

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**БИЗНЕС-ПРОЕКТ ОТКРЫТИЯ ПЕКАРНИ-МАГАЗИНА
С НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по направлению подготовки 43.03.01 Сервис
очной формы обучения, группы 09001631
Куртаевой Ирины Зазовны

Научный руководитель
к.социолог.н., доц. Семченко И.В.

БЕЛГОРОД 2020

Аннотация

Мини-пекарня национальной кухни «Фарн» – это предприятие общественного питания, специализирующееся на выпечке традиционных осетинских пирогов. Наименование мини-пекарни переводится с осетинского языка как «мир», «спокойствие», «обилие», «счастье». Ассортимент мини-пекарни представлен 5 позициями традиционных пирогов.

Цель создания бизнес проекта – это удовлетворение первичных потребностей жителей г. Белгорода, знакомство с национальной кухней Осетии, а также создание прибыльного и рентабельного предприятия.

На данный момент проект находится в прединвестиционной фазе.

Пекарня будет расположена в г. Белгород, микрорайон Новый-2, по улице Шумилова, 18. Площадь помещения составляет 60 квадратных метров.

Пекарня будет осуществлять свою работу по следующим видам деятельности, согласно ОКВЭД:

Основной вид деятельности: 10.71.1 Производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения.

Дополнительные виды деятельности:

47.24.1 Торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями в специализированных магазинах;

53.20.32 Деятельность по доставке еды на дом.

Организационно правовая форма пекарни национальной кухни – индивидуальное предпринимательство. Индивидуальным предпринимателем и владельцем пекарни национальной кухни является Куртаева Ирина Зазовна, проживающая в Белгородской области, городе Белгород, по улице Садовая 6 квартира 60; контактный телефон: +79611752077.

Вести деятельность пекарня будет на упрощенной системе налогообложения, так как предприятие «Фарн» является представителем малого бизнеса, где количество сотрудников не превышает 100 человек, доход меньше 150 млн. руб., у мини-пекарни отсутствуют филиалы.

Налоговая ставка будет составлять 6% от объекта налогообложения «доходы».

Для реализации пекарни национальной кухни будут задействованы собственные и заемные финансовые средства, то есть кредит в банке. Кредит будет взят в ПАО «Банк ВТБ» на 9,95% годовых на сумму 2 миллиона рублей на срок 5 лет (60 месяцев).

Основные финансово-экономические показатели проекта:

- срок окупаемости инвестиционного проекта (PP) = 2,6 (2 года и 6 месяцев);
- рентабельность инвестиционного проекта (ARR) = 1,05 (105%, ARR > 0);
- чистая современная стоимость доход (NPV) = 3757977,98 рублей;
- внутренняя норма доходности (IRR) = 0,7479 (74,8%), $IRR_{\text{уточ.}} = 0,7450$ (74,5%);
- индекс рентабельности (PI) = 2,85 (PI > 1);
- дисконтированный срок окупаемости (DPP) = 3 года.

Содержание

Введение.....	5
1. Описание бизнеса.....	7
2. Анализ отрасли и локального рынка.....	15
3. Организация производства и управление предприятием	30
4. Маркетинговый план	40
5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий.....	50
Заключение	59
Список использованных источников	62
Приложения	68

Введение

Общественное питание является отраслью народного, которое занимается производством и продажей продукции уже готовой к употреблению на территории заведения, дома, на работе и прочее. К предприятиям общественного питания относятся: пекарня, кулинария, ресторан, кафе, бар, столовая, пиццерия, кофейня, пельменная, блинная, предприятия быстрого питания и многие другие.

Предприятия данной отрасли подразделяются два сектора (частные и государственные). В Российской Федерации больше всего преобладает частный сектор, чем государственный. К предприятиям государственного сектора относятся школьные, детсадовские и больничные столовые, учреждения питания для военнослужащих и людей пожилого возраста.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что открытие мини-пекарни национальной кухни является перспективным и прибыльным направлением для развития собственного дела. Ежегодно количество мини-пекарен на территории Российской Федерации и Белгородской области увеличивается. Данный формат предприятия нацелен на производство высококачественной свежей выпечки и доставку готовых горячих осетинских пирогов по заказу клиента, а также на развитие интереса к национальной кухне и традициям осетин.

Проблема исследования данной выпускной квалификационной работы: внедрение нового предприятия на рынок общественного питания г. Белгород.

Объектом исследования является мини-пекарня национальной кухни «Фарн».

Предмет исследования – бизнес-проектирование предприятия общественного питания.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и экономическое обоснование бизнес-проекта, мини-пекарни национальной кухни «Фарн», в контексте развития экономики региона.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить следующие задачи:

- исследовать и проанализировать рынок общественного питания РФ и Белгородской области;
- определить вид экономической деятельности предприятия;
- разработать способы коммуникации с потенциальными потребителями;
- представить производственный и организационный план предприятия;
- представить финансово-экономические показатели проектируемого предприятия мини-пекарни национальной кухни «Фарн».

Теоретической основой выпускной квалификационной работы послужили исследования отечественных ученых, таких как: Лапшина В.Т., Прядко С.Н., Чеченева С.В., Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Семченко И.В., Болтенко Ю.А. и другие.

В качестве информационной базы исследования были использованы сборник рецептов блюд и кулинарных изделий, статистические бюллетени, отраслевые Интернет ресурсы, нормативные документы и официальная статистика по Российской Федерации (Росстат).

В процессе написания выпускной квалификационной работы были применены следующие методы: теоретический, аналитический, сравнительный, наблюдения, описательный и метод измерения.

Выпускная квалификационная работа состоит из аннотации, введения, пяти глав, заключения списка использованных источников и приложения.

1. Описание бизнеса

Рынок общественного питания является востребованным направлением для открытия собственного дела разной специализации: кофейня, ресторан, кафе, столовая, пироговая, пиццерия, ресторан быстрого питания и многие другие. Также к сфере общественного питания следует отнести такие предприятия, как пекарни по производству хлеба и хлебобулочных изделий. Пекарня национальной кухни позволяет фактическим и потенциальным потребителям познакомиться с кухней стран и народов, познакомиться с обычаями и традициями употребления национальной пищи. Открытие пекарни национальной кухни – это перспективное и прибыльное направление для создания собственного дела.

Пироговые – это предприятия, занимающиеся выпечкой и продажей горячих, вкусных пирогов и пирожков. Ассортимент может быть представлен в виде мучных национальных изделий, изделий из разного вида теста (дрожжевое, слоенное и так далее) и начинки. По формату является предприятием быстрого питания, так как изделия пироговых можно употреблять на территории заведения, на ходу или воспользоваться доставкой. На сегодняшний день предприятия данного формата являются востребованными в России, количество субъектов предпринимательской деятельности увеличивается.

Осетинские пироги – это национальная, священная пища народов Северной и Южной Осетии, ритуальное блюдо, часть молитвенной трапезы. Настоящий осетинский пирог – это плоская лепешка, обильно начиненная осетинским сыром или другой начинкой. Начинка для исконно традиционных осетинских пирогов готовится из сыра, мяса, картофеля, тыквы, капусты, фасоли, черемши, зеленого лука и листьев свеклы [21].

Круглая форма пирога олицетворяет бесконечность, цикличность мирового порядка, круговорот жизни, бывают еще осетинские пироги в виде треугольника, они подаются на особые праздники (Приложение А). Осетинские пироги режут строго по диагоналям – получается четыре или восемь ча-

стей. Блюдо с осетинскими пирогами нельзя ни в коем случае вращать или как-либо двигать, так как считается, что человек может распоряжаться только собственной жизнью, а тем, что предначертано земным и небесным стихиям – нет. Пироги нарезаются диаметрными линиями, сначала делается разрез сверху вниз, затем слева направо, четвертинки также делятся пополам диаметрными разрезами [53]. Сегодня осетинские пироги можно встретить в меню ресторанов и пекарен по всей России (города: Москва, Санкт-Петербург, Владикавказ, Белгород, Ростов-на-Дону и многие другие) и за её пределами.

Проектируемое предприятие, мини-пекарня национальной кухни, называется – Фарн, что означает с осетинского языка «мир», «спокойствие», «обилие», «счастье» [30]. Данный формат предприятия, мини-пекарни национальной кухни, нацелен на производство высококачественной свежей выпечки и на доставку готовых горячих пирогов по заказу клиента к месту назначения. Относительно крупных предприятий общественного питания таких, как ресторан, кофейня и другие. Данный формат организации является менее затратным и предполагает выпечку, и доставку свежих, горячих и вкусных осетинских пирогов, с возможностью самовывоза, но без употребления на месте.

Цель создания предприятия общественного питания – это удовлетворение первичных потребностей жителей г. Белгорода, знакомство с национальной кухней Осетии, а также создание прибыльного и рентабельного предприятия.

Мини-пекарня по выпечке осетинских пирогов «Фарн» будет расположена в г. Белгород, микрорайоне Новый-2, по улице Шумилова, 18. Площадь помещения составляет 60 квадратных метров. Данное помещение будет арендовано и отремонтировано, относительно статьям расходов в соответствии со специализацией пекарни. Вблизи расположены: жилые многоквартирные дома, таунхаусы, центр образования № 6 «Перспектива», детский сад «Золотой ключик», клуб раннего плавания «Аквадетство», фитнес-клуб

«Newfit», а также различные магазины [20].

В зависимости от месторасположения была выделена целевая аудитория: жители микрорайона Новый-2, население г. Белгород и Белгородской области от 30 до 60 лет, сотрудники школы и детского сада, население со средним достатком от 30000 рублей и выше, персонал клуба раннего плавания, также могут быть родители или родственники детей, обучающихся в детском саду, школе, в клубе раннего плавания, клиенты фитнес-клуба, персонал магазинов микрорайона, жители с близлежащих улиц и округов.

Проектируемое предприятие, мини-пекарня по выпечке осетинских пирогов «Фарн», будет располагаться с учетом приближенности к потребителям, в месте скопления фактических и потенциальных потребителей. Рабочий день в пекарне начинается с 10:00 и заканчивается 19:00. В субботу – воскресенье рабочий день начинается с 11:00 до 17:00. Обеденный перерыв будет составлять в совокупности 1 час, в какое время будет устанавливаться правилами внутреннего трудового распорядка, а также данными правилами будет устанавливаться режим работы в праздничные дни, но он не будет противоречить Трудовому кодексу Российской Федерации. У пекарей будет сменный график работы. Первый день месяца – санитарный.

Так как рынок общественного питания города Белгорода находится на стадии роста, то проектирование пекарни является целесообразным и актуальным. Реализация продукции пекарни будет осуществляться в г. Белгород, микрорайон Новый-2, по улице Шумилова, 18. Доставка продукции будет осуществляться курьером и самостоятельно покупателями, то есть самовывоз. В вечернее время, в праздничные дни и выходные дни следует ожидать увеличение числа заказов.

Особенность исследуемого сегмента рынка общественного питания заключается в высокой конкуренции, при этом, несмотря на довольно жесткие условия конкурентной борьбы в этой сфере, новоиспеченные предприниматели на данном рынке могут быть наиболее востребованы по сравнению с уже более опытными заведениями.

Существуют определенные нормы и правила, необходимые для эффективного и безопасного функционирования мини-пекарни национальной кухни «Фарн»:

- ВНТП 02-92 Нормы технологического проектирования предприятий хлебопекарной промышленности. Часть II. Пекарни [1];
- СНиП 23-05-95* (с Изменением N 1). Естественное и искусственное освещение [5];
- СНиП 41-01-2003 Отопление, вентиляция и кондиционирование [6];
- СНиП 31-03-2001. Производственные здания [9];
- СП 51.13330.2011 Защита от шума. Актуализированная редакция СНиП 23-03-2003 (с Изменением N 1) [8];
- Об отмене санитарных правил СанПиН 2.3.4.545-96 «Производство хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий» [3];
- ГОСТ Р 51232-98 Вода питьевая. Общие требования к организации и методам контроля качества [2];
- СП 32.13330.2012 Канализация. Наружные сети и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 2.04.03-85 (с Изменениями N 1, 2) [7].

Проект открытия пекарни по производству осетинских пирогов с доставкой планируется реализовывать в форме деятельности индивидуального предпринимателя. Это позволит упростить процесс регистрации хозяйствующего субъекта и ведение финансовой отчетности, а также выбрать соответствующий режим налогообложения. Осуществлять деятельность планируется на упрощенной системе налогообложения, так как предприятие «Фарн» является представителем малого бизнеса, где количество сотрудников не превышает 100 человек, доход меньше 150 млн. руб., у мини-пекарни отсутствуют филиалы. Налоговая ставка будет составлять 6% от объекта налогообложения «доходы» [46].

Пекарня будет осуществлять свою работу по следующим видам деятельности, согласно ОКВЭД:

Основной вид деятельности: 10.71.1 Производство хлеба и хлебобу-

лочных изделий недлительного хранения.

Дополнительные виды деятельности:

47.24.1 Торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями в специализированных магазинах;

53.20.32 Деятельность по доставке еды на дом [4].

Деятельность проектируемого предприятия будет направлена на оказание услуг в сфере общественного питания. Продукты питания гарантировано всегда будут свежими, качественными и питательными.

Предприятие – мини-пекарня «Фарн», которое находится на стадии создания, будет укомплектовано новым производственным оборудованием, соответствующей мебелью и другими активами за счет собственных и заемных средств предпринимателя.

В рамках реализации бизнес-проекта необходимо осуществить следующие действия:

- произвести ремонт помещения;
- заключить договоры с поставщиками сырья;
- приобрести соответствующий инвентарь и специальные моющие средства;
- приобрести оборудование для производства и выпечки осетинских пирогов;
- приобрести оборудование для торговли;

Показатели социальных и экономических результатов бизнес-плана:

- регистрация нового субъекта предпринимательской деятельности на территории г. Белгород;
- развитие рынка общественного питания и рынка выпечки в регионе;
- увеличение числа занятых в данных отраслях.
- отчисления в бюджетную систему РФ налоговых выплат в сумме 535527 рублей за 1 год;
- отчисления во внебюджетные фонды (пенсионный фонд России (ПФР), фонд социального страхования (ФСС), фонд обязательного медицин-

ского страхования (ФОМС)) в сумме составят 314474 рублей за 1 год.

Проектируемое предприятие мини-пекарня «Фарн», специализируется на выпечке традиционных осетинских пирогов с бесплатной доставкой, с возможностью самовывоза, употреблять пироги на территории пекарни запрещено. Ассортимент пекарни представлен традиционными осетинскими пирогами, которые будут приготовлены по рецептурам с массой равной 900 – 1100 грамм. Выпекаются пироги будут только из качественных и свежих продуктов, но возможна и заготовка полуфабрикатов. К традиционным осетинским пирогам относятся:

- уалибах – пирог с сыром;
- картофджын – пироги с картошкой и сыром;
- сахараджын – пирог с измельченными листьями свеклы и сыром;
- кабускаджын – пирог с измельченной капустой и сыром;
- фыдджын – пирог с мясным (чаще говяжьим) фаршем;
- давонджын – пирог с измельченными листьями черемши и сыром;
- нашдджын – пирог с измельченной тыквой и сыром/без сыра;
- хъадурджын – пирог с фасолью;
- зокоджин – пирог с грибами;
- кадынздджин – пирог с осетинским сыром и зеленым луком;
- балджин – пирог с вишней [17].

Выпечка будет осуществляться по предзаказам, готовые пироги можно будет забрать самостоятельно или воспользоваться бесплатной доставкой. У мини-пекарни «Фарн» будет свой собственный фирменный стиль, целевая аудитория – взрослое платежеспособное население г. Белгорода и Белгородской области от 30 до 60 лет. Информацию о мини-пекарне можно будет найти через аккаунты в социальных сетях.

Ситуация на рынке пекарен города Белгород очень конкурентоспособная. В городе работают как крупные пекарни, так и частные мини-пекарни. В соответствии с анализом рынка, конкурентов по аналогичной сфере много, более 45 организаций.

Для мини-пекарни без обслуживания потребуются 3 пекаря со средним специальным образованием, а также 1 курьер для доставки осетинских пирогов клиентам, 1 уборщица, 1 директор. Услуги курьера и уборщицы будут взяты на аутсорсинг. У каждой единицы персонала будут санитарные книжки. Общий фонд оплаты труда, включая персонал на аутсорсинге, составит 157000 рублей в месяц.

Для того, чтобы проектируемое предприятие успешно и эффективно функционировало, необходима рекламная кампания, которая будет направлена на привлечение клиентов и партнеров, а также на популяризацию предприятия общественного питания. Элементами рекламной кампании включают следующее:

- печатная реклама (листовки);
- разработка дизайна пекарни и фирменной атрибутики, то есть фирменный стиль;
- продвижение в социальных сетях: Instagram и V Kontakte;
- дегустация блюд;
- сарафанное радио.

Основные клиенты предприятия – жители города Белгород, также могут быть жители Белгородской области.

Данный проект является перспективным по нескольким причинам:

- 1) новый формат заведения привлечет покупателей и будет востребованным среди населения г. Белгород и Белгородской области;
- 2) пекарня по выпечке осетинских пирогов, в целом по стране является популярным местом, где можно заказать вкусные и свежие пироги, для региона это будет новое, интересное и привлекательное заведение;
- 3) развитие города и увеличение численности населения, позволяет предполагать, что количество клиентов будет увеличиваться.

Прогнозируемый спрос на продукцию может быть выражен в среднем количестве посетителей или заказов в день, причем наибольший уровень заказов ожидается в выходные и праздничные дни, а также в дни националь-

ных праздников осетин: Джеоргуыба – день святого Георгия, празднуется ежегодно в ноябре и длится в течение недели; Ногбон – Новый год по старому стилю, приходится на 12 – 14 января; Куадзан – Пасха; Хетаджи бон – День Хетага; Кахцганан – приходится на второе воскресенье июля. В Осетии каждому новорожденному мальчику справляют кахц (такое название праздник получил потому, что мать обходила своих родственников с символической чашей – кахц, собирая подарки новорожденному; Мады Майрам (Мать Мария) – одно из самых древних божеств, которому поклонялись осетины. Мады Майрам поклоняются и сегодня, испрашивая благодати для своих детей, чтобы они росли здоровыми, не знали несчастий [13].

На основе вышеперечисленного, следует сделать вывод о том, общественное питание всегда является востребованным. Существует множество различных предприятий общественного питания, но в последнее время, наиболее актуальным является пекарня. Проектируемое предприятие – это мини-пекарня национальной кухни с доставкой, которое будет зарегистрировано в форме ИП и осуществлять свою деятельность на упрощенной системе налогообложения (УСН). В мини-пекарне «Фарн» будут выпекаться традиционные осетинские пироги.

2. Анализ отрасли и локального рынка

Структура розничной торговли продовольственными товарами в Российской Федерации показывает большую устойчивость по сравнению с непродовольственными продажами. Продажи продуктов питания, включая алкогольные напитки и табачные изделия, и цены на них выросли на 1,7% в годовом выражении, а соответствующие показатели по непродовольственным товарам – на 3,4%. В 2018 году по сравнению с 2016 и 2017 годом наблюдалось незначительное снижение оборота розничной торговли в такой категории как «хлеб, макароны».

Индекс физического объема розничных продаж в категории «хлеб и хлебобулочные изделия» составил в 2018 году на январь – декабрь к предыдущему году в процентном соотношении (-0,7), а прирост ИПЦ (индекс потребительских цен) в среднем за год, по данной категории составил 2,9% (табл. 2.1) [27].

Таблица 2.1

Статистические показатели за 2018 год по категориям хлеб и хлебобулочные изделия

Товарная структура оборота розничной торговли продовольственными товарами (в текущих ценах), %, 2014 – 2018 годы					
Годы	2014	2015	2016	2017	2018
Хлеб, макароны	2,7	2,9	2,9	2,9	2,8
Прирост розничных продаж и потребительских цен по отдельным видам и группам продовольственных товаров, январь-декабрь к предыдущему году, %, 2018 год					
Хлеб и хлебобулочные изделия	Индекс физического объема розничных продаж				ИПЦ (в среднем за год)
	-0,7				2,9

На российском рынке общественного питания наметилось новое направление. Лидерами по росту расходов клиентов стали пекарни, опередив предприятия быстрого питания (fastfood). За последний год показатели данных форматов выросли на 54% и 16% соответственно. Преимущество пекарен в гибкости формата, который работает как в розничной торговле, так и в общественном питании. За июль 2018 года – июнь 2019 года сегмент пекарен

стал лидером по динамике роста расходов клиентов, следует из исследования NPD Group. Показатель вырос сразу на 54% против 5% в 2017 – 2018 годах. NPD Group анализирует рынок food-сервиса в восьми крупнейших регионах страны: Москве и Подмоскowie, Санкт-Петербурге, Екатеринбургe, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Казани, Ростове-на-Дону и Самаре. Резкий рост позволил пекарням опередить предприятия быстрого питания, расходы граждан в заведениях fastfood за год выросли только на 16%. Средний чек в пекарне в три раза ниже, чем в ресторанах, подтверждают в NPD Group. В 2018 году рынок общественного питания России вырос на 5,1% по сравнению с предыдущим годом – 2% [24].

У предприятий фастфуда темпы роста оказались значительно ниже – с июля 2018 по июнь 2019 года он прибавил 16%. Исследование проводилось в восьми крупных городах страны. За последние несколько лет формат пекарен в РФ изменился, в меню появились закуски и основные блюда, но средний чек остается низким, по сравнению с ресторанами. Доля пекарен на российском ресторанном рынке остается на сравнительно невысоком уровне. По оценкам NPD, на сегодняшний день этот формат формирует только 3% от суммарного количества посещений предприятий общественного питания в России [23].

По данным Росстата, в 2018 году оборот предприятий общественного питания России вырос в сопоставимых ценах на 3,7% до 1,52 трлн руб. В декабре показатель вырос в годовом выражении на 3,3% до 155 млрд руб. По сравнению с ноябрём оборот вырос на 16%. В статистике, Росстат учитывает оборот ресторанов, кафе, баров, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций – поставщиков продукции общественного питания [54].

В России 46% населения страны регулярно посещают такой формат заведений общественного питания, как пекарни и булочные. Продукт, который там приобретают, потребляется в точке питания или на ходу, или берется с собой. Растут продажи неупакованного свежего хлеба, который оперативно поступает с производства в магазин и воспринимается покупателями как бо-

лее свежий. Хлеб, хлебобулочные изделия, выпечка перестает быть обязательным дополнением к любому блюду, и люди употребляют его как элемент блюда быстрого питания, на которое многие и переходят (это сэндвичи, бургеры, булочки и лепешки с начинками, пироги, пирожки и прочее).

Рынок на 95% представлен активами российских инвесторов, на сегодняшний день индустриальные производители занимают на нем более 50%, динамично развиваются пекарни при гипермаркетах и супермаркетах. И если массовые сорта хлеба теряют в объемах продаж, то практически все остальные сегменты растут. В 2015 году сегмент малых пекарен по производству занимали 17% российского рынка, а по продажам 21%, а в 2018 году по производству уже 19% и по продажам 25%. Если говорить о структуре рынка хлебопечения, то в настоящее время по количеству предприятий, средние пекарни занимают 37%, малые – 35%, пекарни сетевого ритейла – более 12%, пекарни потребительской кооперации – 9%, и индустриальное хлебопечение – 5,4% или более 600 предприятий [55].

По результатам исследования IndexBox Russia, явной тенденцией является рост интереса населения к здоровому питанию и, соответственно, новым сортам хлебной продукции с добавленной пищевой ценностью. Хлеб и хлебобулочные изделия являются одним из основных товаров, присутствующих в потребительской корзине. Потребителями хлеба являются конечные покупатели, коммерческие организации (юридические лица), а также государство. По итогам 2017 года потребление хлеба и хлебобулочных изделий на душу населения составит 45,8 кг/чел. [51].

В 2018 году в Белгородском районе была утверждена «Стратегия развития общественного питания в Белгородском районе на период до 2025 года». Сроки реализации стратегии: с 2018 – 2019 года по 2025 год. Целью стратегии является: создание благоприятных условий для открытия, ведения и расширения бизнеса в сфере питания вне дома независимо от формата, размера и способа ведения данного бизнеса, поддержка местных производителей-поставщиков товаров. Для достижения поставленной цели следует ре-

шить следующие задачи:

- создать благоприятные условия для развития предпринимательской деятельности в сфере общественного питания Белгородского района;
- обеспечить сбалансированное размещение предприятий общественного питания на территории Белгородского района;
- повысить качество и культуру обслуживания предприятий общественного питания для населения;
- продвигать на рынок общественного питания района качественную и безопасную продукцию отечественного производства, в том числе областных производителей;
- создать благоприятную конкурентную среду и условия для повышения уровня предпринимательской активности [28].

Согласно Федеральной службе государственной статистики, на территории Белгородской области, по состоянию на 31 декабря 2018 года, на рынке общественного питания присутствуют: общедоступные столовые, закусочные – 363 единиц; столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий – 941 единиц; рестораны, кафе, бары – 950 единиц. В сельской местности Белгородской области присутствуют (единиц): общедоступные столовые, закусочные – 12; столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий – 257; рестораны, кафе, бары – 115 [40].

По состоянию на 1 января 2019 года, на территории г. Белгород осуществляют деятельность 706 предприятий общественного питания на 38863 посадочных места с численностью работников 7362 человек, в том числе в открытой сети 524 (74,2%) предприятия на 22556 посадочных мест, трудоустроено 5903 человека. В структуре предприятий общественного питания города наибольший удельный вес занимают такие предприятия как: кафе (25%); закусочные, буфеты, кафетерии и ПБО (24%); магазины и отделы кулинарии (10%); столовые при учебных заведениях (10%); столовые при промышленных предприятиях и организациях (9%); рестораны (9%); школьные столовые и буфеты (7%); бары (5%); столовые открытой сети (1%). Обеспе-

ченность населения посадочными местами в открытой сети предприятий общественного питания города составляет 145% [28].

По данным Росстата оборот общественного питания Белгородской области (в миллионах рублей) имеет положительную динамику, что говорит о развитии данной отрасли рынка: 2014 год – 6280,3; 2015 год – 6811,3; 2016 год – 7278,6; 2017 год – 7902,2; 2018 год – 8428,8 [34].

В городе Белгород и Белгородской области развито производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения. Крупными компаниями, занимающиеся производством хлеба и хлебобулочных изделий, которые снабжают данного вида продукции Белгородскую область и иные регионы России, являются ОАО «Колос», ООО «Старооскольский хлебо-, хладокомбинат», ООО «Ваш хлеб». Также в данной отрасли развивается малое и среднее предпринимательство, в городе Белгород, по данным международной картографической компании «2ГИС», сосредоточено 43 организации (пекарни и пироговые), некоторые из них имеют филиалы [48].

В результате исследования, которое проводилось в работе «Актуальные направления развития индустрии общественного питания региона (на примере Белгородской области)» Вишневской Е.В., Климовой Т.Б., Семченко И.В., Болтенко Ю.А. были получены определенные данные «По данным статистики, объемы оборота заведений общественного питания Белгородской области увеличились за 2017 г. на 500 млн руб., однако индекс физического объема оказания услуг уменьшился при этом на 3%. Также наблюдаем снижение среднего чека, размер которого был в диапазоне 900 – 950 руб. в 2013 – 2014 гг., в 2017 г. – 650, на сегодня – 450 – 550 руб. Происходит перераспределение потоков посетителей между предприятиями общественного питания, относящимися к разным ценовым категориям.

Рынок общественного питания Белгородской области показывает уверенные темпы роста. В течение 2010 – 2016 гг. оборот общественного питания области в фактически действующих ценах вырос с 3841,4 до 7 288,09 млн руб., или рост составил 189,72%. В 2015 г. оборот общественного питания

увеличился на 8,46%, в сопоставимых ценах уменьшился на 2,2%, в 2016 г. – 7% и 1,9% соответственно. В течение 2010 – 2015 гг. оборот общественного питания на душу населения вырос с 2,5 тыс. руб. в 2010 г. до 4,4 тыс. руб. в 2015 г. Рост составил 1890 руб. (75,39%), в 2015 г. к соответствующему периоду 2014 г. – 108,25%» [18]. В Белгородской области цены на продовольственные товары имеют определенную динамику. Объем рынка по массе произведенной хлебобулочной продукции в целом для региона, по состоянию на начало 2018 года, составляет более 180 тысяч тонн [42]. Динамика цен на хлеб и хлебобулочные изделия по Белгородской области представлена в таблице 2.2.

Наиболее динамично предприятия общественного питания открываются в г. Белгород, Старооскольском городском округе, Губкинском городском округе, Шебекинском городском округе и муниципальном районе «Белгородский район». Особенностью современного этапа развития общественного питания в области является то, что предприятия питания открываются в комплексе с культурно-досуговыми, лечебно-оздоровительными и торгово-развлекательными центрами.

Таблица 2.2

Средние цены по Белгородской области в категории: хлеб и булочные изделия из пшеничной муки высшего сорта, кг

Период (год)	Цена (в рублях)
2010 г.	33,55
2011 г.	37,49
2012 г.	43,05
2013 г.	49,87
2014 г.	51,81
2015 г.	58,23
2016 г.	66,4
2017 г.	72,61

Данные представленные в таблице 2.2 можно представить наглядно на рисунке 2.1.

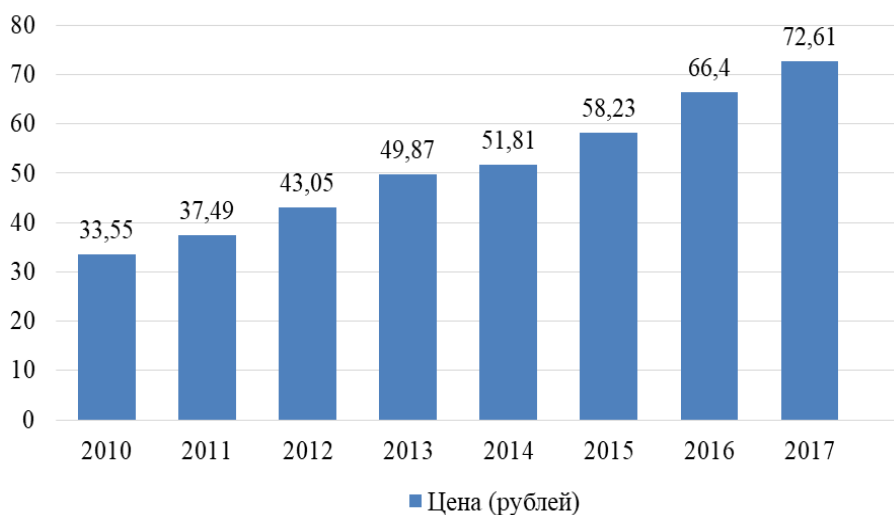


Рис.2.1. Динамика цен на хлеб и хлебобулочные изделия по Белгородской области

В настоящее время состояние общественного питания в регионе в разрезе типологии предприятий выглядит следующим образом: 141 ресторан (8,9%), 155 баров (9,8%), 598 кафе (37,7%), 208 закусочных (13,1%), 97 кулинарий (6,1%), 68 буфетов (4,3%), 64 пиццерии (4%), 35 кофеен (2,2%), 29 столовых (1,8%), 15 кафетериев (1%) и другие (рис. 2.2) [28].

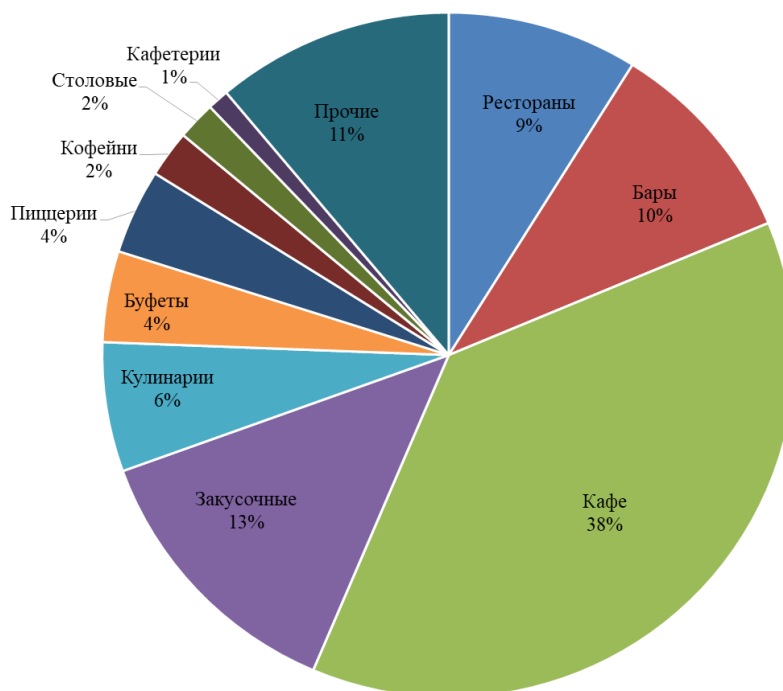


Рис.2.2. Доли предприятий общественного питания в Белгородской области

В настоящее время ценовая политика ресторанов и баров, составляющих порядка 19% рынка общественного питания Белгородской области, по ценовому приоритету позиционирует себя как гастрономические рестораны класса «люкс» или «высший» [28].

В результате исследования Прядко С.Н. и Чеченева С.В. было выявлено «частота приобретения хлебобулочной продукции является следующей: 58% респондентов приобретают хлебобулочные изделия ежедневно; 32% – несколько раз в неделю; 6% – реже одного раза в неделю и 4% затруднились с ответом. В результате опроса было проанализировано предпочтение потребителей при выборе хлебобулочных изделий. Исследование показало, что чаще всего потребители приобретают хлеб из пшеничной и ржаной муки (52% – ежедневно). Более 50% респондентов, покупающих хлеб из пшеничной и ржаной муки, являются потребителями возрастной категории от 45 до 60 лет. Доход на одного члена семьи в месяц, согласно исследованию, составлял от 15000 до 20000 руб. в месяц. Предпочтение потребителей в возрасте от 31 до 44 лет (56%) покупают хлеб с витаминами, злаками, био-добавками и пр. и имеют уровень дохода от 20000 руб. и выше. Реже всего хлеб и хлебобулочные изделия покупают респонденты возрасте от 16 до 30 лет (62%). Анализ гендерного соотношения покупателей хлебобулочных изделий показал, что ежедневные покупки хлеба чаще всего совершают мужчины (56%).

Проведенное исследование показало, что подавляющее число респондентов (57%) совершает покупку хлеба и хлебобулочных изделий в продуктовых магазинах, расположенных поблизости к дому. В супермаркетах хлебобулочные изделия покупает 52% респондентов в возрасте от 16 до 30 лет и 38% респондентов от 31 до 44 лет. Исследование показало, что в супермаркетах и гипермаркетах хлеб покупают в основном женщины. Респонденты в возрасте от 46 до 60 лет в основном покупают хлеб в обычных продуктовых магазинах (52%), как и респонденты в возрасте старше 61 года (58%).

Среди факторов потребительского поведения основными выступило качество хлебобулочной продукции, состав и свежесть. Параметром, набравшим наименьшее количество, ответов стала массу изделия. Большинство покупателей (89%) также при покупке не обращают внимание на массу изделия. Покупатели, для которых масса хлебобулочного изделия является определяющим фактором при покупке – люди пенсионного возраста» [33].

На территории г. Белгород официально зарегистрировано более 40 предприятий мини-пекарен, некоторые из них имеют филиалы, расположенные на территории города. Предприятия, занимающие данную нишу, создаются в форме юридического лица и физического лица, то есть в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО) и индивидуального предпринимателя (ИП). Мини-пекарен, производящих и реализующих изделия национальной кухни, а именно осетинские пироги, на территории город Белгород всего 3: «Осетинские пироги 31» [47], семейная пекарня «Леон» [36], семейная пекарня «Три пирога» [15]. Анализ конкурентов осуществлялся по пятибалльной системе (Приложение Б), где 5 – отлично, 4 – хорошо, 3 – удовлетворительно, 2 – плохо, 1 – очень плохо (рисунок 2.3).

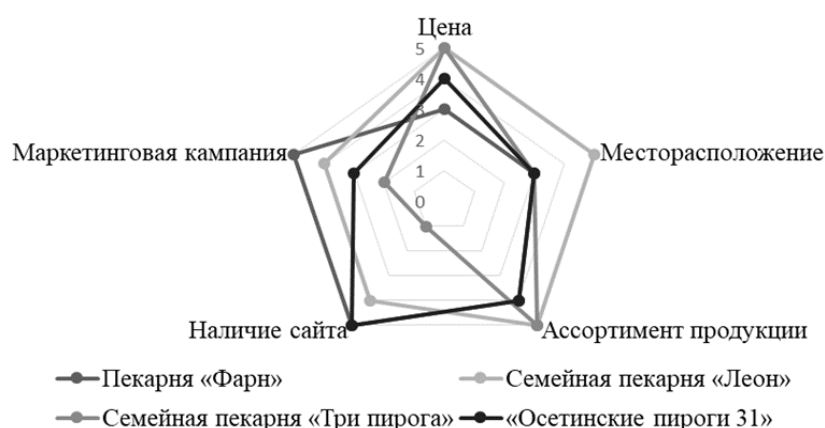


Рис. 2.3. Многоугольник конкурентоспособности мини-пекарни «Фарн»

Вышеперечисленные пекарни имеют в ассортименте осетинские пироги, режим работы – 7 дней в неделю. У каждого предприятия имеются аккаунты в социальных сетях, где представлена информация о местоположении, о пирогах и цен на них, а также информация, которая будет интересна по-

требителю (акции, розыгрыши, история осетинских пирогов, начинки и так далее). Цены на пироги формируются в зависимости от используемой начинки, от теста, от массы пирогов (табл. 2.3).

Таблица 2.3

Стоимость пирогов у предприятий-конкурентов

Название пирогов	Семейная пекарня «Леон»	Семейная пекарня «Три пирога»	«Осетинские пироги 31»
Цена (рублей)	цена за 200/800 грамм	цена за 400/800 грамм	цена за 600/1000 грамм
Картофджын (пирог с картофелем)	80/295	130/250	275/490
Уалибах (пирог с сыром)	120/365	175/350	330/510
Кабускаджын (пирог с капустой)	80/295	140/280	320/490
Насджын (пирог с тыквой)	80/295	-	-
Цахараджын (пирог со свекольными листьями и сыром)	80/295	175/350	390/530
Балджын (пирог с вишней)	120/365	-	420/650
Фыдджын (пирог с мясом)	120/365	150/350	420/680
Пирог с курицей и грибами (нетрадиционный)	105/345	140/320	-
Пирог с яблоком и корицей (нетрадиционный)	80/295	-	360/550

Также существует на территории г. Белгород пироговая «ПушкинЪ», которое позиционирует себя как кафе-пироговая, организована в форме микропредприятия. Юридическое наименование: ИП Почернин Ю.А.; основной вид деятельности – 47.2 торговля розничная пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах; дополнительных видов деятельности 14. Ассортимент меню поделен на группы: завтраки, сладкие пироги, сытные пироги, напитки, с собой. Цены на ассортимент продукции разнятся: завтраки от 65 до 250 рублей, сладкие пироги – кусок от 75 рублей до 150, целые пироги от 600 рублей 1200 рублей в зависимости от начинки. Сытные пироги от 70 до 150 рублей кусок, целый пирог от 560 до 1200 рублей; напитки от 90 – 120 рублей; группа «с собой» от 180 рублей до 420 рублей [32].

Таблица 2.4

Характеристика предприятий – конкурентов

Предприятие	Организационно-правовая форма	Основной вид экономической деятельности	Дополнительный вид экономической деятельности
Пироговая «ПушкинЪ»	ИП Почернин Ю.А.	47.2 – Торговля розничная пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах основные	56.10 – Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания; 47.25 – Торговля розничная напитками в специализированных магазинах; 47.76.1 – Торговля розничная цветами и другими растениями, семенами и удобрениями в специализированных магазинах; и другие
Семейная пекарня «Леон»	ИП Ключко Л.Н.	56.10 – Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания	Отсутствует
Семейная пекарня «Три пирога»	ИП Куликов Б.Р.	47.24 – Торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями и кондитерскими изделиями в специализированных магазинах	Отсутствует
«Осетинские пироги 31»	ООО «Жемчужина»	56.10 – Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания	Отсутствует

На основе данных конкурентов (табл. 2.4.) можно выделить конкурентные преимущества мини-пекарни «Фарн»: невысокая цена на продукцию, относительно конкурентов; ассортимент состоит только из национальных пирогов: пироги пекутся по традиционным рецептам; бесплатная доставка, вне зависимости от количества приобретаемых пирогов; территориальная отдаленность от конкурентов; пекарня расположена в спальном районе с развитой инфраструктурой.

Есть некоторые изменения в соотношении продаж по группам под влиянием сезонности, но это прогнозируемые колебания. Структура продаж мо-

жет отличаться в зависимости от локации объекта. Предпочтения в центре города и на периферии отличаются.

Согласно Росстат, показатели деятельности предприятий общественного питания по городу Белгород за 2017 год и 2018 год претерпели некоторые изменения, касающиеся в частности экономики, общественного питания и производства пищевых продуктов (табл. 2.5.).

Таблица 2.5

Показатели деятельности предприятий общественного питания
г. Белгород за 2017 – 2018 год

Показатель	Годы	
	2017 год	2018 год
Экономика		
Число действующих организаций и предприятий по полному кругу (без ИП), ед.	20948	19352
Количество индивидуальных предпринимателей, чел	13679	13689
Оборот организаций – всего, млн руб.	256266,7	270481,8
Производство пищевых продуктов		
Число действующих предприятий и организаций, ед.	185	165
Произведено за год: изделия хлебобулочные недлительного хранения, т	27538,3	27075,2
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	28350,6	31510,4
Среднесписочная численность работающих, чел.	3910	3741
Общественное питание		
Предприятия общественного питания, из них, ед.:	687	706
Рестораны, бары, кафе	285	283
Столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	182	182
Общедоступные столовые, закусочные	20	20
Обеспеченность посадочными местами в открытой сети общественного питания на 1000 человек населения, мест	59	58
Оборот общественного питания, млн руб.	3876,9	4282
Оборот общественного питания на душу населения, руб.	9907,7	10929

Количество индивидуальных предпринимателей и оборот организаций увеличился, также увеличилась среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций. Положительная динамика наблюдается в общественном питании по таким показателям, как количество предприятий общественного питания, оборот общественного питания и оборот общественного питания на душу населения. Потребление данных

продуктов в домашних хозяйствах и в сельской местности в России выше, чем в домашних хозяйствах в городской местности, но стоимость хлеба и хлебных продуктов в среднем выше в городской местности, чем в сельской (табл. 2.6.).

Таблица 2.6

**Динамика потребления хлебобулочных изделий
по видам продукции и ее стоимости (2017 – 2018 гг.)**

Показатель	Домашние хозяйства в городской местности		Домашние хозяйства в сельской местности	
	2017	2018	2017	2018
Динамика потребления продуктов питания в домашних хозяйствах, в среднем на потребителя в год, кг	91	90	119	113
Потребление по основным группам пищевых продуктов 2017 год в среднем на потребителя в год, кг:				
хлеб пшеничный	25,3	25,1	41,5	39,5
хлеб ржаной и прочий	14,3	14,1	15,3	14,0
хлебобулочные изделия	4	4,0	3,9	3,9
другие мучные кондитерские изделия	15,4	15,3	15,5	15,4
Стоимость хлеба и хлебных продуктов, потребленных в домашних хозяйствах, в среднем на потребителя в месяц, рублей	898,5	909,2	789,8	805,1

Обратная динамика наблюдается в Белгородской области относительно всей России, как по потреблению хлебобулочных изделий в домашних хозяйствах, так и по стоимости (табл. 2.7).

Таблица 2.7

Потребление в домашних условиях и стоимость (2017 – 2018 гг.)

Показатель	Годы		Абсолютное Отклонение 2018/2017	Относительное отклонение (%) 2018/2017
	2017	2018		
Потребление в домашних хозяйствах, в среднем на потребителя в год, кг в Белгородской области	102.0	91.3	-10,7	89,5
Стоимость питания, в среднем на потребителя в месяц, рублей	913.8	855.3	-58,5	93,6

Согласно данным единого реестра субъектов малого и среднего пред-

принимательства по состоянию на конец 2019 года, на территории Белгородской области по основному виду экономической деятельности по ОКВЭД – 10.71 производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения, зарегистрировано 138 организаций и предприятий, из них 42 единицы являются юридическими лицами и 96 индивидуальными предпринимателями, из общей совокупности 12 единиц являются малыми предприятиями и 126 микропредприятиями [39].

Во 2 квартале 2016 года Корпорацией МСП проводился опрос (исследование в виде анкетирования), выборка которого составила 10200 человек. Параметры выборки были сформированы таким образом, чтобы представить население России, проживающее в городах численностью 250 тысяч человек и более в возрасте от 14 до 70 лет [14]. Ошибка выборки составила 1%. Исследование проводилось 3 этапа: методологический, полевой и аналитические этапы. Длительность этапов: методологический – с 16 марта 2016 года по 31 марта 2016 года; полевой – с 23 марта 2018 года по 30 июня 2016 года; аналитический этап – с 1 июля 2016 года по 31 июля 2016 года. Возраст респондентов: 19 лет и младше, 20 – 29 лет, 30 – 39 лет, 40 – 49 лет, 50 лет и старше (от 14 – 70 лет). Большинство потребителей в Российской Федерации предпочитают питаться дома или брать с собой обед из дома и на работу. Доля перекусывающих на работе/ на ходу продуктами, купленным в магазине составляет 19%. Каждый восьмой обедает в кафе, 16% в ведомственной столовой/кафе. Заказывают доставку еды на работу только 3%. Самыми предпочитаемыми местами питания в рабочее время являются:

- перекус на работе/на ходу продуктами, купленными в магазине – наблюдается больше среди мужского пола, а также у высокодоходного населения и населения от 20 – 29 лет;

- в ведомственной столовой – больше среди мужского пола, а также у среднеобеспеченного населения и граждан от 19 – 39 лет;

- в кафе – больше всего предпочитают посещать мужчины, а также граждане от 20 – 39 лет, высокодоходное и среднеобеспеченное население;

– дома предпочитают больше всего питаться женская часть населения России, граждане в возрасте 19 лет и младше и от 50 лет и выше с доходом ниже среднего;

– обед из дома предпочитают брать как мужчины, так и женщины, в возрасте от 20 – 49 лет, меньше всего от 50 лет и выше, а также все слои населения, то есть с различным уровнем дохода населения.

Исходя из данного исследования, следует сказать, что открытие мини-пекарни «Фарн» будет целесообразно, так как большая часть населения в РФ, предпочитает питаться во время обеденного перерыва в местах быстрого питания, либо пользуется доставкой. Мини-пекарня «Фарн» – это то самое место, где можно заказать горячие и вкусные пироги на место работы, дома.

В заключении, следует сказать, что сфера общественного питания, как в России, так и в Белгородской области, стремительно развивается, оборот общественного питания с каждым годом растет. На данном рынке лидирующие позиции занимают пекарни. Предприятия данного формата являются очень популярными, так как есть возможность приобрести и употребить качественные хлебобулочные изделия на ходу, взять с собой или на месте приобретения, а также воспользоваться доставкой. Около половины населения России приобретают хлебобулочные изделия в мини-пекарнях. Невысокий средний чек позволяет приобретать мучные изделия населению с разным уровнем достатка. В связи с этим открытие мини-пекарни с национальной концепцией является актуальным как для региона, так и для России.

3. Организация производства и управление предприятием

Мини-пекарня национальной кухни «Фарн» – это предприятие общественного питания, которое направлено на удовлетворение потребностей потребителей в питании, но без возможности употребления готовой продукции на территории заведения. Ассортимент мини-пекарни национальной кухни составляет 5 видов традиционных осетинских пирогов. Для того, чтобы осуществление собственного дела было запланированным, необходимо выработать цели дальнейшего развития. Открытие мини-пекарни национальной кухни «Фарн» планируется на 3 мая 2021 года.

В первый год функционирования мини-пекарня планирует осуществить следующие цели, представленные в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Ежемесячный план целей предприятия за 2021 год

Месяц	Цели предприятия
1	поиск надежных поставщиков, заключение договоров с ними; приобретение соответствующего оборудования и инвентаря;
2	проведение маркетинговых мероприятий по привлечению клиентов и знакомства потенциальных потребителей с пекарней
3	продвижение пекарни в социальных сетях
4	сформировать единый корпоративный стиль
5	сформировать и поддерживать положительную репутацию пекарни;
6	сформировать базу постоянных клиентов
7	увеличить объем производства
8	увеличить количество посетителей в 1,5 – 2 раза
9	увеличить число партнеров, заключить договора о сотрудничестве с доверенными субъектами предпринимательской деятельности
10	налаживание отношений с новыми партнерами
11	поиск новых рынков сбыта
12	закрепление позиций на рынке общественного питания.

Таким образом, в первый год функционирования пекарни планируется создать условия, которые обеспечат оптимальную и эффективную работу пекарни, будут способствовать созданию положительной репутации и получению прибыли. Для достижения вышеперечисленных целей на первый год работы микропредприятия – мини-пекарни национальной кухни «Фарн», необходимо осуществить соответствующие действия, направленные на запуск

проектируемого предприятия и его эффективную работу в течение всего года работы. Все необходимые действия представлены в диаграмме Ганта (Приложение В) и имеют определенную временную протяженность. К данным действиям относятся: исследование рынка, поиск помещения, встреча с поставщиками, подписание договоров, приобретение оборудования, разработка фирменной атрибутики, увеличение ассортимента, поиск новых партнеров и прочее.

В последующие годы работы мини-пекарни национальной кухни «Фарн», планируются осуществить цели, отраженные в таблице 3.2.

Таблица 3.2

Ежегодный план целей предприятия на долгосрочный период работы

Год	Цели предприятия
2 год	– увеличить ассортимент предлагаемой продукции; – увеличить число заинтересованных лиц, с кем можно заключить взаимовыгодное сотрудничество;
3 год	– ввести программу лояльности; – увеличить производственные мощности;
4 год	– расширение бизнеса, то есть открытие двух мини-пекарен в г. Белгород; – увеличить ассортимент предлагаемой продукции (помимо осетинской кухни, будет представлена выпечка кухонь разной национальности);
5 год	– открытие ресторана национальной кухни; продажа франшизы

Таким образом, долгосрочные цели предприятия направлены на укрепление позиции на рынке города Белгород, увеличение ассортимента и производственных мощностей, расширения бизнеса. Вышеперечисленные цели предприятия и меры их достижения представляют желаемый результат его функционирования, и соответствуют концепции деятельности предприятия. Цели предприятия могут быть скорректированы по результатам комплексного анализа различных факторов и возможностей бизнеса.

Для того, чтобы зарегистрироваться и стать на учет, в качестве индивидуального предпринимателя, необходимо собрать необходимый пакет документов: заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (форма № Р21001), копия российского паспорта, квитанция об уплате госпошлины в размере 800 рублей [44].

Организационная структура предприятия мини-пекарни «Фарн» представлена на рисунке 3.1.



Рис. 3.1. Организационная структура управления мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Организационная структура мини-пекарни «Фарн» имеет линейный тип управления, что является целесообразной для данного микропредприятия в системе управления и деятельности предприятия [31, с. 49].

Для мини-пекарни национальной кухни потребуются 3 пекаря со средним специальным образованием, а также 1 курьер для доставки осетинских пирогов клиентам, 1 уборщица, 1 директор. Услуги курьера и уборщицы будут взяты на аутсорсинг. Каждая единица штатного персонала обязательно будет иметь медицинскую (санитарную) книжку.

Управляющим мини-пекарни национальной кухни «Фарн» будет являться непосредственно индивидуальный предприниматель в лице Куртаевой Ирины Зазовны. Фактическое место проживания: 308014 Белгородская область город Белгород, улица Садовая дом 6, квартира 60. Пекари непосредственно будут заниматься основным технологическим процессом, то есть замешивать тесто, заниматься приготовлением начинки и выпекать продукцию, держать в чистоте свое рабочее место, а также осуществлять продажу готовой выпечки. С производственным персоналом будет заключен трудовой договор, а с персоналом, который будет нанят на аутсорсинг по договору гражданско-правового характера (ДГПХ). Уборщица и курьер в обязательном порядке будут иметь при себе санитарные книжки. В договоре будут указаны

стоимость услуги в рублях и схема оплаты.

Стоимость заработной платы уборщицы в месяц 11000 рублей. Зарплата курьера почасовая, стоимость одного часа будет составлять 150 рублей. Затраты на ГСМ будут оплачиваться руководством пекарни, в среднем за 1 год будут составлять 90024 рубля, в день затраты на бензин будут составлять 242 рубля. Производственный персонал должен быть со средним профессиональным образованием и с опытом работы не менее 1 года. Будут работать 3 пекаря посменно.

Далее будут рассмотрены затраты по заработной плате в мини-пекарни национальной кухни «Фарн». Для расчета фонда заработной платы необходимо определить количество и состав работников по группам, а также установить оклады или тарифные ставки. Расчетная и нормативная численность работников вносится в штатное расписание. Штатное расписание предприятия оформляется в соответствии с таблицей 3.3.

Таблица 3.3

Штатное расписание предприятия

Наименование должности	Разряд	Численность	Оклад, руб.	Сумма окладов, руб.
Администрация				
Директор	-	1	30000	30000
Отдел производства				
Пекарь	5	3	20000	60000
Итого		3		60000
Всего		4		90000

Штатное расписание в дальнейшем используется для расчета суммы заработной платы работников предприятия по ставкам и окладам. Плановая смета расходов на оплату труда представлена в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Плановая смета расходов на оплату труда

Наименование	Сумма, тыс. руб.	% к итогу
Фонд зарплаты по ставкам и окладам	90	80
Премии	20	20
Итого (в месяц)	110	100
Итого (в год)	1320	-

Ежемесячно будут осуществляться перечисления на социальные взносы, которые будут выплачиваться предпринимателем за своих работников, которые находятся в штате, с полученной прибыли:

1) страховые взносы в ПФР составляют 22%: данная ставка применяется до достижения предельного лимита дохода в 1292000 рублей, после ставка падает до 10%;

2) тариф по взносам на ОМС составляет 5,1% (тариф не зависит от суммы дохода и уплачивается предпринимателем постоянно);

3) тариф страховых взносов на ВНиМ (страховые взносы на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством) составляет 2,9%: ставка применяется до превышения предельного дохода в 912 000 рублей, далее уплачиваться не будут;

4) тариф взноса за травматизм по основному виду экономической деятельности – 10.71.1 Производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения составляет 0,4% [25].

Вышеперечисленные взносы, которые в сумме составляют 30,4%, предприниматель должен будет выплачивать за своих сотрудников в Федеральную налоговую службу каждый месяц до 15 числа, если данный день является выходным или праздником, то необходимо сдать документы в первый же рабочий день после 15 числа.

Так как мини-пекарня национальной кухни «Фарн» осуществляет деятельность на УСН и является субъектом малого предпринимательства, то целесообразно вести упрощенную бухгалтерскую отчетность, которая состоит из декларации по УСН и отчета о среднесписочной численности работников.

Прогнозируемый спрос на продукцию, точнее на осетинские пироги рассмотрен за 5 лет, 1 год – ежемесячно, 2 поквартально, с 3 года по 5 год в укрупненно (Приложение Г). Прогнозируемый объем продаж рассчитан в штуках, так как пироги, будут продаваться поштучно. В таблице 3.5. представлена производственная программа за 1 день, неделю, месяц и год по ас-

сортименту, представленному в пекарне. На спрос продукции мини-пекарни влияет несколько факторов:

- стоимость продукции, так как она будет ниже, чем у конкурентов (табл. 3.6);
- доставка в мини-пекарни бесплатная;
- в зимний сезон продажа пирогов увеличится;
- так спрос на продукцию увеличится в праздничные дни России, а также национальные праздники, отмечаемые осетинами.

Таблица 3.5

Производственная программа мини-пекарни «Фарн» (шт.)

Наименование продукта	За 1 день	Неделя	Месяц	Год
Уалибах	8	56	224	3153
Картофджын	15	105	420	5911
Цахараджын	5	35	140	1970
Кабускаджын	9	63	252	3547
Фыдджын	15	105	420	5783
Итого	52	364	1456	20365

С января по май объем производимой продукции имеет тенденцию к увеличению на 5%. Под влиянием фактора сезонности, года продажа пирогов в июне и июле снизится. С августа по декабрь спрос на продукцию увеличивается на 5%, на данное увеличение влияют фактор сезонности и наличие в данном временном промежутке праздничных дней.

Таблица 3.6

Стоимость пирогов у предприятий-конкурентов

Название пирогов	Семейная пекарня «Леон»	Семейная пекарня «Три пирога»	Осетинские пироги 31
Цена (рублей)	цена за 200/800 грамм	цена за 400/800 грамм	цена за 600/1000 грамм
Картофджын	80/295	130/250	275/490
Уалибах	120/365	175/350	330/510
Кабускаджын	80/295	140/280	320/490
Насджын	80/295	-	-
Цахараджын	80/295	175/350	390/530
Балджын (пирог с вишней)	120/365	-	420/650

1	2	3	4
Фыдджын	120/365	150/350	420/680
Пирог с курицей и грибами (нетрадиционный)	105/345	140/320	-
Пирог с яблоком и корицей (нетрадиционный)	80/295	-	360/550

В мини-пекарни национальной кухни «Фарн» будут выпекаться только традиционные осетинские пироги:

- 1) уалибах (пирог с сыром);
- 2) картофджын (пирог с картошкой и сыром);
- 3) сахараджын (пирог с измельченными листьями свеклы и сыром);
- 4) кабускаджын (пирог с измельченной капустой с сыром);
- 5) фыдджын (пирог с мясным фаршем);

Процесс осуществления заказа в мини-пекарне национальной кухни «Фарн» начинается с момента принятия заказа. Следующим этапом следует производственный процесс, то есть выпечка пирогов, завершающий этап – выдача горячих осетинских пирогов потребителю. Заказ осетинских пирогов будет осуществляться через телефон и Интернет. Будет создан специальный аккаунт мини-пекарни в социальной сети Вконтакте, где будут размещены меню, стоимость пирогов, фото пирогов, месторасположение пекарни, последние новости, а также через данную социальную сеть заказать пироги на определенное время и место. Осуществлять деятельность по принятию заказов будут один пекарь, в дни максимальной загрузки управляющий пекарней, каждый будет иметь доступ к аккаунту мини-пекарни. Приготовление осетинских пирогов осуществляется по специальным рецептурам [35, с. 385-388].

Оборудование, которое необходимо для эффективного функционирования предприятия: пекарское оборудование, холодильное оборудование, морозильная камера, оборудование для расстойки теста, оборудование для оплаты, санитарно-гигиеническое оборудование и прочее. Также для работы мини-пекарни необходимо приобрести инвентарь для уборки помещения,

производственный инвентарь (табл. 3.7). Упаковочный инвентарь будет рассмотрен в главе 4.

Таблица 3.7

Затраты на производственное оборудование и инвентарь

Наименование	Стоимость, руб.
Основное производственное оборудование	864829
Производственный инвентарь	162869
Уборочный инвентарь	1337
Санитарно-гигиеническое оборудование и инвентарь	46923
Всего	1075958

Наименования, количество и стоимость всего оборудования и представлены в приложении Д.

Система снабжения предприятия будет организована централизованным способом, так как он очень удобен для предприятия, также оптовые продавцы предлагают для предприятия наиболее выгодные условия, чем розничные. Поэтому все сырье и полуфабрикаты будет приобретено у оптовых продавцов продукции, которые сами организуют доставку. Информация о планируемых поставщиках предприятия представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8

Источники продовольственного снабжения мини-пекарни национальной кухни

Наименование Источников	Наименование группы Товаров	Периодичность завоза	Примечание
ОАО «Авида» (г. Старый Оскол)	молоко, творог, сыры, масло сливочное	1 раз в неделю	Транспорт поставщика
ИП Дорофеев Д. В. (г. Белгород)	мясо и мясопродукты	1 раз в неделю	Транспорт поставщика
ООО «Мир» (г. Белгород)	сахар, мука, крупы, сгущенное молоко	1 раз в неделю	Транспорт поставщика
ИП Симинова К.И. (г. Белгород)	овощи, фрукты, зелень	овощи – 1 раз в неделю; зелень – 2 раза в неделю	Транспорт поставщика
ООО «Промпоставка-Белгород»	специи, орехи, пищевые добавки - оптом	1 раз в месяц	Транспорт поставщика

Следовательно, основной объем затрат будет в покупке оборудования и инвентаря для технологической схемы производства пирогов, данная стои-

мость оборудования для вновь создаваемого предприятия составляет 864829 рублей, стоимость уборочного инвентаря составила 1337 рублей.

Ассортимент продукции в мини-пекарни «Фарн» будет состоять из 5 позиций, то есть из 5 вариантов осетинских пирогов. Пироги будут выпекаться и продаваться массой равной 900 – 1100 грамм. Согласно рецептурам (Приложение Е-И) пирогов была рассчитана их себестоимость (Приложение К-М) и составляет:

- уалибах (пирог с сыром): 163 рубля;
- картофджын (пироги с картошкой и сыром): 121 рубль;
- фыдджын (пирог с мясным фаршем): 182 рубля;
- кабускаджын (пирог с измельченной капустой и сыром): 89 рублей;
- сахараджын (пирог с измельченными листьями свеклы и сыром): 290 рублей.

В таблице 3.9 представлена информация о формировании стоимости каждого пирога.

Таблица 3.9

Ценообразование осетинских пирогов в мини-пекарни «Фарн»

Наименование изделия	Выход (грамм)	Себестоимость (руб.)	Надбавка, %	Цена с учетом надбавки (руб.)
Уалибах	900	163	200	490
Картофджын	1000	121	200	360
Фыдджын	1000	182	200	545
Кабускаджын	1000	89	200	270
Сахараджын	1100	290	100	580

За 1 год работы мини-пекарни национальной кухни «Фарн», выручка от продажи мучных изделий, то есть осетинских пирогов составит 8925443 рублей, за второй год – 9809052 рублей, 3 год – 10726826 рублей, 4 год – 11730103 рублей, 5 год – 12828447 рублей (Приложение Н).

Для эффективной деятельности пекарни необходим начальный капитал в размере 2 млн. рублей будет взят в кредит, а также собственные средства в размере 500 тысяч рублей. Регистрация пекарни будет осуществляться за счет собственных средств. Для последующей деятельности предприятия

необходимо пополнение капитала.

Для эффективного функционирования мини-пекарни будет арендовано и отремонтировано помещение площадью 60 квадратных метров в г. Белгород микрорайоне Новый-2 по улице Шумилова 18. Стоимость ремонтных работ помещения составляет 240000 рублей. Функциональные зоны пекарни состоят из пекарного комплекса, то есть производственного помещения, склада, помещения для персонала, санитарного узла, помещения для посетителей, подсобного помещения:

- санитарный узел – 2,25 м²;
- подсобное помещение – 1,6 м²;
- помещение для гостей – 9 м²;
- производственное помещение – 30 м²;
- помещение для персонала – 12 м²;
- складское помещение – 5,15 м².

4. Маркетинговый план

Создание маркетингового плана позволяет представить и спрогнозировать дальнейшее существование проектируемого предприятия, в частности, мини-пекарни национальной кухни «Фарн». Предприятию перед началом своей деятельности необходимо выйти на рынок и занять свое место в нише, для этого проектируемое предприятие будет реализовывать стратегию охвата рынка. На данном этапе пекарня будет делать упор на свои сильные стороны и устанавливать стоимость на продукцию ниже чем у конкурентов в первый год деятельности, в последующие годы, то есть со 2 по 5 год, увеличивать стоимость продукции в пределах 5%. Преимущество реализации применяемой стратегии – это привлечь и обслужить как можно больше потребителей, что позволит увеличить объемы продаж и популярность заведения.

Динамика объема продаж в определенные сезоны будет различна, так как больше всего горячую выпечку предпочитают употреблять в осенне-зимний период, в этот период объемы продаж увеличатся, в летнее время года употребление продукции пекарни снизится.

Открытие заведения данного формата актуально, как показало исследование, проведенное во 2 квартале 2016 года Корпорацией МСП, выборка составила 10200 человек. Параметры выборки были сформированы таким образом, чтобы представить население России, проживающее в городах численностью 250 тыс. человек и более в возрасте от 14 до 70 лет [5]. Исследование показало, что большая часть населения в России, предпочитает питаться во время обеденного перерыва на предприятиях быстрого питания, либо пользуются доставкой еды на дом или на место работы.

Институт общественного мнения «Анкетолог» в апреле 2019 года опубликовал обзор потребительских предпочтений в доставке готовой еды [10]. В рамках данного исследования было опрошено 600 человек старше 18 лет, проживающие в городах с населением более 100 тысяч человек. Согласно результатам данного исследования, граждане субъектов РФ в большин-

стве заказывают на дом пиццу, роллы и несладкие пироги, данные блюда выбирают соответственно 78% и 68% опрошенных, пользовавшиеся услугами доставки в последний год (рис. 4.1).

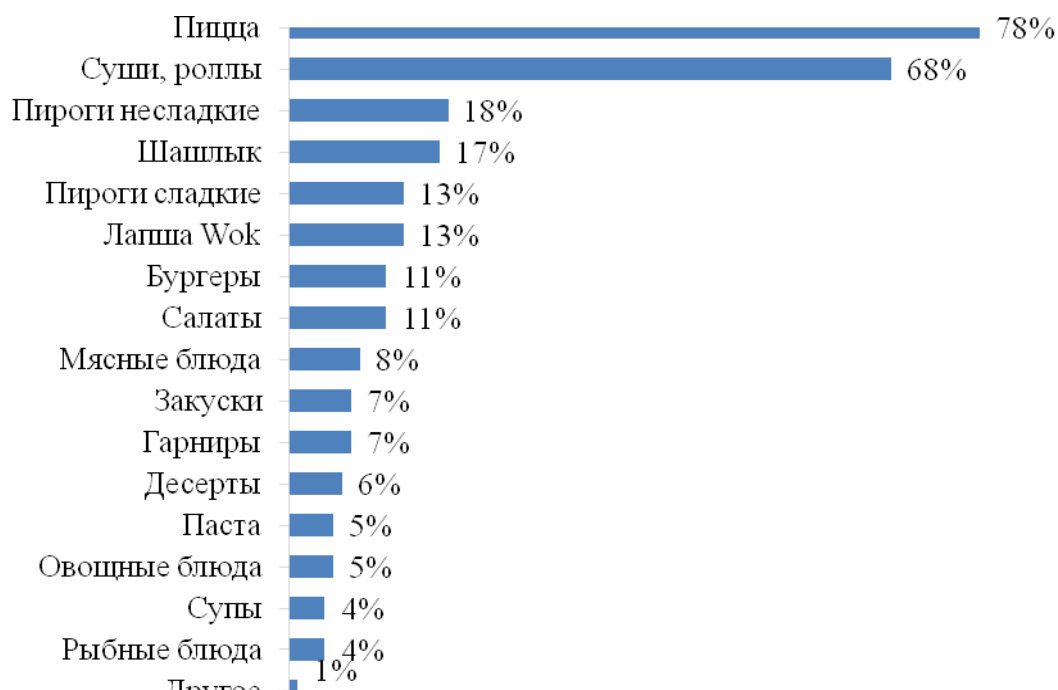


Рис.4.1 Основные блюда, заказываемые гражданами РФ с доставкой

В зависимости от размера населенного пункта и возраста респондентов можно посмотреть динамику часто заказываемых блюд с доставкой (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Категории граждан России, заказывающих блюда с доставкой

Наименование	Размер населенного пункта			Возраст (лет)			
	100 – 500 тыс. чел.	500 тыс. – 1 млн чел.	Более 1 млн чел.	18-30 лет	31-45 лет	46-55 лет	Старше 55 лет
Пицца	79,40%	72,10%	79,70%	78,50%	78,90%	78,70%	70,80%
Суши, роллы	68,40%	71,10%	66,80%	80,80%	72,00%	58,40%	51,60%
Первые блюда	2,70%	1,80%	5,00%	7,00%	2,30%	2,10%	2,60%
Закуски	4,80%	5,80%	8,50%	5,80%	7,00%	7,10%	6,80%
Салаты	11,20%	11,40%	11,00%	11,20%	10,50%	10,50%	14,60%
Десерты	5,00%	3,60%	7,40%	7,70%	4,80%	5,00%	5,70%
Пироги несладкие	14,10%	12,70%	23,00%	9,10%	16,50%	21,30%	32,80%
Пироги сладкие	9,50%	9,40%	17,50%	8,40%	10,80%	16,70%	21,90%
Бургеры	8,20%	9,60%	13,00%	14,70%	11,50%	7,10%	7,30%

Продолжение табл. 4.1

1	2	3	4	5	6	7	8
Лапша Wok	10,10%	9,10%	16,80%	23,60%	13,00%	5,70%	4,70%
Паста	5,50%	3,00%	6,00%	9,60%	4,70%	3,20%	1,00%
Мясные блюда	5,70%	9,40%	8,90%	5,60%	9,20%	7,30%	11,50%
Рыбные блюда	3,60%	3,00%	5,00%	2,60%	3,80%	4,60%	7,30%
Гарниры	5,10%	9,10%	6,90%	8,90%	7,20%	4,80%	6,30%
Шашлык	18,10%	16,50%	16,80%	13,60%	18,60%	17,80%	18,80%
Овощные блюда	4,40%	4,30%	5,10%	4,40%	4,20%	3,70%	9,40%

С увеличением возраста среди потребителей резко падает спрос на суши и роллы, но возрастает на сладкие и несладкие пироги. Если классические японские блюда заказывали 81% опрошенных в возрасте до 30 лет, то в возрасте от 46 до 55 лет так делали 58% респондентов, а среди респондентов старше 55 лет и меньше (52%).

Самым популярным способом заказа еды среди потребителей является звонок оператору, доля опрошенных составляет 66%. Оформляли заказ на сайте службы доставки или заведения 55% респондентов, пользовались приложениями служб доставки 30%, приложениями агрегаторов (например, Delivery Club) – 19%, сайтами агрегаторов 12%.

Больше всего респонденты тратили на один заказ от 500 до 1000 рублей (36%) или от 1001 до 1500 рублей (28%). Производить оплату заказа большинство предпочитают наличными курьеру при получении (69%), безналичным способом оплаты, то есть банковской картой, при оформлении заказа рассчитываются 58% опрошенных. Также следует отметить, что 84% опрошенных не готовы ждать заказа больше 1 часа, и только 3% согласны делать это более 1,5 часов.

Мини-пекарня «Фарн» – это пекарня национальной кухни, где можно заказать горячие и очень вкусные пироги домой, на работу или в любую точку города Белгород. Пекарня будет работать по предзаказам и с возможностью бесплатной доставки по городу.

Ассортимент пекарни национальной кухни будет представлен исключительно традиционными осетинскими пирогами и состоит из пяти позиций:

- уалибах (пирог с сыром);

- картофджын (пирог с картошкой и сыром);
- сахараджын (пирог с измельченными листьями свеклы и сыром);
- кабускаджын (пирог с измельченной капустой и сыром);
- фыдджын (пирог с мясным фаршем).

Спрос на выпечку мини-пекарни «Фарн» зависит от множества факторов:

- от фактора сезонности;
- от информированности потребителей о деятельности пекарни;
- от рекламной кампании;
- от маркетинговых мероприятий (скидки, акции, розыгрыши);
- от сформировавшейся репутации.

В соответствии с необходимостью проведения маркетинговой деятельности микропредприятия общественного питания «Фарн» следует осуществить определенные мероприятия, которые будут ориентированы на продвижение пекарни и увеличение производства продукции. Для расширения занимаемого сегмента рынка и привлечения наибольшего количества клиентов необходимо внедрить комплекс разнообразных мероприятий, включая разработку миссии, слогана, визитки и логотипа компании.

Слоганом мини-пекарни национальной кухни «Фарн» является: «Родное и вкусное только для Вас».

Миссия пекарни: «Мы стремимся облегчить и улучшить жизнь каждого, выпекая вкусные осетинские пироги, богатые своей историей и традициями. Мы предоставляем возможность познакомиться с национальной пищей Осетии, которая станет неотъемлемой частью Вашей жизни».

Логотип представлен изображениями главных героев Нартского эпоса на золотисто-коричневом фоне: Шатана, нарт Урузмаг и нарт Сослан [29]. Наглядно логотип можно посмотреть на рисунке 4.2.



Рис. 4.2. Логотип мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Визитка мини-пекарни оформлена в едином фирменном стиле, она двухсторонняя, на лицевой стороне изображен логотип пекарни, на оборотной стороне представлена следующая информация: адрес, телефон для связи, а также ссылки на социальные сети и месторасположение мини-пекарни национальной кухни «Фарн» (рис. 4.3).

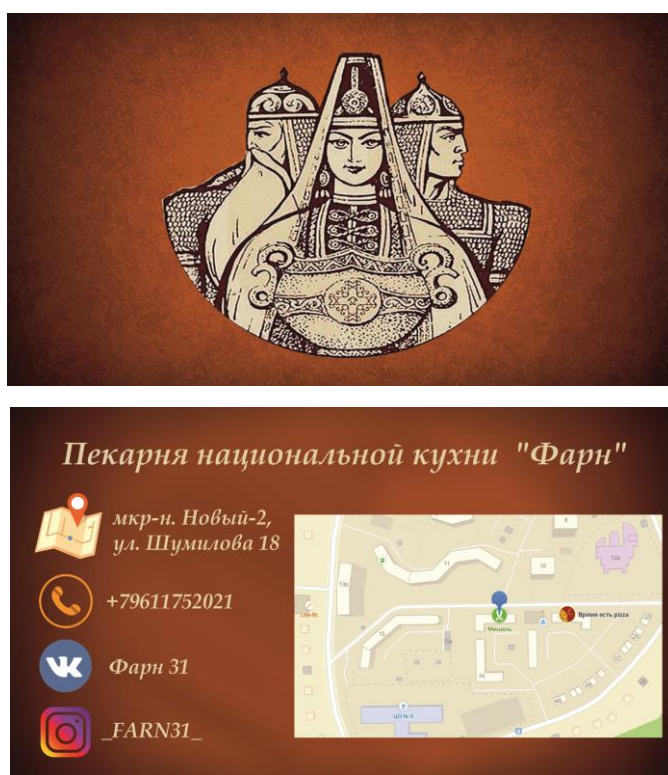


Рис. 4.3. Визитка мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Для продвижения мини-пекарни национальной кухни предлагается

внедрить рекламную атрибутику, которая будет включать в себя корпоративный стиль. В качестве маркетинговых мероприятий предлагается использовать: продвижение в контенте социальных сетей, таких как V Kontakte, Instagram. V Kontakte является перспективной в плане продвижения веб-ресурсов и привлечения огромного количества посетителей. Зарегистрированный аккаунт будет обновляться каждый день или раз в два дня, будет размещаться информация о пирогах, о работе предприятия, об акциях, у потребителей будет возможность осуществить online-заказ и оставить отзыв [22]. Социальная сеть «Instagram» – это приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей [16]. В Instagram аккаунте также будет размещаться информация о пирогах, информация о деятельности пекарни, а также будут проводиться розыгрыши. Аккаунт социальной сети будет обновляться каждый день, для того, чтобы увеличить поток клиентов в мини-пекарню национальной кухни «Фарн».

Еще одним направлением в продвижении пекарни национальной кухни является оформление фасада, так как фасад – это, прежде всего, лицо заведения то, что первым видят потребители перед тем как зайти в пекарню. Все элементы фасада гармоничны между собой и будут производить положительное впечатление на потенциальных клиентов. Вывеска – это важнейший элемент среди наружной рекламы пекарни национальной кухни «Фарн». В качестве стилизованной вывески был выбран лайтбокс с наименованием пекарни. Лайтбокс является одним из наиболее эффективных видов рекламных вывесок: световая вывеска, изготовленная в форме узкого прямоугольника, изображение наносится на поверхность бокса (реже за стекло), а источник света находится внутри короба [19]. Фасад пекарни и вывеска представлены на рисунке 4.4.



Рис. 4.4. Фасад мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Далее необходимо рассмотреть упаковку осетинских пирогов. Упаковкой для осетинских пирогов является специальная картонная коробка для пирогов (Приложение Р) с логотипом и наименованием мини-пекарни национальной кухни «Фарн», на дно коробки пекари будут класть лист фольги. Расчет стоимости затрат на средства (инвентарь) для упаковки осетинских пирогов представлен в таблице 4.2.

Таблица 4.2

Затраты на упаковочный инвентарь для осетинских пирогов

Наименование	Количество (шт.)	Стоимость в месяц (руб.)	Стоимость в год (руб.)
Коробка для пирогов 400*400*50 мм с печатью логотипа	1700 шт. в месяц (20400 шт. в год)	39100	469200
Полиэтиленовые пакеты картонных коробок	2000 (1 раз в месяц)	8600	103200
Термосумка на 5 пицц	4	-	10800
Итого	-	-	583200

Для того, чтобы мини-пекарня национальной кухни была узнаваема среди потребителей и пользовалась спросом, необходимо внедрить элементы

маркетинговой активности, в которую входит установка вывески (лайтбокса), печать визиток, ведение аккаунтов в социальных сетях и распространение листовок в многоквартирных домах или в местах массового скопления людей. Затраты на маркетинговую активность представлена в таблице 4.3.

Таблица 4.3

Затраты на элементы маркетинговой активности

Наименование	Количество (шт.)	Стоимость в месяц (руб.)	Стоимость в год (руб.)
Визитки	120 (2 раза в год)	923	1846
Листовка А6	500 (2 раза в год)	2186	4372
Лайтбокс	1	-	12000
Интернет	2	-	-
Итого			18218

В последующие годы элементы маркетинговой активности, предложенные в таблице 4.3, будут иметь поддерживающий характер, и в статье расходов будет отсутствовать пункты листовки и визитки, в основном рекламная деятельность будет осуществляться через Интернет. Для популяризации мини-пекарни национальной кухни «Фарн» в праздничные дни, которые являются национальными для осетинского народа и общероссийские, на всю продукцию будет скидка в размере от 10 – 15%.

Инструмент Google Тренды позволяет определить, насколько популярна конкретная тема в течение определенного времени; сравнить популярность нескольких тем, явлений, товаров или брендов; выявить «горячие» сезоны на конкретном рынке и сравнить популярность поисковых запросах в разных регионах [50]. Согласно Google Тренды, в России за последние 5 лет поисковый запрос «Осетинские пироги» был популярен в 34 субрегионах: Республика Северная Осетия-Алания; Кабардино-Балкарская Республика; Камчатский край; Ставропольский край; г. Москва; Ямало-Ненецкий автономный округ; Хабаровский край; г. Санкт-Петербург; Иркутская область; Краснодарский край; Республика Адыгея; Республика Коми; Республика Бурятия; Нижегородская область; Ростовская область; Алтайский край; Московская область; Пензенская область; Воронежская область; Ханты-

Мансийский автономный округ; Ленинградская область; Новосибирская область; Волгоградская область и прочие. Из вышеперечисленных субъектов РФ наиболее популярными являются Республика Северная Осетия-Алания; Кабардино-Балкарская Республика и Камчатский край, Ставропольский край и г. Москва. Самый пик запросов по данной тематике приходился на февраль – март месяцы [49].

В первый год деятельности мини-пекарне целесообразно применять стратегию агрессивных продаж, так как именно она направлена на информирование покупателей о предприятии, и побуждению потенциального потребителя к совершению заказа. Цены на продукцию будут ниже, чем у конкурентов. Основной упор пекарня делает на выпечку традиционных осетинских пирогов и на бесплатную доставку продукции в черте города Белгород. Ценообразование реализуемой продукции будет осуществляться с упором на рыночные цены, то есть на цены конкурентов. Расчет стоимости на продукцию, реализующую мини-пекарней, состоит из суммирования издержек производства (себестоимости изделия) и процентной надбавки в размере 100% – 200% (табл. 4.4). Окончательная стоимость изделий ниже, по сравнению с конкурентами.

Таблица 4.4

Ценообразование пекарни национальной кухни «Фарн»

Наименование продукции	Вес, грамм	Себестоимость продукции	Наценка, %
Уалибах	900	163	200
Картофджын	1000	121	200
Цахараджын	1000	290	100
Кабускаджын	1000	89	200
Фыдджын	1100	182	200

Цена реализации продукции на 1 год деятельности предприятия с учетом наценки:

- уалибах (пирог с сыром) – 490 рублей;
- картофджын (пирог с картошкой и сыром) – 360 рублей;
- цахараджын (пирог с измельченными листьями свеклы и сыром) –

580 рублей;

– кабускаджын (пирог с измельченной капустой и сыром) – 270 рублей;

– фыдджын (пирог с мясным фаршем) – 545 рублей;

Сбыт продукции будет осуществляться по среднерыночным ценам и в соответствии с себестоимостью каждого пирога. Пекарня будет осуществлять свою деятельность по предзаказам с возможностью самовывоза и бесплатной доставки пирогов, клиент не сможет употребить выпечку на территории пекарни, так как по формату заведения, это не предусмотрено. Предзаказ осетинских пирогов предотвращает возникновение нерезализованной продукции и соответственно списание продукции.

Исходя из вышеперечисленного, следует провести SWOT – анализ пекарни (Приложение П), в котором представлены сильные и слабые стороны мини-пекарни, а также способы минимизации возникновения угроз.

5. Финансовый план. Оценка эффективности проектных мероприятий

Оценка эффективности инвестиционных проектов подразделяется на два вида: финансовый и экономический. Финансовая оценка является важной частью инвестиционного процесса, так как в процессе оценивания соотносят ожидаемые издержки, возможные выгоды, и получают представление о потоках финансовых средств. Ожидаемые затраты включают в себя издержки на приобретение оборудования, инвентаря и прочее. Издержки на приобретение – это финансовые средства, которые направлены на получение права собственности, а также другие расходы, связанные с продолжением срока службы активов [37, с. 98-99].

Для полного отражения финансового плана мини-пекарни национальной кухни следует отобразить предстоящие инвестиционные расходы, которые будут направлены на открытие предприятия (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Инвестиционные расходы для открытия мини-пекарни «Фарн» национальной кухни с учетом первого месяца работы

Статья расходов	Сумма, руб.
Затраты на открытие ИП (оплата госпошлины, изготовление печати, открытие расчетного счета в банке)	1450
Элементы маркетинговой активности (лайтбокс, визитки, листовки)	15109
Затраты на оборудование и инвентарь	1134458
Ремонт помещения	240000
Подключение пожарной сигнализации на пульт охраны с выездом ГБР при ее срабатывании	500
Арендная плата за помещение	35000
Заработная плата персонала на постоянной основе	110000
Отчисления за сотрудников на ФОМС, ПФР, ФСС - 30,4%	63674
Аутсорсинг	47000
Сырье и полуфабрикаты на первый месяц работы	275677
Амортизация	12304
Транспортные расходы на первый месяц работы	7260
Прочее	90000
Итого затрат:	2032432

Таким образом, инвестиционные расходы на открытие мини-пекарни национальной кухни, с учетом первого месяца работы предприятия, составит

2032432 рублей. Помещение будет отремонтировано строительной компанией «Строй Дизайн», стоимость ремонта составляет от 4000 руб/м² [38].

Для финансового обеспечения реализации инвестиционного проекта по открытию пекарни будут использоваться смешанное финансирование, то есть за счет собственных и заемных средств. Размер собственных средств составляет 500 тысяч рублей. Чтобы реализовать бизнес проект пекарни национальной кухни будет взят кредит в ПАО «Банк ВТБ» на развитие предпринимательской деятельности в размере 2000000 рублей, сроком на 5 лет и процентной ставкой 9,95% [11]. График погашения кредита на 5 лет представлен в таблице 5.2 [26].

Таблица 5.2

График погашения кредита на 5 лет

Год	Остаток	Проценты	Погашено	Платеж
1	1675108,64	14124,27	28320,73	42445
2	1316374,84	11174,23	31270,77	42445
3	920273,39	7916,90	34528,10	42445
4	482911,88	4320,26	38124,74	42445
5	0	348,98	42096,02	42445
Итого		546700	2000000	2546700

Ежемесячный платеж за кредит фиксирован и составляет 42445 рублей. За первый год остаток составил 1675108,64 рублей, за второй год 1316374,84, за 3 год – 920273,39 рублей, 4 год – 482911,88 рублей и 5 год – 0 рублей.

Аренда помещения, заработная плата сотрудников, транспортные затраты будут увеличиваться на 5,5% из-за инфляции. Ключевая ставка инфляции, согласно Центральному банку РФ, на 27.04.2020 составляет 5,5% [12].

В соответствии с законодательством РФ индивидуальный предприниматель должен уплачивать страховые взносы в фиксированном размере. Размер страховых взносов не зависит от суммы полученного дохода за год и составляет 40874 рублей за 2020 год. Из них 32448 рублей взносы на обязательное пенсионное страхование, 8426 рублей взносы на обязательное медицинское страхование [45].

Отчисление амортизации за оборудование и определенный производ-

ственный инвентарь сумма, которых составляет 147648 руб. за год, будет исчисляться линейным способом. Срок полезного использования инвентаря и оборудования составляет 3 – 5 лет, то есть 36 – 60 месяцев (табл. 5.3).

Таблица 5.3

Расчет амортизационных отчислений по ОПФ

Наименование оборудования	Первоначальная стоимость, руб.	Срок полезного использования ОПФ, лет	Норма амортизации	Сумма амортизационных отчислений ОПФ, руб.	
				за месяц	за год
Шкаф пекарский электрический	203900	5	1,67	3398	40776
Мясорубка	45064	3	2,78	1252	15024
Стол холодильный	45435	3	2,78	1262	15144
Шкаф холодильный комбинированный	87499	5	1,67	1458	17496
Тестомесильная машина	81346	3	2,78	2260	27120
Стаканомоечная машина	69180	5	1,67	1153	13836
Овощерезка	54751	3	2,78	1521	18252
Итого	587175	–	–	12304	147648

Постоянные и переменные издержки мини-пекарни национальной кухни «Фарн» представлены в таблице 5.4.

Таблица 5.4

Постоянные и переменные издержки мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Показатели	Значение показателей по годам				
	1	2	3	4	5
Постоянные издержки					
Зарплата штатного персонала	1320000	1392600	1469193	1549999	1635249
Платежи по кредиту	509340	509340	509340	509340	509340
Аренда помещения	420000	443100	467471	493181	520306
Аутсорсинг	564000	595020	627746	662272	698697
Отчисления за сотрудников на ФОМС, ПФР, ФСС	314474	329522	345398	362146	379816
Амортизация	147648	147648	147648	147648	147648
Итого постоянных издержек	3275462	3417230	3566795	3724586	3891056
Переменные издержки					

1	2	3	4	5	6
Себестоимость продукции, руб.	3168659	3327309	3493447	3668367	3851690
Элементы маркетинговой активности	527809	603882	637096	672136	709103
Транспортные расходы	90024	94975	100199	105710	111524
Прочее	200000	211000	222605	234848	247765
Итого переменных издержек	3986492	4237166	4453346	4681061	4920082

Сначала необходимо оценить эффективность проекта, исходные данные для этого представлены в таблице 5.5.

Таблица 5.5

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений

Показатели	Значение показателей по годам				
	1	2	3	4	5
Выручка от реализации товаров, услуг, руб.	8925443	9809052	10726826	11730103	12828447
Постоянные издержки	3275462	3417230	3566795	3724586	3891056
Проектная дисконтная ставка, %	20	20	20	20	20
Переменные издержки	3986492	4237166	4453346	4681061	4920082
Налог на УСН «доходы»	6%	6%	6%	6%	6%
Прибыль до налогообложения, руб.	4938951	5571885	6273479	7049042	7908365
Чистая прибыль, руб.	1127963	1566112	2063074	2620649	3247602
Чистые денежные потоки, руб.	1127963	1566112	2063074	2620649	3247602

Оценка эффективности инвестиционных проектов осуществляется при помощи двух групп методов: статические и динамические. Статические включают в себя: срок окупаемости инвестиционного проекта (PP) и рентабельность инвестиционного проекта (ARR).

Динамические подразделяются на:

- чистая современная стоимость доход (NPV);
- внутренняя норма доходности (IRR);
- индекс рентабельности (PI);
- дисконтированный срок окупаемости (DPP) [43].

Необходимые данные для анализа эффективности инвестиционных вложений с использованием показателя NPV представлены в таблице 5.6.

NPV – это показатель прибыли, которую получают участники инвести-

ционного проекта.

Таблица 5.6

Исходные данные для анализа эффективности капитальных вложений

Год	Начальные инвестиционные затраты (-) и чистые денежные потоки, руб.	Дисконтный множитель при ставке, равной 20%	Современная стоимость, руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, руб.
0	-2032432	1	-2032432	-2032432
1	1127963	0,8333	939969,17	-1092462,83
2	1566112	0,6944	1087577,78	-4885,06
3	2063074	0,5787	1193908,56	1189023,51
4	2620649	0,4823	1263816,07	2452839,58
5	3247602	0,4019	1305138,41	3757977,98
NPV			3757977,98	

Используя данные таблицы, следует рассчитать NPV по формуле 5.1.

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{C_n}{(1+r)^n} - I_0 \quad (5.1)$$

$NPV = (1127963 / (1 + 0,2)^1 + 1566112 / (1 + 0,2)^2 + 2063074 / (1 + 0,2)^3 + 2620649 / (1 + 0,2)^4 + 3247602 / (1 + 0,2)^5) - 2032432 = 5790409,98 - 2032432 = 3757977,98$ рублей.

Показатель NPV принимает положительное значение, то есть $NPV > 0$, что указывает на целесообразность реализации проектируемого предприятия.

Индекс рентабельности (PI) характеризует уровень доходов единицу затрат, то есть эффективность вложений. Данный показатель рассчитывается по формуле 5.2.

$$PI = \frac{NPV}{IC} \quad (5.2)$$

$PI = (1127963 / (1 + 0,2)^1 + 1566112 / (1 + 0,2)^2 + 2063074 / (1 + 0,2)^3 + 2620649 / (1 + 0,2)^4 + 3247602 / (1 + 0,2)^5) / 2032432 = 5790409,98 / 2032432 = 2,85$ ($PI > 1$ – проект следует принять).

Расчет индекса рентабельности показал, что каждый вложенный в проект рубль окупит себя и принесет 1 рубль и 85 копеек, это говорит о том, что

проект является экономически привлекательным для вложения, так как сможет обеспечить дополнительную отдачу капитала.

Внутренняя норма доходности (IRR) – это значение дисконтной ставки, при которой чистая текущая стоимость проекта равна нулю ($NPV = 0$), то есть текущая стоимость оттоков равна текущей стоимости притоков денежных средств, образовавшихся за период жизненного цикла проекта (формула 5.3).

$$IRR = r_1 + \frac{NPV(r_1)}{NPV(r_1) - NPV(r_2)} * (r_2 - r_1) \quad (5.3)$$

Расчет внутренней нормы доходности представлен в таблице 5.7.

Таблица 5.7

Исходные данные для расчёта показателя IRR

Год	Поток	Расчёт 1		Расчёт 2		Расчёт 3	
		r=20%	PV	r=75%	PV	r=74%	PV
0	-2032432	1	-2032432	1	-2032432	1	-2032432
1	1127963	0,8333	939969,17	0,5714	644550,29	0,5747	648254,6
2	1566112	0,6944	1087577,78	0,3265	511383,51	0,3303	517278,37
3	2063074	0,5787	1193908,56	0,1866	384946,75	0,1898	391621,98
4	2620649	0,4823	1263816,07	0,1066	279419,47	0,1091	285898,49
5	3247602	0,4019	1305138,41	0,0609	197866,63	0,0627	203618,18
NPV			3757977,98		-14265,35		14239,63

$$IRR = 0,2 + 2249875,42 / (3757977,98 + 14265,35) * (0,75 - 0,2) = 0,2 + 0,9962 * 0,55 = 0,7479 (74,8\%)$$

$$IRR_{\text{уточ.}} = 0,74 + 14239,63 / (14239,63 + 14265,35) * (0,75 - 0,74) = 0,74 + 0,5 * 0,01 = 0,7450 (74,5\%).$$

Простой срок окупаемости проекта (PP) – это период времени, за который сумма чистого денежного потока от нового проекта покроет сумму вложенных в него средств. Дисконтированный срок окупаемости (DPP) позволяет учесть инфляционные процессы и рассчитать возврат инвестиций с учетом покупательской способности денежных средств. Оценка приемлемости проекта по критериям PP и DPP представлена в таблице 5.8.

Оценка приемлемости проекта по критериям PP и DPP

Год	Денежный поток	Дисконтирующий множитель при 20%	Дисконтированный денежный поток	Кумулятивное возмещение инвестиций для потока	
				Исходного	Дисконтного
0	-2032432	1	-2032432	-2032432	-2032432
1	1127963	0,8333	939969,17	-904469	-1092462,83
2	1566112	0,6944	1087577,78	661643	-4885,06
3	2063074	0,5787	1193908,56	2724717	1189023,51
4	2620649	0,4823	1263816,07	5345366	2452839,58
5	3247602	0,4019	1305138,41	8592968	3757977,98

Результаты расчетов, которые приведены в таблице 5.8, показали, что простой срок окупаемости инвестиций (PP) составляет 2 года, дисконтированный срок окупаемости (DPP) равен 3 года. Более точно PP и DPP будут рассчитаны по формулам 5.4 и 5.5 соответственно [41].

$$PP = p + \frac{|CNCF_p|}{CNCF_{p+1} + |CNCF_p|}$$

где p – номер периода, в котором наблюдался последний отрицательный кумулятивный чистый денежный поток; (5.4)

$CNCF_p$ – величина последнего отрицательного кумулятивного чистого денежного потока (подставляется по модулю);

$CNCF_{p+1}$ – величина кумулятивного чистого денежного потока в следующем периоде.

$$PP = 2 + (904469 / (661643 + 904469)) = 2,6 \text{ (2 года и 6 месяцев)}$$

$$DPP = p + \frac{|CDNCF_p|}{CDNCF_{p+1} + |CDNCF_p|}$$

где p – номер периода, в котором наблюдался последний отрицательный кумулятивный дисконтированный чистый денежный поток; (5.5)

$CDNCF_p$ – величина последнего отрицательного кумулятивного дисконтированного чистого денежного потока (подставляется по модулю);

$CDNCF_{p+1}$ – величина кумулятивного дисконтированного чистого денежного потока на конец следующего периода.

$$DPP = 3 + (4885,06 / (1189023,51 + 4885,06)) = 3 + 0,004 = 3,004 \text{ (3 года)}$$

Согласно более точным расчетам DPP равен 3 года, PP составляет 2 года и 6 месяцев.

Учетная норма рентабельности (ARR) – ключевой показатель, способный рассказать о целесообразности инвестирования в проект. Данный коэффициент показывает отношение среднегодовой чистой прибыли к сумме первоначальных инвестиций (формула 5.6).

$$ARR = \frac{CF_{с.с.}}{K_0} \quad (5.6)$$

$ARR = ((1127963 + 1566112 + 2063074 + 2620649 + 3247602) / 5) / 2032432 = 2125080 / 2032432 = 1,05$ (105%). $ARR > 0$, проект следует принять.

Для наглядного представления окупаемости проектируемого предприятия, на основе эмпирических данных, была построена точка безубыточности (рис. 5.1). Точка безубыточности определяет порог прибыльности от реализации продукции и означает уровень цены, объема продаж и себестоимости продукта, при которых все издержки предприятия будут равны выручке от реализации продукции, то есть когда прибыль будет равна нулю. Точка безубыточности предприятия является контрольной точкой для разработки стратегии ценообразования, значений максимальных скидок и прочее. Точка безубыточности отображает, каким должен быть объем продаж предприятия при прогнозируемом уровне затрат для получение нулевой прибыли от проекта [52].

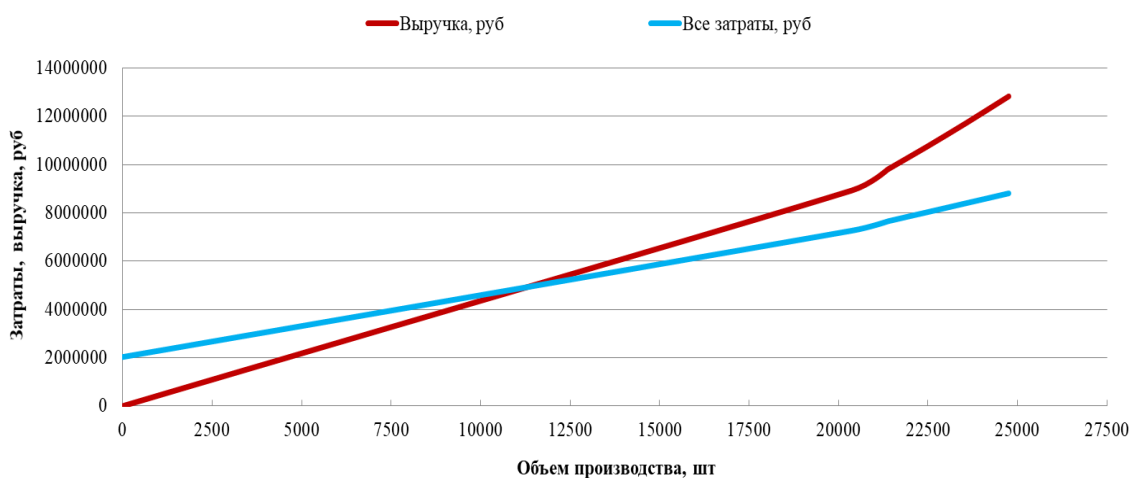


Рис. 5.1. Точка безубыточности проектируемого предприятия мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Согласно выше представленным расчетам проектируемое предприятие, мини-пекарня национальной кухни «Фарн» является экономически выгодным для его реализации, соответствует тенденциям развития общественного питания, как в России, так и в Белгородской области.

Заключение

В рамках выпускной квалификационной работы, был разработан бизнес-план нового предприятия общественного питания – мини-пекарня национальной кухни «Фарн».

Рынок общественного питания, на сегодняшний день, является востребованным среди населения России и региона. Как показали аналитические данные, за последние 3 года увеличилось количество розничной продажи мучных изделий. За период с 2018 – 2019 год лидирующие позиции занимали пекарни, более 40% населения в Российской Федерации предпочитают именно данный формат, так как является наиболее удобным для потребителя:

- продукцию пекарен и булочных можно употребить не только на территории заведения, но и там, где хочет клиент;
- невысокий средний чек;
- возможность приобрести не только различные мучные изделия, но и напитки;
- у пекарен большой выбор продукции.

В Белгородской области общественное питание имеет положительные показатели, что говорит о развитии данной отрасли. Начиная с 2014 года по 2018 оборот общественного питания (в миллионах рублей) увеличивается, все больше открываются малые предприятия (кафе, пекарни, пиццерии, булочные и прочие). В регионе расположены крупные предприятия, занимающиеся производством хлеба и хлебобулочных изделий: ОАО «Колос», ООО «Старооскольский хлебо-, хлебокомбинат», ООО «Ваш хлеб», но также присутствуют на рынке микропредприятия в количестве 43. Национальных пекарен, реализующих осетинские пироги в Белгородской области всего 3: «Осетинские пироги 31», семейная пекарня «Леон» и семейная пекарня «Три пирога».

Мини-пекарня национальной кухни «Фарн» – это пекарня по производству и продаже свежих, горячих осетинских пирогов с бесплатной доставкой,

но с возможностью самовывоза. Масса готового пирога будет составлять 900 – 1100 грамм. Ассортимент будет представлен пятью видами осетинских пирогов:

- 1) уалибах;
- 2) картофджын;
- 3) фыдджын;
- 4) кабускаджын;
- 5) сахараджын.

Мини-пекарня будет расположена в городе Белгород, микрорайон Новый-2, улица Шумилова 18, помещение будет взято в аренду, площадь составляет 60 квадратных метров. Арендуемое помещение будет отремонтировано, согласно специализации предприятия и всех утвержденных документов, касающихся общественного питания. Рабочий день штатного персонала начинается с 10:00 и заканчивается в 19:00, в субботу и воскресенье с 11:00 до 17:00. Обеденный перерыв составляет 1 час. Первый день месяца – санитарный.

Основной вид деятельности мини-пекарни национальной кухни «Фарн» – 10.71.1 Производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения. Дополнительные виды деятельности – 47.24.1 Торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями в специализированных магазинах; 53.20.32 Деятельность по доставке еды на дом.

Организационно-правовая форма пекарни – это индивидуальное предпринимательство (ИП). Предприятие будет осуществлять свою деятельность на наиболее оптимальном и простом режиме налогообложения: на упрощенной системе 6% «доходы». Организационная структура предприятия линейная, то есть главным управляющим органом является директор. Обязанность директора будет исполнять непосредственно индивидуальный предприниматель, в лице Куртаевой Ирины Зазовны. Количество штатного персонала – 4 человека (директор и 3 пекаря), количество персонала на аутсорсинге 2 (курьер и уборщица). Так как предприятие, мини-пекарня национальной кухни,

относится к отрасли общественного питания, то у каждой единицы персонала, включая персонал на аутсорсинге, обязательно будут иметь медицинские книжки.

Пекарня будет иметь свой фирменный стиль: логотип, вывеска, визитки, коробки для пирогов с печатью логотипа. Оформление атрибутов фирменного стиля пекарни будут отражать концепцию предприятия.

Для привлечения потребителей будут созданы аккаунты в социальных сетях в таких как, Вконтакте и Инстаграм, которые будут часто обновляться и информировать потенциальных потребителей о режиме работе предприятия, об ассортименте, акциях и прочих новостях. В местах большого скопления людей будут распространяться листовки.

Совокупные инвестиционные затраты на открытие мини – пекарни составляют 2032432 рублей. Финансовые средства, необходимые для открытия и дальнейшего функционирования предприятия, включают в себя собственные и заемные средства. Собственные средства составляют 500000 рублей, заемные средства 2000000 рублей. Заемные средства будут взяты в кредит в ПАО «Банк ВТБ» под 9,95% на срок 60 месяцев, то есть 5 лет. Собственные финансовые средства, которые останутся после инвестирования, будут на счете индивидуального предпринимателя в качестве резервного капитала.

Открытие мини-пекарни национальной кухни «Фарн» запланировано на 3 мая 2021 года.

Список использованных источников

1. ВНТП 02-92. Нормы технологического проектирования предприятий хлебопекарной промышленности. Часть II. Пекарни // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 1992–01–01. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200029023/> (дата обращения: 05.10.2019).

2. ГОСТ Р 51232-98 Вода питьевая. Общие требования к организации и методам контроля качества // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 1999–07–01. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200003120> (дата обращения: 05.10.2019).

3. Об отмене санитарных правил СанПиН 2.3.4.545-96 «Производство хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. 16 марта 2015 года N 11. URL: <http://docs.cntd.ru/document/420262187> (дата обращения: 07.10.2019).

4. «ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» : от 31 янв. 2014 года N 14-ст (утв. Приказом Росстандарта) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Документы».

5. СНиП 23-05-95*. Естественное и искусственное освещение // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 1996-01-01. URL: <http://docs.cntd.ru/document/871001026> (дата обращения: 05.10.2019).

6. СНиП 41-01-2003 Отопление, вентиляция и кондиционирование // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 2004–01–01. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200035579> (дата обращения: 05.10.2019).

7. СП 32.13330.2012 Канализация. Наружные сети и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 2.04.03-85 (с Изменениями N 1, 2) // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 2013–01–01. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200094155> (дата обращения:

05.10.2019).

8. СП 51.13330.2011 Защита от шума. Актуализированная редакция СНиП 23-03-2003 (с Изменением N 1) // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 2011–05–20. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200084097> (дата обращения: 07.10.2019).

9. СП 56.13330.2011 Производственные здания. Актуализированная редакция СНиП 31-03-2001 (с Изменениями N 1, 2, 3) // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. Введ. 2011–05–20. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200085105> (дата обращения: 07.10.2019).

10. Анкетолог // Обзор потребительских предпочтений в доставке готовой еды. URL: <https://iom.anketolog.ru/2019/04/17/obzor-potrebitel-skih-predpochtenij-v-dostavke-gotovoj-edu> (дата обращения: 03.04.2020).

11. Банк ВТБ // Программа льготного кредитования МСП 1764. URL: <https://www.vtb.ru/malyj-biznes/kredity-i-garantii/programma-lgotnogo-kreditovaniya-msp-1764/> (дата обращения: 28.04.2020).

12. Банк России // Ключевые показатели. URL: <https://cbr.ru/key-indicators/> (дата обращения 07.05.2020).

13. Беслан.ру // Календарь осетинских праздников. URL: http://www.beslan.ru/pages/kalendar_osetinskih_prazdnikov (дата обращения 11.09.2019).

14. Бизнес-навигатор МСП // Питание. Установки потребителей. URL: <https://navigator.smbn.ru/romir/stat/4> (дата обращения: 15.12.2019).

15. Википедия // ВКонтакте. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте> (дата обращения 16.03.2020).

16. Википедия // Инстаграм. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> (дата обращения 16.03.2020).

17. Википедия // Осетинские пироги. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Осетинские_пироги (дата обращения 12.09.2019).

18. Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Семченко И.В., Болтенко Ю.А. // Актуальные направления развития индустрии общественного питания регио-

на (на примере Белгородской области) / Фундаментальные исследования. 2018. № 11-2. С. 206-210.

19. Группа компаний «Сфера» // Виды и типы наружных вывесок. URL: <https://rpassfera.ru/news/vidy-i-tipy-naruzhnykh-vyvesok/> (дата обращения: 29.10.2019).

20. ЖБК 1 г. Белгород // Город Белгород мкр. Новый-2. URL: https://belbeton.ru/real-estate/construction/buildings/g_belgorod_mkr_novyy_2/ (дата обращения: 09.09.2019).

21. Заповедник // Три осетинских пирога на праздник. URL: <https://zapovednik.space/material/tri-osetinskih-piroga-na-prazdnik> (дата обращения 11.09.2019).

22. Инстаграм // Семейная пекарня «Три пирога». URL: https://instagram.com/3_piroga31?igshid=aagkazl3wqbt (дата обращения 10.10.2019).

23. Информационное агентство «INFOLine» – маркетинговые исследования // Рынок общественного питания России. URL: <https://infoline.spb.ru/upload/iblock/783/7831b8e27bc8bf0f80ae61fe6c1968c3.pdf> (дата обращения: 17.11.2019).

24. Коммерсантъ // Россияне потратились на пирожки. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4089917> (дата обращения: 17.11.2019).

25. Контур Бухгалтерия // Страховые взносы за сотрудников в 2020 году. URL: https://kontur.ru/bk/spravka/495-strahovye_vznosy_zasotrudnikov_v2020godu (дата обращения 10.03.2020).

26. Кредитный калькулятор // График платежей по кредиту. URL: <https://www.banki.ru/services/calculators/credits/?amount=1000000¤cy=RUB&period=1825&rate=9.95> (дата обращения: 28.04.2020).

27. Личное потребление товаров // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики – март 2019. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/21603.pdf> (дата обращения: 17.11.2019).

28. Об утверждении Стратегии развития общественного питания в Бел-

городской области на период до 2025 года // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. от 28 мая 2018 года N 197-пп. URL: <http://docs.cntd.ru/document/550119928> (дата обращения 18.10.2019).

29. Онлайн энциклопедия // Нартский (нартовский) эпос. URL: http://encyclopaedia.bigra.ru/enc/culture/NARTSKI_NARTOVSKI_EPOS.html (дата обращения: 01.04.2020).

30. Осетинско-русский словарь // Фарн. URL: <https://www.ironau.ru/vortaro.php?q=%F4%E0%F0%ED> (дата обращения 14.09.2019).

31. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие // Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2019, 161 с. URL: <http://scipro.ru/conf/management2.pdf> (дата обращения: 07.03.2020).

32. Пироговая «Пушкинь» // Доставка пирогов в Белгороде. URL: <https://pushkin-pirogi.ru/> (дата обращения 20.11.2019).

33. Прядко С.Н., Чеченева С.В. Маркетинговое исследование рынка хлебобулочных изделий на рынке Белгородской области // Символ науки. 2018. N 7. С. 68-70.

34. Сайт органов местного самоуправления – город Белгород. Общественное питание. URL: <http://www.beladm.ru/deyatelnost/ekonomika/predprinimatelstvo/obshchestvennoe-pitanie/> (дата обращения 11.11.2019).

35. Сборник рецептов национальных блюд и кулинарных изделий: сборник технич. Нормативов / ред. В. Т. Лапшина, V часть. М.: Хлебпродинформ, 2001. 800 с. : ISBN 5-931090-37-1.

36. Семейная пекарня «Леон» // Настоящие осетинские пироги в Белгороде. URL: <https://www.leonbelgorod.com/> (дата обращения 10.10.2019).

37. Семиглазов В.А. Инвестирование: учеб. Пособие, Томск: ЦПП ТУ-СУР, 2014. 138 с.

38. Строительная компания «Строй Дизайн» // Ремонт коммерческих помещений под ключ в Белгороде. URL:

https://юр.стройдиз.пф/?utm_source=Yur-yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=poisk_remont_ur&utm_content=offer&utm_term=Ремонт%20помещений%20Белгород&yclid=263595170035848866 б (дата обращения 15.05.2020).

39. Федеральная налоговая служба // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://rmsp.nalog.ru/search.html?mode=extended#pnlSearchResult> (дата обращения 28.11.2019).

40. Федеральная служба государственной статистики // Сведения о наличии объектов общественного питания на 31 декабря 2018 года. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 17.11.2019).

41. Финансовый менеджмент // Оценка инвестиционных проектов. URL: <https://allfi.biz/financialmanagement/CapitalBudgeting/diskontirovannyj-period-okupaemosti.php#> (дата обращения 25.05.2020).

42. ФинПромТрог // Ценовая статистика по Белгородской области: хлеб, яйца и творог (анализ, объемы рынка, динамика: продукты питания на 28 марта 2018 г.). URL: https://groupmarketing.ru/id_product/4000462/_cenovaja_statistika_po_belgorodskoj_oblasti_hleb_jajca_i_tvorog_an.html (дата обращения 20.10.2019).

43. Финансово-инвестиционный блог Жданова Василия и Жданова Ивана // 6 методов оценки эффективности инвестиций в Excel. Пример расчета NPV, PP, DPP, IRR, ARR, PI. URL: <https://finzz.ru/6-metodov-ocenki-effektivnosti-investicij-v-excel-raschet-na-primere-npv-pp-dpp-irr-arr-pi.html> (дата обращения 27.05.2020).

44. ФНС России // Порядок регистрации ИП. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/registration_ip_yl/registration_ip/order/ (дата обращения: 08.12.2019).

45. ФНС России // Изменился фиксированный размер страховых взносов на 2020 год для ИП. URL: https://www.nalog.ru/rn33/news/tax_doc_news/9470328/ (дата обращения

07.05.2020).

46. ФНС России // Упрощенная система налогообложения. URL: <https://www.nalog.ru/rn77/taxation/TAXES/usn/> (дата обращения 10.09.2019).

47. Яндекс Еда // Ресторан «Осетинские Пирогы 31» в г. Белгород. URL: <https://yandex-eda-rabota.org/restaurant/pirogiosetin3164.html> (дата обращения 10.10.2019).

48. 2ГИС // Пекарня. URL: <https://2gis.ru/belgorod/search/пекарня/page/3> (дата обращения 15.10.2019).

49. Google Trends // Осетинские пироги Россия. URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=RU&q=Осетинские%20пироги> (дата обращения: 01.04.2020).

50. Google // Google Тренды. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/tools/google-trendy/> (дата обращения 02.04.2020).

51. IndexBox // Рынок хлеба и хлебобулочных изделий в России за год не изменился. URL: <https://www.indexbox.ru/news/rynok-hleba-i-hlebobulochnyj-izdelij-v-rossii-za-god-ne-izmenilsya/> (дата обращения 20.11.2019).

52. Powerbranding // Учимся определять точку безубыточности. URL: <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/tochka-bezubytochnosti/> (дата обращения 25.05.2020).

53. Paraha – культурное пространство Кавказа // Тайны осетинских пирогов. URL: <https://parahastories.ru/pirogi/> (дата обращения 11.09.2019).

54. Retailer – ежедневные коммуникации // Росстат оценил рост оборота российского рынка общественного питания. URL: <https://retailer.ru/rosstat-ocenil-rost-oborota-rossijskogo-rynka-obshhestvennogo-pitanija/> (дата обращения: 17.11.2019).

55. Retail Life // Хлебный конгресс на неделе российского ритейла: тренды хлебного рынка. URL: <https://retail-life.ru/hlebnyj-kongress-na-nedele-rossijskogo-ritejla-trendy-hlebnogo-rynka/> (дата обращения 20.11.2019).

Приложения

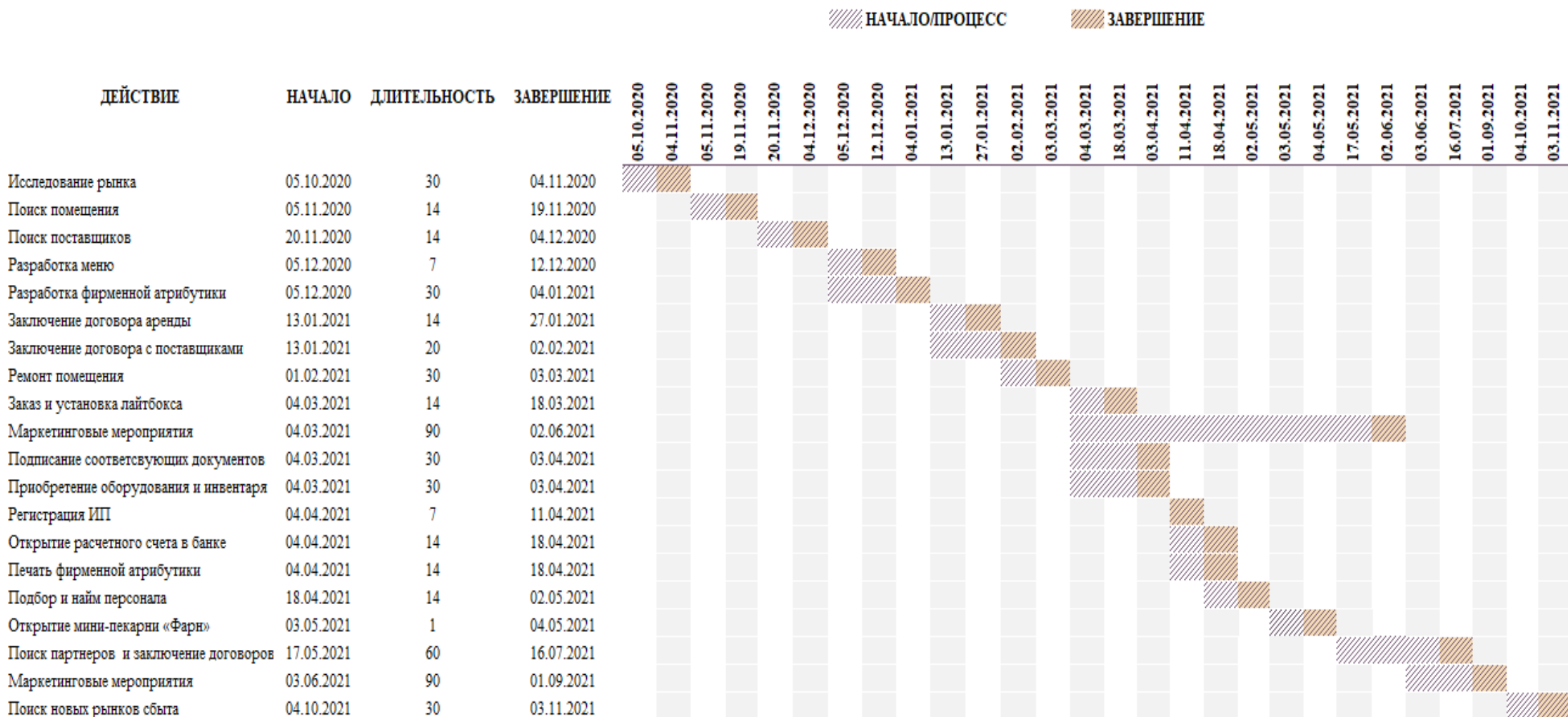
Круглые и треугольные формы осетинских пирогов



Анализ фирм конкурентов

Критерии оценки	Предприятия-конкуренты/ баллы от 1 до 5					
	Пекарня «Фарн»		Семейная пекарня «Леон»		Семейная пекарня «Три пирога»	
Цена	от 300 рублей и выше	3	от 80 до 500 рублей	5	от 10 рублей и выше (включая иную выпечку)	5
Месторасположение	микрорайон Новый-2, ул. Шумилова, 18	3	ул. Победы, 165	5	пос. Новосадовый, ул. Советская 14	3
Ассортимент продукции	традиционные осетинские пироги	4	традиционные и нетрадиционные виды осетинских пирогов	5	осетинские пироги и иная выпечка.	5
Наличие сайта	имеется, с возможностью заказа через сайт	5	имеется, без возможности заказа через сайт	4	не имеется	1
Маркетинговая кампания	активное ведение аккаунтов в Вконтакте и Instagram; распространение листовок с	5	активно ведут аккаунт в Instagram, проводят конкурсы, оповещают об акциях	4	ведут аккаунт в Instagram, активность низкая	2

Диаграмма Ганта мини-пекарни национальной кухни «Фарн»



Приложение Г

Производственная программа мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Вид продукта	Объем выпуска продукции (шт.)																				
	1 год													2 год				3 год	4 год	5 год	
	Всего	Месяцы												Всего	Квартал						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		I	II	III	IV			
Уалибах	3153	224	235	247	259	272	235	247	259	272	286	300	315	3310	741	805	817	946	3476	3650	3832
Картофджын	5911	420	441	463	486	511	441	463	486	511	536	563	591	6207	1390	1510	1533	1774	6517	6843	7185
Цахараджын	1970	140	147	154	162	170	147	154	162	170	179	188	197	2069	463	503	511	591	2172	2281	2395
Кабускаджын	3547	252	265	278	292	306	265	278	292	306	322	338	355	3724	834	906	920	1065	3910	4106	4311
Фыдджын	5783	420	441	463	486	511	441	463	463	486	511	536	563	6073	1390	1510	1483	1690	6376	6695	7030
Итого	20365	1456	1529	1605	1686	1745	1529	1605	1662	1745	1833	1924	2021	21383	4820	5233	5264	6067	22452	23575	24754

Расчет основного оборудования и инвентаря

Наименование оборудования	Количество	Марка	Стоимость (руб.)
Оборудование:			
Плита электрическая	1	Пэп-0,24-01	25240
Шкаф пекарский электрический	1	Abat ЭШП-3КП	203900
Шкаф расстойный	1	Тулаторгтехника Ртпк-530у	22345
Мясорубка	2	Gastrorag Hm-12ns	45064
Весы	1	Cas Swn-6	5371
Стол холодильный	1	Carboma 3GN/NT 113	45435
Шкаф холодильный комбинированный	1	Полюс RF1120 Carboma INOX	87499
Шкаф морозильный	1	Gastrorag Jc1-10	17685
Тестомесильная машина	2	Kocateq TF 20 ECO	81346
Стационарный pos-терминал для эквайринга	1	Ingenico Ict 250	24500
Стаканомоечная машина	1	Krupps Koral K207E	69180
Спиральная тестомесильная машина	1	gastrorag hs20s-hd	39726
Картофелечистка	1	Барановичи МОК-300М	38126
Измельчитель	1	Foodatlas WED-QS9L	25135
Овощерезка	1	Assum TT-F30	54751
Сыротерка	1	FAMA GM (FGM113)	19 996
Контрольно-кассовый аппарат	1	ККТ ЭЛВЕС-МФ	3900
Мукопросеиватель	1	ВОСХОД ПВГ-600М	25 650
Настольный платежный терминал для проведения безналичных платежей	2	Verifone VX520	29980
Итого			864829
Производственный инвентарь			
Стол универсальный	2	Luxstahl Спу-10/6	19954
Форма для пиццы 280 мм	10	-	3040
Шкаф кухонный	1	Cryspi ШЗК Э (L=900, S=500, H=1750)	25604
Гастроёмкость 530x325x20 мм	6	Luxstahl	3840
Торгово-кассовый прилавок	1	-	11700
Станция официанта тройная	1	-	22715
Стол Лофт-3	1	-	2980
Стул с жестким сиденьем	2	SHT-S68	3840
Ванна моечная (рукомойник)	1	техно-тт вм 12/301	11257
Стол-подставка под оборудование	2	СПС-133/700	18924
Стеллаж со сплошными полками	1	С-900x300x2000/4 э	6988
Рукавицы для пекарей 430 мм с длинным манжетом замшевые	3	-	5805
Всего			136647
Прочее			26222

Продолжение прил. Д

Итого затрат на производственный инвентарь		-	162869
Уборочный инвентарь			
Бак для отходов с крышкой черный 45 л	1	-	632
Набор щетка для пола + совковая лопушка	1	-	445
Тряпкодержатель металлический с металлической ручкой	1	-	120
Ведро пластиковое 10л с мерной шкалой черное ЕлПласт	2	-	140
Итого затрат на уборочный инвентарь			1337
Санитарно-гигиеническое оборудование и инвентарь			
Шкаф для одежды гардеробный	1	Проммаш МД-20,4	15042
Диспенсер для полотенец	2	Jofel АН20000	5754
Рециркулятор бактерицидный	1	КОБОР БР2-100Н	25002
Бак с крышкой пластик для мусора	1	Пластхоз 45л б-45	1125
Всего			46923
Итого затрат на инвентарь и оборудование			1075958

Рецептура приготовления пирогов «Кабускаджын» и «Картофджын»

Наименование сырья:	Масса брутто	Масса нетто
Мука пшеничная:	345	345
в том числе мука на подпыл	16	16
Маргарин	15	15
Соль	½ шт.	20
Дрожжи (прессованные)	5	5
Молоко или вода	15	15
Масса теста	200	200
Фарш (для кабускаджына):	-	575
Сыр осетинский свежий	161	155
Капуста белокочанная свежая	466	373
Масло растительное	25	25
Масса готовой капусты	-	280
Лук репчатый	156	130/65
Масло растительное	25	25
Масса фарша	-	490
Фарш (для картофджына)	-	-
Сыр осетинский	250	240
Картофель	329	247
Масса отварного картофеля	-	240
Сметана	30	30
Масса фарша	-	490
Масса полуфабриката	-	1065
Масса готового пирога	-	985
Сливочное масло на смазку пирога	5	5
Масло сливочное на полив пирога	15	15
Выход	-	1000

Рецептура приготовления пирогов «Уалибах» и «Сахараджин»

Наименование сырья:	Масса брутто	Масса нетто
Мука пшеничная:	300	300
в том числе мука на подпыл	15	15
Кефир	400	400
Сахар	5	5
Соль	3	3
Маргарин	30	30
Дрожжи (прессованные)	5	5
Масса теста	-	725
Фарш для уалибаха:	-	-
Сыр осетинский свежий	-	300*
Фарш для сахараджина:	-	-
Листья свеклы	-	225*
Лук зеленый	100	80
Укроп	61	45
Сыр осетинский свежий	-	145*
Сметана	20	20
Масса фарша	-	510
Масса полуфабриката для уалибаха	-	1025
Масса полуфабриката для сахараджина	-	1235
Сливочное масло на смазку пирога	10	10
Масло сливочное на полив пирога	20	20
Выход:	-	-
Уалибаха	-	900
Сахараджина	-	1100

*Норма потерь при холодной обработке определяется контрольной переработкой

Рецептура приготовления пирога «Фыдджын»

Наименование сырья:	Масса брутто	Масса нетто
Мука пшеничная:	335	335
в том числе мука на подпыл	10	10
Вода	165	165
Соль	5	5
Масса теста	-	490
Фарш:	-	-
Говядина (боковой и наружный куски тазобедренной части, лопаточная часть)	452	330
Лук репчатый	48	40
Чеснок	51	40
Бульон или вода	180	180
Масса фарша	-	590
Масса полуфабриката	-	1080
Масса готового пирога	-	985
Сливочное масло на смазку пирога	5	5
Масло сливочное на полив пирога	15	15
Выход	-	1000

Расчет себестоимости пирогов «Кабускаджын» и «Картофджын»

Наименование сырья:	Масса нетто	Стоимость (руб.)	Стоимость на месяц (руб.)	Стоимость на год (руб.)
Мука пшеничная:	345	12,5925	377,775	4533,3
в том числе мука на подпыл	16	0,584	17,52	210,24
Маргарин	15	3	90	1080
Соль	20	0,26	7,8	93,6
Дрожжи (прессованные)	5	0,6	18	216
Молоко или вода	15	0,045	1,35	16,2
Масса теста	200	17,0815	512,445	6149,34
Фарш (для кабускаджына):	575	-	-	-
Сыр осетинский свежий	155	54,25	1627,5	19530
Капуста белокочанная свежая	373	5,968	179,04	2148,48
Масло растительное	25	2,35	70,5	846
Масса готовой капусты	280	62,568	1877,04	22524,48
Лук репчатый	130/65	3,25	97,5	1170
Масло растительное	25	2,256	67,68	812,16
Масса фарша	490	62,568	1877,04	22524,48
Сыр осетинский	240	84	2520	30240
Картофель	247	6,175	185,25	2223
Сметана	30	4,5	135	1620
Фарш (для картофджына)	-	94,675	2840,25	34083
Сливочное масло на смазку пирога	5	2,25	67,5	810
Масло сливочное на полив пирога	15	6,75	202,5	2430
Выход	1000	-	-	-
Картофджын	-	121	3630	43560
Кабускаджын	-	89	2670	32040

Расчет себестоимости пирогов «Уалибах» и «Сахараджин»

Наименование сырья:	Масса нетто	Стоимость (руб.)	Стоимость на месяц (руб.)	Стоимость на год (руб.)
Мука пшеничная:	300	10,95	328,5	3942
в том числе мука на подпыл	15	0,5475	16,425	197,1
Кефир	400	26	780	9360
Сахар	5	0,19	5,7	68,4
Соль	3	0,039	5,7	68,4
Маргарин	30	6	180	2160
Дрожжи (прессованные)	5	0,6	18	216
Масса теста	725	44,3265	1329,795	15957,54
Фарш для уалибаха:				
Сыр осетинский свежий	300*	105	3150	37800
Фарш для сахараджина:				
Листья свеклы	225*	128,25	3847,5	46170
Лук зеленый	80	36	1080	12960
Укроп	45	13,5	405	4860
Сыр осетинский свежий	145*	50,75	1522,5	18270
Сметана	20	3	90	1080
Сливочное масло на смазку пирога	10	4,5	135	1620
Масло сливочное на полив пирога	20	9	270	3240
Выход:				
Уалибаха	900	163	4890	58680
Сахараджина	1100	290	8700	104400

Расчет себестоимости пирога «Фыдджын»

Наименование сырья:	Масса нетто	Стоимость (руб.)	Стоимость на месяц (руб.)	Стоимость на год (руб.)
Мука пшеничная:	335	12,2275	366,825	4401,9
в том числе мука на подпыл	10	0,365	10,95	131,4
Вода	165	0,495	14,85	178,2
Соль	5	0,065	1,95	23,4
Масса теста	490	13,1525	394,575	4734,9
Говядина (боковой и наружный куски тазобедренной части, лопаточная часть)	330	148,5	4455	53460
Лук репчатый	40	1	30	360
Чеснок	40	10	300	3600
Бульон или вода	180	0,54	16,2	194,4
Сливочное масло на смазку пирога	5	2,25	67,5	810
Масло сливочное на полив пирога	15	6,75	202,5	2430
Выход	1000	182	5466	65589

Приложение Н

Плановый объем выручки мини-пекарни национальной кухни «Фарн»

Вид продукта	Объем выпуска продукции (шт.)																
	1 год													2 год	3 год	4 год	5 год
	Всего	Месяцы															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Уалибах:	3153	224	235	247	259	272	235	247	259	272	286	300	315	3310	3476	3650	3832
Цена за единицу, руб.	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	490	515	540	570	600
Выручка, руб.	1544843	109760	115248	121010	127061	133414	115248	121010	127061	133414	140085	147089	154443	1704845	1876985	2080325	2299306
Картофджын:	5911	420	441	463	486	511	441	463	486	511	536	563	591	6207	6517	6843	7185
Цена за единицу, руб.	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	380	400	420	440
Выручка, руб.	2128101	151200	158760	166698	175033	183785	158760	166698	175033	183785	192974	202622	212754	2358645	2606923	2874133	3161546
Дзахараджын:	1970	140	147	154	162	170	147	154	162	170	179	188	197	2069	2172	2281	2395
Цена за единицу, руб.	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	580	600	620	640	660
Выручка, руб.	1142869	81200	85260	89523	93999	98699	85260	89523	93999	98699	103634	108816	114257	1241392	1346910	1459877	1580773
Кабускаджын:	3547	252	265	278	292	306	265	278	292	306	322	338	355	3724	3910	4106	4311
Цена за единицу, руб.	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	280	290	300	315
Выручка, руб.	957645	68040	71442	75014	78765	82703	71442	75014	78765	82703	86838	91180	95739	1042769	1134012	1231771	1358028
Фыдджын:	5783	420	441	463	486	511	441	463	463	486	511	536	563	6073	6376	6695	7030
Цена за единицу, руб.	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545	545	570	590	610	630
Выручка, руб.	3151985	228900	240345	252362	264980	278229	240345	252362	252362	264980	278229	292141	306748	3461400	3761995	4083997	4428793
Итого изделий	20365	1456	1529	1605	1686	1745	1529	1605	1662	1745	1833	1924	2021	21383	22452	23575	24754
Итого, выручка	8925443	639100	671055	704608	739838	776830	671055	704608	727220	763581	801760	841848	883940	9809052	10726826	11730103	12828447

Приложение П

Матрица SWOT-анализа пекарни национальной кухни «Фарн»

	Возможности	Угрозы
Мини-пекарня национальной кухни «Фарн»	<p>В1. Увеличение ассортимента</p> <p>В2. Увеличение количества клиентов.</p> <p>В3. Проведение маркетинговых мероприятий.</p> <p>В4. Создание сайта в Интернете, где можно будет заказать продукцию онлайн</p> <p>В5. Завоевание ниши на рынке общественного питания.</p>	<p>У1. Снижение или отсутствие спроса у потребителей;</p> <p>У2. Непринятие потребителями изделий национальной кухни;</p> <p>У3. Увеличение числа конкурентов;</p> <p>У4. Увеличение затрат на продукцию;</p>
<p>Сильные стороны</p> <p>С1. Ассортимент изделий только национальной кухни.</p> <p>С2. Расположено в спальном районе.</p> <p>С3. Присутствует доставка по городу Белгород и Белгородскому району.</p> <p>С4. В мини-пекарни выпекается только качественная и свежая выпечка.</p> <p>С5. Проведение активной рекламной кампании.</p>	<p>В1. В3. С5. Увеличение объемов продаж, за счет проведения активной рекламной кампании.</p> <p>В2. В3. С3. За счет бесплатной доставки, проведения маркетинговых мероприятий увеличится приток клиентов, которые станут приверженцами.</p> <p>В4. В5. С4. В пекарни выпекается только качественная вкусная выпечка, которую в будущем можно заказывать на сайте пекарни, а также увеличится количество и положительных отзывов о предприятии.</p>	<p>У1. С2. Так как пекарня будет расположена в спальном районе, спрос у пекарни будет иметь определенную динамику, для снижения этого будет проводиться рекламная кампания и увеличиваться ассортимент.</p> <p>У2. С3, С6. Пекарня занимается производством специфической продукции на рынке, при помощи активной рекламной кампании, появление данной угрозы снизится.</p> <p>У3, У4. С4, С5. За счет того, что у пекарни имеется бесплатная доставка, производится качественная продукция, которая оправдывает увеличение затрат на сырье, а также позволяет завоевать конкурентов.</p>
<p>Слабые стороны</p> <p>Сл1. Удаленность от транспортных сетей.</p> <p>Сл2. Располагается далеко от центра города.</p> <p>Сл3. Заказать пироги возможно только по предзаказам.</p> <p>Сл4. Небольшой ассортимент мучных изделий (осетинских пирогов).</p> <p>Сл5. Пекарня ориентирована на население со средним уровнем дохода.</p>	<p>Сл1, Сл2. В4. За счет возможности заказа через сайт, удаленность транспортных сетей минимизируется.</p> <p>Сл3, Сл4. В2, В3. За счет большого количества клиентов и проведения определенных маркетинговых мероприятий проблемы с заказом и минимальным ассортиментом пирогов снижаются.</p> <p>Сл5. В5. Завоевав свою нишу на рынке и положительно зарекомендовав себя, клиентами могут быть население с разным уровнем дохода.</p>	<p>Сл1, Сл2. У3. За счет ведения аккаунтов в социальных сетях, создания сайта и с бесплатной доставки, минимален риск возникновения угроз и проявления слабых сторон.</p> <p>Сл3, Сл4. У2. Следует проводить активную рекламную кампанию, проводить акции и розыгрыши, увеличить ассортимент услуг.</p> <p>Сл5. У1, У4. Необходимо делать упор на то, что пироги готовят из свежих и качественных продуктов, а также делать скидки в определенные дни, необходимо увеличить ассортимент.</p>

Картонная коробка для осетинских пирогов



Выпускная квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Все использованные материалы из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«11» июня 2020 г.



(подпись)

Куртаева И.З.
(Ф.И.О.)