


SWOT талдау «Макарон өнімдерін өндіру»

Орындаған Қойшыбай Дәйлетхан
Қабылдаған Сулейменова
Индира

A close-up photograph of a pasta-making machine. The machine has several compartments, each filled with bright yellow, short, tubular pasta. The pasta is piled high in each compartment. The machine is made of metal and has a complex structure with various gears and rollers. The background is slightly blurred, showing more of the machine and some other parts of the kitchen.

Макарон бұйымдары басқаларға қарағанда біршама басымдылыққа ие, аса маңызды тағамдық өнім:

1. сақтау ұзақтығы -1 жыл, сапасын жоғалтпастан;
2. дайындау тез және қарапайым;
3. тағамдық құндылығы аса жоғары;
4. макарон өнімдерінің тағамдық заттарының, ақуыздары мен көмірсуларының көп екендігі анықталған.

SWOT- талдау

Күшті жақтары: Бәсекелестікпен күрес стратегиясы қалыптасқан, өзіндік тауар өндірісі мен инфрақұрылымның болуы, Макарон өнімдерін өндірудің заманауи технологиясы бар, Басқарушылық мамандардың біліктілігі.

Қауіптері: Кәсіпорын қызметі мен оның стратегиясын дамытуды жоспарлау әлсіз, Қаржылық ахуалдың сыртқы факторларға айтарлықтай тәуелділігі, Рейдерлік қамтылу қауіпі, Нарыққа неғұрлым ірі компанияның келуі.

Әлсіз жақтары: Балансталмаған өндірістік қуаттылық, Білікті мамандардың жиі ауысуы, Қызметкерлерді ынталандыру жүйесінің әлсіздігі, Қойма қорларын басқару жүйесінің дамымауы, Кадрлық саясаттың болмауы.

Мүмкіндіктері: Үздік өндірістік технологиялар мен маркетингтік технологияларды тиімді пайдалану, өндірілетін тауар сапасын жетілдіру, Тауарлық өнімдердің, қызметтердің номенклатурасын арттыру, Қызметті кеңейту.

Маркетинг стратегиясы

Қазақстан Республикасының барлық аймақтарында макарон өнімдерін өндірудің тиімді жүйесін қалыптастыру.

Негізгі тауарлар мыналар болады: макарон өнімдері түр-түрімен.

Тағамдық - өндірістік дүкендер	70%
Қоғамдық тамақтану желілері	25%
Мектептер	3%
Мектепке дейінгі мекемелер	2%

Баға стратегиясы.

Баға стратегиясы мынадай шараларды қарастырады:

1. бәсекелестердің бағалық саясатын барлау;
2. жеңілдіктер жүйесін пайдалану;
3. жұмсалған қаражаттардың жабылуы мен қолданыстағы әрекет етуші заңнама талаптарын ескере отырып баға қалыптастыру;
4. төлеудің икемді түрлерін қалыптастыру – төлемді кешіктіре қайтару жүйесін енгізу.

Дистрибуциялық стратегия

Компанияның коммерциялық қызметі төлемге қабілетті алармандарды іздеуге бағытталуы керек және олармен ұзақ мерзімдік қарым-қатынас қалыптастыру болуы шарт.

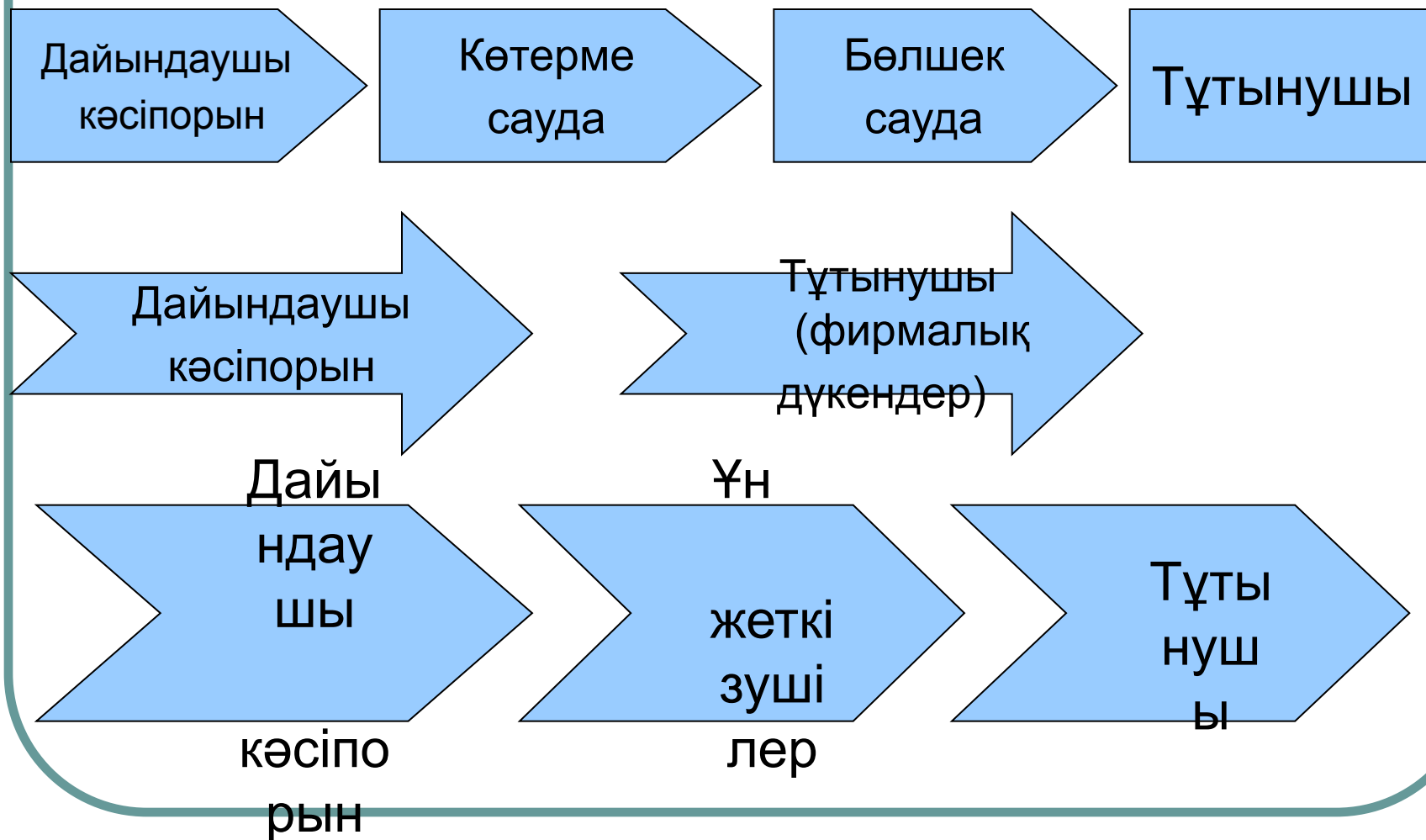
Алға жылжыту стратегиясы

Алға қойылып отырған маркетингтік мақсаттарға жету Компаниядан бағыттың таңдалып алынған тұстарын жүзеге асыруға бағытталған шаралар кешенін әзірлеуді талап етеді. Қызметтерді алға жылжыту бойынша шаралар кешеніне жарнамаларды енгізу ұсынылады.

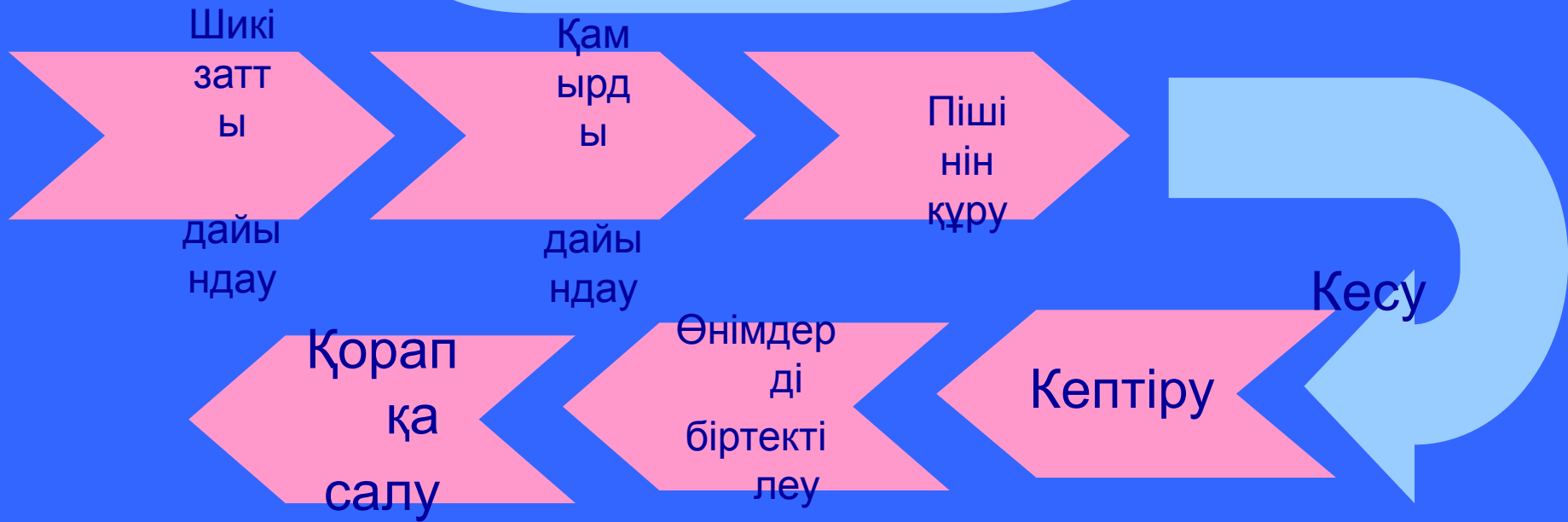
НАШИ

ЦЕНЫ!

Тарату арналарын талдау



Жалпы процесс



Ұйымдастыру, Басқару және қызметкерлер

Лауазымы	Саны	Еңбек ақысы (теңге)
Директор	1	150000
Бас есепші	1	120000
Бірінші ауысым	4	60000/240000
Екінші ауысым	4	60000/240000
Қосымша жұмыскерлер	7	440 000
Барлығы	17	1 190 000

Жобаны жүзеге асыру

Инвестициялық жобаның инвестиция алдылық кезеңі – 2018 жылдың 1-тоқсанына дейін.

Инвестиция алдылық кезеңге қызметтің келесі түрлері енеді:

- инвестициялық жобаның қаржылық-экономикалық есептеулерін жасауға қажетті бастапқы деректерді анықтау;
- инвестициялық жобаны қаржыландыру көзі мен жүйесін анықтау;
- инвесторлар іздеу.

Қаржылық жоспар

Жоба қаржылық несиенің келесі шарттары негізінде есептелді:

1. несие сомасы – 660 000 USD.;
2. жылдық пайыздық мөлшерлеме – 14%;
3. жоба уақытының есептік мерзімі – 4 жыл.

Жоба бойынша жалпы инвестициялық шығындарға мыналар кіреді

Шығындар, USD.	2018
Жай (орын) сатып алу	250 000
Жабдық сатып алу және орналастыру	360 000
Айналымдық капиталды толықтыру	50 000
Барлығы	660 000

Қауіпті бағалау және сақтандыру

1. Нарықтық қауіп.
2. Сырттық қауіп.
3. Саяси қауіп.
4. Ресурстық қауіп.