ресторани швидкого харчування та кафе.

**Мета курсової роботи** полягає у комплексному та об'єктивному дослідженні відкриття закладу харчування.

**Об’єктом дослідження** є відкриття закладу харчування.

**Предметом дослідження** є відкриття кафе у м. Луцьк.

**Структура та обсяг курсової роботи.** Курсова робота складається зі вступу, шести розділів, висновків, та списку використаної літератури.

**1. Суть проекту та характеристика продукції (послуг)**

Кафе буде розташоване по вул. Винниченка, неподалік ТЦ ЦУМ.у м. Лууцьку

Площа: кухня – 40 м2, зал для відвідувачів – 100 м2, ігрова кімната – 60 м2;

Наявність водо- і електропостачання кухні;

Вентиляція, кондиціонування, каналізація;

Місткість: зал - 24 посадочних місць, ігрова кімната – 10 дітей.

Інтер'єр приміщення в м'яких тонах з використанням яскравих елементів. Чітке зонування основного залу і кімнати для дітей.

Кафе орієнтовано на європейську кухню: найчастіше люди із середнім доходом віддають перевагу традиційним і добре знайомі їм страви.

В меню увійдуть:

холодні закуски, салати, гарніри;

рідкі і гарячі страви;

комплексні обіди і ланчі;

блюда, приготовані на грилі / мангалі;

дитячі страви;

безалкогольні та алкогольні напої;

кондитерські вироби і десерти.

Націнка на страви - 250% від вартості сировини.

**2. Аналіз галузі та характеристика та оцінка конкурентоспроможності продукції (послуг)**

Аналіз конкурентоздатності надає можливість визначити конкурентів, оцінити їхні сильні і слабкі сторони. Знаючи дії конкурентів та маючи можливість їх передбачити, підприємство зможе краще зрозуміти, які товари чи послуги воно має запропонувати, як знайти ринок збуту для них і визначити місце свого бізнесу на ринку.

У процесі аналізу конкурентоздатності необхідно постійно збирати інформацію про конкурентів: заходити час від часу на їх офіційні сторінки в Інтернеті; читати літературу про їхні товари/послуги; слідкувати за рекламою, яку вони дають, та аналізувати її; якщо є можливість - дістати їх продукцію; читати про конкурентів у ЗМІ; спілкуватися зі своїми клієнтами - дізнатися, що вони думають про товари чи послуги конкурентів.

**3. План маркетингу**

Маркетинг – це організаційна функція і сукупність процесів створення, просування і надання цінностей покупцям та управління відносинами з ними з вигодою для організації [9, с. 7]. Він спрямований на залучення нових клієнтів за рахунок надання їм вищої споживчої цінності, а також на утримання наявних клієнтів

Планування як особлива форма діяльності, змістом якої є розробка, узгодження і контроль за ходом виконання плану організації щодо виробництва та реалізації продукції, яка затребувана на ринку, використовується на українському ринку підприємництва, починаючи з 90-х років. В цьому контексті планування дає можливість: - чітко сформулювати кінцеві цілі та завдання підприємства;

**4. Організаційний план**

**4.1. Персонал і фонд оплати праці**

У сфері ресторанного бізнесу багато що залежить від співробітників закладу. Їх професійний рівень, коректна поведінка, індивідуальний підхід до кожного клієнта є гарантом хорошої репутації ресторану. Для успішного розвитку бізнесу необхідно сформувати команду.

Для початку потрібно підібрати персонал, що на першому етапі роботи закладу зможе привернути до нього увагу, допомагаючи формувати позитивні відгуки про новий проект. А потім, у міру розвитку і розширення діяльності, знадобиться навчання співробітників, підвищення їх кваліфікації.

Керівник кафе (директор) - ключова фігура в закладі. Від професіоналізму майбутнього керівника проекту багато в чому залежатиме успішність закладу. Керівник: Реалізовує виконання поточних завдань розвитку ресторану; Займається питаннями підбору персоналу закладу, його заохоченнями та стягненнями; Здійснює фінансовий контроль за діяльністю ресторану відповідно до прийнятих бюджетами; Взаємодіє з наглядовими службами; Створює корпоративну культуру і традиції.

**4.2 Попит і завантаження кафе**

Дуже важливо на етапі проектування правильно оцінити майбутню відвідуваність кафе виходячи з тимчасових інтервалів роботи і днів тижня.

Прогноз відвідуваності кафе на перші три місяці роботи (при розрахунковій максимальної прохідності - 200 чол. / День.)

Понеділок-п’ятниця

з 9:00 -16:00 - 100 чол.

16:00 – 22:00 – 30 чол.

Після 22:00 до закриття 20 чол.

Субота Неділя

з 9:00 -16:00 - 50 чол.

16:00 – 22:00 – 70 чол.

Після 22:00 до закриття 30 чол.

**4.3 Визначення величини середнього чека**

Середній чек – це показник, який відображає співвідношення суми, на яку клієнти здійснили купівлі, до кількості чеків за певний період часу. Чому так важливо його визначати? Для цього є кілька вагомих причин. Зокрема, аналіз середнього чека дозволяє:

Продумати бізнес-стратегію.

Оцінити активність, потреби і купівельну спроможність клієнтів.

Визначити цінову політику.

Дізнатися прибутковість справи.

Виявити ефективність роботи відділу продажів.

Розробити асортимент товару.

**ВИСНОВКИ**

Кафе буде розташоване по вул. Винниченка, неподалік ТЦ ЦУМ.у м. Лууцьку

Площа: кухня – 40 м2, зал для відвідувачів – 100 м2, ігрова кімната – 60 м2;

Наявність водо- і електропостачання кухні;

Вентиляція, кондиціонування, каналізація;

Місткість: зал - 24 посадочних місць, ігрова кімната - 10 дітей.

Інтер'єр приміщення в м'яких тонах з використанням яскравих елементів. Чітке зонування основного залу і кімнати для дітей.

Кафе орієнтовано на європейську кухню: найчастіше люди із середнім доходом віддають перевагу традиційним і добре знайомі їм страви.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Супрученко О. Л. Електронне меню як засіб удосконалення системи замовлень на підприємствах ресторанного господарства. *Перспективи розвитку обліку, контролю та аналізу у контексті євроінтеграції: матеріали науково-практичної конференції.* Одеса, 2014. С. 84-86.

2. Лисенко А.Ю., Голікова Т.П. Застосування сучасних інформаційних технологій – майбутнє ресторанного бізнесу. *Молодий вчений.* 2018. № 1 (53).

3. Дружиніна В. В, Русова Д. Р. Чинники конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. *VІІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні питання управління сталим розвитком у сучасному суспільстві: проблеми та перспективи»* 24-25 жовтня 2019 р., м. Кременчук : Видавець СВД Олексієнко В. В., 2019. 191 с. 110-111 с.

4. Дружиніна В. В, Русова Д. Р. Особливості організації тарного господарства в ресторанних закладах. *ХХVI Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства»* 24-25 квітня 2019 р., м. Кременчук, 104 с.

5. [BASILIC GROUP](https://basilic.ua/). URL: <https://basilic.ua/cafe-show-basilic>

6. Не про хліб. URL: https://menu.neprokhlib.com/pages/starters.html

8. Шафранюк Ю. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» м. Львів:* МАУП, 2016. Ч.2. 675 с

8. Європейська кухня URL: https://ukrbukva.net/113010-Evropeiyskaya-kuhnya-assortiment-tehnologiyaprigotovleniya-i-oformleniya-holodnyh-blyud-i-zakusok.html

9. Армстронг Г. Введення в маркетинг = Marketing: AnIntroduction. М. : «Вільямс», 2007. 832 с..

10. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін.. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. 648 с.

11. Багиев. Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник М.: Экономика, 2001. 719с

12. Черняхівська Т.М. Маркетингова діяльність підприємства: теорія і практика. K. : Вища освіта, 2008. 533 с.

13. Неретина О.А. Структурований процес стратегічного планування маркетингу. *Суспільні науки.* 2011. № 3(19). С. 122–129.

14. Бізнес-кафе план: зразок з розрахунками. URL: https://rt82.ru/uk/documentation/biznes-plan-kafe-obrazec-s-raschetami/

15. Галасюк С.С., к.е.н., викладач Наймарк К.А. Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства. URL: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6943/1/%D0%9E%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8E%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%20%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf

16. Середній чек: як розрахувати і збільшити URL: https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/serednij-chek-jak-rozrahuvaty-i-zbiljshyty/

17. Донець Л.І. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2002. 457 с.

18. Пономаренко В.С. Концептуальні основи економічної безпеки : монографія. Харків : ХНЕУ, 2008. 256 с.

19. Нові правила роботи кафе та ресторанів під час карантину. URL: https://oppb.com.ua/news/novi-pravyla-roboty-kafe-ta-restoraniv-pid-chas-karantynu

20. Давидова О.Ю. ключові фактори управління ризиками на підприємствах ресторанного господарства. *Науковий вісник Херсонського державного університету* Вип. 25. Ч 1. 2017. С. 128-132

21. Андрієнко В.Н., Кобко Р.В. Роль страхування у мінімізації впливу загроз на економічну безпеку суб'єктів господарської діяльності. *Інтелект ХХІ.* 2016. № 1. С. 76–82.

22. Бачо Р.Й., Пойда-Носик Н.Н., Січка І.І. Інвестиції в туристично-рекреаційну галузь України: теорія та практика регулювання : монографія. Ужгород : ФОП Бреза А.Е., 2014. 208 с.

23. Грабар М.В. Категоризація готелів в Україні: регіональний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 4. С. 40–44.

24. Ніколаєнко С.М. Страхування в готельно-ресторанному бізнесі. *Збірник тез доповідей І Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації», 14–15 лютого 2019 р.* Житомир, 2019. С. 13–16

25. Січка І.І. Особливості страхування готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/24\_2020/14.pdf