Министерство образования и науки Республики Казахстан

Международная Бизнес Академия

Курсовая работа

На тему: «Бизнес- план расширения производства колбасных изделий, копченостей и мясных деликатесов»

Выполнила: уч-ся гр. зЭ-05(5)

Юрченко Н.А.

Проверил: преподаватель

Мамраев М.А.

Караганда 2009

**Содержание**

# 1. Введение

# 2. Описание предприятия и исходные условия

# 3. Характеристика продукции

# 4. Описание рынка сбыта

# 5. Сбыт и реклама

## 5.1 Сбыт продукции

## 5.2 Реклама

# 6. План производства

## 6.1 Размещение производства

## 6.2 Сырье и материалы

## 6.3 План персонала

## 6.4 Выплачиваемые налоги

# 7. Общие издержки по проекту

# 8. Финансовый раздел

# 9. Залоговое обеспечение

# 10. Оценка риска

# 11. Выводы

# 1. Введение

Цели проекта

По средствам реализации данного проекта преследуются основные цели – увеличение объемов производства, расширения оборотных средств предприятия, освоение производства новых видов продукции на собственных производственных площадях. Другие цели проекта – повышение качества производимой продукции, насыщение рынка продукцией

Описание проекта

Данный проект предполагает приобретение на средства кредита оборудование (шприц вакуумный), необходимого для набивки колбас фаршем, используемого при производстве продукции (широкий ассортимент колбас, копченостей и мясных деликатесов). Использование данного оборудования позволит повысить качество выпускаемой продукции, освоить производство новых видов колбас и копченостей, следовательно, повысить объемы сбыта продукции, обеспечить быструю оборачиваемость денежных средств, что позволит в течение первых 18 месяцев реализации проекта полностью погасить кредит банка, увеличить поступление в бюджет, а так же создать новые рабочие места.

# 2. Описание предприятия и исходные условия

Краткая характеристика предприятия

Название предприятия: ТОО «Тулпар». Адрес предприятия Карагандинская область, г. Караганда, ул. Дунаевского 1А.

На данный момент предприятие имеет цех, оборудованный линией по выпуску колбас, копченостей и мясных деликатесов. Цех находится в г. Караганде, по адресу Ержанова 35, описание и характеристика оборудования имеющегося в цехе, приведены в табл. 1.

Таблица 1. Описание и характеристика оборудования

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | **Наименование оборудования** | **Год выпуска** | Цена, USD |
| 1. | Куттер 150 л ЛАСКА (Австрия) | 1990 | 40 000 |
| 2. | Куттер 50 л КремерГребе (Германия) |  | 5 000 |
| 3. | Шприц ФРАЙ 100 л (Германия) | 1996 | 21 000 |
| 4. | Клипсатор РОЛИ–КЛИП 700л (Германия) | 2202 | 30 000 |
| 5. | Мясорубка | 2002 | 500 |
| 6. | Льдогенератор 350 л (Германия) | 1999 | 15 000 |
| 7. | Вакуумный массажер (Германия) |  | 3 000 |
| 8. | Весы электронные | 2002 | 500 |
| 9. | Агрегат холодильный 5 шт. (Россия) | 2002 | 22 000 |
| 10. | Камеры варочные автомат БАСТРА (Германия) |  | 13 000 |
| 11. | Машина вакуумной упаковки (Германия) | 1998 | 4 000 |
| 12. | Компьютер 3 шт | 2003 | 2 500 |
|  | ИТОГО |  | 156 500 |

На предприятии имеются автомобили используемые для закупа сырья и реализации готовой продукции. Описание автомобилей представлено в табл. 2.

Таблица 2. Описание автомобилей

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование автомобиля | Количество | Год выпуска | Цена, USD |
| БУС Мерседес (г\п 2 тонны) | 1 | 1990 | 14 000 |
| Груз. Мерседес (г/п 8 тонн) | 1 | 1995 | 8 000 |
| Легковой Мерседес 230 Е | 1 | 1993 | 11 000 |
| ИТОГО | 3 |  | 33 000 |

Сбыт готовой продукции предприятие производит через собственные торговые точки, на рынках, в магазинах г. Караганды и Карагандинской области, осуществляет оптовую торговлю в регионы Казахстана (г. Алматы, г. Караганды, г. Астаны, г. Кокшетау). На предприятии так же работает производственный персонал в количестве 12 человек:

- управляющий – 1 человек;

- бухгалтер – 1 человек;

- технолог – 2 человека;

- мастер цеха – 1 человек;

- товаровед – 1 человек;

- старший обвальщик – 1 человек;

- шприсовщица – 1 человек (новое рабочее место);

- фаршесоставитель – 1 человек;

- коптильщик – 1 человек;

- формовщик – 1 человек (новое рабочее место);

- уборщик – 1 человек.

В настоящее время ТОО не имеет задолженности перед бюджетом, банками и другими предприятиями.

Основные направления деятельности предприятия.

Основным видом деятельности является:

- производство колбасных изделий, копченостей;

- производство мясных деликатесов;

- оптовая и розничная торговля выпускаемой продукции в г. Петропавловске, в Северо-Казахстанской области и других областях Казахстана.

Стратегической целью предприятие ставит увеличение объемов производства и расширения ассортимента выпускаемой продукции, для этого имеются практически все условия:

- необходимое оборудование,

- квалифицированный персонал,

- налаженные связи с поставщиками сырья и покупателями товара,

- опыт работы на рынке г. Караганды и Карагандинской области.

Продукция, выпускаемая предприятием неоднократно отмечена дипломами различных республиканских и международных выставок:

- 4 золотых и 1 серебряная медаль выставки «Атакент 2000»;

- Диплом участника международной выставки;

- Золотой диплом качества;

- Диплом «Лучшие товары Казахстана 2003».

Краткая характеристика проекта

Для реализации целей проекта предполагается приобретение оборудования на средства кредита Фонда.

Приобретаемое оборудование:

- шприц вакуумный для набивки колбас фаршем.

Шприц предназначен для вакуумирования фарша и наполнения различных оболочек колбасным фаршем всех видов и любой консистенции. Применяется для производства верных, полукопченых, сырокопченых, варено-копченых, ливерных колбас, сарделек и ветчины в оболочке. При доукомплектовании полуавтоматом сосисочным, обеспечивает производства сосисок и сарделек методом дозирования (точн. 1%) и перекрутки.

Мясной фарш из бункера под действием собственного груза и разрежения, создаваемого вакуумной системой, попадает в нагнетательную часть корпуса вытеснителей и транспортируется циклоидальными винтами, вращающимися в противоположные стороны; далее фарш через цевку наполняет оболочку. Подача фарша прекращается после получения сигнала от подколенного выключателя или внешнего оборудования (порционирующего устройства или клипсатора).

Совершенность технологического режима производства колбасных изделий в настоящее время одна из ведущих составляющих выпуска высококачественной, пользующейся спросом на рынке продукции. Не внося значительных изменений в химический состав и содержание в колбасных изделиях белков, жиров, углеводов, витаминов, макро и микро элементов, следовательно, не влияя на вкусовые показатели, процесс наполнения колбас фаршем радикальным образом определяет, будет ли конечный продукт допущен и востребован на рынке.

Практически на все критерии оценки потребителям качества колбасных изделий: внешний вид, структура, консистенция, сочность, и, в конечном счете, на вкусовые ощущения, данный процесс оказывает существенное влияние. При увеличении ассортиментного выборы на рынке колбасных изделий потребителем начинает все большее внимание уделяться структуре, консистенции продукта. Потребитель хочет увидеть, из чего изготовлена колбаса, увидеть в ней то, что он определяет как натуральный продукт. Это отношение потребителя, проявившееся ранее в странах с более высоким уровнем жизни, более требовательным и открытым подходам к оценке здоровой экологически чистой пищи, большими историческими и ассортиментными традициями в производстве колбас, теперь является основным и в Казахстане.

Процесс формования, наряду с другими технологическими операциями при производстве колбасных изделий, так же предопределяет качество готового продукта и его товарный вид. Формование – наполнение фаршем искусственной, натуральной оболочки или формы. Для формования используются шприцы, вакуумные шприцы и другое оборудование.

Основное назначение вакуумной системы шприцев – непрерывность подачи фарша из приемного бункера на рабочие органы фаршевого насоса шприца и исключение за счет этого дополнительного аэрирования фарша, и обеспечения постоянства производительности насоса.

Приобретаемы для цели настоящего проекта шприц для набивки колбас фаршем позволит предприятию, за счет выдержанного цикла, улучшить качество выпускаемой продукции, следовательно, расширить объемы производства повысить качество выпускаемой продукции и объемы сбыта.

Данный проект предполагает вложения в размере 2 650 000 тенге. Источники финансирования приведены в таблице 3.

Таблица 3. Источники финансирования проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Источники финансирования | Сумма, тенге |
| Кредитные средства АО «Фонд развития малого предпринимательства» | 2 300 000 |
| Собственные средства | 350 000 |
| Общая сумма финансирования | 2 650 000 |

Назначение инвестиции приведено в таблице 4.

Таблица 4. Назначение инвестиций

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Источники финансирования | Целевое назначение инвестиции | Сумма, тенге |
| Кредит АО «Фонд развития малого предпринимательства» | 70 % поставка оборудования | 1 700 000 |
| 30 % закуп сырья | 600 000 |
| Собственные средства | Издержки подготовительного периода, покрытия дефицита наличных средств | 350 000 |
| Общая сумма финансирования |  | 2 650 000 |

График погашения кредита приведен в Финансовом разделе настоящего бизнес-плана.

Предполагается, что кредит будет получен в размере 2 300 000 тенге под 10% годовых, отсрочка по выплатам в погашении кредита составляет 3 месяца, отсрочки по выплатам процентам на предполагается.

Реализация данного проекта позволит создать 2 новых рабочих места с устойчивым и средним заработком – шприцовщица – 20 000 тенге в месяц, формовщик – 12 000 тенге в месяц. Трудоустройство незанятого населения будет способствовать снижению социальной напряженности в области. Цена реализации производимой продукции будет формироваться с учетом себестоимости продукции и спроса на данные виды колбасных изделий, но на 10% ниже цен конкурентов. Полученная прибыль будет направляться на развитие предприятия ТОО «Тулпар».

**3. Характеристика продукции**

Продуктом настоящего проекта является колбасные изделия, копчености и мясные деликатесы. Проект предполагает расширение объемов производства выпускаемого ранее ассортимента колбасных изделий, копченостей и мясных деликатесов.

Продукция, выпускаемая предприятием включает в себя следующие виды колбасных изделий и мясных деликатесов:

-Бекон аромат (нарезка)- Казы

-Бекон ароматный (кусок)- Корейка (кусок)

-Брауншвейгская сырокопченая - Корейка (нарезка)

-Буженина- Королевский сырокопченый

-Ветчина «Золотой теленок»- Кох Салями

-Ветчина «Купеческая»- Колбаса Краковская

-Колбаса Ветчинная- Колбаса Краснодарская

-Гутсульский сервелат- Колбаса Любительская

-Колбаса Докторская - Колбаса Молочная

-Колбаса Императорская- Колбаса Мусульманская (говяж)

-Колбаса Кнут- Окорок свин. копчен.

-Колбаса без шпика- Окорочка

-Колбаса со шпиком- Охотничьи колбаски

-Колбасные обрезки- Пастрома (острая)

-Колбаса Польская - Сервелат

-Приятного аппетита (кольц)- Сосиски Гриль

-Грудинка говяжья- Сосиска Д.

-Грудинка свиная- Сосиски Молочные

-Кости - Колбаса Столовая

-Котлеты- Суджук

-Манты рубл. (жирн. говяд.)- Телятина Ароматная (нарезка)

-п/ф Мясо маринованное- Телятина Ароматная (кусок)

-п/ф Пельмени (гов. и свин) - Филе сырокопченое (нарез)

-п/ф СВ. гов. со специями- Дантовская салями (батон)

-п/ф Трубочки фаршированные- Дантовская салями (нарез)

-п/ф Украинская (для духовки)- Колбаса Чайная

-Рулет свиной- Колбаса Чесночная

-Колбаса русская - Колбаса Шашлычная (для жарки)

-Салтесон- Шейка свин. аром. (кусок)

-Салями (батон)- Шпикачки

-Салями (нарезка)- Шужук

-Сардельки Д.- Колбаса Эстонская

-Сардельки Докторские - Шейка свин. аром. (нарезка)

Высокое качество выпускаемой по данному проекту продукции будет обеспечиваться за счет применения нового технологического оборудования и жесткого соблюдения ветеринарных и санитарных норм. Сырье, за счет благоприятного температурного режима, не будет терять качество в процессе хранения.

Это позволит приблизить качество, выпускаемых по данному проекту колбасных изделий, к продукции крупных мясоперерабатывающих заводов, а цены на продукцию установить ниже, сем у конкурентов, что, в конечном счете, обеспечит рыночную конкурентоспособность продукции.

Для удобства расчетов в настоящем бизнес-плане используются виды продукции, указанные в таблице 5.

Таблица 5. Выпускаемая по проекту продукции.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукта | Ед. изм. | Цена, тенге | Цена с учетом НДС, тенге |
| Колбаса вареная | кг. | 234,80 | 270 |
| Колбаса полукопченая | кг. | 365,20 | 420 |
| Колбаса сырокопченая | кг. | 739,20 | 650 |
| Мясные деликатесы | кг. | 565,20 | 850 |

**4. Описание рынка сбыта**

Потребителями производимой продукции является население г. Караганды и Карагандинской области, а так же других городов Казахстана: Астаны, Кокшетау, Павлодара, Петропавловска и пр.

При анализе ситуации на рынке производства колбас и копченостей Северо-Казахстанской области были учтены следующие факторы:

1. На сегодняшний день в Карагандинской области сохраняется поголовье скота в частном секторе, однако, как и во всем Казахстане в целом, перерабатывающая промышленность не обеспечивает должного уровня переработки, особенно продукции высокого качества.

2. В связи с постоянным ростом цен на энергоносители, увеличением транспортных расходов, резко возрастают накладные расходы крупных предприятий, и, соответственно, себестоимость продуктов переработки сельскохозяйственного сырья. В этих условиях в боле выгодном положении оказываются небольшие предприятия, имеющие низкие накладные расходы.

3. Сохранить производство по переработке мяса возможно при размещении малых неэнергоемких производств в непосредственной близости к местам производства сырья с гибким изменением номенклатуры выпускаемой продукции. Это позволит обеспечить устойчивый спрос.

Исходя из вышеперечисленных факторов, а так же учитывая, что объемы реализации выпускаемым предприятием продукции в период 2007 – 2008 гг. росли, можно сделать вывод, что вся производимая по данному проекту продукция будет реализована полностью.

# 5. Сбыт и реклама

## 

## **5.1 Сбыт продукции**

Ориентация на высокое качество, разнообразный ассортимент, доступные цены привлечет потребителей, насытит рынок.

Для торговли будут использованы :

1. Оптовая торговля со значительными скидками до 30%.
2. Реализация через сеть столовых, ресторанов и кафе.
3. Розничная торговля через собственные торговые точки.
4. Розничная и оптовая торговля в другие города Казахстана.

Физический объем сбыта производимой продукции (по месяцам приведен в Финансовом разделе настоящего бизнес-плана).

## **5.2 Реклама**

Организация рекламы производимой по данному проекту продукции включает в себя следующие мероприятия:

- реклама в СМИ;

- рекламная продукция на товар;

- расходы на маркетинг.

Расходы на цели рекламы представлены в финансовом разделе настоящего проекта.

# 6. План производстваА

## 

## **6.1 Размещение производства**

Все производство колбасных изделий и копченостей размещено в собственном цехе, оборудованном производственной линией.

## **6.2 Сырье и материалы**

Все необходимые вспомогательные компоненты для переработки мяса – белкозиновая оболочка, пряности, специи, этикетки, и пр. можно приобрести в Казахстане (используя местный рынок) и странах СНГ (Россия, Украина и т.д.) или в европейских странах. В настоящее время наше предприятие приобретает данные компоненты в г. Москве, Новосибирске, и на внутреннем рынке.

Все приобретаемое сырье будет подвергаться тщательному осмотру на соответствие фитосанитарным нормам и другим стандартам качества. При хранении и переработке сырья используется новейшее оборудование, следовательно, сырье не теряет своего качества на притяжении всего производственного цикла. Потребность производственного процесса в сырье и материалах, их расход и прямые производственные издержки приведены в Финансовой разделе настоящего проекта.

## **6.3 План персонала**

В таблице 6 приведен план персонала, необходимого для реализации настоящего проекта.

Таблица 6. План персонала

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Должность | Численность, чел. | Среднемесячная оплата труда, тенге |
| Управленческий персонал |  |  |
| Управляющий | 1 | 30 000 |
| Бухгалтер | 1 | 28 000 |
| Производственный персонал |  |  |
| Технолог | 2 | 25 000 |
| Мастер цеха | 1 | 25 000 |
| Товаровед | 1 | 17 000 |
| Старший обвальщик | 1 | 12 000 |
| Коптильщик | 1 | 16 000 |
| Фаршесоставитель | 1 | 15 000 |
| Уборщик | 1 | 5 000 |
| Формовщик | 1 | 12 000 |
| Шприцовщица | 1 | 20 000 |
| Всего | 12 | 205 000 |

В расчетах затраты на заработную плату отнесены к категории постоянных и отражены в итоговых таблицах в статье «Общие (постоянные) издержки».

## **6.4 Выплачиваемые налоги**

Предприятие ТОО «Тулпар» использует специальный налоговый режим для исчисления и уплаты налогов в бюджет. Суммы основных налогов, используемые в настоящем проекте, приведены в таблице 7.

Таблица 7. Выплачиваемые по настоящему проекту налоги

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование налога | Сумма, тенге | Период выплат |
| Подоходный налог | 20 452 | Ежеквартально |
| Социальный налог | 20 452 | Ежеквартально |
| Земельный налог | 1 980 | Ежеквартально |
| Налог у источника выплат | 7 697 | Ежеквартально |
| Отчисления в пенсионный фонд | 21 400 | Ежеквартально |
| Налог на имущество | 9 996 | Ежегодно |
| Налог на транспорт | 35 000 | Ежегодно |

В расчетах данные налоги отнесены к категории постоянных затрат и отражены в итоговых таблицах в статье «Общие (постоянные) издержки».

Так же ТОО уплачивает налог на добавленную стоимость (НДС) по ставке 15%.

# 7. Общие издержки по проекту

В расчетах приняты следующие общие издержки по проекту:

Таблица 9. Общие издержки по проекту

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | тенге | Выплаты | В течение |
| Управление |  |  |  |
| Канцелярские расходы | 5 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Телефон и связь | 20 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Производство |  |  |  |
| Электроэнергия | 50 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Отопление | 15 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Твердое топливо и газ | 20 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Транспортные внегородские | 50 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Таможенные процедуры и оформление | 30 000 | Ежемесячно | Всего проекта |
| Налоги |  |  |  |
| Подоходный налог | 20 452 | Ежеквартально | Всего проекта |
| Социальный налог | 20 452 | Ежеквартально | Всего проекта |
| Земельный налог | 1 980 | Ежеквартально | Всего проекта |
| Налог у источника выплаты | 7 697 | Ежеквартально | Всего проекта |
| Отчисления в пенсионный фонд | 21 400 | Ежеквартально | Всего проекта |
| Налог на имущество | 9 996 | Ежегодно | Всего проекта |
| Налог на транспорт | 35 000 | Ежегодно | Всего проекта |
| Маркетинг |  |  |  |
| Рекламная продукция на товар | 10 000 | Ежемесячно | Всего проекта |

# 8. Финансовый раздел

Физический объем сбыта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статьи | 1 месяц | 2 месяц | 3 месяц | 4 месяц | 5 месяц | 6 месяц |
| колбаса вавреная | 500 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| колбаса полукопченая | 500 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| колбаса сырокопченая | 400 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| деликатесы | 300 | 700 | 700 | 700 | 700 | 700 |
| Наименование статьи | 7месяц | 8 месяц | 9 месяц | 10 месяц | 11 месяц | 12 месяц |
| колбаса вавреная | 500 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| колбаса полукопченая | 500 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| колбаса сырокопченая | 400 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| деликатесы | 300 | 700 | 700 | 700 | 700 | 700 |
| Наименование статьи | 13 месяц | 14 месяц | 15 месяц | 16 месяц | 17 месяц | 18 месяц |
| колбаса вавреная | 500 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| колбаса полукопченая | 500 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| колбаса сырокопченая | 400 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| деликатесы | 300 | 700 | 700 | 700 | 700 | 700 |
| Наименование статьи | 19 месяц | 20 месяц | 21 месяц | 22 месяц | 23 месяц | 24 месяц |
| колбаса вавреная | 500 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 | 1200 |
| колбаса полукопченая | 500 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| колбаса сырокопченая | 400 | 800 | 800 | 800 | 800 | 800 |
| деликатесы | 300 | 700 | 700 | 700 | 700 | 700 |

Прямые издержки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Прямые издержки. Продукт: колбаса вареная | |  |
| Наименование | Сумма, тенге |  |
| оболочка | 15,00 | 0,00 |
| говядина | 80,00 | 0,00 |
| свинина | 102,00 | 0,00 |
| специи | 8,00 | 0,00 |
| Всего: 205,00 тенге |  |  |
| Прямые издержки. Продукт: колбаса полукопченая | |  |
| Наименование | Сумма, тенге |  |
| оболочка | 15,00 | 0,00 |
| говядина | 120,00 | 0,00 |
| свинина | 17,00 | 0,00 |
| шпиг | 60,00 | 0,00 |
| специи | 10,00 | 0,00 |
| Всего: 222,00 тенге |  |  |
| Прямые издержки. Продукт: колбаса сырокопченая | |  |
| Наименование | Сумма, тенге |  |
| оболочка | 15,00 | 0,00 |
| говядина | 140,00 | 0,00 |
| свинина | 17,00 | 0,00 |
| шпиг | 40,00 | 0,00 |
| специи | 12,00 | 0,00 |
| Всего: 224,00 тенге |  |  |
| Прямые издержки. Продукт: деликатесы |  |  |
| Наименование | Сумма, тенге |  |
| свинина | 34,00 | 0,00 |
| упаковка | 5,00 | 0,00 |
| конина | 250,00 | 0,00 |
| говядина | 60,00 | 0,00 |
| Всего: 349,00 тенге |  |  |

Капитал

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кредиты |  |  |  |  |
| Наименование | Тенге | Дата | Срок | Процент |
| кредит АО Фонд развития малого предпринимательства | 2300000 | 01.07.2004 | 18 | 10 |
| Акционерный капитал |  |  |  |  |
| Наименование | Тенге | Дата |  |  |
| Собственный капитал | 350000 | 01.07.2004 |  |  |

Пессимистичный прогноз движения денежных средств

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | 1 год | 2 год |
| Притоки: |  |  |
| выручка от реализации продукции | 19 178 100 | 20 077 200 |
| Кредит Фонда | 2 300 000 |  |
| Итого притоков: | 21 478 100 | 20 077 200 |
| Оттоки: |  |  |
| Шприц колбасный вакуумный U-159, полуавтомат | 1 700 000 |  |
| закуп сырья (крахмал картофельный, соя) | 600 000 |  |
| фонд оплаты труда | 2 760 000 | 2 760 000 |
| отчисления от ФОТ | 496 800 | 496 800 |
| выплачиваемые налоги | 247 320 | 247 320 |
| оплата за услуги связи | 240 000 | 240 000 |
| расходы на канцелярские товары | 60 000 | 60 000 |
| расходы на содержание и эксплуатацию автотранспорта | 600 000 | 600 000 |
| таможенные процедуры и оформление | 360 000 | 360 000 |
| коммунальные расходы | 1 020 000 | 1 020 000 |
| расходы на маркетинг | 120 000 | 120 000 |
| затраты на сырьё | 10 214 300 | 10 698 000 |
| выплата основного долга | 1 379 997,00 | 920 003 |
| вознаграждение по кредиту | 184 000,10 | 26 833,53 |
| налог на прибыль | 767 124 | 803 088 |
| Итого оттоков: | 20 749 541 | 18 352 045 |
| Чистая прибыль | 728 559 | 1 725 155 |
| Чистая прибыль с нарастанием | 728 559 | 2 453 714 |

# 9. Залоговое обеспечение

В качестве залогового обеспечения предлагается:

- собственное здание колбасного цеха площадью 195,1 кв.м.;

- легковой автомобиль Мерседес 2003 г.в..

# 10. Оценка риска

Анализ рисков, связанных с проектом, проводится нами по трём основным разделам, охватывающим все периоды реализации и жизнедеятельности проекта. Такими периодами являются:

- подготовительный период, содержащий три стадии с десятью факторами риска,

- период производства, содержащий две стадии с семью факторами риска,

- период сбыта, содержащий три стадии с восемью факторами риска.

Оценивая подготовительный период, разделённый на три стадии (выбор идеи проекта, выбор технологии, наличие предпосылок для реализации проекта), проведём оценку риска по десяти факторам, оценивая его по пятибалльной шкале, от минимального риска – 1 балл, до максимального – 5 баллов.

Таблица 10. Факторы риска на этапе подготовки производства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Фактор риска | Коэффициент значимости | Оценка | Общий показатель |
| 1 | Нереальная идея проекта | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 2 | Отсутствие квалифицированных специалистов | 0,3 | 2,0 | 0,6 |
| 3 | Отсутствие знаний, соответствующих требованиям проекта | 0,3 | 1,5 | 0,45 |
| 4 | Негативная реакция населения и местных властей | 0,5 | 1,0 | 0,5 |
| 5 | Отсутствие необходимых материалов и сырья | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 6 | Отсутствие подрядчика и партнёров | 0,3 | 1,0 | 0,3 |
| 7 | Дефицит сырья и оборудования | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 8 | Отсутствие стандартов | 0,5 | 1,0 | 0,5 |
| 9 | Экологические проблемы | 0,5 | 1,0 | 0,5 |
| 10 | Отсутствие патента, лицензии | 0,5 | 1,0 | 0,5 |
|  | Итого |  |  | 0,735 |

Оценивая период производства, разделённый на две стадии (снабжение и производство), проведём оценку риска по семи факторам, оценивая его по пятибалльной шкале.

Таблица 11. Факторы риска на этапе производства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Фактор риска | Коэффициент значимости | Оценка | Общий показатель |
| 1 | Ненадёжное снабжение, отсутствие поставщиков | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 2 | Транспортные проблемы | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 3 | Энергетические проблемы | 1,0 | 2,0 | 2,0 |
| 4 | Низкое качество сырья | 0,5 | 1,0 | 0,5 |
| 5 | Аварии, поломки оборудования | 0,5 | 2,0 | 1,0 |
| 6 | Безопасность производства | 0,3 | 1,0 | 0,3 |
| 7 | Низкая квалификация работников | 0,5 | 1,5 | 0,75 |
|  | Итого |  |  | 1,08 |

Оценивая период сбыта, разделённый на три стадии (рынок, продукт и система распределения), проведём оценку риска по восьми факторам, оценивая его по пятибалльной шкале.

Таблица 12. Факторы риска на этапе сбыта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Фактор риска | Коэффициент значимости | Оценка | Общий показатель |
| 1 | Недостоверная информация о состоянии рынка | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 2 | Транспортные проблемы | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 3 | Высокая конкуренция | 1,0 | 3,0 | 3,0 |
| 4 | Низкое качество продукции | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 5 | Высокая цена | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 6 | Проблемы с доставкой товара | 0,3 | 1,0 | 0,3 |
| 7 | Недостаток информации о продукте | 1,0 | 1,5 | 1,5 |
| 8 | Отсутствие постоянных торговых партнёров | 0,8 | 2,0 | 1,6 |
|  | Итого |  |  | 1,36 |

Таким образом, наибольшие риски находятся на стадии сбыта, при этом, однако, показатель риска на этапе сбыта не превышает 1,4, что по пятибалльной шкале относится к незначительному риску.

Коммерческие риски могут возникнуть при реализации товара оптовым покупателям на условии отсрочки платежей. К данной категории рисков можно отнести просрочку оплаты и невозврат платежей. Для минимизации подобных рисков необходимо соблюдать следующие требования:

- получать информацию о деловой репутации, надёжности и платежеспособности

покупателя (в случае первой сделки с покупателем),

- при заключении договора обязательно включать пункт о штрафных санкциях,

- определиться с фиксированным процентом доли продукции, реализуемой путём

прямых продаж и на условиях отсрочки платежей.

Подобные стандартные мероприятия полностью не исключат коммерческие риски, но позволят их в значительной степени минимизировать. При реализации проекта некоторые из факторов риска предстоит снизить путём проведения мероприятий, таких, как приобретение автономных источников энергии, поиск постоянных торговых партнёров, активная рекламная компания по продвижению продукта на рынки сбыта.

# 11. Выводы

Приведённые в бизнес-плане расчёты дают основания полагать, что ИП сможет организовать расширение объёмов производства, провести необходимые мероприятия по поставкам оборудования и сырья, обеспечить производство колбасных изделий, копченостей и мясных деликатесов в заданных объёмах, их реализацию и своевременный возврат кредитных средств.