

Государственное Высшее Учебное Заведение
Запорожский Национальный Университет
Экономико-гуманитарный факультет в г. Мелитополе

Производство тортов "Киевский" предприятием "Сластёна"

Выполнила: студентка 32 группы

сп. менеджмент

Колоней В.В.

Проверила:

Сорока Н.В.

Мелитополь, 2009

Содержание

1. Резюме
2. Характеристика продукции
3. Оценка рынка сбыта
4. Оценка конкурентов
5. Стратегия маркетинга
6. Организационный план
7. Анализ рисков

1. Резюме

Практически каждый любит торты, сладости являются первым товаром, который дарят на праздники и дни рождения, угощают гостей или дарят любимым. Наши торты изготавливаются из качественного сырья, поставщиками которого будут ведущие страны мира, также торты обладают превосходным ароматом и не содержат алкоголя, что позволит полакомиться ими как взрослым, так и детям. В их состав входят орехи фундук, что будет значительным преимуществом перед нашими конкурентами, которые добавляют в торты арахис. Именно по этому я думаю, что торты «Киевский» предприятия «Сластёна» будут пользоваться спросом, а, следовательно, проект будет выгодным.

Мы будем производить торты по средней цене 67 гривен за килограмм, т.е. 34-40 гривен за торт весом 500 грамм, 65- 74 гривны за торт весом 1 килограмм и 90-100 гривен за торт весом 1,5 килограмм (будут производиться преимущественно по индивидуальному заказу клиента). Продукцию планируется продавать в ведущих супермаркетах города, а также мелких магазинах розничной торговли и различных кафе и ресторанах.

Для успешной деятельности предприятия я буду нанимать команду из 20 человек. Средняя заработная плата будет выше прожиточного минимума. Общее количество рабочих часов в неделю не превышает 40.

2. Характеристика продукта

Продуктом предприятия «Сластёна» является торт «Киевский». Рецепт и технология были разработаны в 1956 году. За свою более чем пятидесятилетнюю историю, он стал одним из символов Киева. Торт состоит из двух воздушно-ореховых коржей безе круглой формы с прослойками крема. Поверхность торта украшена различными кремами, боковая поверхность обсыпана ореховой крошкой. В первоначальной рецептуре торта

были использованы индийские орехи кешью. Возможно использование лесного ореха «фундук». Патентом на торговый знак, промышленный образец и способ изготовления торта владеет Кондитерская корпорация Roshen, в которую входит «Киевская кондитерская фабрика им. К.Маркса».

В состав продукта входят: сахар, масло сливочное, орех дробленный, мука пшеничная в/с, молоко сгущенное, белок яичный сухой, какао-порошок, коньяк, пудра ванильная, вино, красители. В 100г продукта содержится (в г): белков - 19,6; жиров - 30,9; углеводов - 58,0. Энергетическая ценность 100г продукта: 543 ккал.

На предприятии «Сластёна» выпускаются торты массой 500 г, 1 кг и 1,5 кг. Диаметр и высота коржей возрастает с увеличением массы изделия.

Возможно различное оформление тортов: стандартное (цветочные орнаменты), к праздникам (к Новому году, 8-му марта, дню рождения, свадьбе) и по индивидуальному заказу.

Стоит, конечно же, отметить уникальные вкусовые качества торта «Киевский». Отличные потребительские свойства обеспечивают современная технология производства и качественное сырье, используемые для производства. Особые вкусовые качества торту придают специальные пищевые добавки, которые используются при изготовлении безе, а так же еще одна фирменная деталь: наше предприятие не кладет арахис в торты. «Хрустящий ингредиент» настоящего «Киевского» — лесной орех (фундук). Главный секрет уникального вкуса «Киевского» торта в «перебродивших» белках. По легенде, именно благодаря халатности кондитера, добавившего в выпечку подгулявшие белки и создался знаменитый городской торт. На предприятии «Сластёна» используют только диетические яйца, не позже трех дней после снесения.

Торт упаковывается в картонную коробку цилиндрической формы. На упаковке содержится эмблема компании «Сластёна» и символ города Киева – каштановая ветвь.

Срок хранения изделия – 72 часа.

Исходя из вышесказанного, потребители могут оценить прекрасные вкусовые качества, оригинальное оформление и оптимальный срок хранения нашего продукта.

3. Оценка рынка сбыта

Сегодня отмечается тенденция приобретения тортов не только к праздникам, но и для повседневного потребления. В этой связи украинский рынок тортов является достаточно перспективным для бизнеса. По данным различных исследований, украинцы тратят на сладости порядка 2,5–3% доходов – этот показатель больше, чем в других странах.

На рынке тортов наблюдается следующая тенденция: этот вид лакомства пользуется наибольшим спросом в крупных городах. При этом горожане склонны покупать торты чаще и меньшими объемами.

Мы предполагаем, что покупателями тортов «Киевский» будут люди самого различного возраста, истинные ценители качественных кондитерских изделий, но наиболее активными потребителями тортов будут семьи, имеющие несовершеннолетних детей, преимущественно жители г. Мелитополя.

Поскольку продукт содержит большое количество калорийных продуктов, не стоит рассчитывать на высокую популярность среди людей, имеющие проблемы с излишним весом, но остальным людям, по-настоящему ценящим вкусные торты, наш продукт придется по вкусу.

4. Оценка конкурентов

Характеристика предприятий, которые изготавливают аналогичную продукцию:

Мелитопольский хлебокомбинат – одно из крупнейших предприятий Мелитополя, производит хлебобулочные и кондитерские мучные изделия.

Мелитопольский цех по выпечке тортов – крупный цех Мелитополя, который занимается выпечкой различных тортов и всевозможных пирожных.

Кондитерская компания "Крем Розет" производит эксклюзивные торты. Созданные по французской рецептуре, эти торты неповторимы по оформлению. Французский декор занимает особое место в создании тортов от "Крем Розет". Поэтому над ними трудятся не только лучшие кондитеры, но и дизайнеры, food-стилисты.

Кондитерская корпорация ROSHEN – крупнейший украинский производитель кондитерских изделий. Около 25% всех отечественных сладостей выпускается на фабриках предприятия – Киевской, Винницкой, Мариупольской и Кременчугской. В ассортименте более 200 видов конфет, шоколада, карамели, печенья, вафель, мармелада и тортов при общем объеме производства более 310 тысяч тонн в год. Всю кондитерскую продукцию фабрики корпорации ROSHEN производят на основе натуральных высококачественных продуктов. Постоянно совершенствуется рецептура, внедряются современные технологии. Такие сладости, как торт "Киевский", шоколад "Чайка", конфеты "Киев вечерний", "Белочка", "Лещина" и другие, известны и любимы во многих странах мира.

Оценка развития производства

Мы планируем привлечь покупателей высоким качеством и изысканным вкусом. Входящие в состав натуральные ингредиенты, придают торту неповторимые вкусовые качества. Огромное преимущество перед другими производителями - одна фирменная деталь: наше предприятие не кладет арахис в торты. «Хрустящий ингредиент» настоящего «Киевского» — лесной орех (фундук). Именно поэтому покупатели не будут разочарованы покупкой. Разработка яркой красочной упаковки даст возможность привлечь внимание покупателя и взять некоторое преимущество у конкурентов. Что касается цены, она установится на уровне конкурентов, т.к. качество продукции будет соответствовать спросу потребителей и будет обусловлена затратами сырья и производственными затратами.

5. Стратегия маркетинга

Главный принцип нашего предприятия: «Сластёна – сладко до последней крошки».

Ценообразование.

При анализе ценообразования будут учитываться:

- себестоимость услуг
- цены конкурентов

При создании предприятия будут установлены цены относительно уровня конкурентов, т.к. это обусловлено высоким качеством продукции и затратами на производство.

Реклама.

Виды рекламы:

- щитовая и наружная реклама: билборды, небольшие рекламные вывески в магазинах и супермаркетах, с которыми мы будем работать.
- газеты, периодические издания
- реклама в супермаркетах «Сильпо», «АТБ» и «Фуршет».

Методы стимулирования конечных покупателей.

Стимулирование покупателей воспринимается ими как "бесплатный подарок" или развлечение. Покупатель (потребитель) имеет возможность выбора среди предложенных ему вариантов стимулирования и безразличен к тому, от кого идет стимулирование - от производителя или торговой сети. Об этом свидетельствуют многочисленные опросы, проведенные агентствами по стимулированию продаж.

Опросы также показали, что потребитель предпочитает такие виды стимулирования, как:

- бесплатные образцы, сопровождающие покупку,
- дополнительное количество товара, предоставляемое бесплатно,
- продажа по сниженным ценам, за которыми с некоторым отрывом следует скидка при повторной покупке.

Мы как начинающее предприятие постараемся максимально учесть все предпочтения покупателей и максимально заинтересовать их в нашей продукции. В магазинах будет действовать гибкая система скидок, заранее обговоренная непосредственно на точках розничной торговли и устанавливаемая самими супермаркетами.

Планируется проведение небольших выставок продукции, на которых покупателям будет предоставлена возможность продегустировать нашу продукцию и оценить ее по высшему разряду. Такого рода выставки будут проводиться непосредственно в супермаркетах для привлечения все большего количества покупателей.

6. Организационный план

Режим работы предприятия.

Предприятие будет работать с 9.00 до 17.00 с понедельника по пятницу без перерывов. Общее количество часов в неделю не превышает нормы.

Организационная структура предприятия.

Предполагается, что на предприятии будет задействовано 20 человека.

Ниже приведена организационная схема предприятия:



Рис. 1 – Организационная структура предприятия «Сластёна».

Исполняемые обязанности:

Директор:

- организует всю работу предприятия;
- несет полную ответственность за его состояние и состояние

трудового коллектива;

- распоряжается имуществом предприятия;
- заключает договора;
- поиск поставщиков материала;
- сбыт продукции (т.е. поиск клиентов);

Главный технолог несет ответственность за:

- выпуск высококачественной продукции;
- механизации и автоматизации производственных процессов;
- соблюдение установленной технологии;
- осуществляет оперативный контроль за ходом производства;
- разрабатывает графики работы;
- организует контроль за качеством поступающего на предприятие

сырья, материалов.

В свою очередь обязанности технологов производственного отдела напрямую связаны с типом оборудования и работы с ним, контроль качества сырья и готовой продукции.

Бухгалтер:

- руководит работой по планированию и экономическому стимулированию на предприятии;
- разрабатывает мероприятия по снижению себестоимости и повышению рентабельности предприятия, улучшению использования производственных фондов, выявлению и использованию резервов на предприятии
- осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами;

- устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Отдел снабжения и отгрузки:

- осуществляет поиск поставщиков и потребителей (точек реализации);
- проводит подробный анализ поставок сырья и материалов, сроков и количества отгрузки готовой продукции;
- следит за выполнением договоров купли-продажи поставщиками и покупателей.

7. Анализ рисков

В ходе функционирования предприятия возможно возникновение таких рисков:

- риск, связанный с производством: сбой производственной линии, поломка оборудования.
- риск, связанный с реализацией товара: поломка транспортного средства.
- риск, связанный с доставкой сырья: несогласованность времени и количества поставок сырья с поставщиками.

Источники возникновения рисков:

- недостаточное изучение рынка сбыта: мы должны точно и четко знать потенциальное количество покупателей в том или ином магазине или супермаркете, чтобы избежать перенасыщения данного рынка.
- недооценка конкурентов: мы должны быть в курсе нововведений у конкурентов в технологическом плане;
- падение спроса на товар.

Меры по сокращению рисков:

- детальное изучение рынка: сбор достоверной информации о потенциальных покупателях и точках реализации;

- анализ финансово-хозяйственной деятельности: четкая постановка задач и стратегии предприятия, рациональное планирование технологического процесса, быстрое реагирование на изменения спроса и предложения на рынке;
- страхование имущества.