**1.Введение**

**1.1.Цель бизнеса.**

Бизнес-план посвящен созданию мини- пекарни в г.Пскове.

Причины выбора данного проекта:

Во-первых, налаживание данного вида производства не требует высокой квалификации специалистов. Обучение персонала производится за несколько дней, что позволяет легко решать проблему с наймом рабочей силы. Кроме того монтаж оборудования также осуществляется за очень короткий период времени (до 1 месяца в зависимости от поставщика оборудования). Причем, как правило, фирма поставляющая оборудование производит, помимо монтажа оборудования, его полную настройку и обучение персонала.

Во-вторых, продукция мини-пекарни пользуется большим спросом. В условиях, когда крупные хлебокомбинаты с трудом справляются с потребностями населения, мини-пекарни все с большим успехом завоевывают долю рынка в этой области, дело в том, что крупные хлебокомбинаты трудно поддаются реконструкции и с большим трудом могут реагировать на изменения в спросе на хлебобулочные изделия. Для крупных предприятий дело осложняется тем, что они не могут обслуживать мелкие булочные, потому что, как правило, комбинаты развозят хлеб своим транспортом, и они стараются найти наиболее крупных заказчиков продукции. Таким образом, мелкие булочные остаются вне сферы их внимания, в то время как мини-пекарни преимущественно стараются поставлять хлеб в близлежащие магазины, и для них не очень важен объем поставок. Задача мини-пекарни в этом вопросе заключается в том, чтобы обеспечить сбыт всей произведенной продукции.

Еще одна особенность мини-пекарен в том, что поскольку все магазины находятся близко от пекарни, хлеб, как правило, поступает в них почти сразу после выпечки, что способствует его хорошей реализации.

**1.2.Резюме**

Хлеб является товаром, который необходим населению города ежедневно. Поэтому в случае возникновения каких-либо перебоев с поставками зерна на мукомольные комбинаты, а следовательно и перебоев с поставками муки на хлебокомбинаты, в решение этой проблемы немедленно вмешивается правительство.

Еще одной очень важной причиной является тот факт, что хлеб - это товар с очень высоким коэффициентом оборачиваемости средств. В силу своих физических характеристик, хлебобулочные изделия должны быть реализованы в течение 24 часов с момента выпечки. По этой причине срок реализации, т.е. промежуток времени с момента отгрузки товара до момента поступления денег на расчетный счет пекарни, ограничивается одной неделей.

Есть еще одна положительная особенность в работе пекарни. Вся произведенная продукция реализовывается через розничную торговую сеть. По действующему законодательству, юридические лица могут производить взаимные расчеты в наличной форме, если сумма не превышает 2 млн.руб. Таким образом, мы можем легко регулировать сумму наличных денег в кассе пекарни, которые будут расходоваться на приобретение оборотных средств, посуды и другого мелкого инструмента для производства, а также для выдачи заработной платы работникам. Такая организация работы поможет избежать ненужных операций, таких как снятие наличных денег с расчетного счета фирмы и внесение остатка кассы на расчетный счет, которые требуют дополнительной оплаты в размере, установленном банком. Данный проект планируется реализовать в форме учреждения Общества с Ограниченной Ответственностью (ООО).

Планируемый объем чистой прибыли в год при достижении производственной мощности будет составлять не менее 173338,32$ и рентабельность порядка 580%. Срок окупаемости проекта будет достигнут через 6 месяцев.

**2.Основная часть**

**2.1.Описание предприятия**

Для осуществления данного проекта у нас заключены договора с мясокомбинатом, сахарным заводом, ООО "Овощевод", ООО "Юг" на поставку нашему предприятию сырья для производства пирогов. В нашем штате имеются квалифицированные и грамотные работники с большим стажем работы в пищевой промышленности.

Первое время ассортимент и объемы производства будут невелики. Но в последствии, по мере завоевания потребителя первое и второе будет расширяться. И только на второй стадии развития производства будет развиваться такой вид услуг, как доставка продукции на дом или в офис.

Предприятие зарегистрировано как общество с ограниченной .У нас три учредителя: директор, бухгалтер, коммерческий директор. Все они являются высококвалифицированными специалистами с большим стажем работы. Рабочие имеют стаж работы в ресторане и на хлебозаводе. Все они отнеслись к идеи создания мини - пекарни с энтузиазмом и полны желания работать для процветания предприятия.

**2.3.Оценка рынка сбыта**

Наша пекарня будет осуществлять выпуск и реализацию выпечки очень высокого качества. По мере роста предприятия мы будем 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 другие клиенты.

Критерии сегментации рынка:

возраст - от 15 до 60 лет

социальная принадлежность - школьники, студенты, служащие, рабочие, пенсионеры.

уровень дохода - средний.

Пекарня находится в районе, где небольшое 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
3. расположения пекарни в оживленном месте
4. приветливости, доброжелательности и порядочности обслуживающего персонала.

**2.4.Конкуренция**

В пятерку наших конкурентов входят:

1. Кафе быстрого питания(около универмага - реализуют чебуреки"). Удаленность 1 км.
2. Пиццерия. Удаленность 2 км.
3. Пончиковая. Удаленность 500 м.

Все они - прямые конкуренты.

В порядке убывающей значимости можно выделить определяющие факторы конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности

Таблица1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Факторы | Пекарня | Конкуренты | | |
| № 1 | № 2 | № 3 |
| Качество | Всегда теплые, свежие, вкусные изделия 1 | Чебуреки не всегда свежие 3 | Пицца не всегда качественная 2 | Пончики вкусные и свежие 1 |
| Местонахождение | 500 м от рынка, очень оживленное место.  2 | Очень оживленное место, в 1 км от пироговой. Рядом с универмагом. 1 | Оживленное место. Расположена в фойе кинотеатра. 1 | Непосредственно на рынке. 2 |
| Уровень цены | Средняя  2 | Низкая 1 | Cредняя 2 | Выше средней  3 |
| Исключительность товаров | Единственный на рынке 1 | Обычный 1 | Распространенный 1 | Обычный  1 |
| Ассортимент | 3 вида 3 | 1 вид 2 | 1 вид 3 | 1 вид 3 |
| Репутация фирмы | Фирма новая | Сомнительная | Средняя | Сомнительная, постоянные клиенты |

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

**2.5.План маркетинга**

На данный момент мы ставим перед собой пять основных целей:

1. Максимально возможная прибыль
2. Обеспечение благосостояния своих рабочих
3. Положение на рынке
4. Максимальная производительность
5. Разработка, производство продукта и обновление технологий
6. Внедрение дополнительных производственных единиц

⇓

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 направленных на увеличение объемов продаж.
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 пироговой реализовывать продукцию со скидкой 50 %.

Стратегия конкурентов не агрессивна. В рекламе не замечены.

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

Реализация рекламы

1. Рекламные объявления
2. Радиореклама
3. Оформление витрины
4. Форменная одежда персонала.

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

**2.6.Производственный план**

Основным сырьем для производства хлебопродуктов является мука, вода, соль и дрожжи. Это те компоненты без которых ничего не получится. Но можно добавлять еще также жир, сахар, сухое молоко, изюм, пряности и многое другое для получения разнообразия вкуса.

После доставки мука хранится на складе. Перед поступлением в пекарню она просеивается на специальной машине. Затем мука попадает в тестомесильные машины, где смешивается с водой и дрожжами, а так же с разными добавками. После тесто перемешается на выдерживание в специальную емкость. Затем тесто поступает на тестоделительную машину, где разделяется на равные куски, после идет на формовку где куски превращаются в шарики. Дальше тесто попадает в тесто закатывающую машину, где из него получаются заготовки батонов, булочек, рогаликов и т.п. Там кусок теста сначала раскатывается валками машины в продолговатый блин, а затем свертывается в рулон. Этот рулон попадает в щель между захватывающим барабаном и формирующим кожухом барабан вращается и катит тесто по кожуху. После этого тесто некоторое время выдерживается в тепле, чтобы оно подошло и стало рыхлым, пористым и мягким. И потом попадает в печь. Перед выпечкой специальный механизм наносит на тесто надрезы. Без которых хлеб, продолжая подниматься в печи, полопается и получится некрасивым, “рваным”. А надрезанное тесто просто слегка расходится по надрезам, и на их месте получаются потом хрустящие гребешки. Выпеченный хлеб раскладывается на лотки и поступает в торговый зал.

Схема технологического маршрута изготовления хлебобулочных изделий:

(1)→(2)→(3)→(4)→(5)→(6)→(7)→(8)→(9)→(10)

1. Просеивание муки
2. Замешивание теста
3. Выдержка теста
4. Разделка теста на равные куски
5. Подготовка теста к тесто закатывающей машине
6. Формирование формы изделия
7. Выдержка заготовки
8. Нанесение надрезов
9. Выпечка
10. Раскладывание на лотки

**Выбор оборудования для мини-пекарни**

На рынке страны сейчас очень большой ассортимент предложений по продаже пекарного оборудования. Чтобы сделать правильный выбор при покупке оборудования, необходима помощь специалистов, которые не один год работают в этой области и имеют большой опыт.

Поэтому мы обратились в фирму “Нива” г. Москва, которая занимается консультационными услугами, помощью в приобретении оборудования для выпечки хлеба, обучением персонала пекарен, продажей полных пакетов документации по выпечке хлебобулочных изделий.

В результате анализа различных видов оборудования, как отечественного, так и зарубежного производства, и авторитетного мнения консультантов фирмы “Нива” был сделан вывод, что оборудование, которое часто рекламируется в различных средствах массовой информации, не соответствует указываемым в рекламе характеристикам. Так, например, оборудование фирмы “дока-хлеб”, по убеждению специалистов фирмы “Нива”, не способно давать высокой прибыли. Кроме того, фирма “дока-хлеб” фактически не производит консультационных услуг, наладки оборудования и обучения специалистов. В результате чего, после покупки этого оборудования приходится обращаться в другие фирмы, чтобы начать производство на должном уровне. В фирму “Нива” часто обращались с такой просьбой, и почти во всех случаях их специалисты были бессильны что-либо изменить, так как это оборудование разработано на очень низком уровне.

По совету специалистов фирмы “Нива” было принято решение, что оборудование будет приобретено в совместное предприятие “Синдика-Курал”. Стоимость этого оборудования 69,000 $. Выбор был сделан в пользу этой фирмы, так как при сравнительно невысоких ценах, это оборудование позволяет производить до 5000 батонов за восьмичасовую смену, что значительно выше, чем производительность аналогичного оборудования такой же стоимостью. В стоимость также входит весь спектр услуг и работ, связанных с его монтажом, пуском, наладкой и обучением персонала. Кроме того, в эту сумму входят гарантийное обслуживание оборудования в течение одного года и бесплатная замена запасных частей на этот период времени.

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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**2.7. Организационный план**

Штат пекарни должен состоять из следующих должностей:

1) коммерческий директор;

2) заведующий производством;

3) бухгалтер;

4) пекарь;

5) разнорабочий;

6) водитель.

Коммерческий директор занимается вопросами реализации продукции. В его обязанности входит заключение договоров с розничной торговой сетью, контроль за расчетами с магазинами.

В обязанности заведующего производством входит обеспечение бесперебойной работы пекарни. Для этого необходима своевременная доставка комплектующих для приготовления теста. Кроме того зав.производством следит за техническим состоянием оборудования и должен своевременно приглашать специалистов для его технического обслуживания.

Пекари занимаются непосредственной выпечкой хлебобулочных изделий.

Разнорабочие выполняют вспомогательную работу, такую как разгрузка муки, сахара и других составляющих теста, погрузка хлеба в машину для отправки в магазины, мелкие наладочные работы, уборка помещения и другую необходимую работу.

В обязанности водителя входит доставка готовой продукции в магазины, с которыми заключены договора на поставку. Также он имеет право получать наличные деньги за реализованную продукцию в магазинах

В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью с уставным капиталом 150 тыс. рублей. У нас три учредителя: директор, бухгалтер, технолог с равной долей в уставном капитале. Форма собственности - частная.

**Организационная схема управления пекарни**

|  |  |
| --- | --- |
| Директор | |
|  | |
| Бухгалтер |  | | Заведующий производством | |  | пекарь |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| разнорабочий |  | водитель |

**3.Расчетная часть**

**Перечень необходимого оборудования**

Таблица 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Наименование | Характеристики | Суммарная |
|  | оборудования |  | Стоимость руб |
| 1 | Электропечь | 8 кв.м | 25000 |
| 2 | Набор запасных частей |  | 1500 |
| 3 | Элеватор | 80 л. | 18000 |
| 4 | Спиральная месильная | 80 л. | 5000 |
|  | машина |  |  |
| 5 | Тестоделитель |  | 6000 |
| 6 | Раскатывающая машина | 50 см (ширина) | 8000 |
| 7 | Эмульгатор |  | 7000 |
| 8 | Набор инструмента |  | 5000 |
|  | Итого |  | 75500 |

Планируемый срок использования оборудования будет составлять 5 лет.

**Общая площадь помещений**

Таблица 3

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Склад муки | 20 м2 |
| 2. Склад готовой продукции | 8 м2 |
| 3. Склад сырья | 6 м2 |
| 4. Пекарня | 63 м2 |
| Итого: общая площадь помещений | 97 м2 |

**3.1. Финансовый план.**

**Общие вопросы организации производства**

Очевидно, что для наиболее быстрой окупаемости затрат и получения максимальной прибыли необходимо более интенсивное использование оборудования.

Поэтому мы остановимся на сменной работе без выходных и праздников. Продолжительность одной смены 8 часов. Для такой работы потребуется три смены работников, которые будут выходить на работу по скользящему графику. Данные с основными характеристиками производства приведены в таблице :

Таблица 4

### Основные характеристики производства

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Величина** |
| Количество рабочих смен | 3 |
| Продолжительность рабочей смены, час | 8 |
| Количество смен за рабочий день | 2 |
| Количество рабочих дней в месяц | 30 |
| Количество хлеба, выпекаемого за смену, батон | 5000 |
| Масса батона, кг | 0,4 |
| **Итого количество продукции в месяц, тонн** | 120 |

**Капитальные затраты**

Стоимость выбранного нами оборудования составляет 75500 руб. Данный комплект оборудования включает в себя все необходимые элементы для выпечки хлеба. Сюда входит оборудование пекарни (от тестомесильной машины до печей), оборудование для хранения, разделывания и обработки теста (столы, шкафы, полки), мелкие инструменты, такие как ножи, скребки, щетки, посуда для приготовления теста, другими словами купленного комплекта оборудования будет достаточно, чтобы начать производство продукции.

Однако, кроме оборудования для производства хлебобулочных изделий, которые относятся к пищевым продуктам, необходимо получение сертификата качества и разрешения на производственную деятельность. Для получения такого разрешения сначала нужно иметь гигиенический сертификат на продукцию.

Уже известная нам фирма “Нива” занимается продажей полных пакетов документации для производства хлеба. Он включает в себя гигиенический сертификат, полное описание технического процесса по выпечке хлеба, рецептуру приготовления теста, а также дополнительные рекомендации по использованию улутшителя “Экетра”, который производится фирмой “Нива” и является необходимым составляющим для приготовления хлеба “Нива”. Стоимость такого пакета документации составляет **5000 руб.**

После приобретения гигиенического сертификата, необходимо получить сертификат соответствия нашей продукции нормам, указанным в гигиеническом сертификате. Для этого нужно изготовить образцы продукции, которые отдаются на экспертизу в одну из экспериментальных лабораторий Москвы. В нашем случае это была фирма “РосТест”, которая выдала сертификат качества на нашу продукцию.

Однако процедуру подтверждения сертификата необходимо повторять не реже одного раза в квартал.

Таблица 5

### Расчет капитальных затрат

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Статья расходов** | Число позиций, шт | **Стоимость за 1 шт., руб** | **Суммарная стоимость, руб** |
| **Оборудование:**  Полный комплект оборудования | **1** | 75500 | 75500 |
| **Прочие расходы**:  Приобретение пакета  Документации | **1** | **5000** | **5000** |
| ИТОГО стоимость основных фондов «Фо» | | | **80500** |

**Расчет затрат на сырье**

В документации на хлеб приводится таблица затрат различных составляющих для приготовления 1 тонны готовой продукции на основании которой был произведен расчет стоимости сырья для производства такого количества хлеба.

Таблица 6

**Расчет затрат на сырье**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид сырья** | **Стоимость 1 кг сырья,руб** |
| Мука пшеничная в/с | 30 |
| Дрожжи пресованные | 40 |
| Соль | 15 |
| Сахар | 40 |
| Маргарин | 30 |
| Улучшитель «Экстра» | 15 |
| Всего | **170** |

**Произведем расчет себестоимости продукции**.

Весь расчет приведен в таблице 7

Таблица 7

**Текущие затраты**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья расходов** | **Количество** | | **Затраты на ед., руб** | **Суммарные затраты на 1 мес, руб** | |
| **Заработная плата персонала:** | | | |  | |
| Коммерческий директор | 1 | | 30000 | 30000 | |
| Заведующий производством | 1 | | 25000 | 25000 | |
| Бухгалтер | 1 | | 27000 | 27000 | |
| Пекарь | 12 | | 22000 | 22000 | |
| Разнорабочий | 9 | | 20000 | 20000 | |
| Водитель | 3 | | 25000 | 25000 | |
| ИТОГО фонд заработной платы «Фзп» | | | | **149000** | |
| **Налоговые отчисления от «Фзп»:** | | | | | |
| Единый социальный налог « ЕСН» | Фзп | | 0,34 | 50660 | |
|  |  | |  |  | |
| ИТОГО налоговые отчисления из Фзп «Нфзп» | | | | **89400** | |
| **Статья расходов** | **Количество** | **Затраты на ед руб в месяц** | | | **Суммарные затраты, руб** |
| Амортизация основных фондов «Амфо» | Фо | 1.67 | | | 1260.85 |
| Налог на имущество «Ним» | Фо | 0,183 | | | 138,17 |
| Стоимость сырья | 120 | 170 | | | **20400** |
| Расходы на автомашину (бензин, ремонт) |  | | | | 15000 |
| Электроэнергия «Э» | 20000 |
| Плата за аренду помещения «Ап» | 50000 |
| Плата за аренду автомашины «Ам» | 10000 |
| Ежеквартальное подтверждение сертификата качества | | | | | 6000 |
| Непредвиденные расходы |  | | | | 5000 |
| **ИТОГО Себестоимость реализованной продукции «Сп»** | | | | | **127167.27** |

Основная составляющая текущих затрат - это заработная плата работников пекарни. Исходя из расчета приведенного в **таблице 7** общий фонд заработной платы в месяц составляет: Фзп = **149000 руб**

От фонда заработной платы производятся начисления налогов на заработную плату:

1. в пенсионный фонд «Нпф»;

2. единый социальный налог «ЕСН»

В сумме эти налоги составляют 34%. Таким образом, налоговые отчисления из фонда заработной платы:

**Нфзп = 149000 \* 34 =** 50660 **руб**

Помимо заработной платы есть и другие статьи расходов, входящих в текущие затраты.

Амортизация основных фондов служит для учета износа оборудования.   
Она рассчитывается как 20% в год от стоимости оборудования. В месяц мы   
получаем 1.67%, что при стоимости основных средств в 75500 составляет 1260.85руб.

Помимо амортизации предприятие обязано платить налог на имущество в сумме 2,2% годовых. В месяц это получается 0,183% от стоимости имущества, т.е. 138,17 руб.

Еще одной большой статьей расхода является стоимость сырья. Из таблицы 6 видно, что для производства 1 кг продукции необходимо сырье общей стоимостью **170 руб** . В нашем случае при производстве 5000 батонов в смену массой 0.4 кг, в месяц получается объем производства равный :

**5000 \* 0.4 \* 2 \* 30 = 120000 кг**

Стоимость сырья для производства такого количества хлеба:

**120 \*170 = 20400**

Далее необходимо учесть расходы на арендуемую автомашину. Сюда входят стоимость бензина, замены масел, мелкий и крупных ремонт автомашины, замены резины и других запчастей, изнашивающихся в процессе эксплуатации.

Сюда не входят расходы на аренду автомашины, которые выплачиваются ее владельцу в размере 10000 руб в месяц.

Аренда помещения, в котором будет располагаться пекарня, стоит 50000 в месяц.

Кроме этого будут расходы на электроэнергию. При двух сменной работе пекарни это будет около 20000 руб в месяц.

К ежемесячным расходам следует отнести затраты на обновление сертификата качества. Как уже упоминалось, анализы продукции необходимо производить 1 раз в квартал. Стоимость исследований составляет 6000. Таким образом в месяц на эти цели будет расходоваться:

**6000/3 =2000руб**

Сложив все статьи расходов мы получаем, что в месяц наши затраты будут составлять: Сп = **127167.27руб**

**Расчет выручки продукции**

Отпускная цена батона устанавливается на среднем уровне Пскова и составляет 20 руб.

При объеме производства 5000 батонов за смену и двухсменной работе пекарни, месячная выручка будет составлять:

Врп = 5000 \* 2 \* 30 \* 20 = 6000000 руб

Расчет приведен в таблице 8

Таблица 8

## Расчет выручки от реализации продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **Количество, батоны** | **Цена, USD** | **Сумма в USD** |
| Выручка от реализации продукции «Врп» | 300000 | 20 | 6000000 |

**Прибыль от реализации продукции**

Таблица 9

Расчет прибыли

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | **Сумма в руб** |
| Прибыль валовая Пв = Врп – Срп | 5872832.73 |
| Налог на нужды образования 1% от Фзп | 490 |
| Налогооблагаемая прибыль «Пнал» | 5871342.73 |
| Налог на прибыль 24% от Пнал «Нприб» | 1409122.25 |
| Остаточная (чистая) прибыль По = Пнал – Нприб | 4462220.48 |

Расчет чистой прибыли приведен в таблице 9. Валовая прибыль рассчитывается, как разница между выручкой и себестоимостью продукции:

**Пв = Врп - Сри =** 6000000-127167.27=5872832.73

По действующему законодательству предприятие обязано производить отчисления на нужды образования. Базой для начисления этого налога является фонд заработной платы, а ставка налога составляет 1%. Таким образом сумма к отчислению составляет:

**Ноб = 149000 \* 0.01= 1490 руб**

Этот налог платится из валовой прибыли и уменьшает тем самым налогооблагаемую прибыль. Она равна:

**Пнал = Пв - Ноб =** 5872832.73-**1490=5871342.73**

Так как производственная деятельность облагается налогом на прибыль 24%, то налог на прибыль:

**Нприб = 5871342.73\*0,24=1409122.25**

Отсюда остаточная прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия составляет:

По = Пиал - Нприб = **5871342.73-1409122.25=4462220.48**

Эту прибыль предприятие может использовать на любые нужды. Например, можно расширять производство или возвращать проценты по кредиту, взятому на покупку оборудования. Также можно будет приобрести автомашину для доставки хлеба и сырья в пекарню, чтобы уменьшить текущие затраты. .

**Расчет основных показателей эффективности вложений.**

Главный критерий, по которому предприятие определяет приоритет того или иного направления деятельности, это срок окупаемости.

Все предыдущие расходы были подготовительным этапом для проведения расчета этого показателя.

Помимо этого есть еще ряд показателей, характеризующих производство и показывающих, насколько оно эффективно с точки зрения рентабельности. Эти показатели приведены в таблице 4.7 Приложение 3. Рассмотрим их экономический смысл.

Показатель рентабельности продукции характеризует качество использования оборотных средств и показывает, сколько рублей чистой прибыли дает один рубль оборотных средств. В нашем случае этот показатель принимает вид:

**Рп = По / Сп =** 4462220.48 **/127167.27 = 35.08**

Два других показателя характеризуют качество использования основных производственных фондов.

Первый - фондоотдача - показывает сколько товарной продукции в стоимостном выражении производится основными фондами стоимость 1 рубль.

**fo = Врп / Фо = 6000000/**75500**=79.5**

Это значит, что каждый рубль основных средств производства приносит прибыль 0.86 рубля.

Следующий показатель характеризует товарную продукцию. Он показывает, сколько затрат вложено в 1 рубль товарной продукции.

**3т = Сп/Врп = 127167.27/6000000=0.02**

Несмотря на большое количество вспомогательных показателей, основным тем не менее остается показатель срока окупаемости инвестиций. для его расчета используется итерационная формула, которая рассчитывает разницу между финансовым результатом и инвестициями, до тех пор, пока результат не превысит затраты.

**Оценка эффективности вложений**

Основные показатели, характеризующие рентабельность продукции, фондоотдачу, фондовооруженность и затраты на рубль товарной продукции отображены в таблице 10

## Расчет показателей эффективности производства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатель** | Формула расчета | **Величина** |
| Рентабельность продукции | Рп = По/Сп | **35.08** |
| Фондоотдача | Fо = Врп/Фо | **79.5** |
| Затраты на руб. товарной продукции | Зт = Сп/Врп | **0.02** |

**3.3. Экологические последствия реализации проекта**

Функционирование мини-пекарни предполагает определенную экологическую нагрузку на окружающую среду:

• расход электроэнергии на работу оборудования и освещение помещения;

• потребление горюче-смазочных материалов при транспортировке сырья и готовой продукции;

• необходимость утилизации отходов производства.

Рассматривая экологические последствия реализации проекта можно отметить, что технические характеристики оборудования и особенности технологического цикла позволяют уменьшить энергозатраты на единицу продукции в сравнении с более крупными производствами и, тем самым снизить потребление энергии, необходимое для обеспечения города хлебобулочными изделиями

Относительно небольшие объемы производства допускают сбыт на небольшой территории в непосредственной близости от пекарни, снижая неблагоприятный эффект эксплуатации транспорта.

Отходами производства является исключительно упаковочные материалы от получаемого сырья (бумага, картон), которые подлежат вторичной утилизации средствами соответствующей городской инфраструктуры.

Оценивая комплексный экологический эффект от реализации проекта, можно ожидать некоторого снижения нагрузки на окружающую среду по отрасли в целом за счет уменьшения энергозатрат на единицу продукции и оптимизации транспортной схемы сбыта.

##### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При всем многообразии форм бизнеса существуют основы, обязательные практически для всех областей коммерческой деятельности, для разных предприятий и организаций, опора на которые необходима для того, чтобы своевременно подготовиться к возможным неожиданностям и устранить потенциальные трудности, опасности и тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Планомерная разработка стратегии и тактики производственно- хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В рыночной экономике бизнес-план является исключительно эффективным рабочим инструментом как для вновь создаваемых, так и для действующих компаний во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план побуждает менеджера тщательно изучить каждый элемент предполагаемого рискового рыночного мероприятия. Практически всегда в этом процессе обнаружится немало слабых мест и пробелов, устранению которых нельзя не уделить внимания.

Цель разработки бизнес-плана – спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и наличием необходимых ресурсов. Бизнес-план помогает менеджеру решать следующие основные проблемы:

* определить конкретные направления деятельности предприятия, его целевые рынки и место на этих рынках;
* сформулировать долговременные и краткосрочные цели бизнеса, стратегию и тактику их достижения, а также определить круг лиц, ответственных за реализацию намеченного;
* зафиксировать состав и показатели товаров и услуг, которые будут предложены потребителям, оценить соответствующие производственные и торговые издержки;
* выявить соответствие имеющегося персонала предприятия предъявляемым требованиям;
* определить систему маркетинговых мероприятий по исследованию рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.
* оптимизировать организационную структуру управления;
* оценить финансовое положение предприятия и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей;
* выявить те трудности, которые способны помешать выполнению бизнес-плана, и наметить меры по их устранению.

Планирование бизнеса обеспечивает немало выгод. Оно, в частности:

* побуждает менеджмент тщательно изучить перспективы развития бизнеса;
* позволяет обеспечить четкую координацию всех усилий по достижению поставленных целей;
* заставляет руководителей точно определить цели бизнеса и пути их достижения;
* делает предприятие намного более подготовленным к внезапным изменениям рыночной ситуации;
* четко формализует обязанности и ответственность всех руководителей предприятия.

Тщательно подготовленный и составленный план бизнеса открывает перспективу его развития, то есть отвечает на самый важный вопрос: стоит ли вкладывать силы и средства в это дело, принесет ли оно такую прибыль, которая окупит все затраты.

Потребность в бизнес-планировании имеет место в условиях рынка всегда, но чаще при решении таких задач, как:

* подготовка материалов, необходимых для получения кредитов;
* осуществление реинжениринга бизнеса на принципиально новой основе;
* обоснование предложений по приватизации государственных предприятий;
* открытие нового бизнеса, определение его профиля, внедрение новых видов, направлений и способов осуществления коммерческих операций;
* составление проспектов эмиссии ценных бумаг (акций и облигаций) компании;
* выход на внешний рынок;
* привлечение инвестиций для целей дальнейшего развития.

В зависимости от направленности и масштабов задуманного объем работ по формированию плана способен изменяться в большом диапазоне, степень его детализации весьма различна. Когда в плане требуется менее объемная проработка, часть разделов может вообще отсутствовать. Когда же план предстоит разрабатывать в полном объеме, проводя для этого трудоемкие и сложные маркетинговые исследования, он должен быть полным.

Бизнес-план стал принципиально новым для российской экономики документом. Основной целью его разработки выступает планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями приобретения необходимых ресурсов. Но важны и другие цели, в частности: уточнение степени реальности достижения намеченных результатов; доказательство целесообразности реорганизации бизнеса или создания нового; убеждение персонала компании в реальности достижения качественных и количественных показателей, намеченных в плане и т.д.

В современной практике бизнес-план призван выполнять следующие функции:

* использование его для разработки стратегии бизнеса;
* формирование и реализация плановых программ, позволяющих оценить потенциал развития нового направления деятельности, контролировать процессы, протекающие в рамках бизнеса;
* привлечение извне денежных средств для целей развития, реинжиниринга бизнеса;
* привлечение к реализации планов бизнеса партнеров, которые способны вложить в него собственный капитал или имеющуюся у них технологию.

В плане оценивается перспективная ситуация как внутри организации, так и вне ее. Он объективно необходим руководству организации для ориентации в условиях акционерной собственности, поскольку именно при помощи бизнес-плана управляющие принимают решение об эмиссии акций и использовании эмиссионного дохода. Бизнес-план используется и при обосновании мероприятий по совершенствованию и развитию организационной структуры фирмы, в частности, для обоснования уровня централизации управления и ответственности сотрудников. Данный план помогает и координации деятельности партнеров, связанных кооперированием и изготовлением одинаковых и взаимодополняющих продуктов.

Но не следует рассматривать уже составленный бизнес-план как образец. В условиях нашей экономики может быть потеряна актуальность конкретной разработки в силу использования жестко зафиксированных параметров, утративших свою информативность. Бизнес-планирование позволяет готовить новые варианты поведения бизнеса на основе проанализированных сценариев. При этом бизнес-план открывает возможность отслеживать ситуацию за любой промежуток времени.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабаева З.Д. Бухгалтерский учет финансово-хозяйственной деятельности организаций. – М.: Финансы и статистика, 2006, 544 с.

# **Баринов В.А.** Бизнес-планирование. – М.: Форум, 2006, **272 с.**

1. Бекетова О.Н., Найденков В.И. Бизнес-план. Теория и практика. – М.: Приор, 2007, **288 с.**

# Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Инфра-М, 2007, **215 с.**

1. Буров В. и др. Бизнес-план фирмы. Теория и практика. – М.: Инфра-М, 2006, 192 с.
2. Ванхорн Д., Вахович Д. Основы финансового менеджмента. – М.: Вильямс, 2006, 1232 с.
3. Вест А. Бизнес-план. – М.: Проспект, 2005, 232 с.

# Войтоловский Н.В., Калинина А.П, Мазурова И.И. Экономический анализ: Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации. – М.: Высшее образование, 2006, 513 с.

# Гиляровская Л.Т., Ендовицкий Д.А., Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Велби, Проспект, 2006, 360 с.

# Глазов М.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Андреевский издательский дом, 2006, 448 с.

# Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Проспект, 2006, 424 с.

1. Кольцова И.В., Рябых Д.А. Практика финансовой диагностики и оценки проектов. – М.: Вильямс, 2007, 416 с.
2. Крутякова Ю.А., Юсупова С.Р. Бизнес-планирование. – М.: Проспект, 2006, 352 с.
3. Кузнецова С.Ю. Комментарий к плану счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению. – М.: Экзамен, 2006, 367 с.

# Любушин Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Юнити-Дана, 2005, 448 с.

1. Маниловский Р.Г. Бизнес-план. Методические материалы. - М.: Финансы и статистика, 2004, 256 с.
2. Молибог Т.А., Молибог Ю.И. Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. – М.: Владос, 2005, 383

# Новый план счетов бухгалтерского учета, финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению. – М.: Элит-2000, 2006, **104 с.**

# Омельченко И.Н., Кузнецов А.И. Технология бизнес-планирования. – М.: МГТУ им. Баумана, 2005, 192 с.

1. Петров К.Н. Как разработать бизнес-план. – М.: Вильямс, 2006, 336 с.

# План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К0, 2006, 148 с.

1. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Академия, 2004, 336 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. – М.: Инфра-М, 2006, 288 с.
3. Савицкая Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности. – М.: Инфра-М, 2007, 384 с.
4. Савицкая Г.В. Теория анализа хозяйственной деятельности. – М.: Инфра-М, 2006, 281 с.

# Сергеев А.А. Экономические основы бизнес-планирования. – М.: Юнити-Дана, 2004, 462 с.

1. Ушаков И.И. Бизнес-план. – СПб.: Питер, 2007, 224 с.

# Черногорский С.А. Примеры бухгалтерских проводок: Практ. пособие по бухгалтерскому и налоговому учету финансово-хозяйственной деятельности организаций. – СПб.: Герда, 2006, 336 с.

1. Чернышева Ю.Г. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – Ростов-н-Д, 2005, 284 с.
2. Черняк В.З., Черняк А.В., Довдиенко И.В. Бизнес-планирование. - М.: РДЛ, 2005, **272 с.**
3. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К0, 2006, 352 с.
4. Шаш Н. Бизнес-план предприятия. – М.: Гросс-Медиа, 2006, 320 с.

# Шеремет Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – М.: Риор, 2007, 256 с.

# Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности / Под ред. М.В.Мельник. – М.: Экономистъ, 2004, **320 с.**