


## Бизнес-план кондитерского производства

 Этот пример готового бизнес-плана кондитерского производства **выполнен не нашей компанией**. Чужие готовые бизнес-планы не могут быть успешно использованы ни для открытия реального бизнеса, ни для получения инвестиций. Если вам нужно составить реальный бизнес-план кондитерского производства, рекомендуем ознакомиться с

- разделом ["Как заказать бизнес-план?"](#),
- видеозаписями плейлиста ["Бизнес-планирование"](#) на нашем канале **Youtube**,
- [демоверсиями бизнес-планов](#), разработанных компанией "Питер-Консалт".

### Содержание бизнес-плана кондитерского производства:

1. Краткий инвестиционный меморандум
2. Описание бизнеса, продукта или услуги
3. [Описание рынка сбыта](#)
4. [Продажи и маркетинг](#)
5. План производства
6. [Организационная структура](#)
7. [Финансовый план проекта](#)

### Краткий инвестиционный меморандум

Современного человека трудно удивить кулинарными изысками, в том числе и кондитерскими. Тем не менее, изделия кондитерского производства, будь то конфеты, торты или пирожные неизменно сопровождают нашу жизнь, начиная с самого раннего детства.

Кулинарные традиции по-прежнему играют немалую роль даже в нашем технократическом обществе, и есть немало тех, кто хочет побаловать себя, своих близких, друзей или коллег по работе различными сладостями.

Общая концепция бизнеса по производству кондитерских изделий, кроме чисто эстетических и вкусовых предпочтений клиентов, строится на реальном экономическом расчете. Прежде всего, приняты во внимание два фундаментальных фактора:

- первый фактор — несмотря на различные экономические проблемы у большинства людей, спрос на кондитерскую продукцию в России неуклонно растет темпами не ниже 2-4% в год. Следовательно, при реализации проекта существует определенная гарантия спроса на продукцию в перспективе нескольких лет, как минимум.
- второй фактор — новые технологии производства кондитерской продукции, доступность высокотехнологичного оборудования позволяют снизить издержки производства не менее чем на 30-50%. Это, в свою очередь, позволяет конкурировать на локальном рынке со множеством других производителей, сохраняя при этом индивидуальный почерк мастеров-кондитеров.

## **Бизнес-план кондитерского производства**

Также при реализации бизнес-плана кондитерского производства следует принять в расчет, что с развитием новых коммуникационных технологий появилась возможность работать с клиентами в онлайн-режиме и осуществлять поставки продукции напрямую клиенту, минуя дилерскую сеть. Это существенно поможет расширить не только рынок сбыта, но и получить дополнительные конкурентные преимущества индивидуализации стиля работы практически с каждым клиентом.

- Сумма первоначальных инвестиций — 2 596 000 рублей;
- Ежемесячная прибыль — 399 030 рублей;
- Срок окупаемости — 8 месяцев;
- Точка безубыточности — 2 месяца.

### **Описание бизнеса, продукта или услуги**

Проект реализации бизнес-плана кондитерского производства, с общей мощностью выпуска кондитерской продукции до 10 тонн в месяц, предусматривает изготовление и реализацию следующего ассортимента продукции:

1. Торты в ассортименте, в упаковке. Средняя цена — 400 руб. за 1 кг.
2. Пирожные, бисквиты в ассортименте. Средняя цена — 280 руб. за 1 кг.
3. Печенье, пряники в ассортименте. Средняя цена — 240 руб. за 1 кг.
4. Изготовление тортов и другой кондитерской продукции по индивидуальным (специальным) заказам клиентов — например, свадебные и юбилейные торты, сопровождение корпоративных мероприятий. Средняя цена продукции по спецзаказам — 2000 руб. за 1 кг.

Кроме этого, проектом предусмотрено в перспективе создание собственных торговых точек компании, в том числе и поставка продукции в малоформатные сетевые кафе, приобретенные по договору франчайзинга.

Поставка готовой продукции осуществляется по прямым контрактам оптовым и розничным клиентам, где основную долю (более 70%) будут занимать магазины, супермаркеты, а также сетевые кафе и рестораны.

Производство кондитерских изделий осуществляется ежедневно, исходя из графика сменной работы персонала. Общие параметры бизнеса позволяют выйти на полную окупаемость вложенных средств не позднее чем через 8-12 месяцев, при 50% загрузке мощности предприятия.

<b>Сильные стороны проекта:</b>	<b>Слабые стороны проекта:</b>
---------------------------------	--------------------------------

## Бизнес-план кондитерского производства

<ul style="list-style-type: none"><li>• постоянный растущий спрос на кондитерскую продукцию высокого качества;</li><li>• большой выбор каналов продаж и форм поставки кондитерских изделий;</li><li>• быстрая адаптация к быстро меняющемуся рынку</li><li>• возможность формирования индивидуального подхода к запросам клиентов по объему поставки и ассортименту.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• конкуренция со стороны местных кондитерских производств;</li><li>• некачественная работа персонала, в том числе нарушения режима хранения скоропортящихся продуктов;</li></ul>
<b>Возможности проекта:</b>	<b>Угрозы проекта:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• расширение бизнеса за счет увеличения ассортимента;</li><li>• возможность работы с корпоративными клиентами;</li><li>• возможность создания сопутствующих видов бизнеса — например, продажа через собственную сеть кафе по франшизе.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• относительно высокая конкуренция на кондитерском рынке;</li><li>• общее повышение цен на кондитерскую продукцию</li><li>• Повышение арендной платы или расторжение договора аренды помещения;</li><li>• Снижение платежеспособности, как населения, так и коммерческого сектора, общее снижение спроса на кондитерскую продукцию высокого качества.</li></ul>

### Описание рынка сбыта

Российский рынок кондитерских изделий имеет свою историю, насчитывающую более 200-250 лет, свои традиции, сочетающие истинно русские рецепты и влияния европейских кондитеров, в первую очередь французских и немецких. Три момента, определяющих рынок сбыта кондитерских товаров:

#### 1. Общая характеристика рынка кондитерских изделий России.

На кондитерском рынке России в настоящее время работают примерно 15000 предприятий, начиная от известных корпораций с именитыми брендами и заканчивая небольшими кондитерскими цехами и компаниями. Ежегодно этими кондитерскими производится порядка 4,2-4,5 млн тонн кондитерской продукции — начиная от конфет и пряников и заканчивая тортами и чизкейками. Почти 40% производства сосредоточено в центральных регионах страны, где лидирующее положение занимают 150 компаний.

Важной особенностью рынка является и то, что около 38% всей кондитерской продукции отправляется на экспорт — в такие страны, как Китай, страны Центральной Азии, Ближнего и Среднего Востока.

Отличительной особенностью российского рынка также является то, что, несмотря на некоторые кризисные явления в экономике, рост цен на основные

## **Бизнес-план кондитерского производства**

продукты питания и общее снижение располагаемых доходов населения, последние пять лет происходит постепенное увеличение спроса на кондитерские изделия по всему спектру ассортимента.

Такая динамика составляет примерно 2-4% в годовом выражении. При этом следует отметить, что растет и среднедушевое потребление кондитерской продукции в расчете на одного человека и сейчас оно составляет более 22,5 кг на чел.

Как видно из представленных графиков, основная положительная динамика спроса на кондитерскую продукцию концентрируется на таких продуктах, как печенье, пирожные, торты и шоколадные изделия.

Исходя из существующей динамики и соотношения предложения и спроса на рынке, можно предполагать, что в перспективе 10-15 лет рост рынка продолжится, правда более скромными темпами — не более 1-2% в год.

### **2. Структура спроса.**

Структура спроса на российском рынке кондитерских изделий имеет свои специфические особенности, что связано с некоторыми традициями в отечественной кулинарии.

Как видно из представленной диаграммы, то в общем объеме спроса лидируют мучные и сахаристые кондитерские изделия, которые занимают около 50% рынка в России. Заметим, что доля весовых конфет в структуре имеет практически неизменное значение и составляет от 19% до 22%, а общая доля мучных кондитерских изделий снизилась с 51% до 47%.

В целом структура потребления КИ мало изменилась за последние лет 20-30 и пока сохраняется тенденция постепенного увеличения спроса на небольшие мучные изделия — пирожные, торты, печенье, пряники и т.п.

**3. Степень конкуренции.** Российский рынок КИ характеризуется относительно высокой степенью конкуренции. Это обусловлено двумя факторами. Во-первых, большая часть кондитерской продукции жестко привязана к локальным рынкам, так как сроки хранения, например, бисквитных тортов и пирожных не позволяют их транспортировать на расстояния более чем 100-200 км. Таким образом, на каждом локальном (региональном) рынке имеются свои лидеры отрасли, представленные в основном пекарнями, хлебозаводами и кондитерскими фабриками.

Второй фактор связан с тем, что компании лидеры российского кондитерского рынка такие как, например, «Красный Октябрь», «Рот Фронт», «Бабаевский», «Русский шоколад», «Ясная Поляна» имеют свои мощные региональные представительства, сеть логистики, что позволяет им успешно конкурировать с местными производителями.

Таким образом, чтобы конкурировать на рынке кондитерских изделий, как с региональными компаниями, так и с федеральными брендами, нужно выбрать свой узкий рынок, с определенным ключевым сегментом покупателей или потребителей, ориентирясь на их вкусовые предпочтения и ценовой фактор.

## Бизнес-план кондитерского производства

### Продажи и маркетинг

Кондитерская продукция во всех ее возможных видах является неизменным атрибутом городской и даже в некоторой степени — сельской жизни, и редко какой праздник, семейное торжество обходится без красочного торта, всевозможных пирожных, печений и прочих сладостей. Однако, чтобы все это великолепие, сделанное мастерами-кондитерами, было куплено, необходимо предпринять ряд действий, чтобы продукция, как можно быстрее нашла своего покупателя. В данном случае речь идет о маркетинговых мероприятиях или комплексе маркетинга, который должен состоять, как минимум, из трех основных элементов:

#### **1. Целевая аудитория и основные каналы сбыта продукции.**

У кондитерской продукции есть свои ключевые потребители, которых можно объединить в несколько ключевых групп, на которые и будет ориентировано в основном все кондитерское производство по рассматриваемому бизнес-плану.

Таковыми группам являются, прежде всего, следующие категории потенциальных клиентов:

- возрастная группа покупателей от 5-7 лет до 25-30 в семьях, имеющих средний и ниже среднего достаток (в пределах 15-20 тысяч рублей ежемесячного дохода на каждого члена семьи). Эта целевая аудитория занимает в общем объеме продаж кондитерской продукции порядка 40-60%.

- корпоративные клиенты — кафе, рестораны, бары, гостиницы. Т.е. точки общепита. В эту же группу входят и клиенты, осуществляющие заказы для различных корпоративных торжеств и мероприятий. Общий объем продаж для этой группы составляет примерно 20% от всего портфеля заказов.

- третью целевую группу потребителей могут составлять клиенты, принадлежащие к государственным или муниципальным дошкольным, школьным и прочим социальным учреждениям. Работа по этому направлению сбыта строится на участии в различных специальных аукционах для заключения контрактов поставки продукции государственным или муниципальным учреждениям.

Кроме этих основных клиентских групп также можно развить маркетинговую стратегию по продаже кондитерской продукции через онлайн сервисы или ресурсы, подобно тому, как доставляется сейчас пицца или суши-роллы.

#### **2. Реклама.**

Для рекламирования кондитерской продукции в настоящее время можно использовать два генеральных направления:

1. Первое — это распространение рекламы через сетевые ресурсы и онлайн приложения по заказу, через сервисы розничных сетей, магазинов и ресторанов. Также в качестве эффективной схемы распространения рекламы можно использовать социальные сети — как через создание своих собственных аккаунтов, так и через формирование или участие в телеграм-каналах, ютуб-каналах и т.п. Еще одним не менее эффективным рекламным инструментом может служить интернет-сайт компании, где будет не только транслироваться каталог продукции кондитерского производства, но и клиенты могут осуществлять предварительные заказы и вести онлайн расчеты.

## **Бизнес-план кондитерского производства**

2. Второе направление — это использование печатной наглядной рекламной информации. Лучше всего подойдет формат небольших информационных каталогов буклетов или визитных карточек, которые можно распространять во всех точках продажи кондитерской продукции.

Кроме этих двух основных вариантов рекламной работы, также частично можно задействовать традиционные каналы — печатные СМИ, телевидение и радио. Но нужно отдавать отчет, что с каждым годом эффективность этих каналов распространения коммерческой рекламы падает и ее можно использовать там, где по каким-то причинам отсутствует возможность работать через сетевые ресурсы.

Кроме представленных методов маркетинга, также рекомендуется принимать участие в различных выставках и ярмарках местного значения, благотворительных акциях, проводящихся общественными объединениями, администрациями районов, поселений. Это позволит сделать бренд кондитерской компании более узнаваемым, а значит и более востребованной ее продукцию.

На рекламу предполагается расходовать минимум 50 000 рублей ежемесячно.

### **План производства**

Производственной схемой реализации проекта бизнес-плана кондитерского производства предусмотрено три последовательных этапа создания предприятия.

#### **Регистрация бизнеса**

Для регистрации бизнеса кондитерского производства выбран оптимальный вариант в виде организационно-правовой формы ИП (индивидуального предпринимательства). Для этого понадобится подать заявление в налоговую инспекцию или подразделение ФНС по месту нахождения производства или адресу регистрации (постоянного места жительства) учредителя. Стандартный срок рассмотрения заявления составляет не более 3 рабочих дней, после чего соответствующим приказом ФНС выдается учредительный документ о создании ИП — заверенная гербовой печатью ФНС выписка из общедоверального реестра — ЕГРИП. Кроме этого, потребуется открытие счета в банке, заключение с ним договора на РКО (расчетное кассовое обслуживание), постановка на учет во внебюджетных фондах таких, как ФМС и ФСС, а также в Пенсионном Фонде РФ.

Данной формой ИП предусмотрено использование предприятием минимальной налоговой ставки в 6% и весь процесс ведения налоговой и бухгалтерской отчетности выполняется по упрощенной схеме (УСН).

Также при подаче заявления в ФНС необходимо в обязательном порядке указать принятые бюджетной классификацией специальные коды ОКВЭД. Для предприятия, рассматриваемого в рамках данного бизнес-плана кондитерского производства, такими кодами могут быть:

ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности)

- 10-33 «Раздел С. ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА»
- 10.0 «Производство пищевых продуктов».

## Бизнес-план кондитерского производства

- 10.7 «Производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий».
- 10.71 «Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения».

Также следует добавить и такие коды как:

- 52.1 «Розничная торговля в неспециализированных магазинах».
- 52.4 «Прочая розничная торговля в специализированных магазинах».
- 52.61 «Розничная торговля по заказу».
- 52.63 «Прочая розничная торговля вне магазинов».
- 55.30 «Деятельность ресторанов и кафе».
- 55.52 «Поставка продукции общественного питания».

Эта группа кодов необходима для того, чтобы в перспективе расширения бизнеса, в том числе и за счет создания собственных торговых точек, кафе, не приходилось бы заново оформлять документы ИП в ФНС.

Второй важной частью процесса регистрации и юридического оформления бизнеса кондитерского производства является подготовка следующего пакета документов:

1. Получение сертификата соответствия и качества на изготавливаемую продукцию и оказываемые услуги по линии Роспотребнадзора.
2. Получение разрешения и сертификат на эксплуатацию помещений кондитерской от органов Санэпиднадзора и Государственного пожарного надзора.
3. Разрешение от Жилищной инспекции муниципалитета на эксплуатацию кондитерской в помещении, расположенном на первом этаже жилого дома.
4. Пройти сертификацию рабочих мест по линии Трудовой инспекции (эти учреждения действуют при администрациях муниципальных образований).

Также потребуется заключение отдельных договоров с поставщиками коммунальных услуг, частным охранным предприятием или отделом Вневедомственной охраны МВД РФ.

На все расходы по регистрации предприятия, получение всех необходимых разрешений и согласований, в бюджете проекта бизнес-плана предусмотрена сумма в 150 000 рублей.

### **Оборудование и помещение**

Техническая часть реализации проекта бизнес-плана кондитерского производства состоит из двух базовых частей.

Первая часть — это выбор месторасположения кондитерской, аренда или приобретение в собственность помещения, производство ремонта и дизайн. Вторая — это подготовка, установка и наладка оборудования.

Помещение для кондитерского производства должно удовлетворять двум основным требованиям. Во-первых, местоположение цеха желательно должно быть таким чтобы были как можно меньше расходы на логистику. Во-вторых, оно должно соответствовать всем нормам и требованиям СанПиН, ГОСТ и другим подобным нормативным документам. В частности, это в первую очередь касается

## Бизнес-план кондитерского производства

условий, содержащихся в СанПиН 2.3.4.545-96 «Производство хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий».

В соответствии с этими требуемыми характеристиками в проекте данного бизнес-плана используется помещение, находящееся на первом этаже жилого дома (в помещении бывшей детской кухни). Район местоположения выбран в спальном районе, так как вблизи сконцентрированы торговые точки по продаже кондитерских изделий — ТРЦ, кафе, магазины шаговой доступности, рестораны, а также несколько детских учреждений, лечебный профилакторий.

Общая площадь помещения составляет 150 кв. м с учетом перспективы расширения бизнеса и создания торговой точки непосредственно на месте производства. Помещение приобретается на условиях долгосрочной аренды, с последующим правом выкупа в собственность, на 49 лет. В стоимость аренды включены расходы на ремонт.

План расположения основных рабочих зон кондитерского производства имеет следующий вид:

- кондитерский цех
- кладовая под сырье
- кладовая готовой продукции
- туалетное помещение для персонала
- отдельный гардероб для верхней одежды персонала
- офисное помещение, рассчитанное на 3 рабочих места
- хозяйственно бытовое помещение, включая комнату отдыха для персонала (обеденная зона).

В дополнение к этому в помещении должно быть предусмотрено наличие двух входов и специальное окно для выгрузки и погрузки готовой продукции, сырья (продуктов). Также в проекте помещения должна быть спланирована стоянка, как минимум, для 3-5 автомобилей.

**Оборудование.** Для того чтобы кондитерское производство обеспечивало не только выход кондитерских изделий в заданном объеме, но и высшего качества, рекомендуется использовать готовые производственные кондитерские линии или комплекты оборудования типа MONOFI, CORINOX, Klumkaya и др. Общий же список оборудования кондитерской имеет следующий вид:

1. Кондитерская конвекционная печь.
2. Специальный шкаф для расстойки.
3. Формы кондитерские (комплект).
4. Котел для варки крема.
5. Миксер-взбиватель.
6. Компьютеры и оргтехника (компл.).
7. Мебель для офиса.
8. Мебель для комнаты отдыха (компл.).
9. Хозяйственный инвентарь (компл.).
10. Автомобиль-фургон реф. (термос) до 3 т.
11. Просеиватель муки.



## Бизнес-план кондитерского производства

12. Холодильник на 250 л.
13. Тестомесильная машина.
14. Вытяжка.
15. Шкаф-термос для готовой продукции.
16. Электронные настольные или настольные весы.
17. Роликовый стеллаж.
18. Пищевой разделочный стол.
19. Мойка из нержавеющей стали.
20. Кондитерский разделочный инструмент (компл.).
21. Лист поддовый.
22. Пожарный инвентарь и сигнализация.

Кроме этого, основного оборудования также необходимо предусмотреть на будущее приобретение торговых прилавков, витрин, а также автоматических упаковочных машин для доставки тортов и пирожных по заказу покупателей.

### Организационная структура

Примерная схема штатного расписания кондитерского цеха или предприятия с мощностью выпуска кондитерской продукции до 3000-4000 кг в месяц, может выглядеть следующим образом:

<b>Постоянные расходы</b>	<b>Оклад</b>	<b>Количество сотрудников</b>	<b>Сумма</b>	<b>Средняя з/п в месяц на сотрудника</b>
Управляющий	35 000	1	35 000	48 498
Инженер — технолог	32 000	1	32 000	45 498
Ст. мастер-кондитер (шеф)	30 000	1	30 000	30 000
Пекарь-кондитер	28 000	4	112 000	28 000
Помощник пекаря-кондитера	25 000	2	50 000	25 000
Помощник пекаря	25 000	1	25 000	25 000
Страховые взносы			29 100	
<b>Итого ФОТ</b>			<b>313 100</b>	

Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

В данной схеме штатного расписания предусмотрено следующее распределение обязанностей среди персонала:

## Бизнес-план кондитерского производства

**1. Управляющий** кондитерским цехом или компанией — осуществляет общее руководство производством, на него возложено взаимодействие с покупателями, клиентами, ключевыми компаниями — поставщиками оборудования и расходного материала, а также с государственными и муниципальными (общественными) контролирующими органами власти. На управляющего возложена ответственность за управление рекламным бюджетом, эффективное распространение рекламы. Он осуществляет обеспечение работы интернет-сайта предприятия.

Режим работы управляющего — ненормированный рабочий день. Система оплаты труда — оклад + премия в виде %% от суммы ежемесячных продаж продукции (суммы выручки).

**2. Инженер-технолог.** На инженере-технологе лежит ответственность за обеспечение технической части производства, соблюдения технологических норм производства кондитерских изделий — их соответствия стандартам качества, годности. Также инженер — технолог отвечает за своевременное обеспечение всего процесса производства необходимым расходным материалом и продуктами, снабжением. Он отвечает за техническое состояние всего оборудования производства кондитерских изделий, его своевременную профилактику, ремонт и пополнение запасными частями.

Режим работы — ненормированный рабочий день с системой оплаты, построенной по схеме: «оклад + премия в виде %% от суммы ежемесячной выручки компании».

**3. Ст. мастер-кондитер (шеф-кондитер).** Ответственен за выполнение его подчиненными пекарями — кондитерами всех технологических норм и производственных заданий по выпуску кондитерской продукции, осуществляет контроль за ходом всех процессов подготовки ингредиентов, выпечки и оформления кондитерской продукции. Занимается непосредственно выпечкой и оформлением наиболее ответственных заказов — производство тортов и других подобных изделий.

Режим работы — 6-дневная рабочая неделя с 9:00 до 18:00. Система оплаты — оклад плюс премии, начисляемые ежеквартально и в конце года, а также разовые премиальные выплаты за выполнение конкретных заказов.

**4. Пекарь-кондитер (сменный).** Работник, занимающий эту штатную позицию, выполняет все необходимые технологические задачи по подготовке, выпечке и производству кондитерской продукции в соответствии с заданным планом.

Режим работы — сменный — два дня через два. Длительность смены — с 09:00 до 21:00. Система оплаты — оклад + премия, начисляемая периодически каждые 3, 6 и 12 месяцев.

**5. Помощник пекаря-кондитера (сменный)** — основная обязанность этого сотрудника состоит в том, чтобы осуществлять подготовку всех технологических процессов по выпуску кондитерских изделий в соответствии с указаниями шеф-кондитера.

## Бизнес-план кондитерского производства

Режим работы — сменный — два дня через два с 09:00 до 21:00. Система оплаты — оклад + премия, начисляемая периодически каждые 3, 6 и 12 месяцев.

**6. Водитель-экспедитор** осуществляет как доставку готовой продукции, так и необходимых продуктов, расходных материалов необходимых для работы кондитерского производства.

Режим работы — 5-дневный график в соответствии с нормами ТК РФ для водителя-экспедитора. Система оплаты — «оклад плюс премия», начисляемая периодически (каждые 3, 6 и 12 месяцев) по результатам работы предприятия.

Для обеспечения финансового и налогового сопровождения деятельности кондитерской компании предусмотрено использование услуг бухгалтера по отдельному договору (аутсорсинг).

### Финансовый план

Начальные инвестиции для открытия бизнеса, включая регистрацию и оформление, выглядят следующим образом:

<b>Инвестиции на открытие</b>	
Регистрация, включая получение всех разрешений	150 000
Ремонт, подготовка и дизайн помещения кондитерской	800 000
Закупка расходного материала, сырья на первый месяц работы производства	300 000
Создание сайта кондитерской плюс реклама на первый месяц	50 000
Закупка оборудования	1 246 000
Услуги транспортной логистики	50 000
<b>Итого</b>	<b>2 596 000</b>

Ежемесячные расходы на обеспечение работы кондитерского бизнеса в заданных объемах выпуска:

<b>Ежемесячные затраты</b>	
ФОТ (включая отчисления)	340 096
Аренда (150 кв. м.)	45 000
Амортизация	17 222
Коммунальные услуги	10 000
Реклама	50 000
Бухгалтерия (удаленная)	20 000
Закупка сырья, продуктов -ингредиентов, расходных материалов	337 445
Услуги охраны ЧОП	50 000

## Бизнес-план кондитерского производства

<b>Итого</b>	<b>869 763</b>
--------------	----------------

Основные экономические, финансовые параметры реализации бизнес-плана:

<b>Показатель</b>	<b>Значение</b>
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	8
Чистый дисконтированный доход, руб.	4 909 895
Индекс прибыльности	2,89
Внутренняя норма рентабельности, %	132,96
Рентабельность продаж, %	53%

План продаж на 24 месяца, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.

### **Факторы риска**

Очевидным преимуществом кондитерского производства является широта охвата целевых групп покупателей, и по уровню достатка, и по вкусовым или возрастным предпочтениям, наличие огромного выбора ассортимента продукции и относительно невысокий порог входа на этот рынок для предпринимателя. Однако, как и всякий бизнес, производство кондитерской продукции может столкнуться с рядом рисков. В первую очередь следует обратить внимание на такие негативные факторы, как:

- **Риск конкуренции.** Этот риск достаточно высок, особенно в крупных городах и предпринимателю, впервые выходящему на такой локальный рынок со своей продукцией, придется встретить сильную конкуренцию со стороны крупных производителей. Это, прежде всего, кондитерские цеха, хлебозаводы, могущие значительно влиять на рынок кондитерских изделий в городе или районе, как по уровню цена\ качество, так и по ассортименту продукции. Единственной верной тактикой или стратегией в условиях такой конкуренции является выбор своего целевого сегмента покупателей, использование форматов привлечения их с помощью различных программ лояльности, современных рекламных и маркетинговых технологий.

- **Риски быстрого роста издержек.** В условиях сильной конкуренции определяющим фактором для кондитерского производства является способность выдержать давление со стороны повышения цен на исходное сырье, оборудование, а также на коммунальные услуги, электроэнергию, логистику и т.п. Т.е. предприятие должно обладать определенным запасом финансовой прочности, чтобы успешно противостоять резкому росту издержек производства. Для эффективной работы по этому направлению необходимо применять

## Бизнес-план кондитерского производства



энергоэффективное оборудование и технологии, использовать схемы оптимизации рабочего процесса, а также не перегружать финансовую систему предприятия излишней долговой (кредитной) нагрузкой.

- **Технологические риски**, связаны с используемым в кондитерском производстве оборудованием, его соответствия современным стандартам качества и надежности. В кондитерской индустрии используется масса пищевых продуктов, с ограниченным сроком хранения — особенно это касается бисквитных кремов, различных молочных сырных пирожных и т.п.

Технологический контроль на кондитерском производстве должен начинаться от поставщика исходного сырья до самой конечной точки поставки — прилавка магазина или кафе.

Есть еще ряд негативных факторов. Не стоит упускать из виду такие моменты, как риск повышения цен на импортное сырье или валютный риск. В первую очередь это касается таких важных пищевых компонентов, как шоколад натуральный, какао, ванилин, корица, оливковое масло, цитрусовые. Для нейтрализации подобных рисков можно использовать, как схему диверсификации поставок импортного сырья, так и создания определенных производственных запасов.

Источник: <https://www.beboss.ru/bplans-confectioner>

 На нашем сайте размещены **примеры разработанных нами бизнес-планов, отзывы наших заказчиков**, а также **процедура заказа бизнес-плана** в нашей компании. Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост  **"Стоимость разработки бизнес-плана"** на нашем канале Youtube.

 Если вы **заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения**, мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.