



**БИЗНЕС-ПРОЕКТ  
ПО ОТКРЫТИЮ МИНИ-  
пекарни**

***«Колобок»***

*Основная идея мини-пекарни «Колобок» – удовлетворить потребность населения в качественном хлебе, хлебобулочных и кондитерских изделиях, предоставить ассортимент продукции по доступным ценам, создание домашней и теплой атмосферы, в которой посетители смогут полакомиться «не отходя от кассы», а также предоставить рабочие места в данном районе.*

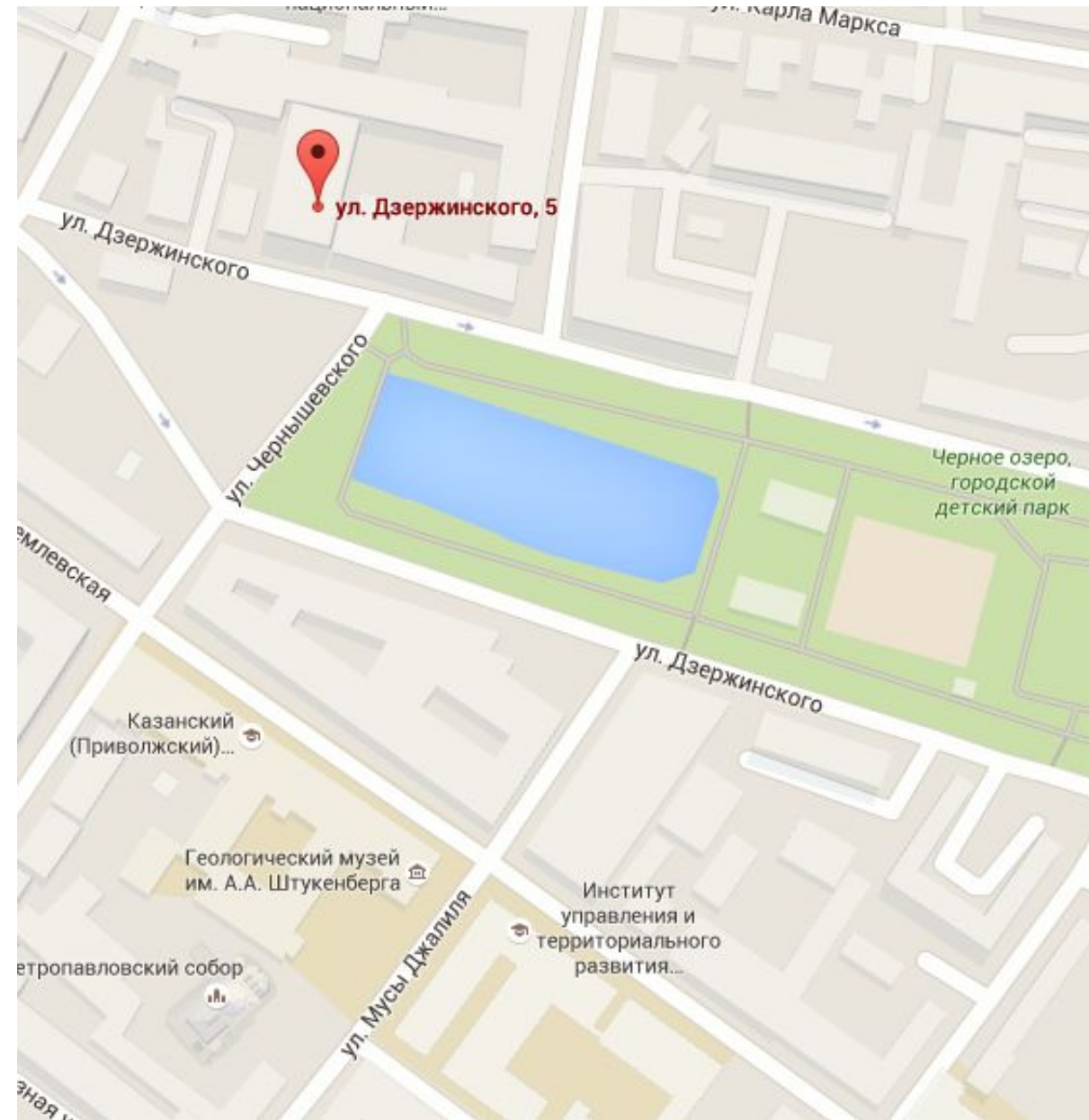


*Хлеб и хлебобулочные изделия относятся к продовольственным товарам первой необходимости, т.е. являются продуктами повседневного спроса и считаются социально значимыми товарами. Поэтому выпечка хлебобулочных изделий отличная идея для бизнеса.*

*Хлебобулочные изделия являются одними из самых востребованных продуктов питания на сегодняшний день.*

# **БИЗНЕС-КОНЦЕПЦИЯ**

**Наш бизнес-проект предполагает изготовление и продажу хлебобулочных и кондитерских изделий. Будет открыта мини-пекарня «Колобок» по адресу г.Казань, ул.Дзержинского 5 в арендуемом помещении размером в 66 кв. м. и стоимостью 750 руб. за кв. м. Учредителем будет являться физ.лицо. Необходимая сумма для открытия мини-пекарни составляет 500 000 рублей.**



# *Определение продукта и описание услуги:*

*Проект предлагает выпуск хлебобулочных и кондитерских изделий, отличающихся:*

- полезным воздействием на организм,*
- неповторимым вкусом,*
- высоким качеством,*
- легкостью усвоения,*
- свежестью*



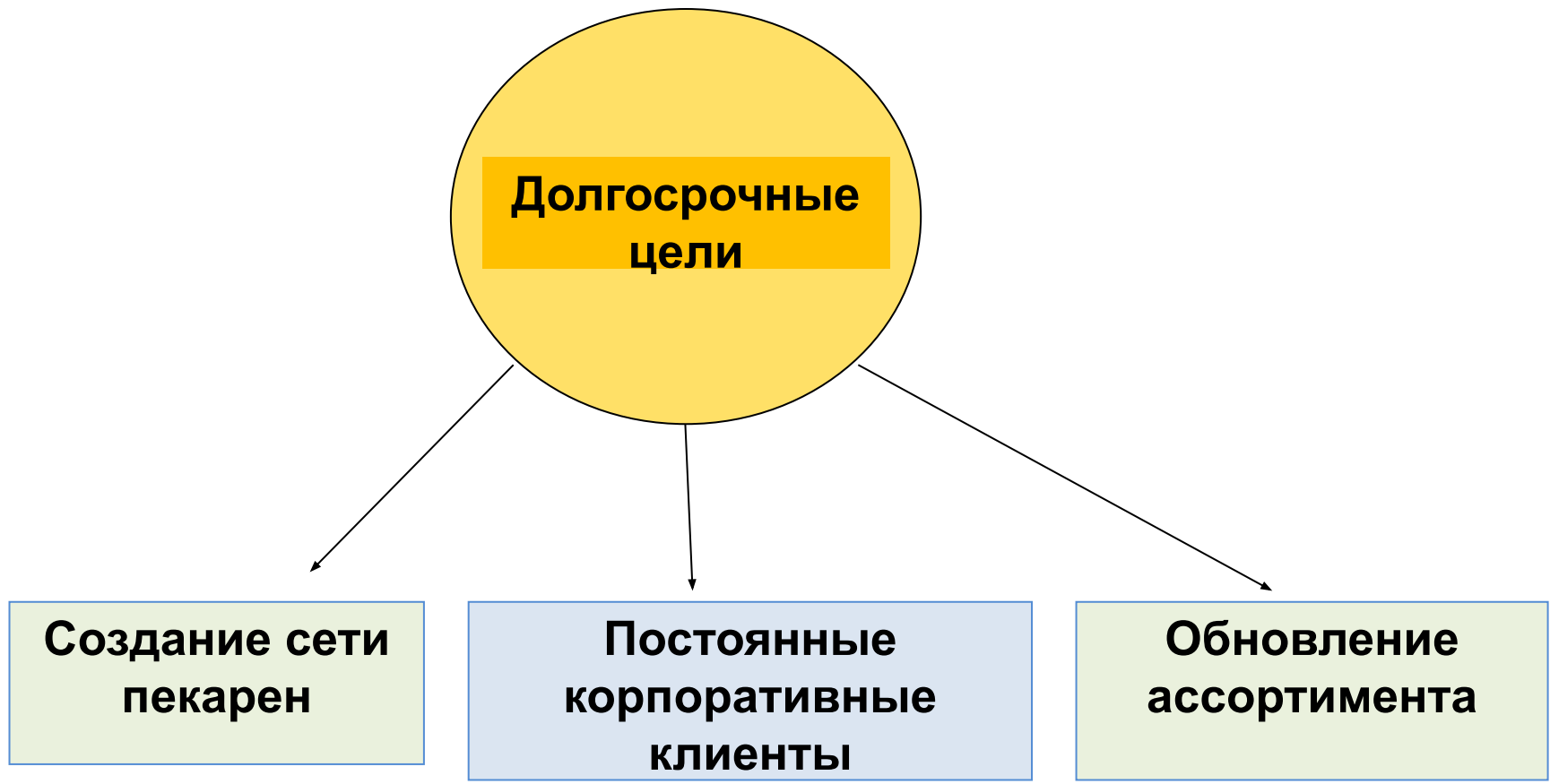
***Краткосрочные  
цели***

```
graph TD; A([Краткосрочные цели]) --> B[Открытие и запуск проекта]; A --> C[Налаживание партнерских отношений с поставщиками и клиентами]; A --> D[Выход на безубыточный уровень];
```

**Открытие и запуск  
проекта**

**Налаживание партнерских  
отношений с поставщиками  
и клиентами**

**Выход на безубыточный  
уровень**



# *Образ продукта и услуги:*

*Приходя в нашу пекарню покупатель проникается атмосферой домашнего уюта, воспоминаниями о бабушке, её вкусных пирогах и выпечке .*



# *Последовательность процессов от бизнес-идеи до ее реализации:*

- 1) Проведение маркетинговых исследований;*
- 2) Составление бизнес-плана;*
- 3) Взятие кредита;*
- 4) Аренда помещения;*
- 5) Закупка оборудования;*
- 6) Найм работников;*
- 7) Закупка сырья и материалов;*
- 8) Запуск производства;*
- 9) Мониторинг рынка;*
- 10) Затраты на маркетинг;*







*Явным отличием нашей бизнес-идеи от других участников данной рыночной ниши будет являться изготовление фирменного пирога «Радость сладкоежки», пиццы «Королевская», «Счастливчик».*

*А также выпечки «Колобок»!*

*Также целью создания пекарни является удовлетворить потребность населения в качественном хлебе, хлебобулочных и кондитерских изделиях, предоставить ассортимент продукции по доступным ценам, а также предоставить рабочие места в данном районе.*



# Целевая группа мини-пекарни «Колобок»

*Потребителями нашей продукции являются все люди т.к. хлеб и хлебобулочные изделия относятся к продовольственным товарам первой необходимости.*

*Поэтому наших клиентов можно разделить на 2 группы:*

*1) Потенциальные клиенты-все люди, посещающие данную местность или проходящие мимо.*

*2) Постоянные клиенты- люди, которые часто посещают и бывают в данной местности:*

*1) работники офисных учреждений;*

*2) студенты близлежащих вузов;*

*3) туристы, посещающие центр города;*

*4) школьники близлежащих школ;*

*5) родители с детьми;*

*б) жильцы близлежащих домов*

*7) Корпоративные клиенты:*

*-КФУ,*

*-ИСГЗ,*

*-КАИ-КНИТУ,*

*-Казанский национальный исследовательский технический университет,*

*-УНИКС,*

*-школы № 3, 116, 18,39,131.*



## *Определение образа клиента:*

*Нашу пекарню посещают активные люди со средним и высоким достатком, стремящиеся повысить качество своей жизни, желающие питаться вкусно и качественно.*



# *Величина охвата целевого рынка:*

*Потенциальная емкость рынка:*

*Всего в Казани в 2016 году численность населения составляет 1 216 965 человека. В демографической ситуации республики в январе-феврале 2016г. число родившихся превысило число умерших. Парк «Черное озеро» находится в Вахитовском районе с численностью населения 87183.*

*Поскольку наша мини-пекарня только начинает производство и свою работу, и рынок его сбыта только начинает формироваться, достаточно сложно точно оценить объемы его продаж на ближайшие несколько лет. Размер потенциальных продаж для покрытия расходов должен составлять 13 710 изделий в месяц. Тем не менее, можно с уверенностью утверждать, что на рынке ожидается стремительный рост.*

*Также можно отметить, что мы будем поставлять свою выпечку в школы, что в свою очередь может говорить о том, что перспективы развития рынка весьма высокая.*

**Берем в «Сбербанке» нецелевой кредит под залог недвижимости (имеющуюся в собственности квартиру) с процентной ставкой 15,5% сроком на 2 года размером 500 000руб.**

Сумма	<input type="text" value="500000"/>	Комиссия за выдачу	<input type="text" value="отсутствует"/>	<input type="text" value="0"/>
Ставка по кредиту	<input type="text" value="15,5"/>	Комиссия за обслуживание	<input type="text" value="отсутствует"/>	<input type="text" value="0"/>
Срок погашения	<input checked="" type="checkbox"/> 24 <input type="checkbox"/> <input type="text" value="Месяцы"/>	Сумма	<input type="text" value="Сумма"/>	<input type="text" value="0"/>
Сумма платежа	<input type="checkbox"/> <input type="text" value="10000"/>			
Способ погашения	<input type="text" value="Аннуитетный"/>			

**Краткий расчет**

**Подробный расчет**

**Запомнить**

**Расчет:**

Сумма кредита		500 000
Проценты по кредиту	15,5%	84 695
Комиссия		0
Общая сумма платежей		584 695
Сумма переплаты		84 695
Переплата	за 24 месяца	16,94%
Первый платеж:	Май 2016	24 362
Последний платеж:	Апр 2018	24 362



# Образ продукта и услуги

№ п/п	Наименование продукта	Объем от общего производства, %	Цена за ед., руб.
1	хлеб из смеси сортов муки (ржаная, пшеничная 1 с.)	6	35,00
2	хлеб из пшеничной муки: -хлеб ржаной; -хлеб с отрубями(мука ржаная); - хлеб пшеничный (мука пшеничная 1 с.); - плетёнка с маком (мука пшеничная в/с); - батон нарезной (мука пшеничная в/с);	16	26,50 28,00 26,50 26,50 26,50
3	булочные изделия (мука пшеничная в/с): - Аю; - слойка с повидлом; - слойка с маком; - рогалик с маком; - пирожок с картошкой; - булочка с корицей; - кекс; -элеш с курицей; -элеш с говядиной	36	40,00 35,00 35,00 30,00 20,00 35,00 30,00 55,00 65,00
4	Пицца: -Пепперони -Кальцоне	24	80,00 75,00
5	кондитерские изделия: -пирог «Радость сладкоежки» -пирог «Варенка» -пирог «Неженка»	18	200,00 180,00 150,00

## Планируемая выработка

№ п/п	Наименование продукта	Количество произведенной продукции за мес., Шт.	Количество произведенной продукции за год, шт.
1	хлеб из смеси сортов муки (ржаная, пшеничная в/с.)	360	4 320
2	хлеб из пшеничной и ржаной муки: -хлеб ржаной; -хлеб с отрубями (мука ржаная); - хлеб пшеничный (мука пшеничная в/с.); - плетёнка с маком (мука пшеничная в/с); - батон нарезной (мука пшеничная в/с); Итого:	750 750 750 750 750 3 300	9 000 9 000 9 000 9 000 9 000 39 600
3	булочные изделия (мука пшеничная 1 с): - Колобок; - слойка с повидлом; - слойка с маком; - рогалик с маком; - пирожок с картошкой; - булочка с корицей; - кекс; -элеш с курицей; -элеш с говядиной; Итого:	900 1 050 1 050 900 900 900 900 1050 960 8 400	10 800 12 600 12 600 10 800 10 800 10 800 10 800 12 600 11 520 100 800
4	Пицца: -Красавчик; -Счастливчик Итого:	60 1 500 1 560	720 18 000 18 720
5	кондитерские изделия: -пирог «Радость сладкоежки»; -пирог «Варенка»; -пирог «Неженка»; Итого:	30 30 30 90	360 360 360 1 080
	Всего:	13 710	164 520

## *Планируемая выручка*

№	Наименование продукта	Планируемая выручка от продаж за мес., р.	Планируемая выручка от продаж за год, руб.
1	хлеб из смеси сортов муки (ржаная, пшеничная 1 с.)	12 600	151 200
2	хлеб из пшеничной муки: -хлеб ржаной; -хлеб с отрубями(мука ржаная); - хлеб пшеничный (мука пшеничная 1 с.); - плетёнка с маком (мука пшеничная в/с); - батон нарезной (мука пшеничная в/с); Итого:	19 875 21 000 19 875 19 850 19 850 100 450	238 500 252 000 238 500 238 500 238 500 1 205 400
3	булочные изделия (мука пшеничная в/с): - колобок - слойка с повидлом; - слойка с маком; - рогалик с маком; - пирожок с картошкой; - булочка с корицей; - кекс; -злеш с курицей; -злеш с говядиной; Итого:	36 000 36 750 36 750 27 000 18 000 31 500 27 000 57 750 58 500 329 250	432 000 441 000 441 000 324 000 216 000 378 000 324 000 693 000 702 000 3 951 000
4	Пицца: -Королевская -Счастливчик Итого:	38 400 112 500 150 900	460 800 1 350 000 1 810 800
5	кондитерские изделия: -пирог «Радость сладкоежки»; -пирог «Варенка»; -пирог «Неженка»; Итого:	6 000 5 400 4 500 15 900	72 000 64 800 54 000 190 800
	Всего:	609 100	7 309 200



*Организационно-правовой  
формой предприятия будет  
являться Общество с  
ограниченной  
ответственностью (ООО).  
Уставный капитал – 10 000  
Учредитель - физическое лицо,  
создавшее организацию. И он  
же исполняет функцию  
директора.*



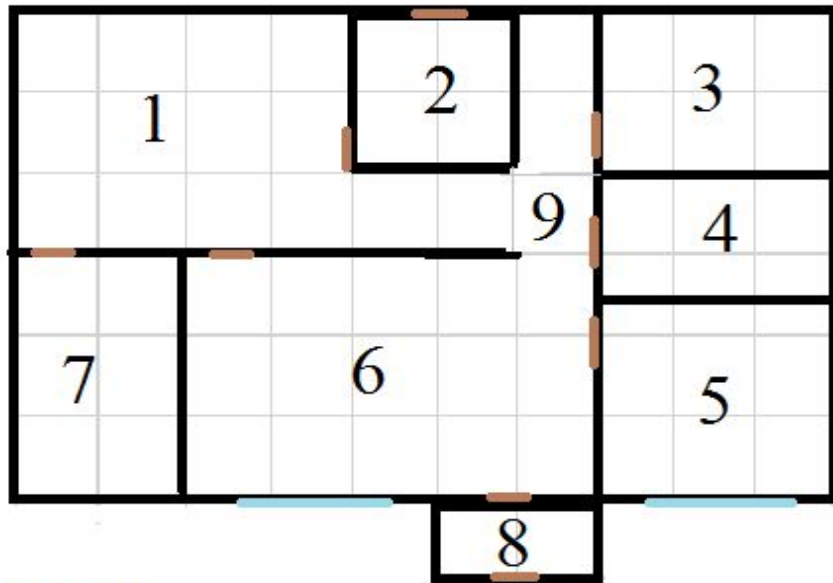
## *Планирование рабочего процесса. Визуализация бизнес-процессов и демонстрация их последовательности(ключевые точки):*

- 1) Зарегистрироваться как субъект предпринимательской деятельности — ООО.*
- 2) Встать на учет в налоговых органах и социальных фондах.*
- 3) Получить 2 заключения — на производство и продукцию пекарни.*
- 4) Получить сертификат соответствия от «Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии».*
- 5) Получение документа от службы экологической экспертизы.*
- 6) Согласование всех норм с пожарной инспекцией на производстве.*

*Без всех вышеперечисленных документов открыть пекарню невозможно. Расходы могут составить около 50 000.*



# План помещения. Необходимая площадь 62 кв м.



— - двери

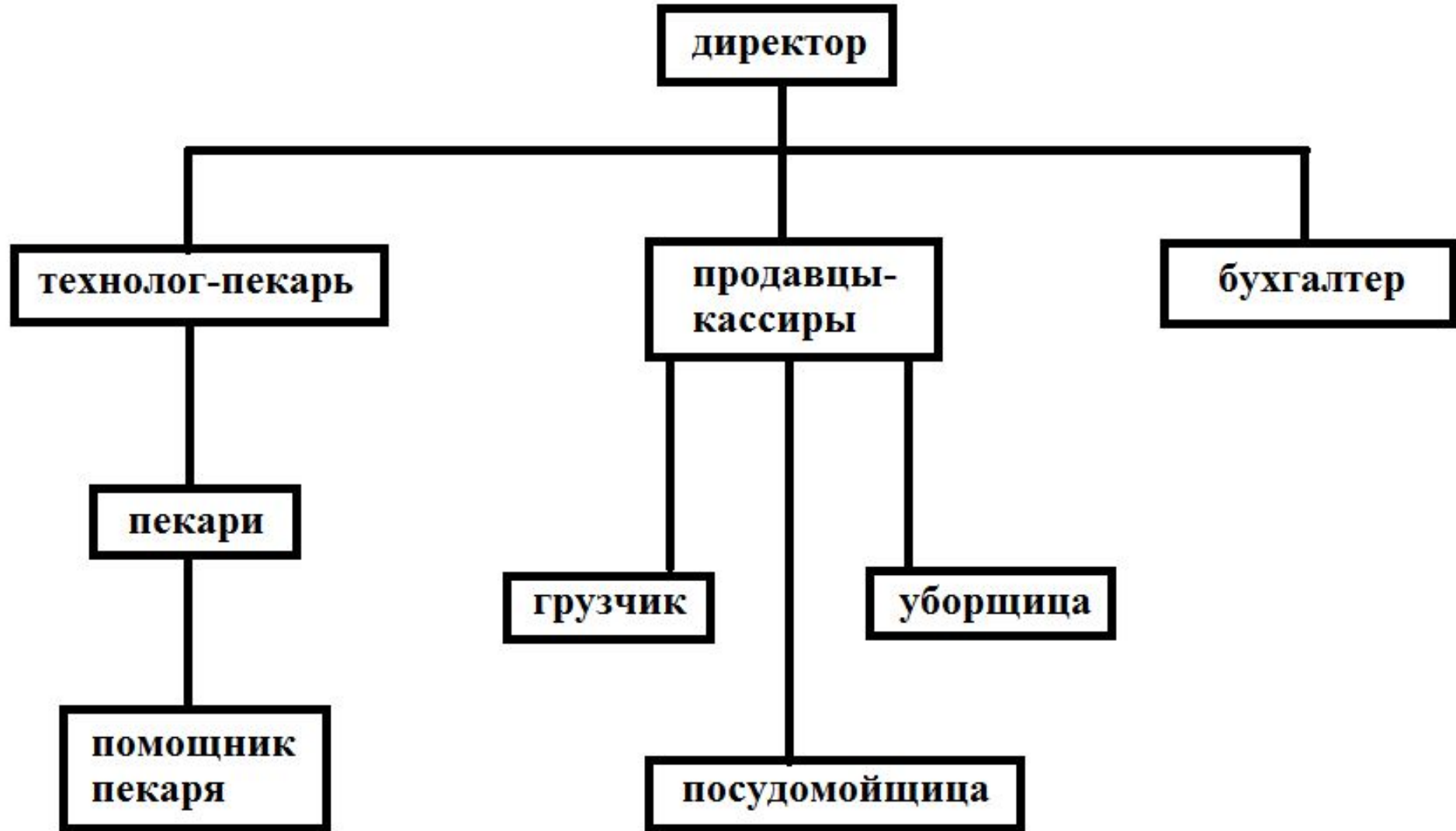
— - окна

№ п/п	Наименование помещений	Кв.м.
1	производственное помещение	12
2	склад	4
3	санузел	6
4	гардероб	4,5
5	кабинет директора и бухгалтера	7,5
6	торговое помещение	15
7	моечная	6
8	тамбур	2
9	коридор от производственного помещения к санузлу	5
	Итого:	62

## *Перечень необходимого оборудования*

Наименование	Ко л-во	Габариты,(Ш*Г*В), мм	Мощность, кВт/ч	Ст-ть, р.	Срок амортизации (лет)	Амортизационные отчисления (р./мес.)
Мукопросеиватель вибрационный МПВ-150	1	420*570*830	0,18	13 250	1	1 104,20
Тестомес МТМ-65М (с дежой )	1	750*540*1165	1,1	23 870	10	198,92
Тестоделитель ТД-30 (универсальный)	1	1310*1000*1550	1,1	135 300	10	1 127,50
Печь конвекционная с расстоеч. шкафом ПРШ-1	1	1618*1967*945	14,5	219 000	10	1 825,00
Стеллаж хлебный	1	2350*900*500		7 200	1	600,00
Кассовый стол универсальный Белла-Нота-2005	1	700*700*870		16 700	1	1 391,70
Прочее (противни, стеллажи, формы)				30 000	1	2500
Кассовый аппарат ЭКР-2102 К (6/γ)	1	400*350*170	0,025	4 000	1	333,33
Сейф Glory-G20 Aiko (6/γ)	1	512*344*433		4 000	1	333,33
Стол, стулья (пластмассовые)	4; 8			5808	1	484
Настольная холодильная витрина Carvoma ВХСв-1,5 XL	1	1440 * 370 * 425	0,13	36000	10	300
Комплект "ОТЛИЧНЫЙ БЕЗНАЛИЧНЫЙ" с терминалом Verifone VX520 банк	1	76 * 83 * 203	0,22	21 900	10	182,5
Холодильник для пекарни Liebherr BKv 5040	1	73*75*164	0,15	91000	10	758,33
<b>Итого:</b>				608 028		11 138,81

*Организационный план ООО «КОЛОБОК» в виде линейной структуры.*



# Штатное расписание

Структурное подразделение		должность	количество штатных единиц	тарифная ставка (окалад), руб.	Отчисления в страховые фонды	Всего руб.	Примечание
наименование	код						Расписание
Администрация	1	Директор	1	20 000	6 040	26 040	12:00-21:00
Бухгалтерия	2	Бухгалтер	1	15000	4 530	19 530	12:00-17:00
Отдел продаж	3	Продавец-кассир	2	10 000	3 020	13 020	12:00-21:00
Административно-хозяйственный отдел	4	Уборщица	1	6 000	1 812	7 812	16:00-21:00
Производственный отдел	5	Технолог-пекарь	1	18 000	5 436	23 436	12:00-17:00
		пекарь	2	15 000	4 530	19 530	12:00-21:00
		Помощник пекаря	1	12 000	3 624	15 624	16:00-21:00
		Грузчик	1	5 000	1 510	6 510	12:00-21:00
		<b>Итого:</b>	<b>10</b>	<b>101 000</b>	<b>30 502</b>	<b>131 502</b>	

# Схема процесса производства продукта (ключевые точки)



**ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВТОРНОГО  
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЫРЬЯ**

*(Утилизация):*

*1) из зачерствевшего хлеба можно сделать сухари;*

*2) изделия, срок годности которых подходит к истечению, можно бесплатно поставлять в дом престарелых, дет. дома как социальная мера;*

*3) продавать по пониженной цене изделия, срок годности которых подходит к истечению.*

**Поставку сырья будет осуществлять ООО «Продовольственная Империя» и ООО «Сладкая жизнь». Долгопортящиеся продукты будут поставлять 1 раз в месяц, а скоропортящиеся-1 раз в неделю (в понедельник).**



Наименование	Цена за 1 кг, р.	Необходимое кол-во в мес, кг	Цена с учетом ассортимента, руб
мука пшеничная в/с	35	1 600	56 000
мука пшеничная 1 с	30	675,6	20 268
мука ржаная	28	690	19 320
отруби пшеничные	6	30	180
сахар	32	930	29 760
дрожжи	120	104,85	12 582
разрыхлитель	400	6	2 400
лук репчатый	10	153,24	1 532,4
соль	15	110	1 650
маргарин	60	20	1 200
сливочное масло	260	6	1 560
подсолнечное масло	95	30	2 850
яйца	100	50	5 000
ванилин	1000	5	5 000
мак	210	21	4 410
повидло	70	21	1 470
корица	380	5	1 900
изюм	300	1,5	450
картошка	18	80	1 400
помидор	160	75	12 400
мясо курицы	95	262,5	24 937,5
говядина	200	230,4	46 080
колбаса	360	66	23 760
сыр	300	16	4 800
майонез	90	110	9 900
кетчуп	90	110	9 000
сметана	200	6,25	1 250
вареная сгущенка	100	18	1 800
Итого:			304 800



*Учет покупательских запросов позволит поднять продажи на высокий уровень, и сделает организацию пекарни прибыльным и перспективным проектом.*

Критерий	Важность для потребителя, в %
Свежесть	25
Внешний вид	17
Вкусовые качества	18
Стоимость	15
Полезность	16
Упаковка	9

# *Все затраты:*

показатель	сумма в месяц,руб	сумма в год,руб
переменные затраты		
сырье и материалы	304 800	3 657 600
электроэнергия	12 000	144 000
Затраты на оплату труда	50 000	600 000
Отчисления в гос.фонды	15 100	181 200
всего переменные затраты	381 900	4 582 800
постоянные затраты		
затраты на оплату труда	51 000	612 000
отчисления в гос.фонды	15 402	184 824
амортизация оборудования	11 138,81	133 665,72
выплата 15% банку	24 362	292 320
расходы на рекламу	4 000	48 000
коммунальные услуги	3 000	36 000
всего постоянных затрат	108 902,81	1 306 799,72
общая себестоимость	490 802,81	5 889 599,72

## ***Антикризисный план:***

*1) Внедрение кейтеринга, снабжая выпечкой банкеты и различные мероприятия;*

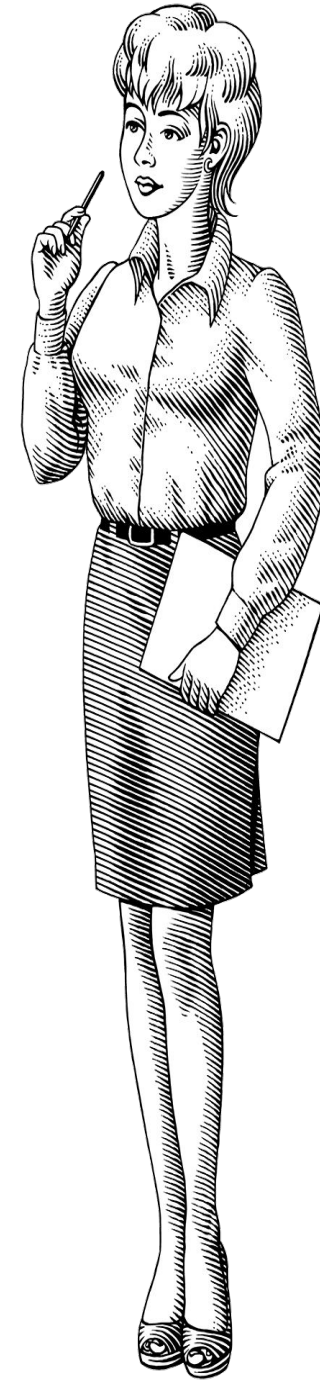
*2) Усиление управления закупочной деятельностью, что позволит избежать злоупотреблений в данном направлении работы компании, краж, увеличения закупочных цен;*

*3) Постоянное совершенствование маркетинговой политики. Это залог для совершенствования продаж в целом;*

*4) Возможность отдать на аутсорсинг работу бухгалтера;*

*5) Прописать в договоре с поставщиком обязанность в предоставлении грузчика;*

*6) Предусмотреть договоренность со школами о поставке выпечки.*



## **Стратегия охвата рынка: дифференцированный маркетинг.**

*Он предполагает выпуск продукции, который имеет отличительные свойства и рассчитан на всех покупателей, т.е. основан на воспринимаемой потребителем уникальности. Здесь применим принципы 4 «Р» маркетинга:*

*1) продукт(product) -мы выпускаем качественные изделия как по внешнему виду, так и по вкусу, которые востребованы покупателями.*

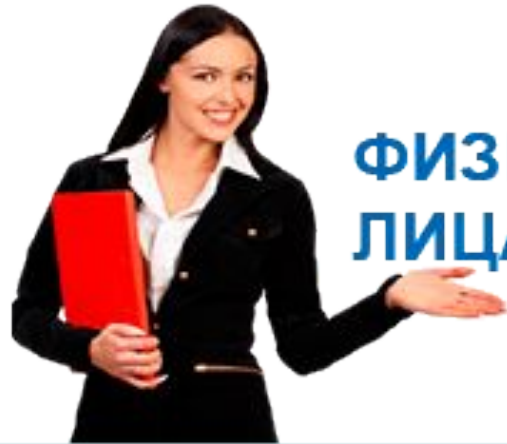
*2)цена(price)- у нас установлены среднерыночные цены почти на весь ассортимент продукции, кроме фирменных пирогов и булочки «КОЛОБОК».*

*3)распространение(place)-напрямую потребителям.*

*4)продвижение(promotion)-рекламные листовки, ВТЛ-акции(лотерея, сэмплинг, дегустация), пиар-акции (благотворительность).*



# *Наша пекарня имеет 2 канала продвижения:*



**ФИЗИЧЕСКИЕ  
ЛИЦА**

- Физические лица(коммуникация: на месте и на вынос):

-по праздникам будут проводиться дегустации и акции в счастливые часы,

-распространение листовок с опросами для подробного изучения потребностей покупателей и выявления недостатков с целью их устранения ;

- Юридическим лицам(коммуникация: прямой сбыт продукции):

-предоставление скидок за предоплату и за большой объем купленной продукции,

-будет поставляться продукция вместе с визитками.



**ЮРИДИЧЕСКИЕ  
ЛИЦА**

# *Затраты на маркетинг:*

Наименование	Цена	Периодичность:
Листовки с рекламой	1 500	ежемесячно
ВТL-акции	3 000	ежеквартально
Пиар-акции	3 500	раз в пол года
Создание и оформление вывески	9 500	единожды
Визитки	700	раз в год
SMM(соцсети)	0	единожды
Всего в год:	47.200	

*В следующие годы расходы на маркетинг будут составлять 37 700 руб.*

# SWOT-анализ

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	<i>Уникальность предоставляемой продукции, разнообразный ассортимент, свежесть продукции, качественное обслуживание, аккуратность продавца.</i>	<i>Немного завышенные цены на продукцию, которая находится в стадиях выведения товара на рынок и роста</i>
Внешняя среда	<i>Расположение пекарни рядом с парком «Черное озеро» рядом со многочисленными офисными зданиями, музеями, учебными заведениями; популярными туристическими местами и со школами.</i>	<i>По близости находится «Пицца», и наличие примерно 20 пекарен в г. Казани.</i>

*Ценовая политика зависит от того на каком этапе ЖЦТ находится предлагаемая продукция (на этапе введения товара на рынок и роста-цены немного выше, а на этапе зрелости-средние). Планируется расширять ассортимент в будущем, учитывая запросы покупателей и в будущем охватить 5% доли рынка.*

## *Конкуренты и их слабые стороны:*

- «Жар- свежар» (нет безналичного расчета);*
- «Добропек» (нет соблюдения условий гигиены, не до конца пропеченные изделия);*
- «Покровские пекарни» (не всегда свежая продукция)*

*Бенчмаркинг будет заключаться в постоянном, систематическом процессе сравнения собственной эффективности, выражающейся в производительности, качестве и организации рабочих процессов с нашими конкурентами. Сравнение с другими пекарнями и перенятие опыта у них является хорошим способом устойчиво сохраниться на рынке.*





# *Экономическая устойчивость пекарни:*

## *1) Собственность:*

*-квартира, которую можно дать в залог банку;*

## *1) Аффилированность:*

*- связи с компаниями ;*

*- связи с заинтересованными компаниями (поставщики сырья),*

*- наличие своего персонала (т.е. нанимать в персонал знакомых).*

## *3) Большие заказы:*

*- участие в тендерах (изготовление выпечки для школ, дет. садов, для государственных компаний);*

*- продвижение продукции сотрудникам офисных зданий и студентам;*

*- готовить на заказ изделия туристам.*

*Пекарня также экологически устойчива, т.к. является безотходным производством и является безвредным для природы.*



# Описание действий, для создания устойчивого положения на рынке:

- 1) *подготовка и участие в тендерах;*
- 2) *активное продвижение через соц. сети;*
- 3) *участие в рекламных акциях каких-либо мероприятий;*
- 4) *Забота о качестве продукции и ее ассортименте*



# Примерный отчет о доходах и расходах по методу уравнений

№ п/п	Показатель	План (тыс.руб.)		Рост(+)/снижение(-) (%)
		Первый месяц	Второй месяц	
1	Выручка от реализации	609 100	609 100	0
2	Переменные затраты	381 900	381 900	0
3	Постоянные затраты	158 903	108 903	0
4	Суммарные затраты	540 803	490 803	
5	Чистый доход(илиубыток)	68 297	118 297	50 000

№ п/п	Показатель	План (тыс.руб.)		Рост(+)/снижение(-) (%)
		Первый год	Второй год	
1	Выручка от реализации	609 100	639 555	+5
2	Переменные затраты	381 900	400 995	+5
3	Постоянный затраты	108 903	109 448	+0,5
4	Суммарные затраты	490 803	510 443	
5	Чистый доход	118 297	129 112	+9

# ***Ценообразование:***

*Мы рассчитываем цену по методу переменных затрат по формуле:*

$$C = p1 * (1 + Spr)$$

$$Spr = (ПРж + ОБЦЗ + КМР) / ПРЗ \text{ где,}$$

*Ц-Цена,*

*Р1-перемен. Затраты на ед. продукции,*

*Spr-процентная наценка к переменным производственным затратам,*

*ПРж-желаемая величина прибыли,*

*ОБЦЗ-пост.общепроизводственные затраты,*

*КМР-коммерческие, общие, административные расходы,*

*ПРЗ-объем производства*

# ***Пример ценообразования хлеба из разных сортов муки (пшеничная+ржаная):***

1)  $p1 = 18,7 + 5,6 + 0,7 + 0,7 = 25,7$  (рублей)

18,7-сырье; 5,6- З/П; 0,7- отчисления в страх. Фонды; 0,7-перем. общ. затраты;

2)  $ПРЗ = 25,7 * 0,36 = 9,252$ ;

3)  $СПр = (12\ 600 + 3,025) / 9,252 = 1362,19$ ;

4)  $Ц = 25,7 * (1 + 1362,19) = 35$  (руб).

35 рублей стоимость 1 хлеба.

# Точка

## безубыточности:

Рассчитаем ее по формуле  $BEP = FC / (P - VC)$ , где

FC (fixed cost) – постоянные затраты;

P (price) / (TR) – выручка

VC (variable cost) - переменные затраты на объем

Маржинальный доход = выручка – перемен. затраты =  $609\,100 - 381\,900 = 227\,200$  (руб)

Необходимо рассчитать коэффициент маржинального дохода (KMR):

$$KMR = MR / P$$

$$KMR = 227\,200 / 609\,100 = 0,39 \text{ (руб)}$$

$$BEP = 108\,902,81 / 0,37 = 294\,332 \text{ (руб)}$$

Точка безубыточности составляет 294 332 рубля.

# *Рентабельность продаж за квартал:*

*Рент.продаж= Чистая прибыль / Товарооборот*

*Чистая прибыль=Товарооборот-издержки обращения-налоги (ЕНВД (15%), НДС(10%)).*

*ЕНВД=БД \* ФП \* К1 \* К2 \* 15% ,где*

*БД-базовая доходность,*

*ФП-физический показатель,*

*К1-1,798*

*К2-0,5*

*ЕНВД= 1000руб. \* 19 кв.м. \* 1,798 \* 0,5 \* 15% \* 3 месяца=7 686,45 руб.*

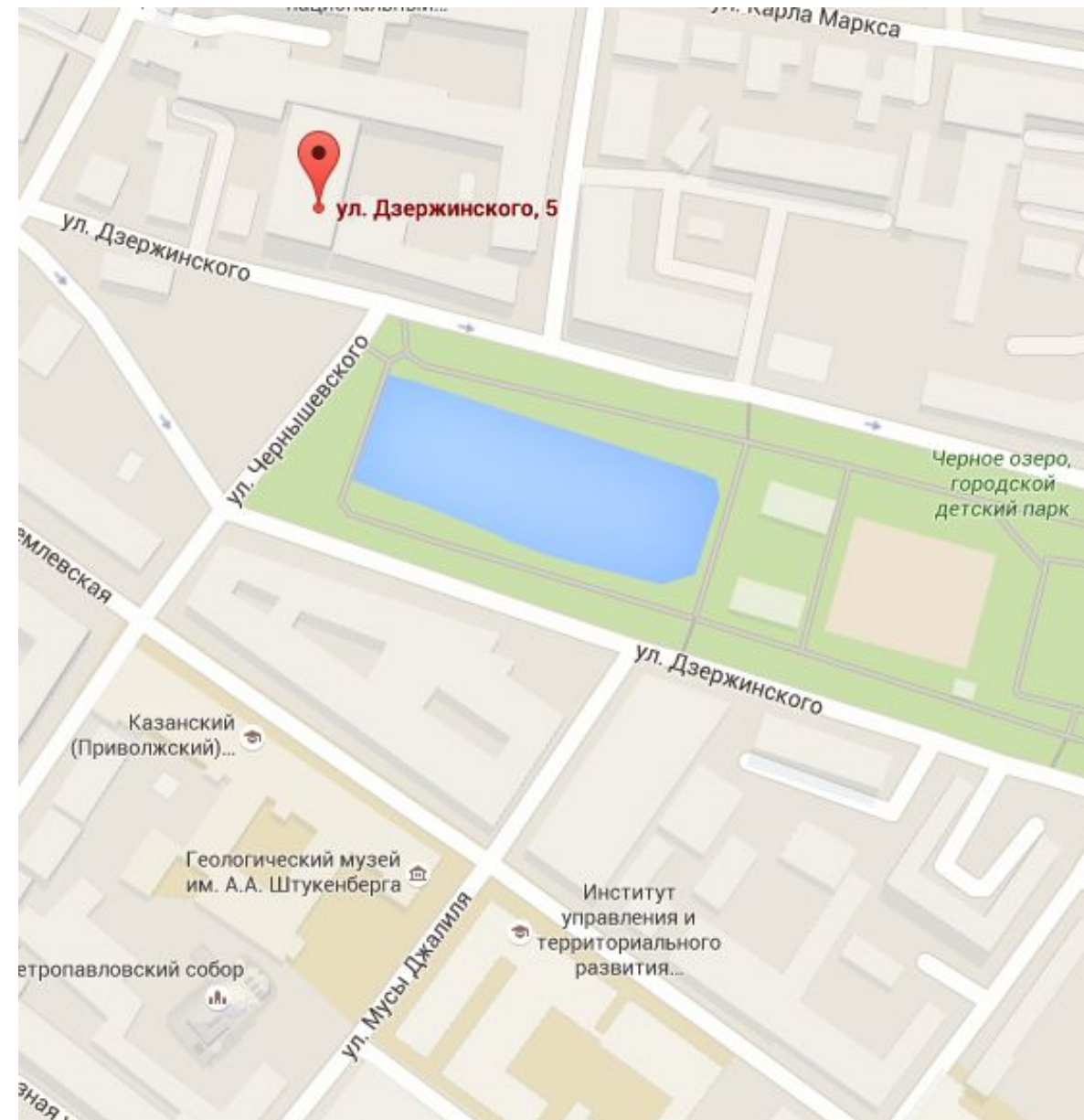
*Чистая прибыль = 1 827 300 (609 100\*3)-1 472 409-7 686,45- 116 119=  
231 085,55*

*Рентабельность продаж= 231 085,55/ 1 827 300 = 0,13*

*0,13\*100%=13%*

*Наш бизнес-проект предполагает изготовление и продажу хлебобулочных и кондитерских изделий. Будет открыта мини-пекарня «Колобок» по адресу г. Казань, ул. Дзержинского 5 в арендуемом помещении. Учредителем будет являться физ. лицо.*

*Организационно-правовой формой предприятия будет являться Общество с ограниченной ответственностью (ООО). Уставный капитал – 10 000. Необходимая сумма для открытия мини-пекарни составляет 500 000 рублей.*





Затраты на оборудование- 608 028 руб.

Затраты на З/П-131 502 руб. в месяц.

Затраты на сырье-304 800 руб. в месяц.

Затраты на маркетинг- 47 200 руб. в первый месяц, в последующие-37 700.

Затраты на аренду помещения- 49 500 руб. в месяц.

Затраты на коммунальные услуги- 15 000 руб. в месяц.

Ежемесячная выплата банку составляет- 24 362 руб.

Планируемая выручка в месяц- 609 100 руб.

Рентабельность проекта составила 13%

Безубыточный объем реализации составляет 294 332 рубля в месяц.

Фактический объем продаж 609 100 руб./мес. превышает точку безубыточности.