

**БИЗНЕС ПЛАН:
РАСШИРЕНИЕ КУЛИНАРНОГО
ПРОИЗВОДСТВА**



АЛМАТЫ 2018 г.

МЕМОРАНДУМ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Настоящий бизнес-план предоставляется на рассмотрение на конфиденциальной основе исключительно для принятия решений по финансированию данного проекта и не может быть использован для копирования или каких-либо иных целей, а также передаваться третьим лицам.

Получатель настоящего бизнес-плана гарантирует сохранение конфиденциальности информации и документации, содержащихся в настоящем бизнес-плане и приложениях к нему. Получатель примет все необходимые меры для того, чтобы предотвратить полное или частичное разглашение документации и информации или ознакомление с ними третьих лиц без письменного согласия инициатора проекта.

С переданной документацией и информацией будут ознакомлены только те лица из персонала Получателя, которые непосредственно связаны с правовой, финансово-экономической или иной экспертизой проекта, необходимой для принятия решения по его финансированию.

Получатель гарантирует возврат данной копии со всеми приложениями инициатору проекта по указанному адресу, если он не намерен участвовать в финансировании проекта.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные по данному проекту, касающиеся его потенциальной прибыльности, объемов реализации, расходов, нормы прибыли и будущего ее уровня, основываются наилучшим образом на согласованных мнениях всего коллектива участников разработки проекта.

Информация, содержащаяся в данном бизнес-плане, получена из источников, заслуживающих доверия.

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

1.1. Суть предполагаемого проекта, место реализации, сведения о заявителе.

Основной вид деятельности (текущий): **заполнить**
 Местонахождение бизнеса: **заполнить**
 Юридический адрес (адрес регистрации): **заполнить**
 Организационно – правовая форма реализации проекта: Товарищество с ограниченной ответственностью
 Налоговая форма – Налоговый режим на основе упрощённой декларации
 Собственник бизнеса: Жалгасбаев Ринат Бекович
 Инициатор проекта: Жалгасбаев Ринат Бекович
 Сроки реализации проекта: 61месяц
 Контакты:

Настоящим бизнес-планом предусматривается развитие кулинарного производственного цеха для организации корпоративного питания с доставкой в офисы и предприятия, доставка полуфабрикатов и организация кейтерингов, кофе-брейков и выездных корпоративных банкетов.

1.2. Основная цель и результаты проекта

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств в банке второго уровня. Проект предполагает долгосрочную аренду помещения для организации деятельности цеха, закуп и монтаж кухонного оборудования, строительно-монтажные работы, и дальнейшую эксплуатацию данного предприятия общественного питания.

Наименование	Показатель	
Чистый приведённый доход тыс. тг	NPV	21 081 KZT
Суммарный денежный поток тыс. тг	CF	31720
Суммарный дисконтированный денежный поток тыс. тг.	DCF	26058
Внутренняя норма прибыли	IRR	55%
Модифицированная норма прибыли	MIRR	27%
Срок окупаемости инвестиционного проекта мес	PP	32
Дисконтированный период окупаемости проекта год	DPP	35
Рентабельность инвестиционного проекта	ARR	50%
Индекс доходности	PI	53%

Как видно из приведенной таблицы – при ставке дисконтирования 19% проект является прибыльным и окупается за 32 месяца. Чистый приведенный доход (NPV) за период реализации проекта составляет 21 081 тыс. Индекс прибыльности имеет достаточно высокие значение 53%. Внутренняя норма рентабельности составила 55%. Потребность в финансировании проекта составляет 21 000 тыс. тг. Данную потребность планируется удовлетворить за счет привлечения заемных средств в размере 19 000 тыс. тг. И 2 000 тыс тенге собственного капитала.

2. ВВЕДЕНИЕ

Настоящий бизнес-план посвящен экономическому обоснованию целесообразности инвестирования в проект «развитие кулинарного производственного цеха» г. Алматы».

В бизнес-плане собрана вся необходимая информация для проведения инвестиционных расчетов, в том числе основные статьи доходов, затрат и капитальных вложений, которые потребуется совершить при реализации проекта.

Также представлено описание основных характеристик рынка включая динамику объема спроса и предложения, а также ценовых показателей. На основе этих показателей сделан прогноз дальнейшего развития рынка в период реализации проекта.

Проведена оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта и рассчитаны основные интегральные показатели проекта – чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс доходности (PI), дисконтированный период окупаемости (DPP) при реалистичном сценарии развития рынка. С помощью предложенного бизнес-плана потенциальные инвесторы, смогут оценить эффективность вложений средств в данный проект, выбрать наиболее эффективную схему финансирования проекта.

Основными источниками данных для проведения расчетов с целью экономического обоснования эффективности проекта стали:

- «Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», методика ЮНИДО (Комитет по промышленному развитию при ООН), модифицированная с учетом специфики проекта;
- информация из открытых источников СМИ и Интернета;
- результаты проведенных исследований рынка Казахстана;
- статистические данные Агентства РК по статистике, аналитические обзоры и пресс-релизы. При проведении расчетов с целью оценки эффективности инвестиций применялся метод дисконтированных денежных потоков (FCF). Исследование проведено в марте 2018 года

3. КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Проект предполагает открытие развитие кулинарного производственного цеха г. Алматы, долгосрочную аренду с выкупом помещения для осуществления коммерческой деятельности, закуп оборудования для оснащения цеха, проведение СМР, закуп сырья и исполнение оборотных средств, проведение маркетинговых исследований и других мероприятий, выход на плановую загрузку, выполнение плана продаж

Реализация планового проекта в сфере услуг, а именно предоставление населению готовых блюд и напитков, позволит инициатору проекта освоить перспективный рынок и тем самым получить высокие финансовые результаты.

3.1. Задачи бизнеса:

- Выход и завоевание позиций на рынке услуг общественного питания.
- Удовлетворение потребительского спроса на качественные услуги общественного питания
- Получение надлежащих финансовых результатов инициатором проекта.

Реализация проекта по графику занимает 61 месяц.

Согласно проекту, предполагается предоставлять услуги коммерческим организациям (рассмотрен вариант кейтеринга) и частным лицам;

3.2. Цели бизнеса:

- закрепиться на рынке услуг общественного питания
- обеспечить стабильный уровень входящих денежных потоков.
- достичь положительного социального эффекта путем создания новых легальных рабочих мест и увеличения налоговых выплат в бюджет;
- обеспечить предоставление клиентам доступного и качественного сервиса.

3.3. Описание этапов развития бизнеса

Производственная программа по реализации данного проекта разбита на несколько этапов.

- преинвестиционный: проведение подготовительных работ, получение разрешительной документации, разработка плана производства и реализации г, бизнес-планирование и разработка инвестиционного проекта, поиск инвесторов;
- инвестиционный: поэтапное освоение бюджета, реклама, начало продаж и продвижение;
- постинвестиционный (эксплуатационный): наращивание производственных мощностей, закрепление на рынке, достижение проектной мощности; поддерживающая реклама услуг.

4. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Планируемое предприятие будет заниматься производством и реализацией готовых блюд и сопутствующих товаров.

Производимые изделия будут всегда качественными и свежими.

На начальном этапе (период start-up) ассортимент и объемы производства будут сравнительно небольшими, далее, по мере изучения потребительских предпочтений и анализе структуры спроса, первое и второе будет расширяться.

На втором этапе развития производства будет развиваться такой вид услуг, как кейтеринг, (доставка продукции на дом или в офис).

- производство и реализация готовых блюд и напитков.
- предоставление услуги кейтеринг (обслуживание выездных банкетов)

В ассортимент планируемого ресторана будут включены горячие, холодные закуски, первые, вторые блюда, безалкогольные (горячие, холодные) напитки.

Так же в планируемом ресторане возможны проведение праздников, банкетов, юбилеев, торжеств.

5. АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГ

5.1. Общая ситуация по рынку общепита в Казахстане

За последние несколько лет значительно возрос интерес руководителей казахстанских предприятий общественного питания к вопросам управления маркетингом. Многие топ-менеджеры находили время для участия в специальных тренингах по разработке маркетинговых стратегий и управлению рисками, наиболее продвинутые компании разработали свои антикризисные маркетинговые стратегии. Но принятые стратегии и усвоенные теории оказались не актуальны, так как они рассчитаны на преодоление своих индустриальных и локальных кризисов, а не выживанию в условиях глобального. И важно не просто выжить, но и сохранить лояльность инвесторов, партнеров, потребителей, собственных сотрудников, коммуникация с

которыми у многих казахстанских предприятий общественного питания никогда не была приоритетом первого уровня. Сегодня, когда залогом сохранения бизнеса стала способность компании максимально оптимизировать внутренние ресурсы, собственные сотрудники становятся весомым капиталом, а внутрифирменный маркетинг приобретают особую значимость.

Кризис ликвидности, задевший и экономику Казахстана, не мог не повлиять на ресторанный рынок. Снижение потребительской активности населения повлияло на товарооборот большинства кафе и ресторанов. По оценкам рестораторов, ошутимое падение товарооборота стало наблюдаться в начале 2015 года и в среднем составило от 15 до 25% от аналогичных показателей прошлого года.

Повышение стоимости основных продуктов питания (и, как следствие, увеличение себестоимости блюд), с одной стороны, и падение посещаемости ресторанов, с другой, привели к снижению уровня прибыли большинства предприятий общественного питания. Эксперты рынка предполагают, что данные условия могут повлечь за собой усиление конкурентной борьбы, уход с рынка наиболее нежизнеспособных заведений и сокращение общей прибыли ресторанов.

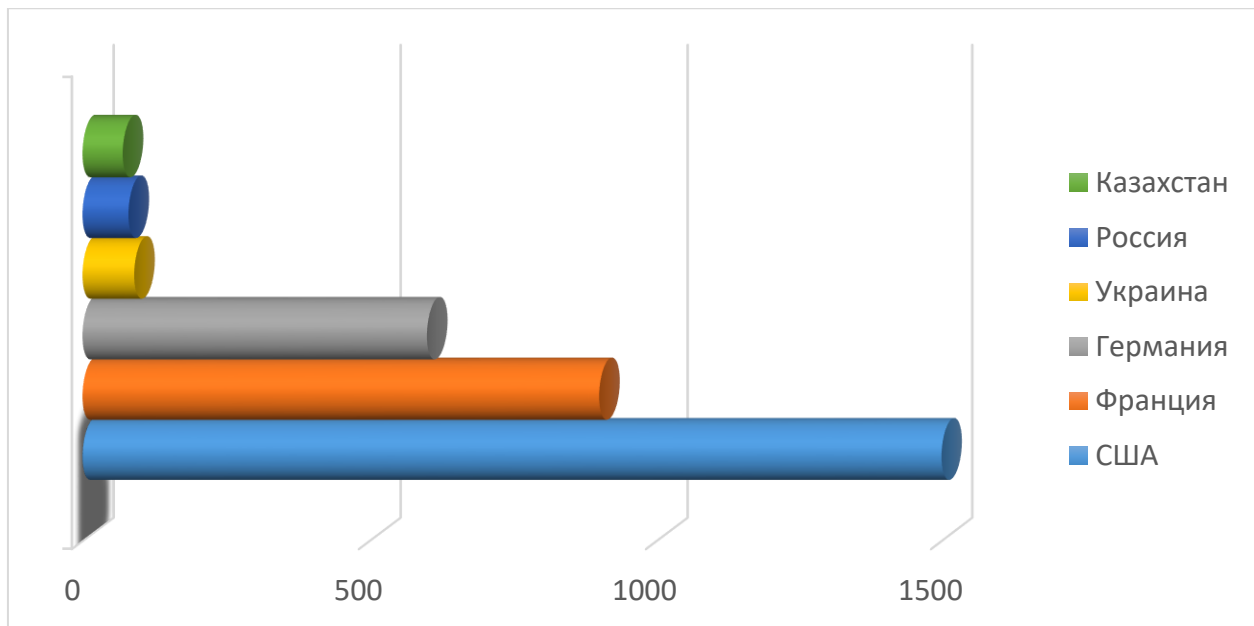
Перед руководством и владельцами ресторанов в существующей ситуации неизбежно встает вопрос о сокращении персонала или заработной платы, реформировании команды, увеличении производительности труда, снижении связанной с этими действиями напряженности в коллективе, нейтрализации пессимистичных настроений и повышении мотивации тех, кого компания хочет сохранить. Внутрифирменный маркетинг в условиях глобального кризиса - не просто маркетинг организации сферы услуг, используемый для обучения и эффективной мотивации сотрудников, непосредственно контактирующих с клиентами, а также подготовка всего персонала к работе в команде и обеспечению удовлетворения потребителя. Теперь это еще и средство мобилизации внутренних ресурсов, от которых довольно сильно будет зависеть успешность прохождения кризиса и будущее компании. Именно поэтому, любое серьезное решение, изменяющее привычную жизнь компании, требует определенных коммуникационных действий со стороны руководства.

В условиях экономического кризиса конкуренция на ресторанном рынке РК будет усиливаться. Возможно, именно этот фактор позволит решить основную проблему данного бизнеса - низкое качество предоставляемых услуг.

В ходе проведенного исследования выяснилось, что 18 долларов ежегодно тратит житель РК на рестораны (данные Euromonitor, 2015 год), что в десятки, а то и сотни раз меньше, чем тратят, в других странах. Это говорит о том, что примерно каждый второй казахстанец не посещает рестораны, даже хотя бы раз в год. Целевыми потребителями в основном являются люди с высоким уровнем достатка, которые практически ежедневно посещают данные заведения.

Лидером в Республике Казахстан в ресторанном бизнесе по количеству ресторанов и по их качеству является г. Алматы. По данным исследования, проведенного компанией «РосИнтер», в Алматы насчитывается 1356 предприятий общественного питания, в том числе 354 ресторана.

Рисунок. Затраты на общепит в разных странах.



5.2. Экспресс исследование рынка общепита, г. Алматы

Задачи исследования: оценить конкуренцию данному виду бизнеса; изучить привычки и предпочтения потребителей, рекомендовать методы расширения целевой аудитории; оценить перспективы службы доставки.

- Каждый житель г. Алматы до 40 лет пользуется услугами кафе хотя бы раз в год. Традиционные блюда местной кухни (лагман, манты, бешбармак) едят не реже раза в месяц 54%, треть покупает не реже раз в неделю.
- На одного потребителя из целевой аудитории в среднем приходится по 25-30 порций в год.
- В традиционный заказ помимо традиционных блюд входят: чай (62%), салат (60%), хлеб (56%).
- Главный действующий конкурент традиционным блюдам местной кухни - «донер». (удобно взять с собой, есть «на ходу»)
- Потенциальный конкурент, набирающий популярность –китайский набор (лапша/рис с соусом и мясом/рыбой/курицей) предложенная в коробочке - формат уличного питания и питания в кафе.
- Главное для кафе - чистота (91%), приемлемые цены (69%), наличие места где можно присесть (63%).

5.3. Доходы компаний общепита в Казахстане.

В апреле текущего года (2016) казахстанцы оставили в кафе и ресторанах 23,4 млрд тенге – на 12% больше, чем месяцем ранее. Основной прирост обеспечили жители Алматы (на 43%) и Алматинской области (на 19%).

Официальные доходы компаний общепита за месяц выросли по Казахстану на 2,6 миллиарда тенге. В плюсе - 11 регионов.

Помимо лидеров - Алматы и Алматинской области - наибольшие темпы роста показала Астана (на 8,2%, до 2,8 миллиардов тенге), Кызылординская область (на 7,8%, до 1,1 миллиарда тенге) и Восточно-Казахстанская область (на 6,7%, до 1,6 миллиардов тенге).

Таблица. Услуги общепита РК. Апрель 2016

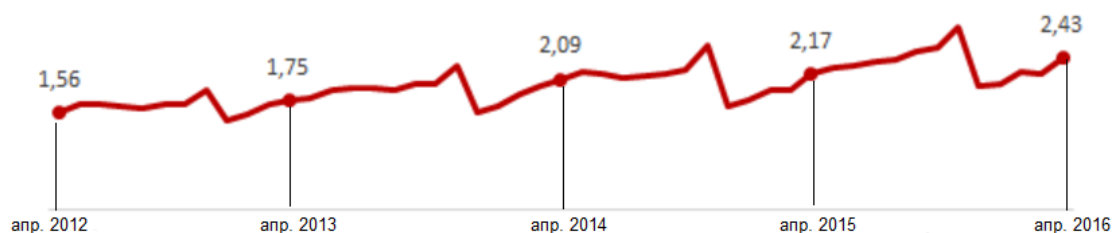
	Всего			Рост к итогу				Средний чек на городского жителя (тг.)		
	2016.4	2016.3	2015.4	2016.4	2015.3	2016.4	2015.3	2016.4	2016.3	2015.4
Казахстан	23 428,3	20 844,8	20 643,5	112,4%	110,5%	2 583,5	2 784,9	2 433,1	2 164,8	2 184,5
Алматы	6 485,5	4 528,9	4 958,1	143,2%	130,8%	1 955,6	1 527,4	4 188,6	2 925,0	3 283,5
Астана	2 791,9	2 580,0	2 623,9	108,2%	106,4%	211,8	168,0	3 273,1	3 024,7	3 221,8
Атырауская	1 885,6	1 848,5	1 924,2	102,0%	98,0%	37,1	-38,6	6 864,4	6 729,3	6 950,5
ЮКО	1 812,9	1 715,6	1 870,7	105,7%	96,9%	97,3	-57,8	1 646,3	1 557,9	1 747,4
ВКО	1 570,8	1 471,9	1 419,7	106,7%	110,6%	98,9	151,1	1 898,6	1 779,1	1 725,7
Мангистауская	1 565,7	1 601,7	1 773,1	97,8%	88,3%	-35,0	-207,4	5 240,4	5 360,8	6 049,6
Карагандинская	1 180,7	1 138,8	1 021,5	103,7%	115,6%	41,9	159,2	1 084,8	1 046,3	947,9
Кызылординская	1 094,4	1 015,5	1 015,0	107,8%	107,8%	78,9	79,4	3 366,9	3 124,1	3 201,7
ЗКО	966,1	991,1	723,2	97,5%	133,6%	-25,0	242,9	3 093,2	3 173,2	2 338,8
Актюбинская	863,1	834,5	808,1	103,4%	106,8%	28,6	55,0	1 690,2	1 634,3	1 620,5
Алматинская	729,2	613,2	606,0	118,9%	120,3%	115,1	123,2	1 565,6	1 316,4	1 320,3
Жамбылская	664,1	691,1	505,4	96,1%	131,4%	-27,0	158,7	1 499,9	1 560,9	1 157,4
Павлодарская	646,2	653,9	410,7	98,8%	157,4%	-7,8	235,5	1 219,5	1 234,2	782,3
Анмолинская	571,2	564,8	475,9	101,1%	120,0%	5,4	95,3	1 644,6	1 626,2	1 373,7
Костанайская	391,7	375,7	353,3	104,3%	110,9%	15,0	38,4	851,0	816,3	777,0
СКО	209,2	219,5	154,3	95,3%	135,1%	-10,3	54,4	860,7	903,1	641,9

Расчеты Ranking.kz на основе данных КС МНЭ РК

За апрель средние чеки официально проведенных по кассе услуг общепита на одного городского жителя по РК выросли на 268,2 тенге, до 2,43 тысячи тенге.

В Алматы чек на горожанина вырос сразу на 1,3 тысячи тенге, в Алматинской области – на 249,2 тенге. На третьем месте – жители столицы (рост на 248,3 тенге).

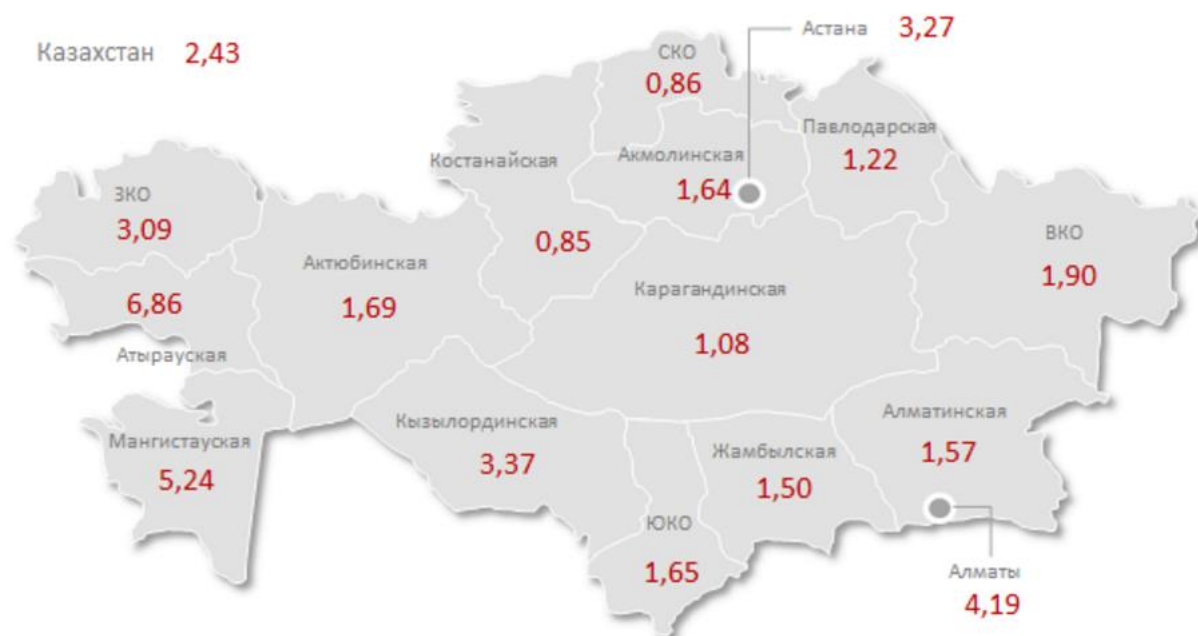
Рисунок. Средний чек на городского жителя динамика



Самые высокие чеки – по-прежнему в нефтяных регионах (Атырауская область – 6,86 тысячи тенге на городского жителя, Мангистауская – 5,24 тысячи тенге). Однако объем затрат на услуги общепита за год (апр. 2016-2015) снизился в обоих регионах.

Среди не нефтяных областей самые высокие чеки отмечены в Алматы – 4,19 тысячи тенге на горожанина, Кызылординской области – 3,37 тысячи тенге и Астане – 3,27 тысячи тенге.

Рисунок. Средний чек на городского жителя регионы



Выводы экспресс анализа:

На основании экспресс анализа можно спрогнозировать то, что в ближайшее время QS-сегмент будет активно развиваться. Население все чаще старается меньше времени тратить на приготовление еды дома, и при этом тратить немного денег в заведениях общественного питания.

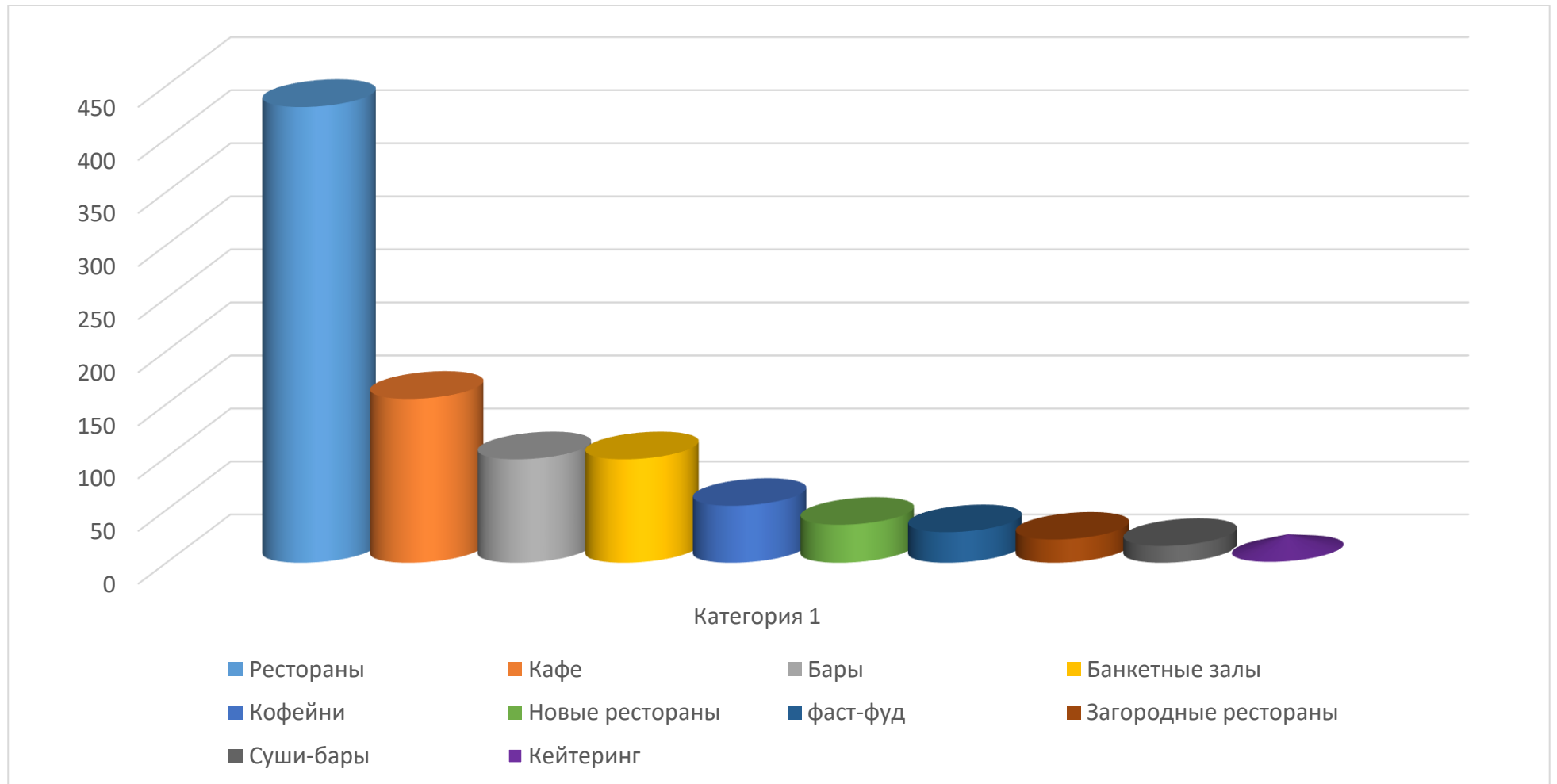
В ближайшее время получают развитие 2 сегмента QuickService и FastCasual.

Поскольку стратегия планируемого проекта в большей степени ориентирована на быстрые деньги – то пока лучше выбрать формат современных столовых. Классический FastFood для населения менее привлекателен, скорее, из-за гастрономических предпочтений и цены, хотя на рынке активно развиваются несколько локальных FF-проектов.

По мнению специалистов, стихийный общепит еще долгое время будет востребован населением: «Ларьки с самсой в ближайшие лет 5 как минимум все еще будут существовать, поскольку на них большой спрос. Таковую еду, как правило, покупают студенты, т.к. они не смотрят на качество и санитарные условия. Даже студенты-медики все равно питаются в сомнительных ларьках, поскольку это рядом, удобно, дешево и достаточно сытно: мясо, жиры и тесто».

Направление халал, по мнению экспертов, пользуется спросом, скорее, среди приезжих, и поэтому этот концепт не получит существенного развития в Алматы: «Городские жители смотрят, прежде всего, на качество и сервис, и вывеска халал не является основным фактором при выборе. Вряд ли будут развиваться подобные сетевые проекты».

Рисунок. Диаграмма популярности предприятий общепита в г. Алматы



5.4. Конкурентный анализ.

5.4.1. P.E.S.T. анализ

P.E.S.T. анализ факторов внешней макросреды Проекта

ПОЛИТИКА		Р	ЭКОНОМИКА		Е
Законодательство в области регулирования деятельности организаций общественного питания			Уровень инфляции в стране (6%)		
Ужесточение государственного регулирования деятельности организаций общественного питания			Появление новых конкурентов		
Поддержка малого бизнеса (реализация программы поддержки малого и среднего бизнеса ЖибекЖолы АО ФРП DAMU).			Платежеспособный спрос главных потребителей услуг		
СОЦИУМ		S	ТЕХНОЛОГИЯ		T
Изменение в базовых ценностях населения.			Развитие конкурентных технологий (использование новейших печей для приготовления стейков)		
Изменение структуры доходов и расходов населения.			Внедрение проф. ПО и энергосберегающего оборудования (приобретение энергосберегающего холодильного оборудования).		
Увеличение прироста населения (в 2014 году-1 375 тыс человек, в 2015 году-1 515 тыс человек)			Информация и коммуникации, влияние Интернета (информирование в СМИ о ресторане, публикации «тайных покупателей»).		

Очевидно, что не все перечисленные в таблице факторы внешней макросреды оказывают равное влияние на деятельность Проекта. Для выявления наиболее значимых из них произведем экспертную оценку и присвоим каждому весовой коэффициент, отражающий степень влияния на деятельность организаций общественного питания. Матрица профиля внешней макросреды Проекта представлена в следующей таблице.

Таблица. Матрица профиля внешней макросреды Проекта

ФАКТОРЫ СРЕДЫ	Важность для отрасли	Влияние на орган-ию	Направленность влияния	Степень важности
Изменение законодательства в области регулирования деятельности организаций общественного питания	3 (высокая)	2 (умеренное)	- 1 (негативное)	- 6
Ужесточение государственного регулирования деятельности организаций общественного питания	3 (высокая)	3 (высокая)	- 1 (негативное)	- 9
Поддержка малого бизнеса	3 (высокая)	3 (умеренное)	+ 1 (позитивное)	+6
Уровень инфляции в стране	3 (высокая)	3 (умеренное)	- 1 (негативное)	-9
Появление новых конкурентов	3 (высокая)	3 (высокая)	- 1 (негативное)	-9
Платежеспособный спрос главных потребителей продукта (с учетом последних тенденций)	3 (высокая)	3 (умеренное)	+ 1 (позитивное)	+9
Изменение в базовых ценностях населения	3 (высокая)	3 (слабое)	- 1 (негативное)	-3
Изменение структуры доходов и расходов населения	3 (высокая)	2 (слабое)	- 1 (негативное)	-6
Увеличение прироста населения	2 (умеренная)	2 (умеренное)	+1 (позитивное)	+4
Развитие конкурентных технологий	3 (умеренная)	3 (умеренное)	- 1 (негативное)	-4
Внедрение нового программного обеспечения и энергосберегающего оборудования	2 (умеренная)	2 (умеренное)	+1 (позитивное)	+4
Информация и коммуникации, влияние Интернета	2 (умеренная)	2 (умеренное)	+1 (позитивное)	+4

По результатам оценки матрицы профиля среды Проекта можно сделать вывод, что только 8 факторов макросреды, представленных в таблице, имеют относительно более важное значение для функционирования анализируемой организации, а оставшиеся 5 факторов являются менее важными, и ими можно пренебречь. Отметим также, что максимальный положительный балл (+9) отражает максимально позитивное влияние на функционирование организации и принадлежит таким факторам, как: поддержка малого бизнеса и платежеспособный спрос главных потребителей услуг, а максимальный отрицательный балл (-9) рассматривается как максимальная угроза для функционирования организации и относится к таким факторам, как: ужесточение государственного регулирования деятельности организаций общественного питания, уровень инфляции в стране, появление новых конкурентов.

Выделив факторы, которые оценены как наиболее явные угрозы и возможности для деятельности Проекта, отразим окончательные результаты STEP – анализа в таблице.

Таблица. Результаты STEP-анализа факторов внешней макросреды Проекта

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
Возможности	0,05	4	0,2
Поддержка малого бизнеса	0,2	5	1
Платежеспособный спрос главных потребителей продукта	0,05	4	0,2
СУММАРНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	0,3		1,4
Угрозы	0,05	4	0,2
Изменение законодательства в области общественного питания	0,2	5	1
Ужесточение гос. регулирования в сфере общественного питания	0,2	5	1
Уровень инфляции в стране	0,2	5	1
Появление новых конкурентов	0,05	4	0,2
СУММАРНЫЕ УГРОЗЫ	0,7		3,4
СУММАРНАЯ ОЦЕНКА	1		4,8

Данные таблицы позволяют сделать вывод о том, что возможности из внешней макросреды, которые может извлечь для себя Проект, минимальны (взвешенная оценка 1,4 балла), в свою очередь угрозы из внешней макросреды достаточно умеренны (взвешенная оценка 3,4 балла). С учетом максимально возможной оценки в 7 баллов считаем, что Проект может в достаточной мере противостоять внешним угрозам и использовать возможности, предоставляемые внешней макросредой.

В соответствии с методологическими аспектами оценки конкурентоспособности результаты STEP-анализа целесообразно дополнить возможностями SWOT-анализа и обобщить полученную в результате исследования информацию. При проведении SWOT-анализа были учтены сильные и слабые стороны Проекта, а также появление угроз и возможностей извне.

ВОЗМОЖНОСТИ	СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ
Рост числа квалифицированных специалистов в сфере оказания услуг общественного питания	В меню ресторана включены уникальные блюда, которые нельзя найти ни в одном другом ресторане.
Использование более совершенных технологий, современных средств коммуникации	Руководство ресторана разработало четкую пошаговую стратегию его развития.
Освоение новых рынков и сегментов рынка	Компетентные сотрудники и эффективный менеджмент ресторана
Рост платежеспособности потребителей	Абсолютно уникальный дизайн-проект
Повышение культуры общения персонала, формирование атмосферы гостеприимства	Ресторан расположен в живописном месте с удобной парковкой, вблизи от него находятся офисные центры, элитный жилой квартал
Выполнение особых пожеланий по изготовлению блюд на виду у клиента	Оснащение кухни (современное универсальное оборудование и посуда для приготовления пищи)
Постоянное внедрение и освоение новых технологий в обслуживании клиентов	Услуги кейтеринга
УГРОЗЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Возможность появления новых конкурентов и усиления позиций уже существующих	Низкая капитализация и слабая ресурсная база по сравнению с конкурентами
Изменения в предпочтениях клиентов	Высокий уровень цен по отношению к конкурентам
Возрастающее конкурентное давление, расширение сети конкурентов	Зависимость от поставщиков (нужные ингредиенты)
Расширение товарного ассортимента конкурентами	Ограниченный контингент гостей. Ресторан рассчитан на публику с уровнем дохода, выше среднего
Активная рекламная кампания конкурентов	Недостаток средств для развития. Большая часть прибыли идет на заработные платы персонала, закупку продуктов

Таблица 6 - Матрица возможностей

Вероятность использования	Влияние		
	сильное	умеренное	малое

высокая	Активизация применения элементов коммуникационного комплекса (например, коммерческой рекламы)	Внедрение системы CRM и электронного учёта	Разработка и внедрение детского меню, организация специальных детских программ
средняя	Повышение культуры общения персонала, формирование атмосферы гостеприимства	Выход на новые сегменты рынка	Совершенствование управленческих процедур на основе компьютеризации
низкая	Расширение спектра оказываемых услуг, в том числе выполнение особых пожеланий по изготовлению блюд на виду у клиента; кейтеринг; упаковка блюд для употребления вне ресторана	Появление новых технологий, направленных на снижение себестоимости услуг	Кулинарный стиль фьюжн

Возможности, попадающие на поля ВС, ВУ и СС, имеют большое значение для объекта исследования и их необходимо обязательно использовать в целях усиления конкурентных преимуществ. Возможности, попадающие на поля СМ, НУ и НМ, практически не заслуживают внимания. Использовать преимущества, попавшие на оставшиеся поля, можно, если у Инициатора проекта будет возможность выделить ресурсы на соответствующие мероприятия.

Похожая матрица составляется для оценки угроз

Таблица - Матрица угроз для деятельности Проекта

Вероятность реализации угрозы	Возможные последствия		
	критическое состояние	тяжелое состояние	небольшие изменения
высокая	Ужесточение требований к организациям общественного питания	Возрастающее конкурентное давление	Жесткий режим налогообложения
средняя	Возможность появления новых конкурентов или усиления позиций уже существующих	Изменения в предпочтениях клиентов	Снижение спроса на некоторые виды предлагаемых блюд
низкая	Форс-мажорные обстоятельства	Снижение деловой активности организации	Неблагоприятная экономическая политика государства

Угрозы, попадающие на поля ВТ, ВК и СК представляют серьезную опасность для организации и требуют немедленного и обязательного устранения. Угрозы, попавшие на поля СЛ, НТ и НЛ, также должны находиться в поле зрения высшего руководства и своевременно устраняться. Что касается угроз, находящихся на полях НК, СТ и ВЛ, то требуется внимательный и ответственный подход к их устранению, но не обязательно первостепенному, попавшие на эти поля угрозы необходимо внимательно отслеживать и прогнозировать их развитие.

Указанные возможности и угрозы не только влияют на конкурентные преимущества Проекта, но и указывают на необходимость разработки мероприятий по их предотвращению. Чтобы усилить конкурентную позицию организации, разработка мероприятий должна быть нацелена на использование перспектив, соответствующих возможностям организации, и обеспечивать защиту от внешних угроз.

Для анализа внутренней среды Проекта применим метод составления профиля среды. С помощью данного метода оценим относительную значимость для организации отдельных факторов среды.

В таблице показано, что каждому из факторов, опираясь на метод экспертных оценок, присваивается оценка по:

- важности для отрасли (высокая -3 балла), (умеренная-2 балла), (слабая-1 балл);
- влиянию на организацию общественного питания (высокое -3 балла), (умеренное -2 балла), (слабое-1 балл), (отсутствие влияния-0 баллов);
- направленности влияния (позитивное- (+1)), (негативное-(-1)).

Таблица Взвешенная оценка влияния факторов микросреды на Проект

Фактор среды	Важность для отрасли	Влияние на организацию	Направленность влияния	Степень важности
--------------	----------------------	------------------------	------------------------	------------------

1.Поставщики	2	2	1	4
2.Потребители	3	3	1	9
3.Конкуренты	3	3	-1	-9

Для того чтобы оценить, какому именно фактору следует уделить наибольшее внимание для повышения конкурентоспособности ООО «Карамель», определим взвешенную оценку путем присвоения каждому фактору определенного веса (от 0 до 1), сумма весов равна 1. Результаты расчетов представлены в таблице.

Таблица Взвешенная оценка влияния факторов микросреды на Проект

Факторы микросреды	Вес	Экспертная оценка	Взвешенная оценка
1.Поставщики	0,2	5	1
2.Потребители	0,4	5	2
3.Конкуренты	0,4	5	2
Сумма	1		5

Исходя из результатов анализа оценки влияния факторов микросреды, можно сделать вывод о том, что Инициатору Проекта необходимо уделить пристальное внимание таким факторам как:

- «конкуренты», поскольку ООО «Карамель» необходимо постоянно осуществлять мониторинг конкурентной среды, отслеживать положение конкурентов; качество обслуживания и предлагаемых блюд; стоимость услуг; долю рынка; использование последних достижений в технологиях; эффективность рекламы; квалификацию персонала; сильные стороны при их действии на рынке; новаторство в услугах, стимулировании, маркетинге.

- «потребители», поскольку их покупательская способность, а также предпочтения на рынке оказывают прямое влияние на положение организации общественного питания.

6. ПРОИЗВОДСТВО И АССОРТИМЕНТНЫЙ РЯД

6.1. План производства в штуках в год

Наименования	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г	2023г(2)
Реализация штук	10000	12000	12000	12000	12000	2000
Ланч	5000	6000	6000	6000	6000	1000
Фитнесланч	5000	6000	6000	6000	6000	1000

Панини/гамбургер/ сендвич	5000	6000	6000	6000	6000	1000
Полуфабрикаты	8000	9600	9600	9600	9600	1600
Выпечка	10000	12000	12000	12000	12000	2000
Напитки: морсы, компоты	10000	12000	12000	12000	12000	2000
Пироги мясные	5000	6000	6000	6000	6000	1000
Рацион правильного питания	700	840	840	840	840	140

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

7.1. Подготовка блюд.

Подготовка и подача блюд будут готовиться в арендованном или выкупленном и подготовленном помещении. Данное помещение полностью соответствует всем требованиям и СНиПам субъектов общепита.

Для получения разрешительного заключения СЭС и всей прочей необходимая разрешительной документации (в тч. Лицензии на продажу алкогольной продукции) препятствий у инициатора проекта нет.

7.2. Необходимое оборудование для оснащения ресторана

Все расчёты по оборудованию взяты из открытых источников и технико-коммерческих предложения от компаний по оснащению объектов общепита:

Данные компании имеют опыт работы более 10 лет на рынке в сегменте HoReCa.

Окончательное решение при выборе поставщика Инициатор примет тщательно, проанализировав все ТКП и определив для себя наилучшее соотношение цены/качества оборудования, условий сервисного обслуживания, логистики и т.д.

То же самое касается поставщиков сырья и расходных материалов.

Таблица 6. Капитальные затраты проекта (тыс. тг)

Наименование	тыс тг
Ремонтные работы по цеху	5500
Транспортные средства	5000
Кухонное оборудование – Пароконвектомат	3500
Холодильные камеры	1300
Морозильные камеры	560
Электрическая 6 комф. Плита	720

Производственный тестомес	380
ИТОГО	16960

*В указанную сумму включены затраты на транспортировку и монтаж оборудования.

7.3. Постоянные расходы проекта

Таблица 7. Общехозяйственные затраты проекта в месяц

ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ	МЕС	ГОД
Наименование	ТЫС ТГ	ТЫС ТГ
Аренда производственного помещения	300	3600
ТЛУ	50	600
Упаковка товара	20	240
электроснабжение;	100	1200
ВСЕГО	470	5640

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ ЗАТРАТЫ	МЕС	ГОД
Наименование	ТЫС ТГ	ТЫС ТГ
Банковские услуги	20	240
Аутсорсинг бухгалтерии	80	960
хоз нужды	10	120
канц. Товары	10	120
услуги связи	10	120
интернет	10	120
ВСЕГО	140	1680
Коммерческие расходы	230	
Маркетинг/реклама/PR	200	
Прочие расходы коммерческого характера	30	

7.4. Закуп продуктов.

Источники поставки сырья для производства:

Все необходимое сырьё (продукты питания – мясо, овощи, зелень, приправы, напитки) планируется закупать у местных продавцов и поставщиков, тем самым уменьшатся расходы при транспортировке, а также создаётся дополнительный стабильный рынок сбыта для отечественных товаропроизводителей, тем самым осуществляя поддержку казахстанского предпринимательства.

Договоры намерения находятся в приложении

8. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА.

8.1. Организационный план.

На предприятии установлена двусменная работа, расчет производится на 30 рабочих дней в месяц.

В связи с созданием производства будет создано от 8 до 16 рабочих мест.

Система оплаты ИТР и рабочих – оклад плюс премиальная часть в соответствии с планируемой системой оплаты труда на предприятии. Реализацию проекта планируется начать с 1 мая 2016 г.

Управленческие функции в начальный период реализации проекта будут осуществляться инициатором проекта.

Для минимизации сроков отладки технологических процессов планируется пригласить на работу несколько высококвалифицированных специалистов с действующих производств схожего типа.

Проблем с наймом персонала (рабочих, служащих и др.), учитывая ситуацию на рынке труда в г. Алматы не предвидится.

Среднемесячная заработная плата на предприятии составит 50-60 тыс. тг. (в том числе у обслуживающего состава – 40-50 тыс. тг.), что является средним уровнем заработной платы в аналогичных предприятиях в г. Алматы.

Штатное расписание и организграмма предприятия представлены ниже:

8.2. Штатное расписание

Инициатором проекта предусмотрен рост заработной платы у сотрудников. Увеличение расходов на заработную плату представлено в таблице .

Таблица. Штатное расписание предприятия

должность	кол-во	ФОТ в мес	Всего	Отчисления ПФ	Соц отчисления	Итого ФОТ с отчислением
Начальник цеха	1	111	111	11	11	122
Повар горячего цеха	2	111	222	22	22	244
Повар холодного цеха	2	111	222	22	22	244
Помощник повара	2	111	222	22	22	244
Разнорабочий	1	56	56	6	6	61
Курьер	2	111	222	22	22	244
ВСЕГО	10	611	1056	106	105	1160

8.3. Требования к персоналу.

При установлении **требований к персоналу** Инициатор проекта учитывает следующие критерии оценки:

- уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знания и практические навыки;
- знание и соблюдение профессиональной этики;

- знание нормативных и руководящих документов, касающихся профессиональной деятельности.

Персонал предприятия в обязательном порядке будет проходить инструктаж с целью ознакомления с правилами внутреннего распорядка и организацией работы предприятия. Функциональные обязанности, права и квалификационные требования к персоналу будут зафиксированы в персонифицированных должностных инструкциях, утвержденных руководителем организации.

Инициатор проекта будет систематически организовывать мероприятия по совершенствованию знаний, повышению квалификации и профессионального мастерства персонала на основе его теоретической подготовки и практических навыков.

Весь персонал пройдет подготовку по безопасным методам работы.

К персоналу инициатор проекта предъявляет следующие общие требования:

знание и соблюдение должностных инструкций и правил внутреннего распорядка предприятия;

соблюдение требований санитарии, правил личной гигиены и гигиены рабочего места;

знание и соблюдение мер пожарной безопасности, правил охраны труда и техники безопасности;

знание требований нормативных и технических документов на услуги общественного питания, в том числе на продукцию общественного питания;

владение профессиональной терминологией;

повышение квалификации работников (не реже одного раза в пять лет).

9. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.

9.1. Календарный план реализации проекта

Предполагается что процесс реализации проекта будет проходить с августа 2016 по ноябрь 2016 года.

Таблица 9. Календарный план реализации проекта

НАИМЕНОВАНИЕ	фев.18	фев.18	мар18	мар18
Проведение исследования				

Разработка бизнес-плана				
Разрешение вопроса финансирования				
Получение кредита				
Подготовка помещения				
Закуп оборудования				
Подбор персонала				
Начало производства				
Продажи				

10. ФИНАНСОВАЯ ОЦЕНКА ПРОЕКТА.

10.1. Формирование прибыли

Прогнозируемый объём продаж основан на: исследовании рынка, его ёмкости и планируемом росте, а также на проходимости потока.

С целью упрощения расчётов объём продаж посчитан по «принципу среднего чека»

Таблица . Объём продаж

Наименования	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г	2023г(2)
ПЛАНИРУЕМАЯ ВЫРУЧКА ТЫС ТГ	55440	66528	66528	66528	66528	11088
Ланч	7000	8400	8400	8400	8400	1400
Фитнесланч	9000	10800	10800	10800	10800	1800
Панини/гамбургер/ сендвич	3500	4200	4200	4200	4200	700
Полуфабрикаты	12000	14400	14400	14400	14400	2400
Выпечка	2000	2400	2400	2400	2400	400
Напитки: морсы, компоты	2000	2400	2400	2400	2400	400
Пироги мясные	17000	20400	20400	20400	20400	3400
Рацион правильного питания	2940	3528	3528	3528	3528	588

Даже при таких показателях (средний чек ниже общего по схожим заведениям в Алматы и коэффициент загрузки в пределах 10%) планируемый проект показывает жизнеспособность, положительную динамику и является коммерчески-перспективным и привлекательным для инвестирования

10.2. Структура финансирования проекта

Структура финансирования приведена в следующей таблице:

Таблица. Соотношение собственного и заёмного капитала

Всего инвестиций	20960	100%
Средства инициатора	1 960	9%
Привлеченные средства	19 000	91%

10.2. Направление инвестиционных средств.

Большую часть инвестируемых средств инициатор проекта направит на вложения в основной капитал: закупку оборудования для оснащения производства, строительно-монтажные работы по сборке и цеха в эксплуатацию. Оставшиеся средства будут направлены на пополнение оборотного капитала и закупку сырья.

Структура распределения инвестиционных средств представлена в следующей таблице:

Таблица. Структура распределения инвестиционных средств

Всего инвестиций	20 960	100%
Основной капитал	16 960	81%
Оборотный капитал	4 000	19%

10.3. Параметры кредита

Таблица. Параметры и выплаты кредита

Параметр	Значение
Валюта кредита	KZT
Сумма кредита (тыс. тг)	19 000
Процентная ставка год	6
Срок погашения мес	60
Льготный период по ОД мес	0

Льготный период по %	0
Тип платежа	равными долями
Дата первого взноса	01.мар.18
Ежемесячный платёж от (тыс. тг)	412
% к выплате (тыс тг)	2 898
Сумма к выплате (тыс тг)	21 898

Значение	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г	2023г(2)
Выплата ОД	3167	3800	3800	3800	3800	633
Выплата %	879	846	618	390	162	5
Общая сумма выплат	4045	4646	4418	4190	3962	638
Остаток по ОД	15 833	12 033	8 233	4 433	633	0

10.5. Прогнозируемый отчёт о движении денежных средств (CashFlow)

Отчет о движении денежных средств - это отчёт компании об источниках денежных средств и их использовании в данном временном периоде.

Анализ отчёта о движении денежных средств показывает отсутствие кассовых разрывов. С первых месяцев и на протяжении всего периода реализации проекта виден профицит от инвестиционной деятельности. Таким образом, баланс наличности денежных средств всегда остаётся положительным.

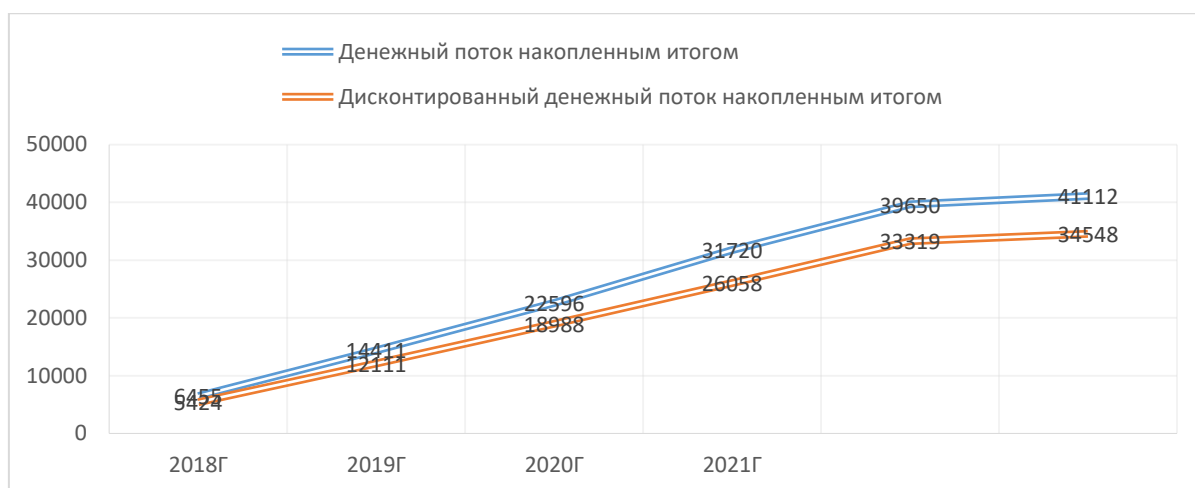
Прогнозный отчет о движении денежных средств, приведенный в приложении, показывает, что в планируемом периоде чистый денежный поток стабильно увеличивается, что является

позитивной составляющей коммерческой деятельности. Указанное изменение будет происходить за счет увеличения чистого денежного от операционной деятельности. Положительный денежный поток от операционной деятельности полностью покрывает отрицательный денежный поток от инвестиционной деятельности, что также может рассматриваться как положительное явление.

Таким образом, резюмируя результаты анализа о движении денежных средств можно сказать о положительном финансовом состоянии организации. Прогнозируемый отчёт о прибылях и убытках по периоду 2016-2019 гг.

Таблица 18. Проекция Отчёта движения денежных средств

наименование	2018 г	2018Г	2019Г	2020Г	2021Г	2022г	2023г(2)
Поступления		55440	66528	66528	66528	66528	11088
Продажи		55440	66528	66528	66528	66528	11088
Иные поступления		0	0	0	0	0	0
Выбытие		45154	53945	53945	53945	53945	8991
Производственные затраты		39891	47869	47869	47869	47869	7978
Операционные расходы		3600	4080	4080	4080	4080	680
Налоговые выплаты		1663	1996	1996	1996	1996	333
Результат операционной деятельности		10286	12583	12583	12583	12583	2097
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕГ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		0	0	0	0	0	0
Выбытие		0	0	0	0	0	0
Результат инвестиционной деятельности		0	0	0	0	0	0
ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕГ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		0	0	0	0	0	0
Поступление	20 960	0	0	0	0	0	0
Получение кредита	19 000	0	0	0	0	0	0
Собственные средства	1 960	0	0	0	0	0	0
Выбытие	0	3167	3800	3800	3800	3800	633
Выплата ОД кредита	0	3167	3800	3800	3800	3800	633
Выплата % кредита	0	879	846	618	390	162	5
Результат финансовой деятельности		-4045	-4646	-4418	-4190	-3962	-638
Денежный поток за период		6241	7938	8166	8394	8622	1459
Денежный поток накопленным итогом		6455	14411	22596	31720	39650	41112
Дисконтированный денежный поток		5244	6670	6862	7054	7245	1226
Дисконтированный денежный поток накопленным итогом		5424	12111	18988	26058	33319	34548



10.6. Прогнозируемый отчёт о прибылях и убытках

Отчёт о прибылях и убытках отражает операционную деятельность по проекту (процесс реализации продукции) за определённые периоды времени, демонстрируя ее эффективность с точки зрения покрытия затрат доходами от реализации.

С первого месяца реализации проекта присутствует положительное значение чистой прибыли. Это связано с тем, что инициатор вкладывает свой капитал на оборотные средства, и выручка поступает уже с первого месяца реализации проекта.

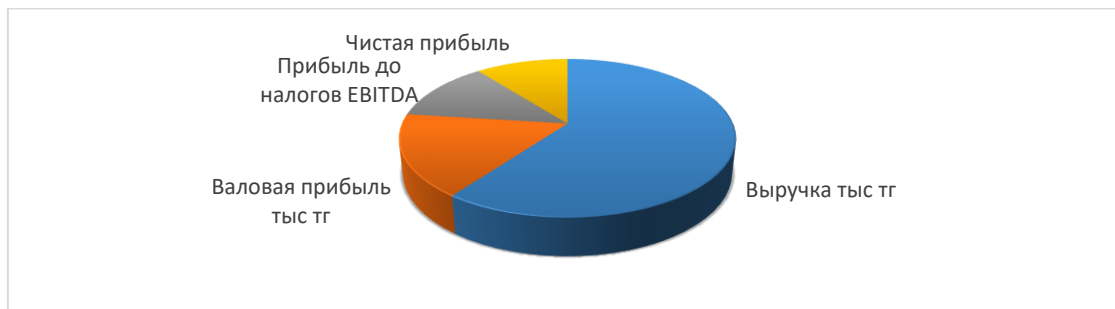
Исходя из показателей прогнозируемого отчёта о прибылях и убытках, можно констатировать стабильное постепенное увеличение всех ее финансовых результатов в большей или меньшей степени, что является, безусловно, позитивным явлением, свидетельствующим о достаточной успешности финансово-хозяйственной деятельности предполагаемого проекта.

Таблица 19. Проекция ОПиУ

наименование	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г	2023г(2)
ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ	55440	66528	66528	66528	66528	11088
Производственные затраты	39891	47869	47869	47869	47869	7978
Эксплуатационные расходы	4700	5640	5640	5640	5640	940
Сырье и материалы	22176	26611	26611	26611	26611	4435
Амортизация основных средств	1413	1696	1696	1696	1696	283
ФЗП с отчислениями	11601	13922	13922	13922	13922	2320,297
ВАЛОВЫЙ ДОХОД / УБЫТОК	15549	18659	18659	18659	18659	3110
<i>Норма валовой прибыли</i>	28%	28%	28%	28%	28%	28%
Операционные расходы	3600	4080	4080	4080	4080	680
Маркетинг и реклама	2200	2400	2400	2400	2400	400
Прочие затраты адм.характера	1400	1680	1680	1680	1680	280
ДОХОД/ (УБЫТОК) ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	11949	14579	14579	14579	14579	2430
<i>Норма операционной прибыли</i>	22%	22%	22%	22%	22%	22%
Выплаты вознаграждения по привлеченным средствам	879	846	618	390	162	5
ДОХОД/ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	11070	13734	13962	14190	14418	2425
НАЛОГ	1663	1996	1996	1996	1996	333
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК)	9407	11738	11966	12194	12422	2092
<i>Норма чистой прибыли</i>	17%	18%	18%	18%	19%	19%
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ	10592	21378	33363	45576	58016	60112

Прибыли проекта

Наименование	2018г	2019г	2020г	2021г	2022г	2023г(2)
Выручка тыс тг	55440	66528	66528	66528	66528	11088
Валовая прибыль тыс тг	15549	18659	18659	18659	18659	3110
Прибыль до налогов EBITDA	11070	13734	13962	14190	14418	2425
коэффициент EBITDA	19,97%	20,64%	20,99%	21,33%	21,67%	21,87%
Чистая прибыль	9407	11738	11966	12194	12422	2092
Чистая рентабельность	17%	18%	18%	18%	19%	19%

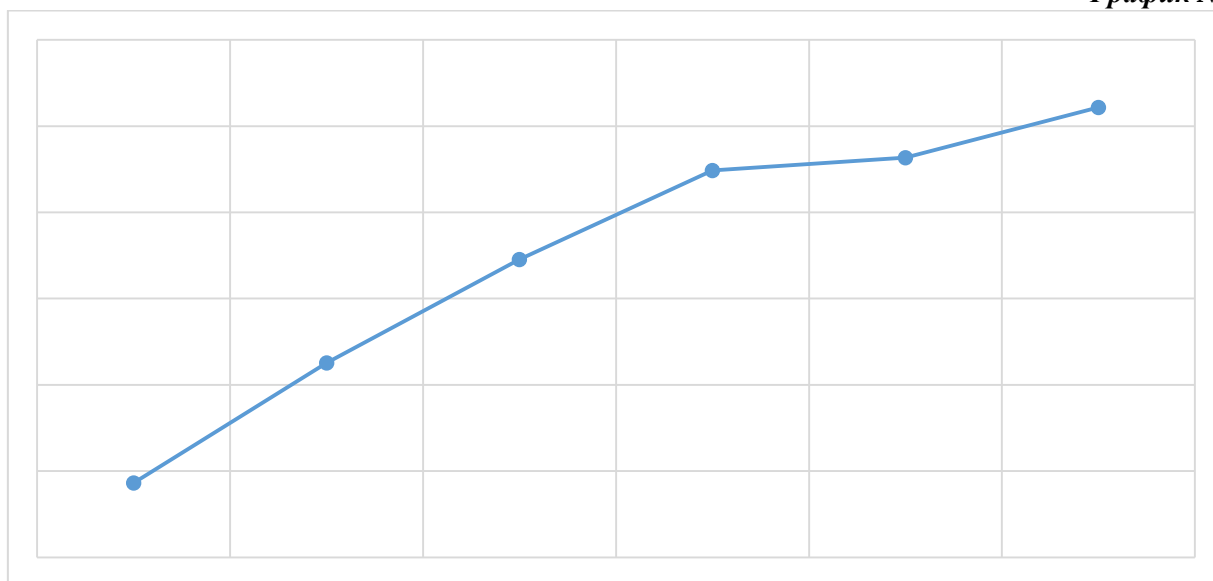


10.7. Прогнозируемые показатели эффективности

Таблица. Прогнозируемые показатели эффективности

Наименование	Показатель	
Чистый приведённый доход тыс. тг	NPV	21 081 KZT
Суммарный денежный поток тыс. тг	CF	31720
Суммарный дисконтированный денежный поток тыс. тг.	DCF	26058
Внутренняя норма прибыли	IRR	55%
Модифицированная норма прибыли	MIRR	27%
Срок окупаемости инвестиционного проекта мес	PP	32
Дисконтированный период окупаемости проекта год	DPP	35
Рентабельность инвестиционного проекта	ARR	50%
Индекс доходности	PI	53%

График NPV



10.8. Анализ рисков предприятия

Таблица 21. Основные риски предприятия.

ТОВАРНЫЕ РИСКИ	ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ
Доходы предприятия, движение денежных средств и прибыльность во многом зависят от условий формирования рынка в сфере общепита, а также цен на продукты питания	Наиболее ощутимое влияние на деятельность предприятия может оказать изменение кредитной политики банка кредитора, повышение процентных ставок и изменение условий кредитования, необходимых для финансирования проекта
Риски формирования цен на сырье и материалы не могут быть снижены собственными силами предприятия	При неблагоприятных условиях в сфере банковских услуг, на инвестиционной фазе проекта предприятие не обладает значительными резервами для обеспечения текущей стабильной работы
ПРАВОВЫЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	ПРАВОВЫЕ И ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ РИСКИ
Правовые риски, связанные с деятельностью предприятия не могут повлиять на его коммерческую деятельность	Существует риск дополнения или изменения положений Налогового кодекса РК, которые могут привести к увеличению налоговой нагрузки и, соответственно, к изменениям итоговых показателей хозяйственной деятельности предприятия, включая уменьшение активов и чистой прибыли.
В случае возникновения указанных рисков, предприятие предполагает действовать в зависимости от сложившейся ситуации в строгом соответствии с законодательством Республики Казахстан	
Внутренние факторы риска, минимизированы благодаря тщательной проработке концепции проекта, отношениям, установленным с потенциальными заказчиками и поставщиками	Уровень политических и макроэкономических рисков в Республике Казахстан достаточно высок для всех инвестиционных проектов.

На основе всех спрогнозированных результатов, банк-кредитор может сделать мотивированное суждение о возможности выдачи заемщику денежных средств, сумма которых, однако, должна корректироваться на величину риска потери платежеспособности

11. СОЦИАЛЬНО ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ

14.1. Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- Выпуск качественных изделий на рынок строительных материалов;
- поступление в бюджет Алматинской области налогов и других отчислений

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса на рынке строительных материалов

14.2. Воздействие на окружающую среду

Идея проекта не предусматривает какого-либо кардинального изменения окружающей среды.

12. ВЫВОДЫ.

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание кулинарного цеха является прибыльным, и перспективным. Одно из главного условия его функционирования является наличие современного высокопроизводительного оборудования по производству продукции, квалифицированный персонал, наличие системы сбыта, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности предприятий в данной отрасли. Открытие кафе потребует от руководителя проекта самоотдачи, высокого напряжения волевых усилий, а также осознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки и значительных капитальных вложений. Инициатор проекта чётко понимает, и берет на себя ответственность за создание предприятия такого характера.

Его интеллектуальные, финансовые и личные вложения будут приносить прибыль, а предприятие выполнять свою непосредственную задачу, необходимую экономике и обществу.