

**УДК 378**  
**ББК 74.58**  
**S81**

**Редакционная коллегия**

*Шакирова С.М.* - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке

*Сапаргалиев Д.Б.* – PhD, зам. директора Управления по науке

*Никифорова Н.В.* - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

**i – START. Предпринимательство: энергия молодых.**

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

**ISBN: 978-601-7021-36-8**

**УДК 378**  
**ББК 74.58**  
**S81**

**ISBN: 978-601-7021-36-8**

Таким образом, разница в несении ответственности за себя в реальных и виртуальных мирах сводится к нулю, ведь приходится вещать от своего, юридически задействованного имени. Всё опубликованное Интернет-потребителем будет мгновенно сопоставляться с его реальным поведением, мировоззрением и социальной ролью в жизни, начиная с оценки его виртуальной активности в реальном кругу знакомых до уголовного рассмотрения законом. Это, в свою очередь, заметно сократит количество поступающей некорректной, аморальной или дестабилизирующей общество информации и принудит пользователей контролировать свой выход в бесконечность Интернет-пространства.

**Источники:**

1. [http://www.content-filtering.ru/allinet/regulinet/regulinet\\_249.html](http://www.content-filtering.ru/allinet/regulinet/regulinet_249.html)

**Даиров МаратКанатович**  
Computer Science and Software Engineering, 1 курс

Международный Университет  
Информационных Технологий

**Ешова Айжан Ерболкызы**  
Финансы, 4 курс

Алматы  
Менеджмент  
Университет

**Шалабаева Зухра Самиголлакызы**  
Marketing, 4 курс

Научный руководитель:  
**Косолапов Г.В., к.э.н., профессор**

Казахстанский институт  
менеджмента, экономики и  
прогнозирования

## РАЗВИТИЕ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РК НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ HFG

С самого начала рассмотрения всех подходящих областей для создания своего собственного бизнеса, кейтеринг стал для нас приоритетной отраслью. Основным аргументом в данном выборе стал постоянный спрос на данный вид услуги у большинства граждан Казахстана вне зависимости от их социального положения. И, несмотря на то, что конкуренция кейтеринга в нашей республике весьма высока, однако надлежащий анализ рынка и создание своей собственной «фишки», создает вполне реальные условия для появления лояльных потребителей.

Основной проблемой рынка кейтеринга в РК является ограниченность предложения, а также отсутствие настоящей домашней кухни, на которую очень велик спрос среди потенциальных потребителей. Поэтому основной уклон в нашей деятельности ставится именно на домашние блюда. Исходя из этого, мы выбрали подходящее название для нашей фирмы – HomeFoodGroup (HFG). В качестве девиза мы выбрали две основных характеристики нашей фирмы:

- Только домашняя еда
- Абсолютная экономия Вашего времени
- Ориентированность на клиентов (B2C).

При кейтеринге основным средством получения дохода является наценка на все товары, приобретенные фирмой изначально для создания своих собственных блюд. Для высокой рентабельности такого вида бизнеса необходим полный цикл работы, начиная с приготовления пищи и заканчивая ее доставкой заказчиком. Исходя из этого, мы рассмотрели основные затраты, связанные начальными инвестициями (табл.1).

**Таблица 1 – Первоначальные инвестиции**

Наименование	Стоимость (в тг)
Общие кухонные принадлежности	2 000 000
Создание конвейера	500 000
Мопеды (15штук)	1 800 000
Итого:	4 300 000

На начальном этапе создания нашего бизнеса планируется использовать крупное арендное помещение, отвечающее все нормам СЭС. Для доставки приготовленных блюд будут наниматься курьеры, для удобства и бесперебойной работы которых весь город поделен на несколько секторов, в рамках которых каждый из них будет работать.

В качестве средства передвижения курьеров были выбраны мопеды как самый удобный вид транспорта в плане затрат на бензин, а также высокой маневренности в час пик.

Помимо первоначальных инвестиций мы также рассчитали ежемесячные затраты, необходимые для бесперебойного функционирования нашей фирмы (табл.2).



**Таблица 2 – Ежемесячные общие затраты (за исключением оплаты персонала)**

Наименование	Оплата в месяц (в тг)
Комунальные услуги	150 000
Бензин	37000
Продукты	500 000
Аренда помещения	200 000
Итого:	887 000

Мы также расписали необходимое число персонала HFG и в соответствии со статистическими данными по средней заработной плате в РК, установили каждому сотруднику соответствующий заработок (Таблица 3).

**Таблица 3 – Затраты по персоналу**

Должность	Количество человек	Сред з/п по РК на конец 2014	з/п HFG	Итого
управляющий	1	-	150 000	150 000
менеджер по закупкам	1	105 000	120 000	120 000
бухгалтер	1	140 000	90 000	90 000
повар	3	79 750	100 000	300 000
кухонный работник	1	42 000	55 000	55 000
уборщик	1	70 000	70 000	70 000
оператор call center	1	77 500	90 000	90 000
водитель mopeda	4	-	52 000	208 000
Составлено авторами на основе источников [1], [2]				

Как и всем предприятиям в сфере приготовления пищи, нам необходим менеджер по закупкам, отвечающий за качество приобретаемой продукции и полуфабрикатов. Кроме того, мы установили должность оператора, отвечающего на звонки при заказе блюд.

Для предоставления возможности нашим клиентам непосредственного изучения ежедневного меню мы создали сайт нашей фирмы HomeFoodGroup, где можно без проблем заказать любое блюдо и оплатить заказ удобным для клиента способом.

Еще одним немаловажным фактором преимущества нашего сервиса кейтеринга над остальными конкурентами станет создание специализированного приложения на смартфоны, которое максимально упростит составление и оформление заказа.

Процесс оформления заказа предельно прост:

- 1) Отметьте то, что вы хотите заказать
- 2) Выберите способ оплаты
- 3) Подтвердите заказ.

После этого, клиентом свяжется оператор и уточнит детали заказа (этот шаг необходим для уменьшения числа ложных заказов).

Мы также провели первоначальный анализ рынка для изучения наших потенциальных клиентов, а также прямых конкурентов. Потенциальной целевой аудиторией стал средний класс в крупных городах Казахстана с заработной платой выше 300 000 тг. В соответствии с этим ориентировка на следующие города:

**Таблица 4 – Потенциальные клиенты**

Регионы	Средняя з/п в РК по годам (на конец года)			
	2011	2012	2013	2014
Республика Казахстан	91 793	127 402	137043	154 577

Мангистауская	138 994	232 703	251675	-
Атырауская	162 899	202 484	230180	-
г. Астана	127 264	218 848	231336	-
г. Алматы	123 918	175 035	182265	-
Составлено авторами на основе данных сайта [1]				

Как самый инновационный, крупный и развитый город РК, Алматы выступит в качестве первого города где мы откроем наш филиал, с последующим расширением в вышеперечисленных городах.

Для определения наших конкурентов, мы, прежде всего, проанализировали узнаваемость сервиса кейтеринга по РК:

- 15 К Пользуется этой услугой регулярно
- Min 20 к человек знакомы с данным сервисом.
- Численность Казахстана -17,39 млн
- Новорожденные с 2010- 2015 ( 1 млн)
- Уровень охвата потребители 0,5 beginner

Исходя из полученных данных, мы установили реальную заполненность рынка – рынок РК свободен для осуществления кейтеринговой деятельности, по причине низкой узнаваемости и качества сервиса конкурентов.

Нашими основными конкурентами являются компании: «Healthymeal», «Foodpanda» и «Весна внутри». Ни один из конкурентов не использует в своем производстве домашнюю еду, а также не проводит качественных маркетинговых программ для повышения узнаваемости бренда и сервиса в целом. Основная реклама конкурентов производится через приложение «инстаграм».

Окупаемость в данном виде бизнеса происходит довольно быстро – около двух лет с момента основания. Исходя из общих факторов мы расписали первоначальное получение дохода (Таблица 5)

**Таблица 5 – Первоначальная структура доходов**

кол-во заказов в день первоначально	сред ст-ть заказа в тг	учет ежедневного роста благодаря рекламе	итог в первый месяц в тг
50	1900	3,5%	2 964 000

На сегодняшний день кейтеринг стал одним из лидирующих способов ведения бизнеса в мире, благодаря своей быстрой окупаемости и весьма несложному процессу управления. В Казахстане данная отрасль развита не сильно, что позволит начинающим компаниям занять свою нишу и найти лояльных потребителей. Шансы увеличиваются, если внедрить современные подходы в продвижении, задействовании смартфонов и онлайн сервисов, упрощении всего процесса, начиная от заказа и заканчивая доставкой и передачей заказов.

**Источники:**

1. <http://mojarplata.kz>;
2. <http://almaty.zarplat.info>