

БИЗНЕС-ПЛАН

Организация предприятия по производству домашней выпечки

Содержание

1.	РЕЗЮМЕ.....	3
2.	ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ.....	3
3.	АНАЛИЗ РЫНКА И ОТРАСЛИ	4
4.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	9
5.	ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН.....	10
6.	ПЛАН СБЫТА	13
7.	ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА	17
8.	ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	20
9.	АНАЛИЗ РИСКОВ	21
10.	ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	22
11.	ПРИЛОЖЕНИЯ	24

1. Резюме

В чем состоит основная цель проекта? Кратко расскажите о нем, о рыночных целях проекта и об основных этапах его реализации.

Наименование проекта:

«Организации предприятия по производству хлебобулочных изделий «Домашняя выпечка»

Инициатор проекта Общество с ограниченной ответственностью «XXX».

Дата начала реализации: 01 января 2011 года.

Срок проекта: 3 года 6 месяцев.

Пирожковая "Домашняя выпечка" создается с целью быстрого и качественного обслуживания посетителей, с максимальным вниманием к нему и предложением наиболее качественных изделий, которые ничем не отличаются от выпечки домашнего приготовления. В настоящее время изменился темп жизни, и домохозяйки все реже имеют возможность и время для приготовления по-настоящему вкусных, питательных и ароматных пирогов.

Многие из нас, вспоминая лучшие минуты своей жизни, говорят о семейном застолье с чаем и домашними пирогами. Сейчас появилась возможность вернуть прежние воспоминания с чашечкой горячего чая с лимоном или стаканом молока и восхитительным, свежим пирогом. Все это предлагает наша пирожковая "Домашняя выпечка".

Наш ассортимент поначалу будет не особенно широк, однако это никак не отразится на качестве изделий. Все блюда приготавливаются только из натуральных продуктов.

В будние дни основными посетителями нашего кафе будут студенты, школьники, работники различных организаций. В выходные дни наша пирожковая хорошо подходит для отдыха всей семьей. Уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшая сдоба создадут прекрасную атмосферу, и посетить нашу закусочную захочется снова.

Суть данного проекта заключается в том, чтобы обеспечить население хорошими, качественными, всегда свежими изделиями из теста.

2. История развития компании

Кратко расскажите об истории компании, сроке жизни на рынке, местоположении, юридической форме.

Что является основными направлениями деятельности? Какие услуги компания оказывает или продукты производит? Опишите основные продукты, их назначение, перечислите характеристики, отметьте соответствие стандартам и требованиям качества. Отметьте, на какой стадии находится продукт – идея, проект, опытный образец, производство.

Предприятие организовано в начале 2010 г. Для осуществления данного проекта арендовано помещение в помещении Универсаме данного района площадью 30 кв.м. Для реализации проекта заключены договора на поставку продуктов для выпечки с ГУП фабрика – кухня (готового теста), ООО "ААА" (других ингредиентов). В штате предприятия имеются 3 сотрудника, директор, технолог пищевого производства и повар, имеющие стаж работы в пищевой промышленности. Выбрано оборудование, идет согласование помещения для получения разрешения органов Роспотребнадзора и Госпожарнадзора на размещение мини-кафе и хлебопекарного производства.

3. Анализ рынка и отрасли

Данный раздел должен убедить потенциального инвестора в способности предприятия добиться успеха.

Для этого в разделе должно быть убедительно показано, что продукция или услуги имеют рынок сбыта. Необходимо описать динамику и потенциал развития рынка сбыта.

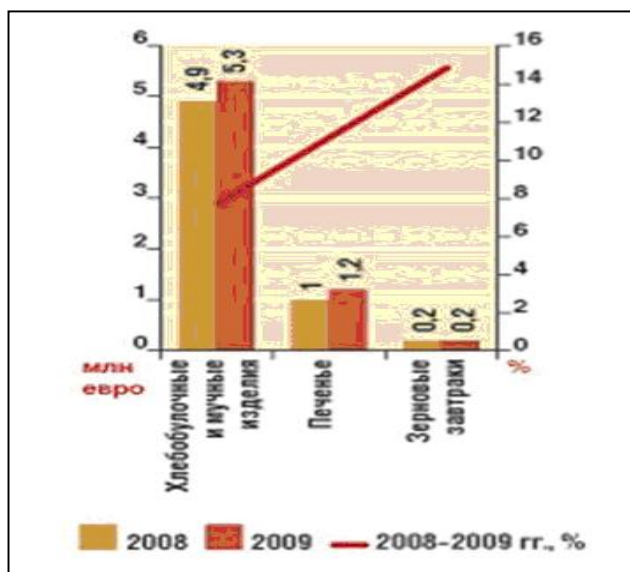
Дайте характеристику потенциальным покупателям и оцените емкость всего рынка сбыта и долю, приходящуюся на Ваш продукт или услуги.

Проанализируйте конкурентов и оцените, какова доля от общего рынка сбыта принадлежит им. Дайте оценку сильным и слабым сторонам Вашему предприятию и предприятиям конкурентов. Обязательно следует указать цены конкурентов на оказываемые услуги.

Данное описание является основанием для формирования плана сбыта, формирования объемов продаж и цен реализации, а также учета тенденций роста цен и объемов (в том числе и сезонность - изменения по объему и цене реализации в зависимости от времени года).

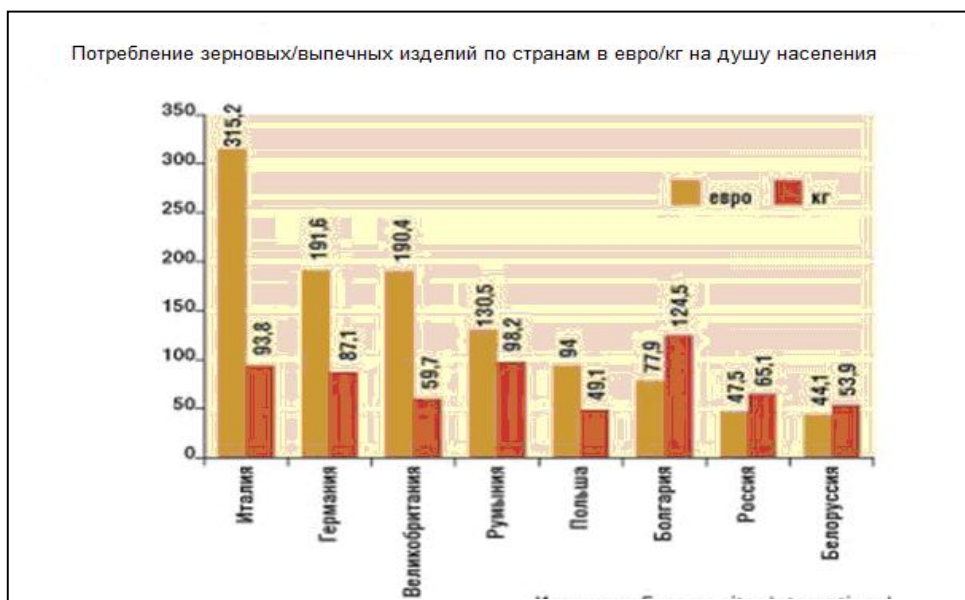
К началу экономического спада российский рынок выпечных изделий уже достиг насыщения и полностью сформировался. Согласно классификации Euromonitor International, этот рынок включает следующие товарные категории: хлебобулочные и мучные изделия – хлеб, булочки, сладкая выпечка, пирожные/торты, – сладкое/несладкое печенье. В 2009 году рост рынка выпечных изделий в стоимостном выражении составил 9%, при этом его емкость оценивалась в 302 млрд. рублей.

В объемных показателях емкость рынка несколько сократилась за указанный период, составив 8 млн. тонн. В целом, рынок остался стабильным, благодаря особой популярности хлебобулочных изделий – продуктов первой необходимости для российских потребителей. Сегмент хлебобулочных и мучных изделий обеспечил 80% продаж рассматриваемого рынка, при этом в 2009 году рост этого сегмента в стоимостном выражении составил 8%. Динамика рынка хлебобулочных изделий в 2008-2009 гг. приведена на рис. 1.



Несмотря на то, что товарные цены на зерновые продукты снизились, это не отразилось на розничных ценах выпечных изделий. Значительный рост цен на сахар и дрожжи, увеличение тарифов на электричество, неустойчивый курс рубля, а также высокие темпы инфляции в 2009 году препятствовали снижению розничных цен на рассматриваемую продукцию и, соответственно, не способствовали росту ее привлекательности для российских потребителей, чувствительных к ценам.

По данным Euromonitor International, в 2009 году в мировом масштабе российский рынок выпечных/зерновых изделий был седьмым по объемам продаж в стоимостном выражении, и двенадцатым в натуральном. Традиция потребления выпечных/зерновых изделий в России хорошо развита и насчитывает много лет. Однако с точки зрения душевого потребления Россия не входит в двадцатку стран мира с наиболее высоким уровнем потребления рассматриваемой продукции. Средний россиянин в 2009 году купил 55 килограммов выпечных/зерновых изделий, потратив на них 48 евро, при этом те же показатели в Германии достигли соответственно 76 килограммов и 192 евро, а в Болгарии – соответственно 108 килограммов и 78 евро (рис. 2).



Темп жизни россиян все более ускоряется, особенно в экономически развитых регионах. В результате, растет спрос не просто на удобную снековую продукцию, но на снеки, позволяющие потребителю побаловать себя во время чае - или кофепития на работе. Кроме того, экономический спад вынуждает людей переключаться на такие товары импульсного спроса, как мучные кондитерские изделия и печенье, которые являются более дешевой альтернативой обедам в предприятиях общественного питания. По прогнозам Euromonitor International, на протяжении следующих пяти лет потребительская аудитория снековых продуктов, скорее всего, будет расти, поскольку все большее число россиян попадают под влияние «снековой культуры».

Растущая популярность снековой продукции обеспечила отличные показатели сегменту мучных кондитерских изделий: в 2009 году он вырос в стоимостном и натуральном выражении соответственно на 19 и 6%. Сегмент неупакованных мучных кондитерских изделий производства малых кондитерских цехов показал более быстрый рост относительно брендовой продукции, главным образом благодаря более низким розничным ценам. Как упакованные, так и неупакованные мучные кондитерские изделия стали главной снековой категорией, предлагающей широкий выбор продукции со сладкой и несладкой начинкой

Мучные кондитерские изделия обычно имеют небольшой размер и пользуются популярностью у российских потребителей любого возраста. Тем не менее, с точки зрения инноваций этот сегмент остается недостаточно развитым. Можно предположить, что в период с 2009-го по 2014 год на рынке будут появляться новые виды мучных кондитерских изделий, а также новые виды начинок.

Российский рынок выпечных/зерновых изделий достиг насыщения за последние пять лет, и в период с 2009-го по 2014 год он сохранит стабильность объемных показателей. Стагнация рынка в натуральных показателях в этот период будет связана с некоторым снижением продаж в категории базовых хлебобулочных изделий, в то время как печенье и зерновые завтраки быстрого приготовления покажут годовой прирост соответственно на 1 и 3%. Кроме того, в 2009–2014 годах рынок будет стабильно расти в стоимостных показателях – на 1% ежегодно без учета инфляции, – и к концу 2014 года он достигнет уровня \$ 9 млрд. руб.

В Москве предприятия быстрого питания по изготовлению пирожков и сдобы представлены наиболее широко следующими формами: нестационарные объекты, в которых разогревают слоеные изделия быстрой заморозки, мини-кафе на территории торговых центров и универсамов, продающих готовые пироги, кафе-рестораны, реализующие пироги, в том числе с доставкой. Наиболее известные предприятия - это сеть «Ням-Ням», сеть «Пироги да слойки», «Осетинские пироги». Емкость рынка

потребления данной продукции в Москве составляет около 1,2млн. пирогов / хлебобулочных изделий в день или 8,6 млрд. руб. в год в ценах розничной торговли.

Пирожковая "Домашняя выпечка" планирует осуществлять выпуск и реализацию выпечки очень высокого качества. По мере роста предприятия планируется существенно расширять ассортимент и увеличивать объемы производства и продаж.

Основными потребителями выпускаемых нами изделий будут:

1. Студенты и школьники.
2. Работники близлежащих предприятий и организаций.
3. Жители района.
4. И все другие клиенты.

Критерии сегментации рынка:

- возраст - от 15 до 60 лет
- социальная принадлежность - школьники, студенты, служащие, рабочие, пенсионеры.
- уровень дохода - средний.

Пирожковая находится в районе с небольшим количество конкурентов. Предприятие должно занять пока пустующую нишу специализированного предприятия по производству и реализации высококачественного, популярного и вкусного продукта.

Привлечь внимание потребителей и стимулировать увеличение роста продаж мы планируем за счет:

1. высококачественной продукции
2. рекламы в средствах массовой информации
3. расположения пирожковой в оживленном месте с высокой проходимостью
4. приветливости, доброжелательности и порядочности обслуживающего персонала.

Конкуренция

Конкурентное окружение представлено имеющимися в районе аренды помещения предприятия быстрого питания, которые представлены следующими:

1. Нестационарный объект на остановке городского транспорта на расстоянии 500 м от универсама реализует лепешки, шаурму и пирожки.
2. Итальянский ресторан - пиццерия, расположенный в отдельно стоящем здании. Удаленность 2 км.
3. Кафе, удаленность 1,5 км.

В порядке убывающей значимости можно выделить определяющие факторы конкурентоспособности и рассчитать ее количественные параметры. Они приведены в следующей таблице.

Факторы конкурентоспособности

Таблица

Факторы	Пирожковая "Домашняя выпечка"	Конкуренты		
		№ 1	№ 2	№ 3
Качество	Всегда теплые, свежие, вкусные изделия	Лепешки не всегда свежие	Качественная свежая пицца	Широкий ассортимент свежих готовых блюд
Местонахождение	500 м от метро и остановки транспорта, очень оживленное место.	Очень оживленное место, в 500 м от пирожковой. Рядом с универмагом "7-й континент»	Оживленное место. Расположено рядом с проезжей частью.	Близко от метро
Уровень цены	Средняя	Низкая	Выше средней	Средняя
Исключительность товаров	Единственный на территории универсама	Обычный	Распространенный	Обычный
Ассортимент	3 вида	2 вида продукции	1 Широкий	Широкий
Репутация фирмы	Фирма новая	Сомнительная	Известная	Известная

Расчет конкурентоспособности

Параметры	Весомость параметров a_i	Пирожковая		№ 1		№ 2		№ 3	
		p_i	$a_i p_i$	p_i	$a_i p_i$	p_i	$a_i p_i$	p_i	$a_i p_i$
Качество	0,25	0,9	0,225	0,5	0,125	0,8	0,2	0,7	0,175
Местонахождение	0,20	0,9	0,18	1,0	0,2	0,9	0,036	0,8	0,16
Уровень цены	0,19	0,8	0,152	1,0	0,19	0,7	0,133	0,8	0,152
Исключительность товаров	0,15	1,0	0,15	0,5	0,075	0,8	0,12	0,5	0,075
Ассортимент	0,11	0,3	0,033	0,1	0,011	0,1	0,011	0,1	0,011
Репутация фирмы	0,10	0,0	0	0,3	0,03	0,6	0,06	0,5	0,05
$\sum a_i p_i$	$E=1,00$	0,74		0,631		0,56		0,623	

В процентном выражении коэффициенты конкурентоспособности - $a_i p_i$ - отражают действительное положение фирмы на рынке. Преимущества пирожковой

выше, по сравнению с конкурентом № 1, на 10,9 %, с конкурентом № 2 на 18,0 %, с конкурентом № 3 на 12 %.

Нашей фирме еще только предстоит завоевать свое место на рынке. Необходимо расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Проект обладает социальной и бюджетной эффективностью, состоящей в следующем:

1. Расширению ассортимента и повышение качества продуктов питания.
2. Увеличении налоговых отчислений бюджет г. Москвы.
3. Расширении ассортимента производства продукции обязательно сопровождается увеличением объемов продаж, увеличением имущества предприятия, вовлеченного в процесс производства, созданием новых рабочих мест. Все это непосредственным образом влияет на увеличение отчислений в консолидированный бюджет края.
4. Создании 4-х новых рабочих мест.

В результате реализации проекта на предприятия будут создано 4 новых рабочих места, также планируется ежегодное увеличение заработной платы на 15%.

Экономическая эффективность проекта приведена в следующей таблице:

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	12,00
Период окупаемости - РВ, мес.	19
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	20
Средняя норма рентабельности - ARR, %	130,60
Чистый приведенный доход - NPV	2 290 775
Индекс прибыльности - PI	3,74
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	226,40
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	58,45

Период расчета показателей - 42 мес.

4. Общие положения.

В данном разделе описывается информация о проекте: длительность, дата начала, основная валюта расчета. Касаясь инфляции необходимо привести темпы инфляции (с определенной периодичностью) по видам процессов (на реализацию, на персонал, на общие или прямые издержки). Если применяется особая инфляция, отличная от общей, например, на определенный продукт реализации, то обязательно ее описать. В части налогов необходимо привести перечень налогов, ставок (в том числе и изменение ставок), условий начисления и уплаты налогов.

Название проекта – Организации предприятия по производству хлебобулочных изделий «Домашняя выпечка»

Инициатор проекта – ООО «XXX»

Дата начала проекта – 01.01.2011

Продолжительность – 42 мес. (3 года 6 месяцев)

Финансовый год начинается в январе.

Принцип учета запасов – FIFO.

Основная валюта проекта – Рубли (руб.)

Ставка дисконтирования – 12%

Потребность в привлеченном финансировании составляет 856 339, 18 руб.

Инфляция (Рубли)

Объект	1 год	2 год	3 год
Сбыт	7,00	9,00	11,00
Прямые издержки	7,00	9,00	11,00
Общие издержки	7,00	9,00	11,00
Зарплата	7,00	9,00	11,00
Недвижимость	7,00	9,00	11,00

Налоги

Название налога	База	Период	Ставка
Налог на прибыль	Доходы минус расходы	Месяц	15 %
Страховые взносы (ПФР и ФСС)	Зарплата	Месяц	34.2 %

Предприятие применяет упрощенную систему налогообложения с налоговой базой равной доходам, уменьшенным на величину расходов, со ставкой 15 %.

5. Инвестиционный план.

В этом разделе необходимо описать стоимость проекта, которая складывается из стоимости капиталовложений, иных инвестиционных затрат и затрат на покрытие текущих издержек (затраты на персонал, общие и прямые издержки - в течение инвестиционного периода).

Далее необходимо описать перечень работ, этапность выполнения работ, сроки выполнения и стоимость работ. В результате получается полный инвестиционный план, который должен отразить все капиталовложения и иные затраты, которые предполагается осуществить для обеспечения реализации проекта. Необходимо указать длительность инвестиционного периода проекта. Касаясь стоимости работ, необходимо указать условия оплаты (схему оплаты) этих работ. Если эти работы связаны с приобретением или сооружением активов, то необходимо указать условия амортизации и срок службы этих активов. В иных затратах проводятся работы связанные с получением и разработкой документации, работы по монтажу или отделке, работы по формированию инфраструктуры.

Инвестиционная стоимость проекта 856 339,18 рублей, в том числе:

- Приобретение в кредит оборудования – 856 339, 18 руб.

Перечень приобретаемого оборудования:

1. Духовой шкаф – 5 шт., стоимость 50 000 руб.
2. Тестомесильная машина – 1 шт., стоимость 50 000 руб.
3. Холодильные шкафы – 3 шт., стоимость 25 00 руб.
4. Расстоечные шкафы – 3 шт. по 16 650 руб.

Календарный план реализации проекта.

№	Наименование этапа	Длит-ть	Дата начала	Дата окончания	Ответственный	Стоимость (руб.)	Стоимость (\$ US)	2011					
								Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	
1	• Закупка духовых шкафов	15	14.01.2011	28.01.2011		250 000,00	0,00	■ 250 000,00					
2	• Тестомесильная машина	10	15.01.2011	24.01.2011		50 000,00	0,00	■ 50 000,00					
3	• Холодильное оборудование	10	17.01.2011	26.01.2011		75 000,00	0,00	■ 75 000,00					
4	• Расстоечные шкафы	10	17.01.2011	26.01.2011		50 000,00	0,00	■ 50 000,00					
5	• Разрешительные документы (Роспотребнадз)	5	25.01.2011	29.01.2011		36 000,00	0,00	■ 36 000,00					
6	• Доставка, установка, монтаж,наладка,	5	25.01.2011	29.01.2011		25 000,00	0,00	■ 25 000,00					

6. План сбыта

В плане сбыта формируется график реализации (объем сбыта) по видам продукции. Обязательно указать тенденции изменения объема реализации (изменения связанные с ростом рынка сбыта или доли на рынке, сезонные колебания). Необходимо описать цену и изменения цены, а также прописать условия оплаты и поставок (с учетом формирования запасов). Также описываются основные способы реализации продукции. Как, кому и через какие каналы продаж планируется продавать продукцию? Описывается продукция, какие виды продукции будут реализованы.

Описание продукции.

Наша пирожковая занимается изготовлением изделий из сдобного дрожжевого теста. Пироги всегда были у нас традиционным блюдом. Поэтому потребители с легкостью определяют, что пироги очень высокого качества. При производстве не будут использоваться консерванты и концентраты. В любое время года - только свежие продукты.

В настоящее время покупатель стал разборчивее, чем раньше. Это одно из качеств, на которые рассчитываем мы, открывая кафе с производством горячих пирогов. Однако цена за прекрасное качество довольно невысокая.

У пирожковой очень удобный режим работы. Персонал кафе начинает работать с 7 часов утра. Поэтому с 7 утра по дороге на работу у нас уже можно перекусить и выпить чашечку бодрящего кофе.

Наша продукция отличается следующими важными особенностями:

- высокое качество
- традиционная рецептура
- свежесть
- прекрасные вкусовые качества
- низкая цена.

Производимые нашим предприятием пироги будут пользоваться гораздо большей популярностью, чем хот-доги, чебуреки и пицца.

Перечень продукции и планируемые объемы сбыта

Наименование	Ед. изм.	Нач. продаж	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Пирог яблочный (2 кг)	шт.	15.02.2011	165,00	240,00	600,00	300,00
Пирог с грудинкой (2 кг)	шт.	15.02.2011	1 610,00	2 160,00	2 580,00	1 365,00
Пирог с луком (2 кг)	шт.	15.02.2011	1 040,00	1 440,00	1 680,00	900,00
Пирог с вишней (2 кг)	шт.	15.02.2011	360,00	480,00	575,00	375,00

План продаж по месяцам составит:

Объем продаж

Строка	1.2011	2.2011	3.2011	4.2011	5.2011	6.2011	7.2011	8.2011	9.2011	10.2011	11.2011	12.2011	1.2012
Пирог яблочный (2 кг), шт.		15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	20,00
Пирог с грудинкой (2 кг), шт.			150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	170,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Пирог с луком (2 кг), шт.			100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	120,00	120,00	120,00
Пирог с вишней (2 кг), шт.			30,00	30,00	30,00	30,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00

Объем продаж

Строка	2.2012	3.2012	4.2012	5.2012	6.2012	7.2012	8.2012	9.2012	10.2012	11.2012
Пирог яблочный (2 кг), шт.	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Пирог с грудинкой (2 кг), шт.	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Пирог с луком (2 кг), шт.	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Пирог с вишней (2 кг), шт.	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00

Объем продаж

Строка	12.2012	1.2013	2.2013	3.2013	4.2013	5.2013	6.2013	7.2013	8.2013	9.2013
Пирог яблочный (2 кг), шт.	20,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Пирог с грудинкой (2 кг), шт.	180,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	220,00	220,00	220,00
Пирог с луком (2 кг), шт.	120,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Пирог с вишней (2 кг), шт.	40,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	50,00	50,00	50,00	50,00

Объем продаж

Строка	10.2013	11.2013	12.2013	1.2014	2.2014	3.2014	4.2014	5.2014	6.2014
Пирог яблочный (2 кг), шт.	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Пирог с грудинкой (2 кг), шт.	220,00	220,00	220,00	225,00	225,00	225,00	230,00	230,00	230,00
Пирог с луком (2 кг), шт.	140,00	140,00	140,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Пирог с вишней (2 кг), шт.	50,00	50,00	50,00	60,00	60,00	60,00	65,00	65,00	65,00

Сбыт (Ценообразование)

Реализация ценовой стратегии

Конечно же, в условиях быстро меняющейся экономико-политической ситуации в России трудно однозначно определить тип рынка, на который мы выходим, но наиболее близок он к олигополии.

С одной стороны мы, конечно, хотим получать максимальную прибыль, с другой стороны мы не хотим привлекать на наш сегмент рынка конкурентов и терять клиентуру. Перед нами стоит задача получить максимальную прибыль, но с тем расчётом, чтобы цена товара была приемлемой для наших потребителей, и они не ушли бы от нас к нашим конкурентам. Поэтому, учитывая поставленную задачу, мы будем определять цену методом "средней издержки плюс прибыль", но не будем также забывать об уровне текущих цен.

Спрос на нашу продукцию эластичен, так как наш товар имеет замену.

Придерживаясь общей методики расчёта цены, при её определении будем следовать следующему плану:

1. Постановка задачи ценообразования;
2. Определение спроса;
3. Прогноз издержек;
4. Анализ цен и товаров конкурентов;
5. Выбор метода ценообразования;
6. Установление окончательной цены.

Нашей задачей будет являться следующее:

Исходя из этого, при определении цены, будем использовать метод "средней издержки плюс прибыль", но также не будем забывать о ценах конкурентов.

Учитывая темпы инфляции, цены на нашу продукцию будут меняться. На момент составления бизнес-плана они составили:

Продукт/Вариант	Цена (руб.)
Пирог яблочный (2 кг)	650,000
Пирог с грудинкой (2 кг)	850,000
Пирог с луком (2 кг)	650,000
Пирог с вишней (2 кг)	650,000

Сбыт (Условия оплаты)

Продукт/Вариант	Описание
Пирог яблочный (2 кг)	
	Продажа по факту
Пирог с грудинкой (2 кг)	
	Продажа по факту
Пирог с луком (2 кг)	
	Продажа по факту
Пирог с вишней (2 кг)	
	Продажа по факту

Сбыт (Условия продаж)

Продукт/Вариант	Описание
Пирог яблочный (2 кг)	По факту
Пирог с грудинкой (2 кг)	По факту
Пирог с луком (2 кг)	По факту
Пирог с вишней (2 кг)	По факту

Маркетинг

На данный момент мы ставим перед собой следующие основные цели:

- I. Максимально возможная прибыль
 - II. Обеспечение и благосостояние рабочих
 - III. Занятие положения на рынке
 - IV. Достижение максимальной производительности
 - V. Разработка, производство конкурентоспособного продукта и обновление технологий
 - VI. Внедрение дополнительных производственных единиц
- Уверены, что это позволит обеспечить и быстрый рост предприятия.

Остановимся подробнее на каждом из вышеперечисленных пунктов:

1. Максимально возможная прибыль является основной целью, ради которой создается предприятие. Под максимально возможной, мы понимаем прибыль, получаемую при полном использовании всех производственных и человеческих ресурсов.
2. Нанимая рабочих, мы берем на себя ответственность за их уровень жизни. Соответственно, чем выше этот уровень, тем значительнее кажется организация. Следовательно, в наших интересах обеспечить своих рабочих, прежде всего конкурентно-способной зарплатой, а также другими возможными благами. Имидж преуспевающей фирмы внушает окружающим уверенность, а это значит, что у них появится желание посетить нашу закусочную или заключить контракт именно с такой фирмой.
3. Положение на рынке является второй по значимости из поставленных целей. В нее входит завоевание основной доли рынка общественного питания в городе. Постепенное установление монополистических прав.
4. Прибыль предприятия прямо пропорционально зависит от его производительности, следовательно, только при максимальной производительности и, кроме того, при использовании всех производственных ресурсов можно добиться максимальной прибыли.
5. Только лишь с внедрением новых современных технологий, постоянно улучшая качество изделий и расширяя список выпускаемой продукции, предприятие может добиться успеха. Мы намерены твердо следовать этому правилу.

6. Это пункт непосредственно связан с предыдущим. В будущем (приблизительно через 5 лет) мы планируем открыть 2 дочерних предприятия.

7. Достижение этих целей возможно лишь при быстром развитии производства. Для этого у нас имеется достаточный первоначальный капитал, а также благоприятствующие этому условия. Все остальное зависит от руководства предприятия, от умения правильно использовать имеющиеся у фирмы ресурсы, от четкого контролирования протекающих в фирме процессов.

Производимую продукцию мы планируем распространять только в своей закусочной. Планируется при увеличении объема продаж наладить доставку изделий на дом и в офис. Наша продукция не будет распространяться через другие магазины, кафе и столовые.

У нас довольно доступные цены, что тоже будет способствовать продвижению товара на рынок.

Перед предприятием стоит задача войти на рынок общественного питания города.

Планируется в течение недели со дня открытия пирожковой реализовывать продукцию со скидкой 50 %.

Одним из рычагов может быть усиление рекламной компании и применение необычного приема маркетинга: каждому посетителю мы обеспечим возможность 5 % скидки на наши пироги в течение 2 дней со дня последней покупки.

Стратегия конкурентов не агрессивна. Рекламные кампании ими не ведутся.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что у нас есть привлекательная маркетинговая возможность выхода на рынок общественного питания.

Реализация рекламы планируется по следующим направлениям:

- Рекламные объявления в журналах и газетах
- Теле- и радиореклама
- Оформление витрины
- Форменная одежда персонала.

Все это должно сформировать положительное общественное мнение о нашей продукции и способствовать продвижению нашей продукции.

7. План производства

В плане производства необходимо описать технологический процесс производства, в котором будут приведены стадии и этапы производства (с учетом продолжительности производства на каждом этапе, то есть производственного цикла), перечень привлекаемых материалов (сырья) и стоимости дополнительных издержек в расчете на 1 единицу продукции, что позволит определить затраты на производство и сформировать себестоимость. Здесь также должен быть учтен расход материалов на 1 единицу продукции и размер процента потерь (отходов). Должен быть описан объем и график производства, который вместе с описанием технологического процесса позволит сформировать План закупок сырья. В плане закупок сырья будет описан перечень (с

указанием цены и единиц измерения) материалов (сырья), обязательно объемы приобретения. Необходимо учесть изменения цены (рост или падение, сезонные изменения) на материалы, условия поставок и оплаты.

Технология производства

Тесто на пироги будет изготавливаться с применением объемов тестомесильной машины.

Начинка в пироги будет закладываться вручную. Тепловую обработку изделия проходят в духовых шкафах. Далее, они размещаются в расстойных шкафах. Кроме реализации порционно в зале, планируется доставка пирогов курьером.

Поставщики

В качестве поставщика сырья выбран ООО "ААА"

Материалы и комплектующие

Наименование	Ед. изм.	Цена (руб.)
Яйцо	шт.	3,800
Мука	кг	20,000
Молоко	л	30,000
Сметана	л	120,000
Соль	кг	10,000
Сахар	кг	35,000
Лук	кг	20,000
Вишня	кг	120,000
Копченая грудинка	кг	320,000
Яблоки	кг	35,000

Расчет производственной себестоимости

Планируется производить в ходе проекта 4 наименования пирогов.

По этим видам продукции суммарные прямые издержки составят:

Наименование	Ед. изм.	(руб.)
Пирог яблочный (2 кг)	шт.	131,05
Пирог с грудинкой (2 кг)	шт.	249,05
Пирог с луком (2 кг)	шт.	109,05
Пирог с вишней (2 кг)	шт.	209,05

Прямые издержки Пирог яблочный (2 кг)

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			131,05
Молоко	0,500	0,000	15,00
Мука	1,300	0,000	26,00
Сахар	0,200	0,000	7,00
Сметана	0,300	0,000	36,00
Соль	0,005	0,000	0,05
Яблоки	0,800	0,000	28,00
Яйцо	5,000	0,000	19,00
Сдельная зарплата			0,00
Другие издержки			0,00
Продукты			0,00
Всего			131,05

Прямые издержки Пирог с грудинкой (2 кг)

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			249,05
Копченая грудинка	0,500	0,000	160,00
Молоко	0,500	0,000	15,00
Мука	1,200	0,000	24,00
Сахар	0,200	0,000	7,00
Сметана	0,200	0,000	24,00
Соль	0,005	0,000	0,05
Яйцо	5,000	0,000	19,00
Сдельная зарплата			0,00
Другие издержки			0,00
Продукты			0,00
Всего			249,05

Прямые издержки Пирог с луком (2 кг)

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			109,05
Лук	1,000	0,000	20,00
Молоко	0,500	0,000	15,00
Мука	1,200	0,000	24,00
Сахар	0,200	0,000	7,00
Сметана	0,200	0,000	24,00
Соль	0,005	0,000	0,05
Яйцо	5,000	0,000	19,00
Сдельная зарплата			0,00
Другие издержки			0,00
Продукты			0,00
Всего			109,05

Прямые издержки Пирог с вишней (2 кг)

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			209,05
Вишня	1,000	0,000	120,00
Молоко	0,500	0,000	15,00
Мука	1,200	0,000	24,00
Сахар	0,200	0,000	7,00
Сметана	0,200	0,000	24,00
Соль	0,005	0,000	0,05
Яйцо	5,000	0,000	19,00
Сдельная зарплата			0,00
Другие издержки			0,00
Продукты			0,00
Всего			209,05

Предприятие несет общие издержки по перечисленным ниже статьям:

Название	Сумма (руб.)	Платежи
Управление		
Аренда помещения	25 000,00	Ежемесячно, весь проект
Коммунальные услуги	3 000,00	Ежемесячно, весь проект
Связь	1 000,00	Ежемесячно, весь проект
Производство		
Доставка закупаемых продуктов	2 000,00	Ежемесячно, весь проект
Маркетинг		
Реклама	3 000,00	Ежемесячно, весь проект

8. Организационный план

Организационный план необходим для описания структуры организации (предприятия). Иногда в нем описывают состав учредителей (акционеров) предприятия, с указанием долей каждого акционера. Далее приводится план по персоналу. Формирование плана по персоналу необходимо для формирования затрат на оплату труда персонала. План по персоналу, должен учитывать количество персонала по каждой должности.

По персоналу следует учитывать его постепенный рост или изменение расходов на персонал (как по окладам, так и по суммарным расходам), также учитывать период, в котором происходят любые изменения в части персонала. Например, на какой период времени привлекается тот или иной персонал, или с какого периода времени происходит наращивание численности.

В качестве организационно-юридической формы выбрано ООО с уставным капиталом 10 тыс. рублей и тремя учредителями: директором, технологом и поваром. Каждый из них имеет равную долю в уставном капитале. Форма собственности - частная.

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата (руб.)	Платежи
Управление			
Директор	1	10 100,00	Ежемесячно, весь проект
Производство			
Повар	2	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Технолог	1	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Рабочий кухни	3	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва

Всего: 7 чел.

ФОТ 70 700,00 руб.

Должностные обязанности:

Директор:

- организует всю работу предприятия
- несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива
- представляет предприятие во всех учреждениях и организациях
- распоряжается имуществом предприятия
- заключает договора
- поиск поставщиков материала
- сбыт продукции (т.е. поиск клиентов)
- издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников
- применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия
- открывает в банках счета предприятия

Технолог несет ответственность за:

- выпуск высококачественной продукции и ее совершенствование

- разработки новых видов продукции
- внедрение в производство новейших достижений науки и техники
- механизации и автоматизации производственных процессов
- соблюдение установленной технологии
- использование новейшей техники и технологии
- осуществляет оперативный контроль над ходом производства
- разрабатывает календарные графики работы
- устраняет причины, нарушающие нормальный режим производства
- осуществляет контроль над комплексностью и качеством готовой продукции
- организует контроль качества поступающего на предприятие сырья, материалов, полуфабрикатов и др., так как качество продукции является определяющим в общей оценке результатов деятельности трудового коллектива.

Средний возраст наших работников составит 30 лет.

Наиболее ценными качествами являются:

- честность
- порядочность
- добросовестность
- ответственность.

9. Анализ рисков

В качестве анализа рисков необходимо применять анализ чувствительности проекта. С помощью данного анализа выясняется, насколько показатели эффективности проекта подвержены влиянию (чувствительны) к изменению основных параметров проекта. Параметрами проекта являются объем и цена сбыта, прямые и общие издержки, объем инвестиций, ставка по привлекаемому кредиту. Следовательно, значение в процентах, на которое изменяется параметр проект, и при котором, например, NPV (чистый приведенный доход от проекта) становится отрицательным (то есть проект становится убыточным) является критическим. Например, если при падении на 10% цены сбыта NPV уходит в "минус", считается, что проект чувствителен на - 10% по цене сбыта по NPV. Иногда анализ рисков заменяется экспертной оценкой. Перечисляются все проектные риски (с группировкой по видам), и производится вероятность их наступления и влияния на проект. Затем описываются меры по минимизации рисков. Чаще всего риск учитывается при помощи ставки дисконтирования.

Возможные риски и источники их возникновения

Коммерческие риски

- риск, связанный с реализацией товара
- риск, связанный с доставкой сырья

Политические риски

- риск, связанный с политической обстановкой в стране (забастовки, войны)

Источники возникновения рисков

- недостаточное изучение рынка сбыта

- недооценка конкурентов
- падение спроса на товар

Мерами по сокращению риска станут детальное изучение рынка, своевременный анализ и контроль финансово-хозяйственной деятельности, страхование имущества.

10. Финансовый план

В финансовом плане необходимо описать структуру финансирования. Определяются источники финансирования, то есть, сколько собственного и заемного капитала привлекается для реализации проекта и цели, на которые направляется привлекаемое финансирование. Также определяется график финансирования проекта, в котором отдельно прописывается поступление собственного и заемного капитала. Помимо графика финансирования проекта, приводится и график погашения привлеченных средств. График погашения должен включать проценты по привлекаемым кредитам и выплату дивидендов по привлекаемым собственным средствам (включая инвестированные в проект средства сторонними инвесторами). Проценты и дивиденды рассчитываются из условий кредита и условий привлечения собственного капитала. Условия кредита должны включать информацию об объеме привлекаемых кредитных средств, процентной ставке, условиям возврата "тела" кредита и процентов, условия отсрочек выплат. Условия привлечения собственных средств должны включать объем привлекаемых собственных средств, дивидендную ставку, условия выплаты дивидендов.

Кроме этого, приводятся отчет прибылей и убытков (который демонстрирует формирование доходной и расходной части проекта), отчет о движении денежных средств (то есть реальное движение денежных средств в зависимости от условий оплаты), прогнозный баланс (отображающий условия формирования активов и обязательств).

Также здесь проводится анализ показателей эффективности инвестиций. Этот анализ должен показать быструю или медленную окупаемость проекта, высокую или низкую внутреннюю рентабельность (прибыльность) проекта, величину полученного дохода от реализации проекта, индекс прибыльности инвестиций (показывающий, сколько денежных средств получается от проекта на каждую вложенную денежную единицу). На основе проведенного анализа делается заключение о целесообразности (или нецелесообразности) реализации проекта.

Для реализации проекта планируется привлечь финансирование в виде кредита и финансировать проект из прибыли от деятельности. Сумма заемных средств составляет 856 339,18 руб., срок привлечения кредита - 19 месяцев, ставка 16% годовых. В качестве финансового обеспечения кредита предлагается гарантийное письмо учредителя о возврате, в качестве залога рассматривается личное недвижимое имущество учредителя.

Эффективность инвестиций

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	12,00
Период окупаемости - РВ, мес.	19
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	20
Средняя норма рентабельности - ARR, %	130,60
Чистый приведенный доход - NPV	2 290 775
Индекс прибыльности - PI	3,74
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	226,40
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	58,45

Период расчета интегральных показателей - 42 мес.

Расчет бизнес – плана был произведен с учетом годовой ставки дисконтирования, равной 12%. Размер ставки дисконтирования установлен исходя из риска обесценения рублевых потоков проекта.

Дисконтированный период окупаемости проекта (DPB) составил 20 месяцев, За этот период начальные инвестиции в проект покрываются дисконтированным денежным потоком проекта. Так как срок окупаемости наступает ранее половины длительности проекта (42 месяца), то это является фактором, влияющим на положительное принятие решение о реализации проекта.

Чистый приведенный доход (NPV) составляет 2 290 775 рублей, что показывает превышение дисконтированного денежного потока проекта над инвестициями и является основным доводом в пользу принятия решения о финансировании и реализации проекта.

Индекс прибыльности (PI) составляет 3,74 и отображает окончательную величину доходности проекта. Это означает, что на каждый инвестированный рубль проект приносит прибыль в размере 3 рубля 74 копейки. Таким образом, можно констатировать высокий индекс прибыльности.

Внутренняя норма рентабельности (IRR) составляет 226,4%. Внутренняя норма рентабельности – это максимальная ставка дисконтирования проекта, при которой стоимость инвестиций равна дисконтированному денежному потоку. Показатель IRR явно выше используемой в проекте ставки дисконтирования, что является еще одним доводом в пользу принятия решения о целесообразности реализации проекта. Кроме того, показатель превышает средние показатели рентабельности по другим видам малого бизнеса и альтернативным вариантам вложения денежных средств.

В целом, все вышеперечисленные показатели эффективности инвестиций проекта являются достаточно высокими и свидетельствуют о целесообразности финансирования и реализации проекта.

11. Приложения

Прибыли-убытки (руб.)

Строка	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Валовый объем продаж	2 477 606,87	3 607 580,63	4 957 874,21	2 827 391,11
Потери				
Налоги с продаж				
Чистый объем продаж	2 477 606,87	3 607 580,63	4 957 874,21	2 827 391,11
Материалы и комплектующие	634 489,66	919 857,76	1 253 534,51	719 425,10
Сдельная зарплата				
Суммарные прямые издержки	634 489,66	919 857,76	1 253 534,51	719 425,10
Валовая прибыль	1 843 117,22	2 687 722,87	3 704 339,69	2 107 966,01
Налог на имущество				
Административные издержки	359 028,62	387 480,88	425 949,63	225 259,18
Производственные издержки	24 760,59	26 722,82	29 375,84	15 535,12
Маркетинговые издержки	37 140,89	40 084,23	44 063,75	23 302,67
Зарплата административного персонала	167 805,02	181 103,22	199 082,98	105 283,03
Зарплата производственного персонала	925 504,94	1 086 619,32	1 194 497,89	631 698,21
Зарплата маркетингового персонала				
Суммарные постоянные издержки	1 514 240,07	1 722 010,47	1 892 970,09	1 001 078,21
Амортизация	302 282,08	307 035,00	307 035,00	153 517,50
Проценты по кредитам	109 380,57	21 895,92		
Суммарные непроизводственные издержки	411 662,66	328 930,92	307 035,00	153 517,50
Другие доходы				
Другие издержки	81 862,00			
Убытки предыдущих периодов		16 464,75	16 464,75	8 232,38
Прибыль до выплаты налога	-164 647,51	636 781,48	1 504 334,60	953 370,29
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль				
Прибыль от курсовой разницы				
Налогооблагаемая прибыль		620 316,73	1 487 869,85	945 137,92
Налог на прибыль		93 047,51	223 180,48	141 770,69
Чистая прибыль	-164 647,51	543 733,97	1 281 154,12	811 599,61

Кэш-фло (руб.)

Строка	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Поступления от продаж	2 477 606,87	3 607 580,63	4 957 874,21	2 827 391,11
Затраты на материалы и комплектующие	642 512,64	921 572,43	1 256 898,97	714 746,47
Затраты на сдельную заработную плату				
Суммарные прямые издержки	642 512,64	921 572,43	1 256 898,97	714 746,47
Общие издержки	420 930,10	454 287,93	499 389,22	264 096,97
Затраты на персонал	814 687,01	944 651,67	1 038 435,82	549 166,35
Суммарные постоянные издержки	1 235 617,11	1 398 939,60	1 537 825,04	813 263,32
Вложения в краткосрочные ценные бумаги				
Доходы по краткосрочным ценным бумагам				
Другие поступления				
Другие выплаты				
Налоги	299 484,96	407 608,12	566 403,36	325 886,71
Кэш-фло от операционной деятельности	299 992,17	879 460,48	1 596 746,84	973 494,61
Затраты на приобретение активов	570 350,00			
Другие издержки подготовительного периода	61 000,00			
Поступления от реализации активов				
Приобретение прав собственности (акций)				
Продажа прав собственности				
Доходы от инвестиционной деятельности				
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-631 350,00			
Собственный (акционерный) капитал				
Займы	856 339,18			
Выплаты в погашение займов	396 713,60	459 625,58		
Выплаты процентов по займам	109 380,57	21 895,92		
Лизинговые платежи				
Выплаты дивидендов				
Кэш-фло от финансовой деятельности	350 245,01	-481 521,50		
Баланс наличности на начало периода		18 887,18	416 826,16	2 013 573,00
Баланс наличности на конец периода	18 887,18	416 826,16	2 013 573,00	2 987 067,60

Баланс (руб.)

Строка	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Денежные средства	18 887,18	416 826,16	2 013 573,00	2 987 067,60
Счета к получению				
Сырье, материалы и комплектующие	5 023,92	5 674,03	8 212,43	8 423,46
Незавершенное производство	2 999,06	4 063,61	4 889,67	
Запасы готовой продукции				
Банковские вклады и ценные бумаги				
Краткосрочные prepaid расходы				
Суммарные текущие активы	26 910,16	426 563,80	2 026 675,10	2 995 491,07
Основные средства	3 070 350,00	3 070 350,00	3 070 350,00	3 070 350,00
Накопленная амортизация	677 282,08	984 317,08	1 291 352,08	1 444 869,58
Остаточная стоимость основных средств:	2 393 067,92	2 086 032,92	1 778 997,92	1 625 480,42
Земля				
Здания и сооружения				
Оборудование	2 393 067,92	2 086 032,92	1 778 997,92	1 625 480,42
Prepaid расходы				
Другие активы				
Инвестиции в основные фонды				
Инвестиции в ценные бумаги				
Имущество в лизинге				
СУММАРНЫЙ АКТИВ	2 419 978,07	2 512 596,72	3 805 673,01	4 620 971,49
Отсроченные налоговые платежи		8 510,26	20 432,43	24 131,29
Краткосрочные займы	459 625,58			
Счета к оплате				
Полученные авансы				
Суммарные краткосрочные обязательства	459 625,58	8 510,26	20 432,43	24 131,29
Долгосрочные займы				
Обыкновенные акции				
Привилегированные акции				
Капитал, внесенный сверх номинала				
Резервные фонды				
Добавочный капитал	2 125 000,00	2 125 000,00	2 125 000,00	2 125 000,00
Нераспределенная прибыль	-164 647,51	379 086,46	1 660 240,59	2 471 840,19
Суммарный собственный капитал	1 960 352,49	2 504 086,46	3 785 240,59	4 596 840,19
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	2 419 978,07	2 512 596,72	3 805 673,01	4 620 971,49

"График погашения кредита"

Строка	1.2011	2.2011	3.2011	4.2011	5.2011	6.2011	7.2011	8.2011	9.2011
Поступление займа	856 339,18								
Выплата процентов			21 655,47	25 671,29	26 230,18	26 720,69	31 865,42	32 484,39	45 737,02
Выплата в счет погашения кредита		12 052,18	11 763,44	11 421,16	11 071,42	10 715,15	10 290,27	9 857,15	9 247,32

"График погашения кредита"

Строка	10.2011	11.2011	12.2011	1.2012	2.2012	3.2012	4.2012	5.2012
Поступление займа								
Выплата процентов	53 130,05	65 851,91	67 367,18	71 460,13	66 310,72	67 554,30	68 817,51	70 098,80
Выплата в счет погашения кредита	8 538,92	7 660,90	6 762,67	5 809,86	4 925,72	4 025,00	3 107,43	2 172,78

"График погашения кредита"

Строка	6.2012	7.2012	8.2012	9.2012	10.2012	11.2012	12.2012	1.2013	2.2013	3.2013
Поступление займа										
Выплата процентов	71 398,35	43 985,77	0,00							
Выплата в счет погашения кредита	1 220,80	634,33								

Таким образом, проект является привлекательным для реализации с точки зрения возврата инвестиций и прибыли.