

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - «Анализ развития малого бизнеса на потребительском Рынке (на примере ресторана)».

Эта тема чрезвычайно **актуальна**, потому что малые предприятия сильно влияют на экономику РФ. Малый бизнес приносит огромный вклад в рост социального сектора в обществе, имея отношение в большей степени к среднему классу, обеспечивая демократию и улучшают социальную общественную структуру. Малые предприятия занимают «львиную» часть ресторанного дела. Несколько последних лет ресторанная отрасль показывает устойчивый подъем. Быстрое развитие новых типов услуг очень заметно среди статистических данных, которые предоставляются в этой сфере частным бизнесом.

Цель дипломной работы – анализ развития малого бизнеса на потребительском рынке кафе «Блюз».

Достижение поставленной цели предполагает решение следующего ряда **задач**:

1. дать определение термину малые предприятия, определить их особенности;
2. охарактеризовать сферы деятельности малых предприятий.
3. предложить методику и провести анализ внешней и внутренней среды кафе «Блюз», выявить недостатки;
4. рассмотреть финансово-хозяйственную деятельность на исследуемом объекте
5. разработать мероприятия по развитию кафе «Блюз».

В первой главе рассмотрены теоретические основы развития предприятия малого бизнеса.

Малый бизнес представляет собой самый многочисленный слой мелких собственников. Данная массовость значительна в определении в частности в социально-экономической и политической стороне развития страны. Важную роль имеет уровень жизни и социальное положение собственников малого бизнеса, т.к. их одновременная принадлежность в составе населения и в качестве производителей определенного рода услуг (как и большинство населения) и в качестве потребителя широкого спектра товаров, работ и услуг, очень велика.

Малые предприятия в интересах развития экономики выполняют следующие социально-экономические функции:

- увеличивают спрос на оборудование, сырье, материалы;
- способствуют формированию дополнительных доходов у населения, и, следовательно, расширяют спрос на потребительские товары и услуги;
- частично решают проблему занятости;
- дополняют, а в результате являются неотъемлемой частью производственной и сбытовой инфраструктуры многих крупных корпораций, что в значительной мере позволяет обеспечить гибкость их управления.

Для достижения высоких финансовых показателей и продвижения деловой репутации фирмы, требуется концентрация всех имеющихся возможностей. Для выбора правильной концепции в самом начале организации предприятия должны быть правильно сформулированы цели, миссия и определена стратегия развития предприятия общественного питания.

Во второй главе проведен анализ деятельности кафе «Блюз».

Кафе «Блюз» располагается в Пермском крае, города Кудымкара ул. Лихачева дом 52. В настоящее время предприятие является базовым производственным предприятием торговой сети «Маркетинг», где реализуется продукция собственного производства: кондитерские и кулинарные изделия, в том числе и национальные блюда коми-пермяцкой кухни, и мясные полуфабрикаты.

Далее был проведен анализ динамики нетто-оборота кафе «Блюз». Она указывает, что в 2013 году доход от основной деятельности предприятия начал повышаться, и в 2015 года стал улучшилась в связи с выходом предприятия на внешние рынки.

Товарооборот за один день сырья, расходуемого на изготовление продукции собственного производства, составляет - 187645,2 руб., покупных товаров - 62547,77 руб. При этом валовой доход за день составляет 86085,47 руб.

После этого был проведен маркетинговый анализ деятельности кафе «Блюз».

На сегодняшний день кафе – это высокотехнологическое современное предприятие, предоставляющее услуги общественного питания.

Выпускаемая продукция отвечает всем необходимым требованиям.

Ежедневно на производстве воплощается лозунг: «Качественная продукция по доступной цене». Яркое подтверждение – оценка качества изделий членами областной Ассоциации кулинаров. Предприятие принято в неё в августе 2005г. Также заслуженная награда – это серебряная медаль в классе тортов в номинации «Арт-класс» на 3-м чемпионате молодых кулинаров России в г. Перми. Сотрудники кафе постоянно повышают своё мастерство.

Команда поваров кафе «Блюз» стала серебряным призером чемпионата мира по кулинарному искусству, проходившего с 14 по 18 февраля 2007 года в столице Турции – Стамбуле. Из 28 команд участниц, в числе которых были признанные кулинары из Германии Франции, коллектив кафе «Блюз» набрал наибольшее количество баллов, покорив всех изысканными блюдами коми-пермяцкой кухни. Учитывая, что до «золота» не дотянул никто, профессионалов из кафе «Блюз» можно назвать лучшими на планете.

Был произведен анализ расходов на маркетинг и выявлено, что данная сумма составляет 840000 р. Разумеется, в любом бизнесе возможно возникновение форс-мажорных обстоятельств, срочно требующих дополнительных финансовых затрат, на которые никто не рассчитывал. В связи с этим я считаю целесообразным заложить в ежемесячный бюджет компании 100 000 рублей на покрытие непредвиденных расходов.

При финансовом кризисе у всех компаний наблюдается нехватка средств на ведение деятельности. Организации должны выполнить такие задачи, как минимизация издержек, оптимизация штатного расписания, улучшение качества товаров и услуг, которые производятся и оказываются.

Для решения этих задач необходимо внедрять эффективное налоговое планирование:

1. Возникает необходимость в консервативном поведении. Деятельность компаний должна быть направлена на получение дополнительного финансирования, в том числе и с помощью отсрочки в уплате налогов
2. Необходимо произвести просчет налоговых последствий работы организации вперед на несколько периодов.

В третьей главе проведена разработка мероприятий по совершенствованию деятельности кафе «Блюз».

Для более четкого представления недостатков и преимуществ рассматриваемого заведения был проведен SWOT-анализ.

По моему мнению, после проведенного анализа, предприятию общественного питания следует выбрать стратегию дифференциации. Сущность стратегии дифференциации состоит в том, чтобы находить пути быть единственным, кто предлагает покупателям дополнительные преимущества в товаре, которые они хотят видеть, и постоянно поддерживать эти преимущества.

В ходе анализа было выявлено, что для кафе «Блюз» могут быть характерны следующие проблемы:

- Дефицит кадров, официантов;
- Дефицит поставщиков «здоровых» продуктов;
- Снижение темпов роста доходов населения;
- Недоверие к рекламе;

Поэтому были предложены следующие решения:

- Дефицит кадров – самостоятельное обучение сотрудников
- Дефицит поставщиков «здоровых» продуктов – тщательный отбор поставщиков и самостоятельная проверка всей продукции на нитраты и канцерогены;
- Снижение темпов роста доходов населения – грамотное соотношение цены и качества, средний чек не выше 700 рублей на одного человека;
- Недоверие к рекламе, рекламируя себя в Инстаграм, можно приукрашать действительность и подавать себя в более выгодном свете, но нельзя врать клиенту;

Таким образом, поставленная цель достигнута. Спасибо за внимание!