



VITA-MILK

**Жоба атауы:**

**«Vita - Milk»**

## Жобаның негізгі мақсаттары:

- ❖ Экологиялық таза және жоғары сапалы өнім өндіру;
- ❖ Қымбатты өнімді заманауи жабдықтармен (сүтті ұзақ уақыт сақтау) қолдану арқылы жаңа технологияларды қолдану;
- ❖ Бұл саладағы үлкен тәжірибесі бар жоғары білікті мамандармен жұмыс жасау;
- ❖ Өндірісті заманауи технологиялық және зертханалық жабдықпен жабдықтау.
- ❖ Сүтті өндіруге арналған ферманы кеңейту

# Өндіріс технологиясы

Қышқыл сүт өнемдерін дайындау технологиясы төмендегі тізбек бойынша жүзеге асады: сүтті қайнатады, содан кейін қажетті температураға дейін суытады ( $30-45^{\circ}\text{C}$ ) және көлеміне қарай 3-5% ашытқы салады. Сүтті қажетті ыдысқа құяды (стақанға, банкіге, шөлмекке және т.б.) және ұйығанға дейін термостатқа салады. Өнімді қатты ұйытып жібергеннен көрі ұю біршама іркілдек болып тұрған кезде ертерек термостаттан алу керек; одан кейін  $10^{\circ}\text{C}$ -ден жоғары емес температурада суытады және сондай жағдайда сақтайды.

**Ірімшіктер өндірісінің жалпы  
технологиялық схемасы келесі  
операциялардан тұрады:**

пастерлеу

ұйытқыны  
алу және  
өңдеу

ұйыту

кальций  
тұздарын  
енгізу

бактериалды  
ашытқыны  
енгізу

## Іске асыру Жоспары:

Кәсіпкерлікті дамыту стратегиясын орындау үшін қажетті шаралардың тактикалық жоспары:

- ✓ өнім сапасын жақсарту үшін ішкі әлеуетті пайдалану.
- ✓ Бүгінгі экономикалық жағдайда тұрақты рентабельділікке ие өнімдерге арналған бағалардың сақталуы.
- ✓ Кәсіпорын өнімдеріне тұтынушылық преференцияларды қалыптастыру.
- ✓ Қалада және облыстарда клиенттік базаны кеңейту.
- ✓ Кәсіпорын тарапынан өнімді сатушы өкілдеріне қолдау көрсету.
- ✓ Клиенттермен нақты кері байланысты ұйымдастыру.
- ✓ Кәсіпорын өнімдерін барлық жарнамалық құралдармен насихаттау.

Сүтті өндіруге арналған ферманы кеңейту



Бәсекелестік артықшылықтарын - нарықтағы бағалар, сапа, тұрақтылықты дамыту динамикасын қамтамасыз ету.



Жаңа өнімдерді әзірлеуге негізделген өнімдерді әртараптандыру.

# Маркетингтік стратегия

Маркетинг стратегиясы бес стратегиялық тұжырымдамаға негізделген:

1. мақсатты нарықтарды таңдау;

2. нарықтың сегменттелуі, яғни бәсекелестікке қабілетті нарықтарға бөлінуі

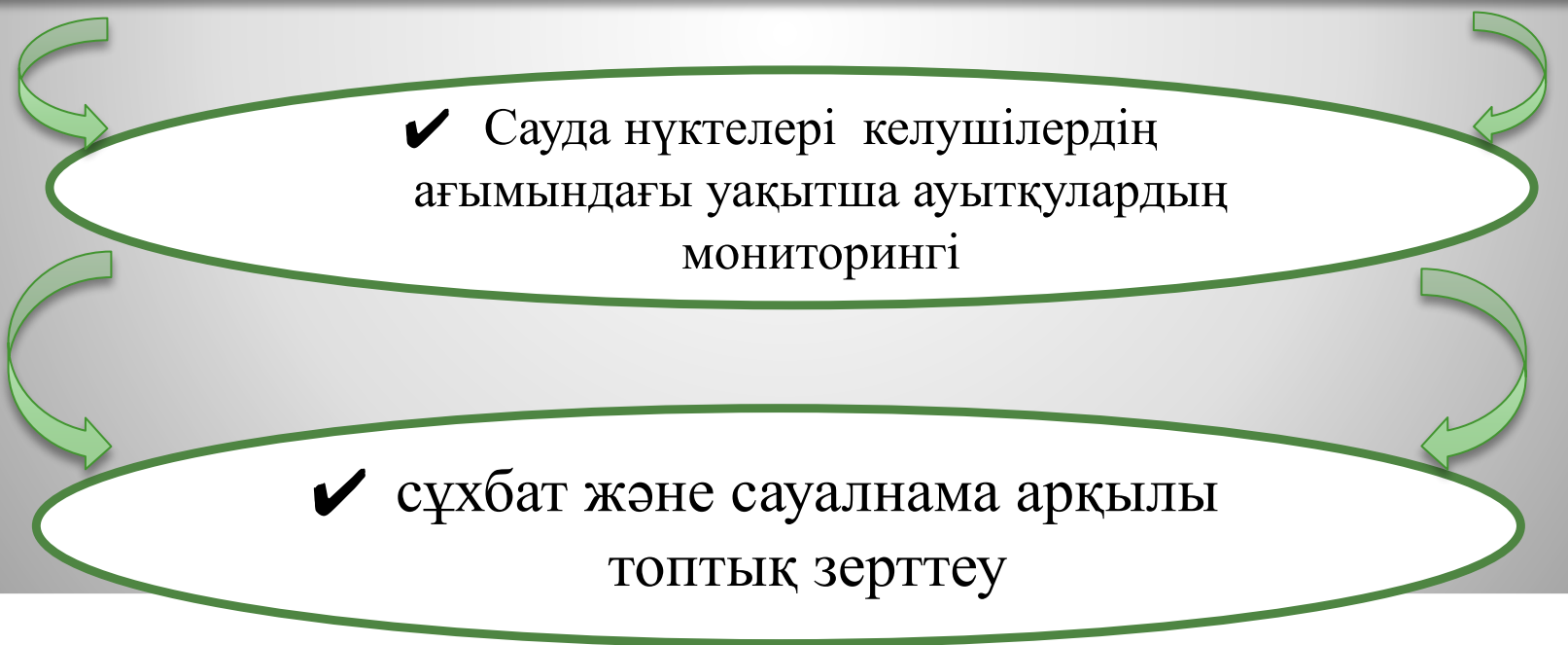
3. оларға қол жеткізу әдістерін таңдау;

4. Маркетинг әдістерін және құралдарын таңдау;

5. Нарыққа уақытты анықтау(тиімді уақыт).

## Өндіретін фирманы кеңейту

Ұзақ мерзімді нарықтық үрдістерді болжау үшін маркетинг мамандары тартқан ашыған сүт өнімдері, бұл нарықтар әдістермен зерттелді:



✓ Сауда нүктелері келушілердің ағымындағы уақытша ауытқулардың мониторингі

✓ сұхбат және сауалнама арқылы топтық зерттеу



## Бәсекелестік ортаны зерттеу

Бәсекелестері	Мықты жақтары	Әлсіз жақтары
<b>“Kazmilk”</b>	Бүгінгі күні Қазақстан нарығында ірі сүт өндірушілердің бірі	Уақыттың сапасы тұрақтылыққа ие емес
<b>“FoodMaster”</b>	Бүгінгі таңда Қазақстан нарығында ең ірі сүт өндірушілердің бірі, сондай-ақ, Қазақстандағы ең жақсы сүт деген атпен Республикалық конкурста үздік деп танылды	Қазақстан нарығын толық емес дамыту
<b>“Адал”</b>	Бүгінгі күні Қазақстан нарығында ірі сүт өндірушілердің бірі	Уақыттың сапасы тұрақтылыққа ие емес
<b>Шағын фермалар</b>	Табиғи өнім шығарады	Өткізу нарығы шектеулі, өндірістің көлемі бүкіл Қазақстан нарығын қамтымайды, сондай-ақ санитарлық жағдайлардың төмендігі

## SWOT - талдау

Тауардың артықшылықтары

Тауардың кемшіліктері

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Тауар сапасының жоғарылығы;</li><li>- Тұтынушылардың қажеттілігіне байланысты өзгере алу мүмкіндігі;</li><li>- Зауыт заманауи технологиялармен жабдықталған;</li><li>- Бағаның қолжетімділігі;</li><li>- Біліктілігі жоғары мамандардың қызмет етуі.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Бәсекелестік деңгейінің жоғарылығы.</li></ul> |
|--|---|

## Күтілетін нәтиже:

1. Басқа сүт зауыттарымен бәсекеге түсіп, сүт сапасын арттыру;
2. Қазақстан нарығын сапалы сүт өнімдерімен қамтамасыз етумен қатар, өнімдерімізді экоспортқа шығару

## Жоба бюджеті

- 1. Жер сатып алу – 38400000 тг (Бостандық ауданы, Ерменсай ышам ауданы)**
- 2. Ғимарат тұрғызу – 6000000 тг**
- 3. Құрал-жабдықтар – 5000000 тг**



#### **4.Жұмысшылар:**

**Басқару жүйесі** – 300000 тг (2 адам)

**Бухгалтер** – 200000 тг (1 адам)

**Техникамен жұмыс жасайтындар** – 160000 тг (2 адам)

**Күзет** – 80000 тг (2 адам)

**Тазалыққа жауаптылар** – 80000 тг (2 адам)

**Жүргізуші** – 80000 тг (1 адам)

**Технолог** – 160000 тг (2 адам)

# Ферма: Іле ауданы, Междуречинск ауылы

1 л сүт – 100 тг (сатып аламыз)

1 күн – 1000 л – 100000 тг

## СҮТ

1 л сүт – 300 тг (сатамыз)

1 л сүтті қаптау – 50 тг

## Кілегей

1 л кілегей – 800 тг

1 л кілегейді қаптау – 40 тг

## Ірімшік

1 кг ірімшік – 1000 тг

1 кг ірімшікті қаптау – 20 тг

## Кілегей

1л кілегейдің қабы – 40тг

1 күн: 10л сүт -----1л

кілегей

500л сүт ----- 50л кілегей

$800\text{тг} - 40\text{тг} = 760\text{тг}$

$760\text{тг} * 50\text{л} = 38000\text{тг}$

## Ірімшік

1 кг ірімшіктің қабы - 20  
тг

1 күн:  $1000\text{тг} - 20\text{тг} = 980\text{тг}$

$980\text{тг} * 100\text{кг} = 98000\text{тг}$

9л сүт ----- 2 кг ірімшік

450л сүт ----- 100 кг

ірімшік

## Сүт

1л сүттің қабы – 50 тг

1 күн:

$300\text{тг} - 50\text{тг} = 200\text{тг}$

$250\text{тг} * 500\text{л} = 125000\text{тг}$

**1 күндегі кіріс:**

$$125000+38000+98000=261000\text{тг}$$

**1 күндегі шығыс:** 100000 тг

$$261000-100000=161000\text{тг} \text{ – пайда}$$

**1 ай:**  $161000*30= 4830000\text{тг}$

**Табыс салығы -10%** 483000 тг

**Коммуналдық шығын – 100000 тг**

**Амортизация - 3%** 144900 тг

**Несие -14%**

**Бізге керек сома – 49400000**

$$14\% - 6916000$$

$$49400000 + 6916000 = 56316000$$





**Несиені 4 жылға бөліп  
төлеу:**

$$12 * 4 = 48 \quad 56316000 / 48 = 1173250$$

**1 айдағы табыс: 4 830 000тг**

**Пайда:**

$$4830000 - 1840000 - 483000 - 144900 - 1173250 = 1088850$$



## Жобаның тиімділігі:

1 ай – 1088850

4 жылдан кейін –

$1088850 + 1173250 = 2262100$



Назарларыңызға рақмет!!!

