**СОДЕРЖАНИЕ**

1 РЕЗЮМЕ

2 АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

3 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

4 ПЛАН МАРКЕТИНГА

5 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

6 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

**1 РЕЗЮМЕ**

Название предприятия: ООО «ПИЦЦЕРИЯ».

Руководители предприятия: коммерческий директор и его заместитель.

По виду и назначению фирма является производственной. По форме собственности имущество предприятия частное. По количеству собственников наша фирма является коллективной. Коллективному предпринимательству соответствует собственность, принадлежащая одновременно нескольким субъектам с определением долей каждого из них. Управляющий имеет долю собственности в 52%, в то время как заместитель управляющего – 48%. Уставный капитал формируется за счет собственных и заемных средств. Сумма собственного капитала составляет 174441,2 руб. (коммерческий директор вносит 90709,4 руб., а его заместитель - 83731,8 руб.). Также планируется взять долгосрочный банковский кредит в 100000 руб.

При данной форме владельцы предприятия самостоятельно ведут дела в собственных интересах. Они управляют фирмой, получают всю прибыль (в соответствии с долей в уставном капитале), несут персональную ответственность по всем ее обязательствам.

Собственники фирмы имеют право найма и увольнения работников, заключают договоры, контракты. Преимущества коллективно-предпринимательской фирмы состоит в простоте ее организации, управления, в свободе действий, в достаточно сильной экономической мотивации. Недостатки такой фирмы – ограниченность финансовых и материальных ресурсов, отсутствие развитой системы внутренней специализации производства и управления, неограниченная ответственность.

Миссия фирмы – удовлетворение потребностей населения города и его гостей в быстром и недорогом питании.

Персонал фирмы: 6 человек:

1. Административный персонал: коммерческий директор, заместитель коммерческого директора, главный бухгалтер.

2. Производственный персонал: пекарь, разнорабочий, продавец-кассир.

Выпускаемая продукция: пиццы различных видов и массы.

Основные потребители: население и организации города Орска Оренбургской области.

Краткое описание проекта.

ООО «ПИЦЦЕРИЯ» предлагает проект организации пиццерии по выпуску пицц, отличающихся своими превосходными вкусовыми свойствами и лучшим соотношением качества и цены. В стоимость проекта (274441,2 руб.) входят комплект оборудования, отличающийся высоким качеством при сравнительно невысокой цене, комплект документации (6000 руб.) для организации выпуска пицц.

Для организации работы пиццерии требуются незначительные производственные площади и небольшой коллектив (6 человек), что положительно отличает нашу пиццерию от крупных компаний. Небольшой масштаб нашей фирмы позволяет мобильнее работать на рынке, быстро реагируя на его изменения. Данный проект является высокорентабельным (40 %). Теперь у жителей города Орска есть шанс попробовать настоящую пиццу. Но это осуществиться в том случае, если банк окажет доверие нашей фирме и предоставит кредит в размере 100000 рублей.

Цели проекта:

1. Развитие бизнеса путем реализации инвестиционного проекта организации новой пиццерии для наиболее полного обеспечения населения и организаций города Орска быстрым, недорогим, качественным питанием.

Общая стоимость проекта – 274441,2 рубля.

2. Стабилизация экономического положения в городе путем создания новых рабочих мест и налоговых отчислений в бюджет.

3. Рассмотрение практической возможности организации пиццерии.

4. Обоснование прибыльности и определение эффективности организации пиццерии.

5. Доказательство возможности возврата кредитных ресурсов на заданных условиях и в фиксированные сроки кредитования.

6. Увеличение объема продажи пицц, разработка новых видов.

7. Получение прибыли, достаточной для своевременного погашения кредитных средств и образования финансовых резервов с целью повышения уровня ликвидности фирмы.

Задачи:

1. Приобретение в долгосрочную аренду здания площадью 40 м2 по адресу: г. Орск, ул. Краматорская 22 .

2. Благоустройство прилегающей территории.

3. Приобретение необходимых основных производственных и непроизводственных фондов.

4. Привлечение на предприятие трудового персонала.

5. Закупка сырья для производства продукции.

6. Оформление документов, необходимых для начала производственной деятельности.

7. Предоставление информации населению об открытии фирмы и предоставляемых ею услугах.

8. Решение организационных и оперативных вопросов и задач, связанных с достижением максимальной эффективности в реализации пицц.

Стратегия реализации проекта.

Для достижения поставленных целей и задач предлагается следующая стратегия реализации проекта:

1. Проведение необходимых согласований.

2. Разработка бизнес-плана.

3. Определение инвесторов.

4. Финансирование.

5. Реализация выбранной стратегии и тактики маркетинга.

6. Разработка проектно-сметной документации и архитектурно-планировочных решений.

7. Приобретение в аренду объекта.

8. Ввод в эксплуатацию и обслуживание объекта.

9. Кредитные ресурсы направляются на закупку оборудования, необходимого для производства пицц и оплату первой партии сырья поставщику.

10. Заключение договоров с предприятиями, приобретающими пиццу для своих сотрудников.

Сырье и поставки:

Планируемые поставщики сырья - предприятия ОАО «Орский хлебокомбинат» и ООО «Каравай», а также магазин оптовой торговли.

Средняя стоимость одного килограмма сырья: 29,11 рублей.

Средняя стоимость одного килограмма пиццы: 108 рублей.

Потребность в инвестициях:

Необходимая сумма инвестиций - 100000 рублей.

Форма инвестиций – долгосрочный кредит.

Ставка кредитования – 16 % годовых в валюте проекта.

Предполагаемые источники финансирования – банки, страховые компании, инвестиционные фонды, частные инвесторы.

Направление инвестиций: закупка оборудования, необходимого для производства пицц и их последующей реализации; создание необходимых запасов сырья для приготовления пицц; первоначальная плата за аренду помещения.

Использование капитала:

Заемный, инвестиционный и собственный капитал используется следующим образом:

1. Стоимость аренды объекта для организации пиццерии: 6000 руб./мес.

2. Закупка и монтаж оборудования: 237875,7 руб.

3. Закупка сырья: 29,11руб. \* 1050 кг = 30565,5 руб.

Финансовое обеспечение:

В качестве обеспечения проекта рассматриваются:

1. Залог оборудования.

2. Поручительства третьих лиц.

По предложениям кредиторов могут рассматриваться дополнительные варианты финансового обеспечения проекта.

Основные финансовые показатели:

Объем продаж в месяц: 1050 кг.

Себестоимость единицы продукции: 77,2 руб./кг.

Прибыль в месяц: 28140 руб.

Точка безубыточности: 578 шт./мес.

# 2 АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

Покупатели.

За время разработки настоящего бизнес-плана нами проведен анализ потенциальных потребителей продукта. Потребителями нашей продукции являются:

1) Население города Орска - 62 % от работающего населения.

2) Предприятия, организации и учреждения города Орска.

3) Оптовые покупатели (перспектива).

Продукт находит спрос постоянно, т.к. ситуация с обеспечением населения быстрой, доступной и горячей едой не удовлетворяется в полном объеме. Поэтому продукт покупается постоянно и регулярно. Предложение продукта (пицц) наиболее привлекательно для потребителя, и он готов платить за эту услугу. На основании этого можно сделать вывод о целесообразности организации пиццерии в городе Орске.

Конкуренты.

Производство пицц не требует довольно больших цехов со специальным оборудованием. Поэтому введение в оборот новых производственных мощностей занимает мало времени. По этой причине на рынке услуг по предоставлению быстрого питания могут находиться потенциальные конкуренты. Но этим вновь образовавшимся фирмам придется выходить на старый рынок (рынок нашей фирмы), да еще и предлагая такой же товар. Поэтому продвижение их товаров будет затруднено в нашем небольшом городе.

Также нашими конкурентами могут являться различные кафе города, но они предлагают другое меню и их местоположение и статус в совокупности с высокой ценой не привлекают большого числа клиентов. В отличие от них, наша фирма прежде всего ориентирована на широкие слои населения, а расположение в центре города призвано удовлетворить потребности большего числа клиентов разного социального положения.

Можно отнести к конкурентам и отдельные торговые точки, реализующие замороженные пиццы. Но эта продукция отличается завышенной ценой (в нее входят затраты на транспортировку и надежную красивую упаковку). Наша фирма будет реализовывать свой товар на месте, следовательно, цена единицы продукции будет существенно ниже. Пицца будет предлагаться к продаже в горячем виде (что не сравнится с замороженной), разными порциями и в широком ассортименте.

Продукция, предлагаемая конкурентами, не имеет того уровня сервиса и условий производства как наши пиццы по соотношению «цена – услуги – качество».

В процессе развития фирмы будут предоставляться новые услуги: доставка пиццы на дом, открытие новых точек реализации продукции, в том числе за чертой города.

Все это в дополнение к высокому качеству обслуживания позволяет нашей фирме занимать лидирующее положение на рынке.

Для повышения конкурентоспособности фирмы необходимо:

1. Приобретение профессионализма.

2. Стремление к лидерству.

3. Совершенствование качества товара.

Сегменты рынка.

На основании статистических данных разработчиками проведена сегментация рынка по следующим признакам:

Таблица 1

**Сегментация рынка**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Доход на душу населения: | |
| до 1000 руб. | 5,80 % |
| 1000 - 3000 руб. | 29,50 % |
| 3000 руб и более | 64,70 % |

****

**Рис.1**

|  |  |
| --- | --- |
| 2. Возраст: | |
| до 18 лет | 24,60% |
| 18 - 30 лет | 17% |
| 30 - 50 лет | 24,50% |
| 50 лет и более | 36,90% |

****

**Рис. 2**

|  |  |
| --- | --- |
| Наложение: | |
| 18 - 30 лет до 1000 руб. | 2,90% |
| 30 - 50 лет до 1000 руб. | 19,70% |
| 50 лет и более до 1000 руб. | 2,30% |
| Итого: | 24,90% |
| 18 - 30 лет 1000 - 3000 руб. | 12,20% |
| 30 - 50 лет 1000 - 3000 руб. | 21,60% |
| 50 лет и более 1000 - 3000 руб. | 10,10% |
| Итого: | 43,90% |
| 18 - 30 лет 3000 руб. и более | 2% |
| 30 - 50 лет 3000 руб. и более | 26,20% |
| 50 лет и более 3000 руб. и более | 3% |
| Итого: | 31,20% |



**Рис. 3**

За время разработки бизнес-плана нами был проведен анализ потенциальных потребителей продукции. С целью получения достоверной информации о количестве, составе и доходах населения использовались данные, предоставленные органами статистики города Орска. На основе анализа этих данных можно сделать вывод, что основными потребителями нашей продукции являются:

1) Люди в возрасте 18 – 50 лет (т.к. категория до 18 лет – это учащиеся, которые питаются в школьных столовых, а пожилые жители города вряд ли примут подобную пищу), имеющие доход 1000 – 3000 рублей, что составляет 33,8 % от численности работающего населения города.

2) Люди в возрасте 18 – 50 лет, имеющие доход более 3000 рублей. Эта категория потребителей составляет 28,2 % от общей численности работающего населения города.

Люди, доход которых составляет сумму, не превышающую 1000 рублей, не рассматриваются как потенциальные потребители нашей продукции.

Большая часть продукта будет реализована собственными силами участников проекта непосредственно потребителям.

Для достижения поставленных целей и задач предприятие учитывает анализ рынка услуг по предоставлению быстрого питания и вырабатывает собственную ценовую стратегию, тактику операционной работы и управления.

Продуктом фирмы ООО «ПИЦЦЕРИЯ» является пицца в ассортименте:

1) Пицца с луком и помидорами.

2) Пицца из Ниццы.

3) Пицца с шампиньонами.

4) Пицца с «бычьим глазом».

5) Пицца с колбасой.

6) Напитки, в том числе: кофе, чай, лимонад, минеральная вода.

Пицца выпекается и сразу поступает в продажу, поэтому она предстает перед покупателем всегда свежей и горячей. Стоит отметить несомненные вкусовые качества пиццы. Отличные ее потребительские свойства обеспечивают современная технология производства и качественное сырье. Особые вкусовые качества пицце придают приправы. Для производства пиццы используются следующие компоненты:

1) Тесто: мука пшеничная высшего сорта, дрожжи прессованные, соль, вода, масло растительное.

2) Начинка: овощи, грибы, сливочное масло, сыр, лимоны, яйца, полукопченая колбаса, специи.

Кроме отличных вкусовых качеств пиццы, можно отметить:

1) Ее полезность, заключающуюся в содержании полезных минералов и витаминов.

2) Калорийность (энергетическая ценность в 100 г – 311,1 ккал; белки - 11,7 г, жиры - 8,7 г, углеводы - 46,5).

Цена на продукт складывается, исходя из проведенного анализа цен компаний и частных лиц, предлагающих аналогичные продукты.

Определены цены на типы продукции:

1. Пицца с луком и помидорами – 104,6 руб.

2. Пицца из Ниццы - 106,5 руб.

3. Пицца с шампиньонами - 120,8 руб.

4. Пицца с «бычьим глазом» - 100,3 руб.

5. Пицца с колбасой - 109,6 руб.

6. Напитки, в том числе: кофе, чай, лимонад, минеральная вода.

Предлагаемые цены на продукт ниже аналогичных цен конкурентов на 50 %.

# 

# 3 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Месторасположение

Предлагаемый к освоению объект расположен по адресу: г. Орск, ул. Краматорская, 22. Площадь помещения 40 м2. Присутствуют все инженерные сети и коммуникации. Существуют договоренности с этими сетями.

Условия эксплуатации – аренда на 10 лет.

Стоимость арендной платы за объект - 72000 рублей ежегодно.

Планируется проведение работ по благоустройству участка, озеленению и включению в общий архитектурный ансамбль города.

Выбранная территория для аренды помещения расположена в центре города и поэтому обладает хорошим потенциалом для притока клиентов.

Производственные мощности.

1. Здания и сооружения.

Арендуемое помещение полностью соответствует условиям нашей производственной деятельности.

2. Оборудование.

Оборудование, используемое в организации пиццерии, является наиболее эффективным из предлагаемых на рынке.

Таблица 2

**Необходимое оборудование для производства и реализации пицц**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Статья затрат | Число позиций, шт. | | Стоимость 1 шт., руб. | | | Суммарная стоимость, руб. |
| 1 | 2 | | 3 | | | 4 |
| Микроволновая печь | 1 | | 1490,70 | | | 1490,70 |
| Печь электрич. ХПЭ – 500 (нерж.) | 1 | | 33600 | | | 33600 |
| Витрина кондитерская | 1 | | 44400 | | | 44400 |
| Кипятильник | 1 | | 5200 | | | 5200 |
| Продолжение таблицы 2 | | | | | | |
| 1 | 2 | | 3 | | | 4 |
| Шкаф расстойный электрический  ШРЭ – 2.1 | 1 | | 15000 | | | 15000 |
| Шкаф холодильный «Интер 501» | 1 | | 16500 | | | 16500 |
| Мукопросеиватель ПВГ - 600 | 1 | | 12750 | | | 12750 |
| Тестомесильная машина | 1 | | 31400 | | | 31400 |
| Стол нерж. СРП – 1 1500/600 | | 3 | | 4150 | 12450 | |
| Дежа 60 л. (нерж.) | | 1 | | 7400 | 7400 | |
| Кофеварка | | 1 | | 900 | 900 | |
| Барная стойка | | 1 | | 30000 | 30000 | |
| Кассовый аппарат «Микро – 104» | | 1 | | 12700 | 12700 | |
| Ящик денежный | | 1 | | 1300 | 1300 | |
| Весы электронные ПВ - 6 | | 1 | | 5100 | 5100 | |
| Набор ножей | | 1 | | 220 | 220 | |
| Доска деревянная | | 3 | | 45 | 135 | |
| Спецодежда для рабочих (халат) | | 3 | | 280 | 840 | |
| Фартук | | 3 | | 80 | 240 | |
| Колпак | | 3 | | 50 | 150 | |
| Хозяйственный инвентарь | |  | | 100 | 100 | |
| Итого полный комплект оборудования: | |  | |  | 231875,7 | |
| Прочие расходы: | |  | |  |  | |
| Приобретение пакета документации | | 1 | | 6000 | 6000 | |
| Итого стоимость основных фондов: | | | | | 237875,7 | |

Купленного комплекта оборудования будет достаточно для того, чтобы начать производство продукции. Кроме оборудования для производства пицц, которые относятся к пищевым продуктам, необходимо получение сертификата качества и разрешения на производственную деятельность.

Для получения такого разрешения сначала нужно будет получить гигиенический сертификат на продукцию. 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 экспериментальную лабораторию города. Для получения всех этих документов необходимы дополнительные затраты в размере 6000 рублей. Однако процедуру подтверждения сертификата необходимо повторять не реже одного раза в квартал.

При описании производственного процесса необходимо указать производственный график работы. Предполагается организовать 8-ми часовой рабочий день с одной рабочей сменой, с наличием выходных (21 рабочий день в месяц). С учетом возможной максимальной мощности комплекта оборудования 150 пицц в час, представим в таблице основные производственные характеристики производства.

Таблица 3

**Основные характеристики производства**

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Величина |
| Количество пицц, выпекаемых в час | 6 шт. |
| Продолжительность рабочей смены | 8 час. |
| Количество смен за рабочий день | 1 смена |
| Количество рабочих дней в месяц | 21 день |
| Количество пицц, выпекаемых за смену | 50 пицц |
| Масса пиццы | 1 кг |
| ИТОГО количество продукции в месяц | 1050 кг |

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что планируемый выпуск продукции в месяц составляет 1050 пицц.

# 4 ПЛАН МАРКЕТИНГА

Рассмотрим в этом пункте следующие моменты: покупатели продукции нашей фирмы, система ценообразования, реклама и система сбыта готовой продукции.

Потенциальными покупателями нашей продукции являются все жители города Орска, а также района, которые часто пребывают в г. Орске (работающие, учащиеся и др.). Стоимость пиццы невысока, и позволить ее купить могут люди со средним и высоким доходами. Таких по данным около 40 %.

Система ценообразования на продукцию заключается в следующем. Рассчитывается себестоимость готовой продукции и прибавляется желаемая прибыль с каждой пиццы. Цена пиццы зависит от затрат на изготовление продукции и может меняться. Данные расчета цены приводятся ниже.

На рекламные цели ежемесячно отводится 350 руб. и плюс полтора процента от выручки. В первый месяц работы предполагается каждую неделю проводить так называемые бесплатные дегустации пицц для ознакомления с продукцией фирмы.

Стратегия маркетинга.

1. Географический аспект стратегии.

Аспект стратегии заключается в наиболее полном охвате потребителей нашей продукции в городе Орске путем предоставления им услуг по обеспечению питанием.

2. Выбор стратегии.

Стратегия маркетинга базируется на прогнозе конъюнктуры рынка и предусматривает разработку комплекса мероприятий, получение максимального эффекта на всех стадиях проектирования, приобретения в аренду и эксплуатации объекта настоящего проектного предложения. Настоящий проект разрабатывается для города Орска.

В состав мер для реализации стратегии маркетинга входят:

1) разработка экономической концепции ценовой политики;

2) разработка концепции финансового плана проекта;

3) организация рекламной кампании.

Цели проекта достигаются собственными средствами и возможностями инициаторов проекта.

3. Определение цели маркетинга.

Основная цель маркетинга данного проекта – предоставление услуг по обеспечению населения и организаций города Орска в быстром питании.

Тактический план маркетинга.

1. Стимулирование продаж.

Гибкая ценовая политика на предлагаемую продукцию: применение неокругленных цен; предоставление скидок на большие партии товара.

2. Рекламная кампания.

Главная цель рекламной кампании – привлечение большего количества потребителей нашей продукции.

План рекламной кампании:

1) Регулярная публикация статей в прессе.

2) Работа с организациями и предприятиями по заключению договоров поставки пиццы.

# 

# 5 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Административный персонал.

Персонал производства:

1. Коммерческий директор исполняет роль управляющего, принимает все производственные решения, вопросы, связанные с заключением договоров, реализацией готовой продукции, рекламы и др.

2. Заместитель директора выполняет функции коммерческого директора в период его отсутствия.

2. Бухгалтер фирмы ведет все бухгалтерские расчеты, расчет заработной платы, составляет баланс, готовит всю необходимую документацию в ГосНИ.

Производственный персонал.

1. Пекарь непосредственно связан с изготовлением изделий, следит за производственным процессом, проверяет качество продукции.

2. Разнорабочий занимаются доставкой сырья к месту производства, загружает сырье в смесительные котлы, доставляет готовую продукцию к месту продажи, кроме того, производит мелкий ремонт оборудования (по необходимости) и убирает помещение в конце рабочего дня.

3. Продавец-кассир отпускает готовую продукцию и ведет расчетные операции с покупателями.

Система стимулирования.

В процессе работы организации планируется дополнительное вознаграждение сотрудников по результатам работы за отчетный период.

Рынок рабочей силы.

К работе по производству и реализации пицц привлекаются рабочие и служащие средней квалификации, то есть добросовестные и пунктуальные исполнители, ритмично и монотонно выполняющие свои обязанности.

Рынок рабочей силы в городе Орске имеет большое предложение, и проблем с набором персонала не предвидится. В случае необходимости можно привлекать к сотрудничеству службу занятости.

Средняя заработная плата производственного персонала в нашей фирме составит 3000 руб. в месяц, что выше среднего уровня дохода на душу населения в городе Урюпинске. Эти меры позволят более требовательно относиться к выполнению рабочими своих обязанностей, мотивируя тем, что на это место всегда есть претендент.

# 

# 6 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Отметим некоторые моменты с использованием сырья, необходимого для производства. Все необходимые ингредиенты предполагается закупать у предприятия ОАО «Орский хлебокомбинат» и ООО «Каравай», а также в магазинах оптовой торговли. На складах указанных предприятий мы можем закупить сразу все необходимое сырье по достаточно низкой оптовой цене. Все компоненты производимых изделий не являются дефицитными, поэтому сбоев с поставкой сырья не предвидится и проблем, связанных с их приобретением, возникать не будут. Теперь рассчитаем затраты на сырье. Для расчета сырья на 1 килограмм продукции рассмотрим ингредиенты, необходимые для приготовления одного основного вида пиццы – «Пиццы с колбасой». Данные приводятся в таблице 3.

Таблица 4

**Расход сырья на 1 кг продукции**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид сырья | Расход сырья на 1 кг продукции, гр. | Стоимость 1 кг сырья, руб. | Стоимость сырья на 1 кг продукции, руб. |
| Мука пшеничная в/с | 210 | 7 | 1,47 |
| Дрожжи прессованные | 14 | 15 | 0,21 |
| Масло растительное | 30 | 22 | 0,66 |
| Масло сливочное | 50 | 65 | 3,25 |
| Томаты (том. паста) | 500 (100) | 6 (35) | 3 (3,5) |
| Колбаса полукопченая | 100 | 100 | 10 |
| Сыр | 100 | 90 | 9 |
| Болгарский перец | 60 | 8 | 0,50 |
| Соль | 7 | 3 | 0,02 |
| Специи | 7 | 143 | 1 |
| Итого стоимость сырья на 1 кг продукции: | | | 29,11 |

Таким образом, для производства 1 килограмма готовой продукции необходимо 29,11 рублей. Затраты на сырье являются переменными, и зависят от количества выпускаемой продукции.

Для организации производства необходимо нанять следующих работников, и соответственно обеспечить выплату определенного размера зарплаты. Данные о работниках и размере зарплаты приведены в таблице 5.

Таблица 5

**Текущие затраты на заработную плату (ежемесячные)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статья расходов | Количество | Затраты на ед., руб. | Суммарные затраты, руб. |
| Заработная плата персонала: |  |  |  |
| Коммерческий директор | 1 | 4000 | 4000 |
| Заместитель директора | 1 | 3700 | 3700 |
| Бухгалтер | 1 | 3300 | 3300 |
| Пекарь | 1 | 3500 | 3500 |
| Разнорабочий | 1 | 2400 | 2400 |
| Продавец-кассир | 1 | 3100 | 3100 |
| Итого фонд заработной платы: | | | 20000 |

Коммерческий директор выполняет роль управляющего, осуществляет руководство предприятием, принимает все производственные решения, вопросы, связанные с заключением договоров, реализацией готовой продукции, рекламы и др. Обязанности коммерческого директора в его отсутствие исполняет заместитель. Главный бухгалтер фирмы ведет все бухгалтерские расчеты, расчет зарплаты, составляет баланс, готовит всю необходимую документацию в ГосНИ. Пекарь непосредственно работает на производстве, следит за производственным процессом, проверяет качество продукции. Разнорабочий занимается доставкой сырья к месту производства, загружает сырье в смесительные котлы, доставляет готовую продукцию к месту продажи, кроме того, производит мелкий ремонт оборудования (по необходимости) и убирает помещение в конце рабочего дня. Продавец-кассир отпускает готовую продукцию и ведет расчетные операции с покупателями.

Заработанная плата относится к постоянным издержкам и включается в себестоимость готовой продукции. Кроме того, к постоянным издержкам можно отнести и следующие издержки, представленные в таблице 6.

Таблица 6

**Структура издержек**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статьи расходов |  | Доля | Сумма, руб. |
| Условно постоянные издержки, в т.ч.: | | | 39757,7 |
| Пенсионный фонд | ФЗП | 0,28 | 5600 |
| Фонд социального страхования | ФЗП | 0,054 | 1080 |
| Обязательное медицинское страхование | ФЗП | 0,036 | 720 |
| Итого налоговые отчисления из ФЗП: | | | 7400 |
| Расходы на оплату труда |  |  | 20000 |
| Амортизация основных фондов | ОФ | 0,0083 | 1974,4 |
| Возмещение банковского кредита (100000 руб.) |  | 0,01333 | 1333,3 |
| Плата за аренду помещения (40 м2) |  |  | 6000 |
| Коммунальные услуги |  |  | 1500 |
| Содержание здания |  |  | 1000 |
| Маркетинговые издержки (реклама) |  |  | 350 |
| Административные издержки (канцтовары) |  |  | 200 |
| Переменные издержки, в т.ч.: | | | 41308,5 |
| Расходы на сырье (29,11 руб.\*1050 кг.) |  |  | 30565,5 |
| Расходы на автомашину (аренда, ремонт) |  |  | 3000 |
| Топливо |  |  | 3000 |
| Другие материалы |  |  | 4743 |
| Итого с учетом зарплаты: | | | 81066,2 |

Как видно из таблицы 6, к ежемесячным издержкам относятся отчисления из фонда заработной платы, амортизационные отчисления (срок полезного использования оборудования – 10 лет; 10 % - процент годовой амортизации, 0.1/12=0.0083 - доля ежемесячных отчислений от стоимости основных фондов). Кроме этого, к ежемесячным издержкам относятся: плата за аренду помещений, за аренду машины, расходы на машину, плата за электроэнергию, которая используется в производственном процессе и расходы на рекламу. Таким образом, постоянные издержки составляют 39757,7 руб. в месяц. Подсчитаем цену одной пиццы и точку окупаемости, то есть минимальное количество пицц, производство которых окупает все затраты. Стоимость 1 килограмма сырья составляет 29,11 руб. – стоимость одной пиццы (без учета постоянных издержек). Выпуск в первый месяц составит 1050 пицц.

Полная себестоимость одной пиццы составит: 81066,2 / 1050 = 77,2 руб. Стоимость пиццы устанавливается в размере 108 руб. (издержки + прибыль ( 40%)). Прибыль, с одной пиццы составляет 108 - 77,2 = 30,8 руб. Чистая прибыль с одной пиццы: 30,8 – 13% = 26,8 руб. Общая прибыль за месяц: 26,8\*1050 = 28140 руб.

Точка безубыточности = FC / (Р ед. – VC ед.) = 577,9 шт.

20

40

60

80

Выучка, издержки, тыс. руб.

Объем производства, шт.

200

400

600

FC

VC

TC

Выручка

Е

**Рис. 4 График безубыточности проекта**

Рентабельность производства:

R = (1050\*108) / 81066,2 = 1,4

R = Прибыль / Себест-ть

I. Подготовительная стадия.

1. Отношение властей – риск незначителен. Проект проводится в рамках городских программ по малых предпринимателей г. Орска.

2. Доступность подрядчиков на месте – риск незначителен. На рынке отделочных работ наблюдается превышение предложения над спросом и существует возможность выбора подрядной и субподрядной организации в результате тендера.

3. Удаленность от инженерных сетей – риск незначителен. Предлагаемый к эксплуатации объект расположен в непосредственной близости от всех инженерных сетей и коммуникаций. необходимо провести согласование с соответствующими службами в период до начала эксплуатации.

II. Стадия отделочных работ.

1. Недобросовестность подрядчика – риск присутствует. При проведении отделочных работ необходимо привлечение нескольких подрядчиков к разным видам работ.

2. Недостатки проектно-изыскательских работ – риск присутствует. При проведении проектно-сметных работ необходим усиленный контроль за сроками и качеством проектирования и согласованием сроков работ с подрядчиками.

3. Непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции – риск присутствует. Проведение долгосрочного прогноза экономической и политической ситуации. Страхование от этого вида риска.

III. Стадия эксплуатации.

Финансово-экономические риски:

1. Неустойчивость спроса – риск присутствует. Грамотное предложение ценовой политики.

2. Предложение альтернативных услуг – риск незначителен.

3. Рост налогов – риск незначителен.

4. Снижение платежеспособности арендаторов – риск присутствует. Предложение услуг по аренде на условиях предоплаты. Проведение грамотной ценовой политики.

Социальные риски:

1. Трудности с набором квалифицированного персонала – риск незначителен. Работа с центром занятости города Орска.

2. Недостаточный уровень зарплаты – риск присутствует. Применение системы поощрений персонала по результатам работы за период. Сотрудничество со службой занятости.

Технологические риски:

1. Изношенность инженерных городских сетей – риск присутствует. Страхование этого вида риска.

2. Пожары и другие чрезвычайные ситуации – страхование.

Экологические риски:

1. Вредность производства – риск незначителен. Заключение договоров на вывоз отходов производства и ТБО с коммунальными службами.

2. Природные явления – риск присутствует. Страхование этого вида риска.

Присутствуют криминальные риски. Выход – оформление договоров с МВД и соответствующими службами.

Опасности, которые могут повлиять на сбыт товара и возможности противодействия им.

Факторы микросреды, влияющие на сбыт:

1. Положительные:

- стабильность поставок;

- бесперебойность работы предприятия;

- привлечение новых заказчиков и покупателей;

- удовлетворенность заказчиков качеством нашей продукции;

- положительное отношение контактной аудитории.

2. Отрицательные:

- нестабильные поставки сырья;

- потеря существующих связей с заказчиками и покупателями;

- неудовлетворенность заказчиков и покупателей качеством продукции;

- отрицательное отношение контактной аудитории к нашей фирме.

Уменьшить отрицательное влияние вышеперечисленных факторов можно следующим образом:

1) Создать производственные запасы;

2) Наладить контакты с новыми поставщиками;

3) Постоянно контролировать настроение рабочих;

4) Постоянный поиск новых связей, но нужно учитывать, что все-таки более надежны старые проверенные связи;

5) Постоянный контроль качества продукции.

Факторы макросреды, влияющие на сбыт продукции:

1. Положительные:

- принятие законов, предусматривающих льготы для производителей;

- спад инфляции;

- понижение стоимости энергии;

- повышение общего уровня покупательной способности населения.

2. Отрицательные:

- принятие законов, ущемляющих права производителей;

- рост инфляции;

- повышение стоимости энергии;

- снижение общего уровня покупательной способности населения.

При отрицательном влиянии факторов макросреды мы практически не можем ничего поделать. Если наличие каких-либо отрицательных факторов существует постоянно, необходимо принять уместные управленческие решения.