

Бизнес-план:

Открытие пекарни
Заказчик: ИП «ХХХ»



PARASAT
consulting



ҚР ҰКП

НПП РК

АТАМЕКЕН



Содержание

№№ разд елов	Наименование разделов	№№ строк
	Резюме проекта	4
I.	Описание проекта	5-7
1.1.	<i>Цели и задачи проекта</i>	5
1.2.	<i>Место реализации проекта</i>	6
1.3.	<i>Стоимость проекта, источники финансирования</i>	7
II.	Описание предприятия	8
2.1.	<i>Инициатор проекта</i>	8
III.	Описание продукции	8
IV.	Организационный план	11
V.	Технический раздел	12
VI.	Производственный раздел	15
6.1.	<i>Технология производства</i>	15
6.2.	<i>Производственная программа</i>	16
VII.	Маркетинговый раздел	17
7.1.	<i>Анализ рынка</i>	18
7.2.	<i>Ситуационный анализ (SWOT)</i>	19
7.3.	<i>Стратегия маркетинга</i>	20
7.4.	<i>Конкуренция</i>	21
7.5.	<i>Стратегия ценообразования</i>	22
7.6.	<i>План реализации</i>	22
VIII	Финансовый раздел	23
8.1.	<i>Расчет себестоимости единицы продукции и план затрат</i>	23
8.1	<i>Расшифровка статей доходов от продаж</i>	23
8.2.	<i>Прогноз отчета о прибылях и убытках</i>	24
	<i>Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки</i>	24
8.3	<i>Анализ с помощью метода дисконтирования</i>	24
8.4	<i>Анализ безубыточности</i>	24
IX.	Возможные риски и меры их предупреждения	25

X.	Социальный раздел	28
XI.	Экологический раздел	29
№№	Приложения на 16 листах	К-во листо в
1	Производственная программа	1
2	Прогнозный баланс	2
3	Прогноз доходов и расходов	1
3.1.	<i>Штатное расписание</i>	1
3.2.	<i>Расчет затрат по сырью</i>	2
3.3.	<i>Расчет административных расходов</i>	1
3.4.	<i>Расчет расходов вспомогательного производства</i>	1
3.5.	<i>Расчет потребности ГСМ</i>	1
3.6.	<i>Расчет расходов по основному производству</i>	1
3.7.	<i>Расчет расходов по реализации</i>	1
3.8.	<i>График погашения кредита</i>	2
4	Прогноз отчета о движении денежных средств	2
5	Расчет ставки дисконтирования	1
6	Расчет точки безубыточности	1
7	Расчет показателей эффективности проекта	1

Резюме проекта.

Несмотря на некоторый спад потребления хлеба в нашей стране, в перспективе этот бизнес выглядит достаточно привлекательным, потому что важнейшим продуктом питания является хлеб и спрос на него будет всегда.

Дело в том, что, на данный момент, рыночная доля небольших хлебобулочных и кондитерских производств, примерно втрое отстает от Европейской доли рынка.

А тот факт, что все наши рыночные показатели постепенно адаптируются под Европейские стандарты, можно с уверенностью судить о хорошем будущем пекарен и кондитерских. Конкурировать с крупными производствами достаточно просто. Мини производство способно выпускать самую разнообразную продукцию, будь то диетические сорта хлеба, или сдоба и кондитерские изделия, созданные по уникальным рецептам.

Точно так же как и на хлебобулочные изделия, спрос на кондитерские изделия будет постоянно. Люди любят сладкое. А если это еще и необычное сладкое, которое вызывает восхищение и удивление, то такой продукт завоеует покупателя навсегда.

Достоинства создаваемого нами предприятия несомненны:

- ✓ Оснащенные современным, высокотехнологичным оборудованием наше производство по уровню производительности труда вполне сопоставимы с крупными производителями продуктов питания.
- ✓ Технологическое оборудование допускает быструю смену ассортимента с учетом меняющегося спроса потребителей.
- ✓ Широкий ассортимент, высокое качество продукции. Свежие, изделия.
- ✓ Экономное потребление энергии и небольшой объем работ по ремонту и обслуживанию техники.
- ✓ Значительная экономия производственных площадей. Небольшая потребность в персонале.
- ✓ Возможность открытия на базе магазина и кофейни.
- ✓ Быстрая окупаемость проекта.
- ✓ - Создание 10 рабочих мест.

Финансовая эффективность проекта

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации хлебобулочных и кондитерских изделий (Таблица 1).

Таблица 1

Финансово-экономические показатели проекта	Значения
Чистый приведенный доход NPV , тыс.тнг	5302,5
Коэффициент внутренней нормы доходности, IRR	1,74
Индекс рентабельности инвестиций, PI %	44,8
Простой срок окупаемости инвестиций, PP , лет	2,2
Дисконтированный срок окупаемости, DPP , лет	2,9

Таким образом, представленный проект, является социально значимым, имеет высокий уровень доходности и способен в кратчайшие сроки развиваться за счет собственных средств.

Расчет по проекту произведен на 5 лет. Ставка дисконтирования, рассчитана по средневзвешенной стоимости капитала(WACC) и составляет 13 %

I. Описание проекта

1.1. Цели и задачи проекта

Реализация данного проекта подразумевает привлечение финансовых ресурсов для реконструкции производственного помещения и создания предприятия по производству хлебобулочных и кондитерских изделий.

В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- ✓ Выбор технологии производства;
- ✓ Определение ассортимента выпускаемой продукции;
- ✓ Выбор места расположения предприятия;

Основной целью данного проекта является:

- ✓ создание предприятия по производству хлебобулочных и кондитерских изделий.

Основные задачи проекта:

- ✓ ремонт производственного здания и инфраструктуры;
- ✓ обновление оборудования пекарного производства;
- ✓ увеличение объемов производства, расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- ✓ определение доли рынка и ее увеличение;

1.2. Место реализации проекта

Местом реализации проекта предполагается ВКО, г. Семей

1.3. Стоимость проекта, источники финансирования

Общая стоимость проекта по расширению хлебопекарного производства 7 214 тыс. тенге.

Инвестиционный план

Таблица 2

Структура инвестиционных вложений	Сумма, тыс. тнг
<i>Собственные средства:</i>	9100
Приобретение производственного помещения	9100
<i>Заемные средства:</i>	7 214
Стеллаж для готовой продукции /тележка стеллажная (7-секц.)	41500
Машина кремозбивальная МПВ-20 на 20л	225000
Стол разделочный 1800 мм (нерж.)	101000
Печь хлебопекарная ПХЭ-250-3С (облиц. дверцы стекло.)	273500

Просеиватель муки МПМ-400М (0,4т/ч)	110 000
Тестомес на 100 литров	225 000
Дежа на 140 литров (нерж)	547 800
Стол разделочный 1800 мм (нерж.)	101 000
Шкаф расстойный РШЭ-3 (стекло, стенки двойные)	317 700
Печь хлебопекарная ПХЭ-250-3С (облиц.дверцы СТЕКЛЮ.)	273 500
Комплект хлебных форм тройник ЗЛ7 (400 г)	38 350
Комплект хлебных форм тройник ЗЛ10 (500 г)	100 320
Противень	22 800
Подставка под противень	6 780
<i>Пополнение оборотных средств</i>	3300
Итого стоимость проекта	19614

В качестве заемных средств, планируется привлечение кредитных ресурсов по Программе «Дорожная карта бизнеса 2020»

Условия кредитования

Таблица 3

Валюта кредита	тенге
Ставка вознаграждения, в год (%)	14
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	0
Льготный период погашения основного долга, мес.	12
Собственное участие	9 100
Тип погашения основного долга	равными долями

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации хлебобулочных и кондитерских изделий. В качестве обеспечения займа и собственного участия в проекте будут предложены основные средства.

II. Описание предприятия

2.1. Инициатор проекта

Инициатором представленного проекта является XXX Индивидуальный предприниматель, в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Таблица 4

Наименование предприятия	
Адрес	
Дата регистрации	
Свидетельство	
Контактное лицо	
Контактный телефон	

III. Описание продукции

Хлеб – В первую очередь это пищевой продукт, который получают путем термической обработки – жаренья, паренья, выпекания. Основной хлеба всегда является мука и вода. Добавки могут быть самыми разнообразными, на свете существует огромное множество сортов хлеба.



Также хлеб имеет и более глобальное значение. Продукт является частью культуры, недаром практически у каждого народа есть свой национальный рецепт хлебопечения. Питательный продукт спасал от голода целые нации. Именно поэтому хлеб можно назвать не только кулинарным изделием, но и общечеловеческим достоянием.

Хлеб стал знаменит благодаря своим свойствам. В основе продукта злаки, а значит он является источником растительного белка и ценных аминокислот (метионин, лизин).

Хлеб – источник витаминов группы В, растительной клетчатки, и полезных минеральных веществ - калия, кальция, магния, натрия, фосфора, железа. Это высококалорийный продукт, богатый углеводами.

Технологический процесс приготовления хлеба состоит из следующих стадий:

замеса теста и других полуфабрикатов, брожения полуфабрикатов, деления теста на куски определенной массы, формирования и расстойки тестовых заготовок, выпечки, охлаждения и хранения хлебных изделий.

Хлебобулочные изделия - группа продуктов питания, получаемых из теста, изделия хлебопекарного производства. К хлебобулочным изделиям относятся: хлеб, булочное изделие, мелкоштучное булочное изделие, изделие пониженной влажности, пирог, пирожок, пончик.

Хлеб относится к продовольственным товарам первой необходимости, считается социально значимым продуктом питания.

Основное сырье для производства хлебобулочных изделий - пшеничная и ржаная мука, реже - кукурузная, ячменная и др.

Можно выделить следующие группы хлебобулочных изделий:

- хлеб из пшеничной муки;
- хлеб из ржаной муки;
- хлеб из смеси ржаной и пшеничной муки;
- сдобные хлебобулочные изделия с повышенным содержанием сахара и жира;
- диетические хлебобулочные изделия;
- национальные сорта хлебобулочных изделий - лаваш армянский и грузинский, чурек и др.

Хлебобулочные изделия содержат необходимые для жизнедеятельности организма вещества - белки, углеводы, витамины группы В, клетчатку, фосфор, калий, магний и другие микроэлементы.

Булочки «Завтрак в париж»

Лук мелко нарезать, пассировать на масле, отдельно пассировать тертую на мелкой терке морковь.

Добавить дрожжи с сахаром в теплую воду, перемешать, оставить в теплом месте, пока не поднимется «шапочка», затем вылить в тарелку, добавить молоко, обжаренные лук и морковь (с маслом), муку, замесить не тугое липкое тесто.

Противень для булочек смазать растительным маслом, отделяя от теста небольшие кусочки, формовать руками, смазанными маслом, булочки, выкладывать их на противень.



Оставить булочки, чтобы они поднялись.

Окунуть каждую булочку сначала в молоко, затем запанировать один бок в семечках, другой – в кунжуте.

Готовятся «Завтрак в Париже» – закусочные булочки около 20 мин при средней температуре в разогретой духовке, перед подачей остужаются на полотенце.

Торт «Сказака»

Торт (от итал. torta, ранее от лат. tōrta, круглый хлеб) — десерт, разновидность пирога, состоящего из одного или нескольких коржей, пропитанных кремом или джемом. Сверху торт обычно украшают кремом, глазурью и/или фруктами. Коржи для большинства тортов изготавливаются из бисквитного или песочного теста, классические торты представляют собой комбинацию из тонкого песочного коржа (для более стабильного основания) и одного или нескольких бисквитных коржей. Также для тортов иногда используют слоёное тесто или вафельные коржи. Для смазывания коржей обычно используют повидло, крем из сливочного масла или сливок с сахаром, сгущённое молоко. Также между коржами можно уложить слой фруктов, ягод, орехов, смочить коржи небольшим количеством алкоголя (ром, ликёр). Как в тесто, так и в крем можно



добавить различные вкусовые и ароматические добавки: порошок какао, ваниль; пищевые красители.

Традиционно торты имеют округлую форму, однако некоторые разновидности, а также торты промышленного производства, выпекаются в прямоугольных формах. Такие торты часто

разрезают на кусочки и продают в виде пирожных (к примеру, торт «Наполеон» и одноимённое пирожное). В Италии популярны торты в виде полусферы. В последнее время стали популярны необычные формы тортов, например, в виде звезды или сердца — эти торты чаще всего делают к особым случаям. Праздничный торт-сметанник родом из советского детства. У него как минимум 3 коржа, каждый со своей "сказочной" историей - один корж с изюмом, второй с орехами, третий - с маком. Крем - таврический - вареная сгущенка, растертая со сливочным маслом. Очень похож на него сметанный торт "Каприз", отличающийся другим типом крема и наличием добавок из чернослива. Решила вспомнить детство и испекла торт "Сказочный каприз", являющийся "квинтэссенцией" :) двух

вышеописанных

тортов.

Настоящий торт Сказка имеет прямоугольную форму. А у меня как раз есть такая формочка для выпечки. Были сомнения, пропечётся ли бисквит в высокой и узкой форме, но удался он отлично! И вынулся без проблем.

IV. Организационный план

Для выполнения поставленных задач ИП Калиева К.Г предусматривается сформировать штат, численностью 10 человек.

Административно-управленческий персонал во главе с директором осуществляет контроль и координацию все деятельности.

Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий.



Проект штатного расписания

Таблица 6

Наименование	Кол-во ед.чел.	Оклад	ФОТ месяц	ФОТ год
Аппарат управления				
Директор	1	100000	100000	1200000
Бухгалтер	1	50000	50000	600000
Менеджер	1	50000		
Итого	3	200000	150000	1800000
Основное производство				
Пекарь	1	35000	35000	420000
Кондитер высшего разряда	1	40000	40000	480000
Кондитер первого разряда	1	35000	35000	420000
Технолог	1	45000	45000	540000
Итого	4	155000	155000	1860000
Обслуживающий персонал				
Водитель	1	35000	35000	420000
Техничка	1	20000	20000	240000
Слесарь-электрик	1	30000	30000	360000
Охрана	1	25000	25000	300000
Итого	4	55000	110000	1320000
Всего	11	410000	415000	4980000

V. Технический раздел

5.1. Описание оборудования

Оборудование для участка по производству кондитерских изделий

Мощность участка кондитерских изделий
100 кг в смену

Таблица - 7

№ п/п	Наименование оборудования	Кол-во, шт.	Цена тнг
1	Стеллаж для готовой продукции /тележка стеллажная (7-секц.)	1	41500
2	Машина кремозбивальная МПВ-20 на 20л	1	225000
3	Стол разделочный 1800 мм (нерж.)	2	101000
4	Печь хлебопекарная ПХЭ-250-3С (облиц.дверцы СТЕКЛО.)	1	273500
	Итого		641000

Оборудование для участка по производству хлебобулочных изделий

Комплект оборудования для пекарни - 500
кг/смену (1 смена)

Таблица - 8

№ п/п	Наименование оборудования	Кол-во, шт.	Цена тнг
1	Просеиватель муки МПМ-400М_(0,4т/ч)	1	110 000
2	Тестомес на 100 литров	1	225 000
3	Дежа на 140 литров (нерж)	4	547 800
4	Стол разделочный 1800 мм (нерж.)	2	101 000
5	Шкаф расстойный РШЭ-3 (стекло, стенки двойные)	1	317 700
6	Печь хлебопекарная ПХЭ-250-3С (облиц.дверцы СТЕКЛО.)	1	273 500
7	Комплект хлебных форм тройник ЗЛ7 (400 г)	26	38 350
8	Комплект хлебных форм тройник ЗЛ10 (500 г)	48	100 320
9	Противень	12	22 800
10	Подставка под противень	12	6 780
	Итого		1 743 250

Технические характеристики на шкаф пекарский ШПЭСМ-3М (пароувлаж)

- Вместимость по хлебным формам №7, шт. 72
- Габаритные размеры (длина*ширина*высота), мм 1200x1040x1500
- Количество жарочных противней в пекарной камере, шт. 2
- Количество пекарных камер, шт. 3
- Количество секций (ярусов, камер пекарных), шт. 3
- Масса, кг, не более 382
- Напряжение сети, В 380
- Номинальная потребляемая мощность, кВт 15,6
- Питающая сеть: род тока 3 фазы, переменный
- Производительность, батонов/час 60-72
- Температура в пекарной камере, С до 300
- Число подовых листов (противней) в комплекте печи, шт. 6



Шкаф пекарный ШПЭСМ-3М-с пароувлажнением предназначен для выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий, а также для жарки мяса, птицы, рыбы, запекания кулинарных изделий, блюд из овощей, круп, фруктов, полуфабрикатов.

В каждой камере имеется два противня размером 650x450x20 мм (4 борта, сталь углеродистая); всего 6 противней.

В шкафу пекарном ШПЭСМ-3-М с пароувлажнением имеются переключатели для регулировки мощности верхних и нижних групп ТЕНов в каждой камере, благодаря чему достигается слабый, средний или сильный нагрев. Это позволяет использовать шкафы для приготовления блюд, требующих различной интенсивности нагрева вверху и внизу камеры, а также для медленного нагрева, что дает возможность применять любую камеру шкафа для расстойки теста или сушки изделий.

Также организовано пароувлажнение. Загрузка шкафа хлебными формами № 7 = 72 шт. Объем в упаковке (м3): 2.3

Тестомес «Прима» 100 литровый

Двухскоростной тестомес, для интенсивного замеса теста, со спиральным месильным органом, центральным отсекателем, стационарной вращающейся цилиндрической дежой из нержавеющей стали емкостью 100 литров с полуавтоматическим управлением. Предназначена для высококачественных замесов теста.

Технические характеристики

Объем дежи, л	100
Среднее время одного замеса теста, мин	6-8
Максимальная масса теста, кг/замес*	60
Минимальная масса теста, кг/замес	5
Номинальная потребляемая мощность, кВт	5
Номинальное напряжение, В	380
Габаритные размеры, мм, не более	
длина	1158
ширина	634
высота	1111
Масса, кг, не более	320

Двухскоростная тестомесильная машина **интенсивного замеса** со спиральным месильным органом, центральным отсекателем, стационарной вращающейся цилиндрической дежой из нержавеющей стали емкостью 100 литров с полуавтоматическим управлением. Предназначена для высококачественных замесов теста:



- пшеничного и ржано-пшеничного
- бездрожжевого и дрожжевого теста для слоеных изделий
- теста для сдобных изделий
- теста для медовых коржей.

Плита электрическая ЭПС-6Ш

6-ти конфорочный, с жарочным шкафом, электрические параметры: 380В, 50Гц, 19,8 кВт 50-300С, габаритные размеры: 1445x860x870

Характеристики

Основные атрибуты	
Страна производитель	Казахстан
Сфера использования	HoReCa , Fast-food
Источник питания	Электричество
Расположение	Напольное
Материал	Нержавеющая сталь
Номинальное напряжение	220 В
Номинальная потребляемая мощность	10.0 (кВт)
Дополнительные характеристики	
Внутренние размеры духового шкафа	538x535x290
Размеры противня, мм	530x470
Вес (нетто),кг	215



VI. Производственный план

Для открытия мини пекарни будет производиться текущий ремонт помещения по ул. Комсомольская, дом 51 с. Озерки, г. Семей, ВКО. Далее по проекту будет закупаться необходимое оборудование. Полное описание текущего ремонта и закуп оборудования рассчитан в проектно-сметной документации. Проектно-сметная документация прилагается приложением.

В дальнейшем планируется увеличить объем производства продукции, а также расширить ассортиментную линейку предприятия.

Сырьевые затраты на производство каждого вида продукции из ассортиментной линейки приведены в нижеследующей таблице.

6.1. Технология производства

Технологический процесс приготовления хлеба состоит из следующих стадий замеса теста и других полуфабрикатов, брожения

полуфабрикатов, деления теста на куски определенной массы, формирования тестовых заготовок, выпечки, охлаждения и хранения хлебных изделий.

Организация технологического процесса

Для обеспечения выпуска продукции высокого качества в необходимом количестве и ассортименте составляется технологический план выпускаемой продукции, направленный на выполнение установленных норм выхода готовых изделий и строгое соблюдение технологической дисциплины производства.

Для каждого вида изделий, в соответствие утвержденных технологических инструкций составляется производственная рецептура, уточняется, режим приготовления и рассчитываются технологические нормативы. При выборе технологического варианта решающее значение имеет высокое качество и товарный вид изделия. Производственная рецептура по каждому изделию ежедневно технологом, с учетом качества перерабатываемого сырья, результатов пробных выпусков и ряда других факторов.

Производственный цикл

Длительность производственного цикла складывается из технологического времени необходимого для: превращения исходного сырья в готовый продукт, транспортировки предметов труда к рабочим местам, контроля сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, на организационно-технические и технологические перерывы. Сокращение производственного цикла является важным комплексным показателем улучшения организации производства, поэтому технолог и работники основного производства постоянно работают в направлении изыскания пути сокращения технологического цикла, за счет совершенствования технологии, автоматизации и механизации производства.

Длительность производственного цикла зависит от ассортимента вырабатываемой продукции.

6.2. Производственная программа

В соответствие расчетам в первый год работы выпуск продукции будет составлять 9,6 тонн продукции в месяц. В последующие годы в период реализации продукции ежемесячный выпуск продукции будет составлять 10,1 т

Производственная программа

Таблица 9

№ п/п	Наименование	Годы реализации проекта					Итого
		I	II	III	IV	V	
	Производственная мощность %	73	73	82	85	85	
1	Хлеб	10836,7	10836,7	10836,7	10836,7	10836,7	541533,6
2	Булочные изделия	1960,2	1960,2	1960,2	1960,2	1960,2	9801
3	Кондитерские изделия	4,2	4,2	4,7	4,9	4,9	22,9
4	Национальная выпечка	1296	1296	1296	1296	1296	6480
5	Пирог	1458	1458	1458	1458	1458	7290
6	Торты	1296	1296	1296	1296	1296	6480
7	Печенья, Пирожные	712,8	712,8	712,8	712,8	712,8	3564
	Итого	115029,7	115029,7	121420,3	121420,3	127810,8	600710,8

В дальнейшем планируется увеличить объем производства продукции, а также расширить ассортимент выпускаемой продукции.

VII. Маркетинговый раздел

7.1. Анализ рынка

Производство хлеба и кондитерских изделий, востребованный и прибыльный бизнес. В отличие от крупных хлебозаводов, реликтов советской эпохи, современные пекарни, хлебопекарни, хлебобулочные кондитерские, постоянно увеличивают свою долю рынка, во многом благодаря изделиям класса «premium» и уникальным технологиям. Такие компании наиболее эффективно работают с магазинами, предлагающими покупателям свежий хлеб и кондитерские изделия. Хлебопекарное, кондитерское производство неизменно привлекательно для инвесторов, поскольку спрос на хлеб может изменяться, но никогда не уменьшится.

По данным АРКС, в 2012 г. в Казахстане было потреблено более 1 912 тыс. тонн хлеба, что составляет в среднем 317 грамм в сутки на одного жителя (при нормативной физиологической потребности человека в хлебе – 314 грамм в сутки). Ежегодно производится хлеба и хлебобулочных изделий более чем на 3,5 млрд. долларов. Однако небольшим частным хлебопекарням на сегодняшний день в разных регионах принадлежит всего лишь порядка 15-30 % рынка хлебобулочных изделий, в то время как во многих Европейских странах эта доля достигает 70%. Основными поставщиками хлеба у нас являются крупные хлебозаводы и комбинаты, занимающиеся массовым выпуском данной продукции. Безусловно, мини-

пекарням сложно конкурировать с большими предприятиями в производстве обычного ассортимента белого или чёрного хлеба, но они обладают несомненным преимуществом – мобильностью и могут предлагать потребителям мелкоштучные хлебные изделия, изготовленные по интересной рецептуре, диетическую продукцию, национальную продукцию (лаваш, хачапури), эксклюзивную и т.д.

Особенности потребительского спроса из года в год меняются, наши соотечественники всё чаще отдают предпочтение необычным и оригинальным изделиям. Хлебозаводы, конечно же, стараются соответствовать потребительскому спросу, но им менять ассортимент намного сложнее, чем небольшим хлебопекарным и кондитерским производствам, да и оснащение у многих заводов требует существенной модернизации.

Для того чтобы найти своего потребителя, мы планируем предлагать именно ту продукцию, которая его заинтересует. Сейчас очень популярно заботиться о своём здоровье, поэтому особое внимание при разработке новых рецептур будет обращено на диетическую и диабетическую продукцию, с различными добавками. Но, мало производить вкусную, полезную и необычную продукцию, нужно об этом грамотно рассказать потенциальному потребителю, организовав рекламную компанию. Для этого непосредственно при производстве будут открыты магазин и кофейня для реализации и дегустации свежей выпечки хлебобулочных и кондитерских изделий, а так же молока и кисломолочной продукции.

Присутствие магазина при хлебном и кондитерском производстве позволит обеспечить наличие свежего хлеба и выпечки, особенно в зимний период, когда возможны перебои с поставками хлебозаводского хлеба. В нашем магазине свежий хлеб, булочки, пирожные и торты всегда будут на полках. Развитие производства хлебобулочных и кондитерских изделий на небольшом производстве на наш взгляд, достаточно перспективно еще и по другой причине. Большие хлебозаводы имеют достаточно ограниченный ассортимент. А в нашем производстве, например, как кондитерских, так и хлебобулочные изделия, будут производиться по своей собственной рецептуре. У нас есть возможность внедрить в производство изделия собственной разработки, где мы можем более гибко, чем на больших производствах, разнообразить ассортимент изделий.

С целью прогнозирования долговременных тенденций рынка муки и изделий из нее, специалистами предприятия были проведены исследования этих рынков методами:

- наблюдения за временными колебаниями потоков посетителей в торговых точках
- группового исследования посредством интервью и анкетных опросов.

В ходе анализа маркетинговых исследований конъюнктуры рынка, была определена степень его сбалансированности, прежде всего спроса и предложений, привычек и пожелания потребителей по качеству, товарному виду и цене предлагаемого товара. Особенностью спроса на данную продукцию является его эластичность, т.е. при повышении цен на продукцию объемы выпуска и продаж практически не снижаются, так как хлебобулочные, кондитерские изделия, молоко и кисломолочная продукция являются продуктами первой необходимости.

7.2. Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы хозяйства на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении туристическая база должна развивать свою деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

SWOT-анализ

Внешняя среда	Возможности	- Расширение производственных мощностей. - Увеличение ассортимента выпускаемой продукции.
	Угрозы	- Организация конкурентных производств по выпуску аналогичной продукции на местах (с. Озерки). - Демпинг цен со стороны внутренней конкуренции (с. Озерки). - Демпинг цен со стороны внешней конкуренции.
Внутренняя среда	Преимущества	- Использование высокотехнологичного оборудования. - Использование безопасного для здоровья сырья.
	Недостатки	- Слабая осведомленность населения о предприятии (новый проект). - Зависимость от цен на сырье.

Анализируя данные, полученные в SWOT-анализе можно сделать вывод. Проект имеет больше сильных сторон и возможностей, чем угроз и слабых сторон.

Использование возможностей ИП Уразбаева К.А. позволит повысить привлекательность проекта среди потребителей, активная маркетинговая стратегия компании – увеличить круг потенциальных потребителей.

7.3. Стратегия маркетинга

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей покупателей в высококачественной хлебобулочной продукции и кондитерских изделий в непосредственной близости от мест их проживания.

Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей хлебопекарного производства, с ситуацией на рынке.

В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

- ✓ выбор целевых рынков;
- ✓ сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в рамках совокупного;
- ✓ выбор методов выхода на них;
- ✓ выбор методов и средств маркетинга;
- ✓ определение времени выхода на рынок.

Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

- ✓ совершенствование организационной структуры предприятия;
- ✓ разработка и введение на рынок нового товара;
- ✓ изучение рынков с целью формирования спроса и стимулирования сбыта;
- ✓ увеличение и обучение персонала;
- ✓ активное участие в выставках и ярмарках;
- ✓ создание сервиса и повышение эффективности производства;
- ✓ рекламные мероприятия;
- ✓ управление ценами.

С целью прогнозирования долговременных тенденций рынка муки и изделий из нее, привлеченными специалистами по маркетингу, были проведены исследования этих рынков методами:

- ✓ наблюдения за временными колебаниями потоков посетителей в торговых точках
- ✓ группового исследования посредством интервью и анкетных опросов.

В ходе анализа маркетинговых исследований конъюнктуры рынка, была определена степень его сбалансированности, прежде всего спроса и предложений, привычек и пожелания потребителей по качеству, товарному виду и цене предлагаемого товара.

Особенностью спроса на данную продукцию является его эластичность, т.е. при повышении цен на продукцию объемы выпуска и продаж практически не снижаются, так как хлебобулочные, кондитерские изделия, являются продуктами первой необходимости.

7.4. Конкуренция

При всем обилии конкурентов и наличию на рынке крупных хлебозаводов, рынок хлебобулочных и кондитерских изделий далек от насыщения. Прежде всего, это связано с повышенным интересом наших граждан к необычным видам хлебобулочных и кондитерских изделий, выпеченным по специальным рецептам. Как уже говорилось выше, конкурировать в этом плане с крупными предприятиями очень просто. Ведь, на изменение ассортимента небольшого производства уйдет от силы пара дней, а крупное предприятие должно провести полномасштабную реструктуризацию. Учитывая, что большинство крупных хлебозаводов остались еще с эпохи Советского Союза, можно полагать, что многим из них требуется еще и тотальная модернизация производства.

В городе Семей два крупных хлебозавода ТОО «Сем Нан», ТОО «Хлебоконбинат Восток», два средних предприятия по производству хлебобулочных и кондитерских изделий: ТОО «Черемушки», ТОО «Хлебная Лавка» и несколько мини-пекарен и кондитерских цехов, выпускающих только формовой хлеб и несколько видов тортов кустарного производства.

Нельзя сказать, что в г.Семей большой дефицит хлеба, или кондитерских изделий, эта продукция присутствует практически во всех магазинах, однако нет широкого ассортимента хлеба, сдобы, кондитерских изделий.

У предприятий, которые потенциально выступают нашими конкурентами в основном стандартный ассортимент, который не меняется в течение многих лет, новые виды продукции в продажу поступают очень редко.

Практически ни одно предприятие не реализует горячий хлеб и свежую выпечку в связи с удаленностью производства от точек реализации. В продажу хлебобулочные изделия поступают через 12-14

часов после выпечки. Следовательно, в торговую сеть продукция поступает уже остывшей и частично потерявшей свою привлекательность

7.5. Стратегия ценообразования.

При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своего товара. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции.

Кроме того, при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную продукцию, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

7.6. План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - расширение рынка сбыта продукции и укрепление завоеванных позиций посредством расширения ассортимента производимых товаров.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- ✓ Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества продукции.
- ✓ В сегодняшних экономических условиях сохранение отпускных цен на продукцию при стабильной рентабельности.
- ✓ Формирование покупательских предпочтений в сторону продукции предприятия.
- ✓ Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
- ✓ Обеспечение поддержки торговым представителям со стороны предприятия.
- ✓ Организация четкой обратной связи с клиентами.
- ✓ Продвижение продукции предприятия всеми доступными рекламными средствами.
- ✓ Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.
- ✓ Диверсификация продукции на основе разработки новых видов продукции.

Для завоевания рынка, предполагается постоянное изменение и расширение ассортимента выпускаемых продуктов питания, за счет разработки и внедрения новых видов хлебобулочных и кондитерских изделий, основанного на маркетинговых исследованиях потребительского спроса и предпочтения покупателей. Освоение и применение новых

технологий производства продуктов питания. А также усиленное продвижение продукции с помощью рекламной компании выпускаемых видов изделий.

Сохранение стабильного, высокого качества выпускаемой продукции позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности продуктов.

План реализации продукции

Таблица 10

Наименование	Годы реализации проекта					Итого
	I	II	III	IV	V	
Выручка в тыс. тенге						
Хлеб	13250,9	13250,9	13250,9	13250,9	13250,9	66254,4
Булочные изделия	1171,7	1971,0	2214,0	2295,0	2295,0	5858,6
Национальная выпечка	3017,3	3017,3	3017,3	3017,3	3017,3	15086,3
Пироги	1020,6	1020,6	1020,6	1020,6	1020,6	5103,0
Торты	2268	2268	2268	2268	2268	11340
Печенья, Пирожные	602,6	602,6	602,6	602,6	602,6	3013,2
Итого	21331,1	21331,1	22516,1	22516,1	23701,2	111395,7

VIII. Финансовый раздел.

8.1. Расчет себестоимости единицы продукции и плана затрат

Расчет калькуляции себестоимости единицы продукции, хлебобулочных, кондитерских изделий, произведен по основным расходам, сгруппированным по экономическим элементам и статьям затрат:

- материальные затраты (сырье и материалы, тара и упаковочные материалы, энергозатраты)
- затраты на оплату труда
- соц. отчисления
- амортизация
- накладные расходы (административно-хозяйственные расходы, расходы по реализации, расходы по уплате процентов по кредитам банка и т.д.)

8.1. Расшифровка статей доходов от продаж

В соответствие с перспективным планом производственной программы разработан прогноз объемов реализации продукции по годам в пределах периода реализации проекта. В первый год работы предприятия

по месяцам. Доходами от продаж указанной продукции является выручка от реализации.

8.2. Прогноз отчета о прибылях и убытках

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов продаж, состав и структура затрат, включая выплаты процентов по кредитам банка.

Величина дохода от реализации продукции и как финансовый результат величина прибыли. Учитывая востребованность продукции на рынке, как продуктов повседневного спроса, в течение прогнозируемого периода резких сезонных колебаний не наблюдается.

Таблица составлена с разбивкой на каждый год за весь период реализации проекта.

Прогноз доходов и расходов

Таблица 11

Показатели	Годы реализации проекта					Итого
	I	II	III	IV	V	
Выручка от реализации, тыс.тнг	21331	21331	22516	22516	23701	111396
Производственные затраты	12871	13198	13535	14113	14963	68678
Операционные издержки	4782	4782	4782	4782	4782	23911
Погашение % по кредиту банка	1010	894	421	250	79	2654
Прибыль до уплаты налогов	2668	2457	3778	3371	3878	16153
Налог от дохода (3%)	640	640	675	675	711	3342
Чистая прибыль	2028	1817	3103	2696	3167	12811
Уровень рентабельности %	19,2	17,4	27,1	23,5	25,8	22,6

8.3. Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки

Простая окупаемость проекта 2,2 месяца

Прибыль по проекту 16153,9 т.тнг

Текущая стоимость проекта 12516,5 т.тнг

8.4. Анализ с помощью методов дисконтирования

Чистая текущая стоимость проекта 5302,5 т.тнг

Внутренняя норма рентабельности 1,74 при сопоставлении IRR с нормой дисконта(E) имеем положительный результат, т.е. $IRR > E$.

Дисконтированный срок окупаемости составляет 2,9

Индекс рентабельности вложенного капитала 44,8 %.

8.5. Анализ безубыточности

Анализ безубыточности демонстрирует предельно допустимый объем предоставления услуг, который позволит работать предприятию без прибыли и убытка, то есть покрывать постоянные расходы.

Точка безубыточности - это стадия, на которой компания может начать получать прибыль. Разница между безубыточным и прогнозируемым объемом продаж, называется зоной финансовой безопасности, чем выше этот показатель, тем прочнее финансовое состояние предприятия. На протяжении всего проекта прогнозируемые объемы продаж значительно выше величины в критической точке. Это служит подтверждением о наличии необходимого запаса финансовой прочности. И служит подтверждением того, что предприятие в состоянии погасить кредит, даже в неблагоприятных для него экономических условиях.

В соответствие с проектом, предприятие планирует закупить оборудование для хлебопекарного производства. Пополнить оборотные средства, увеличить объемы производства продуктов повседневного потребления, в соответствии с принятыми нормами рационального и правильного питания, с применением прогрессивных технологий. Благоприятные условия и более долгие сроки кредитования позволят снизить себестоимость продукции, оптовые цены на основные продукты питания и увеличить рентабельность предприятия.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение б*.

XI. Возможные риски и меры их предупреждения

Причинами возникновения рисков являются непредвиденные различные события и ситуации.

Для оценки рисков представленного проекта был проведен анализ возможных рисков с последующим экспертным анализом мер предупреждения рисков. В рамках данного проекта были идентифицированы следующие возможные риски.

По структурному признаку **коммерческие риски** делятся на:

- ✓ имущественный;
- ✓ производственный;
- ✓ маркетинговый;
- ✓ деловой;
- ✓ отраслевой.

Имущественные риски - это риски, связанные с вероятностью потерь имущества предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т.п. Величина риска 3%.

Мероприятия по снижению рисков:

Заключение договоров со страховыми компаниями по страхованию риска потери имущества

- ✓ Страхование отгруженной предприятием продукции на период ее перевозки, при поставках в города РК и другие республики СНГ. Страхование транспортных средств.
- ✓ Прогнозирование циклических колебаний конъюнктуры рынка, их учет в производственных планах.
- ✓ Принятие других антикризисных мер на уровне предприятия: повышения уровня ликвидности за счет ускоренной реализации готовой продукции, сокращения товарных запасов, закупа материалов, запасных частей и т.п.
- ✓ Контроль обеспечения предприятия соответствующим противопожарным оборудованием и охранной системой.

Производственные риски - риски, связанные с вероятностью (возможностью) невыполнения предприятием своих обязательств по контракту или договору с заказчиком, риски реализации товаров и услуг, ошибки в ценовой политике, риск банкротства. Величина риска 5,0 %.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Постоянный контроль ситуации по объемам поставок и качества сырья.
- ✓ Более тщательное прогнозирование цен в краткосрочных и среднесрочных планах. - Заключение долгосрочных контрактов «с условным требованием».
- ✓ Соблюдение графиков ППР, что позволит предотвратить аварийные и незапланированные остановки производства.
- ✓ Высокое качество продукции, строгий контроль экологической чистоты всех ее компонентов, систематическое изучение потребительского спроса, высокая организация производства и технологического процесса, позволит предприятию выполнить обязательства перед покупателями.

Маркетинговые риски связаны с возможностью получения убытка по причине снижения конкурентоспособности продукции фирмы в целом, ухудшения ценовой и ассортиментной политики и т.д. Величина рисков 5,5%.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Выявление причин риска посредством детального анализа допущенных ошибок в маркетинговой деятельности и оперативное принятие управленческих решений по результатам анализа.
- ✓ Создание комплекса маркетинговых мероприятий по оценке возможного риска и проведению коммерческой, финансово-кредитной, производственной, торгово-сбытовой и организационной деятельности, направленной на снижение уровня риска или на его страхование.
- ✓ Постоянное улучшение качества, совершенствование рецептурных решений, применение прогрессивных технологий,
- ✓ Усиление рекламной кампании.
- ✓ Прогнозирование возможной реакции конкурентов на деловую активность предприятия.
- ✓ Планирование контрмер в программе маркетинга.
- ✓ Оценка положения на рынке выпускаемой продукции, исследование факторов ее конкурентоспособности, изучение тенденций развития товарной структуры рынков и выработка основных направлений товарной стратегии
- ✓ Другие маркетинговые мероприятия, обеспечивающие снижение степени риска, увеличение рынков сбыта.

Деловой риск определяется такими факторами, как организационно-технический потенциал предприятия, эффективность производственной и инновационной деятельности, устойчивость финансового положения, эффективность системы управления, сложность выпускаемой продукции и др. Величина риска 1,5%.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Тщательная аналитическая работа при определении приоритетных направлений деятельности предприятия.
- ✓ Более глубокая предварительная оценка рентабельности реализации производимых продуктов.

- ✓ Проведение оперативных мероприятий и внесение изменений в планы производства и реализации продукции.
- ✓ Ограничение доступа в лабораторию и экспериментальные участки.
- ✓ Тщательный подбор специалистов высшего и среднего звена, стимулирование их деятельности.
- ✓ Профессиональная подготовка и переподготовка управленческих кадров.
- ✓ Совершенствование процесса управления, организация контроля.

Отраслевой риск, связан со спецификой отдельных отраслей. Развитие негативных событий в отдельной отрасли. Величина риска 1,0%

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Разработка направлений деятельности в условиях кризиса или существенных экономических изменений.
- ✓ Сочетание деятельности в своей отрасли с деятельностью в смежной и более устойчивой отрасли. Например, в области продаж лекарственных препаратов или строительных материалов.
- ✓ Само производство и реализация продуктов питания повседневного спроса, является самой устойчивой отраслью к изменениям внешнеэкономических условий.

Для оценки рисков принята следующая градация:

- ✓ низкий (1-3%)
- ✓ средний (4-6%)
- ✓ высокий (7% и более)

В соответствии с выше приведенным определением, максимальный размер рисков при реализации предлагаемого проекта составляет 16,0 %.

Такая величина рисков не оказывает драматического влияния на изменение финансовой устойчивости предприятия.

X. Социальный раздел

Обоснованием проекта с точки зрения социальных и демографических характеристик населения является то, что в рационе питания, хлебобулочные и кондитерские изделия занимают особое место. Они являются продуктами повседневного потребления и служат основными источниками белка, углеводов, микроэлементов и витаминов, без употребления которых нормальная жизнедеятельность невозможна.

Достоинствами продукции являются:

- ✓ Предлагаемый ассортимент и гибкая система ценообразования, которые делают продукт доступным для потребителей с любым уровнем дохода.
- ✓ Сбалансирование состава и экологическая чистота продукта.
- ✓ Систематическое улучшение качества продукции на основе совершенствования рецептур и технологического процесса, гибкость технологического процесса, позволяющая мгновенно реагировать на изменяющиеся запросы потребителей.

XI. Экологический раздел

В настоящее время, выполнена предварительная количественная и качественная оценка воздействия на окружающую среду при реализации данного проекта.

На основании проведенной работы можно сделать выводы:

- ✓ Воздействие на атмосферный воздух не происходит - СЗЗ и в жилой зоне превышения ПДК по всем ингредиентам не намечается, так как проектируемые источники выбросов загрязняющих веществ значительно ниже существующих в настоящее время.
- ✓ Воздействие на подземные воды, со стороны их загрязнения, не происходит, так как сброс сточных вод, будет осуществляться в сети ГКП «Семей Водоканал»
- ✓ Воздействие на поверхностные воды, со стороны их загрязнения, не происходит.
- ✓ Воздействие на почву в пределах влияния предприятия оценивается как допустимое.