Инвестиционный проект

Производство продукции глубокой заморозки

### Резюме

Наименование проекта: «Производство продукции глубокой заморозки».

Инициатор проекта Общество с ограниченно ответственностью «Мясной двор».

Дата начала реализации: 01 июля 2006 года.

Срок проекта: 3 года 6 месяцев.

### Суть проекта

Цель проекта – приобретение ново-технологической линии, которая позволяет производить новые виды мясных полуфабрикатов глубокой заморозки, таких, как палочки, котлеты. Расширение ассортимента продукции является стратегическим шагом компании на рынке.

###

### История развития компании

ООО «Мясной двор» существует на рынке замороженных продуктов 10 лет. За 10 лет развития компания заняла свою нишу на рынке, приобрела доверие покупателей, расширила производственные мощности и повысила качество используемого оборудования.

Маркой, под которой компания продвигает свою продукцию на рынке, является бренд «Бабушкины». Продукция, производство которой уже освоено на сегодняшний день являются мясные замороженные полуфабрикаты: пельмени, котлеты, бифштексы, фарш, чебуреки, манты, вареники.

инвестиционный маркетинговый финансирование рынок

### Анализ рынка и отрасли

Исторически сложилось так, что в России полуфабрикаты глубокой заморозки были продуктом второстепенным. Однако в последние годы в связи с ускорением ритма жизни и изменениями в рационе питания жителей российских городов значительно возросла потребность в замороженных полуфабрикатах как в продуктах легкого и быстрого приготовления. Они существенно упрощают процесс приготовления еды и экономят значительную часть времени. Благодаря устойчивому росту спроса на эту продукцию и достаточно высокой рентабельности производства началось бурное развитие отрасли. Увеличился ассортимент полуфабрикатов в розничной торговле, появились новые марки и принципиально новые для рынка продукты.

Рынок замороженных полуфабрикатов, включает в себя пельмени, вареники, блинчики, мясные замороженные полуфабрикаты, замороженную пиццу, тесто и выпечку, сегодня является одним из наиболее динамично развивающихся.

Рынок продуктов глубокой заморозки начал формироваться в середине 90-х годов. Тогда производители ориентировались в основном на пельмени, сектор которых до сих пор занимает больше половины рынка, поскольку на них существует устойчивый потребительский спрос.

Сегментирование рынка продуктов глубокой заморозки выделяет:

* 1 сегмент – пельмени, вареники;
* 2 сегмент – мясные полуфабрикаты - котлеты, бифштексы, палочки, наггетсы, фарш;
* 3 сегмент – блинчики выпечка, тесто, пицца;
* 4 сегмент – замороженные овощи, рыба, морепродукты;
* 5 сегмент – готовые обеды.

Многие крупные производители продуктов глубокой заморозки работают одновременно в нескольких сегментах, часто продвигая в различных категориях одну торговую марку. В перспективе российский рынок замороженных полуфабрикатов, по-видимому, будет активно развиваться. Этому во многом способствует увеличение спроса на продукты легкого приготовления со стороны российских потребителей, особенно жителей столицы и крупных городов, представителей «среднего класса». Уровень потребления замороженных продуктов в России значительно ниже среднеевропейского, поэтому потенциал развития отрасли достаточно велик. Увеличение продаж возможно за счет выведения на рынок новых продуктов, дальнейшего повышения качества продукции и активной рекламной поддержки. Это требует значительных инвестиций, а также освоения новых рыночных ниш. Действительно, многие производители в последнее время начали проводить масштабные рекламные кампании, а также расширять ассортимент выпускаемой продукции, вводить новые вкусовые добавки и т.д. Общее повышение качества продукции будет способствовать постепенному вытеснению с рынка мелких локальных производителей известными брендами крупных компаний.

Российский рынок замороженных продуктов питания за последние четыре-пять лет фактически удвоил свой объем. В 2005 году продажи замороженных полуфабрикатов составили около $2,3 млрд. При этом по сравнению с предыдущим годом рост продаж достиг 25,3% в стоимостном выражении. Заметный рост стоимостных показателей – более 26,4% – наблюдался в сегменте готовых замороженных продуктов.

Потребление продуктов быстрого приготовления, согласно результатам исследования «Российский рынок продуктов глубокой заморозки: мониторинг оптовой торговли в Москве», проведенного компанией Symbol-Marketing в мае-июне 2006 года в России, постепенно возрастает: только рынок замороженных продуктов растет на 20% в год по объему и на 50% по стоимости. Самым «быстрорастущим» сегментом является сегмент замороженной плодоовощной продукции: темпы роста достигают 30%. Самым «медленнорастущим» - морепродукты, темпы роста достигают 15%.

Согласно прогнозам компании Euromonitor International, в 2005–2010 годах продажи замороженных полуфабрикатов будут расти – к 2010 году они предположительно достигнут $4,3 млрд. Рост этого рынка будет обеспечиваться, главным образом, изменением стиля жизни потребителей, увеличением спроса на продукты быстрого приготовления, а также дальнейшим повышением качества предлагаемой продукции. Немаловажное значение будет иметь и успешное развитие сетевой продуктовой розницы. Увеличение реальных доходов населения останется важным фактором, который будет стимулировать переключение потребителей на более высококачественные продукты, а также на продукцию с добавленной стоимостью. Эта тенденция относится только к группам населения с высоким и средним доходом.

Сегмент готовых замороженных продуктов продолжит динамично развиваться. По прогнозам, к 2010 году продажи в этой категории достигнут $1,4 млрд., или 311 тысяч тонн. Темпы роста сегмента возрастут до 7,6% в год в стоимостном выражении, что произойдет в результате усиления дефицита свободного времени, а также благодаря растущей покупательской способности россиян. Все более взыскательный спрос потребителей будет стимулировать производителей расширять товарные линейки за счет новых вкусов и привлекательной упаковки. Кроме того, для сохранения интереса покупателей одной из основных задач производителей станет достижение равно высокого качества продукции во всех ценовых категориях. Что касается рынка пельменей, то, по прогнозам Euromonitor International, производителям этой продукции в дальнейшем будет сложно устанавливать высокую наценку на премиальные продукты, поскольку цена не будет напрямую зависеть от качества.

В целом сегмент замороженных полуфабрикатов также характеризуется низкой концентрацией, на нем оперируют крупные, многочисленные средние и мелкие компании. Относительная легкость производства мясных полуфабрикатов приводит к высокой конкуренции, на рынке представлены бренды регионального и федерального значения. В дальнейшем ожидается, что доля крупных компаний будет расти, сильные бренды будут вытеснять более слабые торговые марки, причем возможно, что крупные региональные производители смогут выйти на федеральный уровень. Поддерживая общероссийскую тенденцию, с рынка Красноярского края уходят слабые компании. Идет формирование основных игроков в данном сегменте. Компаниям, у которых не прослеживаются грамотные ассортиментные и ценовые стратегии, которые не вкладывают средства в развитие бизнеса и уж тем более не занимаются вопросами качества, будет непросто выжить на данном рынке и занять свою нишу. Поэтому все большее внимание производитель уделяет качеству сырья, эстетическим требованиям к упаковке и самой продукции.

Также важной тенденцией рынка Красноярского края продуктов глубокой заморозки является постепенный переход потребителей на продукцию местных товаропроизводителей. Анализ предпочтений по основным группам продуктов глубокой заморозки – пельменям и мясным полуфабрикатам - показал, что за последний год большим спросом стала пользоваться продукция местных производителей.

Самыми активными потребителями рынка глубокой заморозки являются молодые люди до 30-40 лет, у которых нет свободного времени, но есть достаточно денег (среднемесячный доход свыше 400 долл.).

### Рыночные цели проекта

Реализация данного проекта предполагает увеличение объемов сбыта продукции путем расширения производства при сохранении и повышении качества продукции, а также развития сбытовой сети в Красноярске и других городах Красноярского края. И все в совокупности обеспечивает развитие предприятия, создание новых рабочих мест, увеличение отчислений в бюджеты всех уровней бюджетной системы РФ.

### Потребность в финансировании

Объем необходимых инвестиций в проект составляет 2 270 025,37 рублей.

Привлеченные средства будут направлены на:

* приобретение новой технологической линии оборудования;
* увеличение оборотного капитала, развитие сбытовой сети.

Реализация проекта осуществляется на площадях компании. Поэтому не рассматриваются затраты на строительство производственного цеха, склада. Ранее приобретенное оборудование, будет использовано также для производства других видов продукции.

Финансирование проекта осуществляется за счет привлечения заемных средств и частичного использования собственных средств в размере 700 000 рублей с отвлечением их от других видов деятельности. Привлечение заемных средств осуществляется на условиях:

1. лизинга с ЗАО «Сбербанк Лизинг»;

2. кредита с ОАО «Сбербанк России».

Общая сумма финансирования проекта составляет 4 201 056 рублей.

### Социальная и бюджетная эффективность проекта

Выпуск продукции глубоко заморозки различного ассортимента увеличится в среднем на 570 тонн готовой продукции в год. Применение технологии «шоковой заморозки», постоянный контроль качества за сырьем и производством – возможность обеспечения рынка продуктов питания качественно продукцией, доступно по цене широкому спектру потребителей, и в особенности жителям городов и районных центров. Расширение собственного производства продуктов питания (перерабатывающих производств) это в том числе и продовольственная безопасность края, стимулирование развития сельского хозяйства края, сохранение в крае дельты прибыли от переработки и продажи продуктов первой необходимости,

Расширение ассортимента производства продукции обязательно сопровождается увеличением объемов продаж, увеличением имущества предприятия, вовлеченного в процесс производства, созданием новых рабочих мест. Все это непосредственным образом влияет на увеличение отчислений в консолидированный бюджет региона. Сумма налоговый отчислений компании в консолидированный бюджет региона за весь период реализации проекта составит 588 138,4 рубля,

В результате реализации проекта на предприятия создано 4 новых рабочих места. Планируется ежегодно увеличение заработной платы на 15%.

Размер субсидии составляет 400 379,58 рублей

Таблица 1. Экономическая эффективность

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Рубли |
| Ставка дисконтирования, % | 12,00 |
| Период окупаемости - PB, мес. | 24 |
| Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес. | 25 |
| Чистый приведенный доход - NPV | 255 849 |
| Индекс прибыльности - PI | 1,31 |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR, % | 49,00 |

Период расчета интегральных показателей - 42 мес.

### Общие положения

Название проекта - «Расширение ассортимента продукции глубокой заморозки»

Инициатор проекта – ООО «Мясной двор»

Дата начала проекта - 01.07.2006

Продолжительность - 42 мес. (3 года 6 месяцев)

Финансовый год начинается в январе.

Принцип учета запасов: FIFO.

Основная валюта проекта - Рубли (руб.)

Ставка дисконтирования 12%

Таблица 2. Инфляция

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Объект | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Прямые издержки | 0,00 | 2,00 | 5,00 | 5,00 |
| Зарплата | 0,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 |

Таблица 3. Налоги

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название налога | База | Период | Ставка |
| Налог на прибыль | Прибыль | Месяц | 24 % |
| НДС | Добав. стоим. | Месяц | 10 % |
| Налог на имущество | Настраиваемая | Квартал | 2.2 % |
| ЕСН | Зарплата | Месяц | 26.8 % |

### Инвестиционный план

Инвестиционная стоимость проекта 2 270 025,37 рублей, в том числе:

* Приобретение в лизинг линии оборудования – 1 270 025,37 рублей;
* Увеличение оборотного капитала – 1 000 000 рублей.

Перечень приобретаемого в лизинг оборудования:

* Машина формирующая Formatic R 2200
* Чистка проволокой автоматическая
* Подставка передвижная к R 2200
* Машина панировочная EconoCrumb 200
* Машина льезонирующая Econorobe 200
* Барабан формовочный CNC одинарный для R 2200 (овал)
* Барабан формовочный двойной для R 2200 (палочки)

###

### План маркетинга

Широкий ассортимент, оптимальная цена, высокое качество – все делает продукцию торговой марки «Бабушкины» конкурентоспособной. Об этом говорит и все возрастающее число клиентов компании «Мясной двор». Помимо торговых точек Красноярска, полуфабрикаты глубокой заморозки «Бабушкины» поступают в торговую сеть городов края. В настоящий момент проводится активная работа по представлению торговой марки через региональную сеть в различных годах Красноярского края и близлежащих регионах. Основным направлением сбыта компании является реализация продукции в региональных городах, что обеспечивает более эффективную работу компании.

Таблица 4. Доли рынка по объемам продаж в Красноярском крае:

|  |  |
| --- | --- |
| Сегмент рынка | Доля на рынке |
| 1 сегмент – пельмени, вареники | 63% |
| 2 сегмент – мясные полуфабрикаты - котлеты, бифштексы, палочки, наггетсы, фарш | 18% |
| 3 сегмент – блинчики выпечка, тесто, пицца | 10% |
| 4 сегмент – замороженные овощи, рыба, морепродукты. | 9% |
| 5 сегмент – готовые обеды | 0% |
| ИТОГО | 100% |

ООО «Мясной двор» основной упор делает на продукцию с самым высоким спросом – пельмени, вареники и мясные полуфабрикаты. Компания уже заслужила доверие своих постоянных клиентов и, постепенно расширяя ассортимент, компания привлекает также и новых клиентов.

Таблица 5. Список продуктов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Ед. изм. | Нач. продаж |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Палочки Столичные (5 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 07.09.2006 |
| Палочки Экспресс (10 кг.) | упаковка | 07.09.2006 |
| Палочки Экспресс (5 кг.) | упаковка | 07.09.2006 |

Таблица 6. Планируемый объём поставок

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт | Ед. изм. | 7.2006 | 8.2006 | 9.2006 | 10.2006 | 11.2006 | 12.2006 |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 300,00 | 420,00 | 441,00 | 485,00 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 885,00 | 1 239,00 | 1 301,00 | 1 431,00 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 3 270,00 | 4 578,00 | 4 807,00 | 5 288,00 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 165,00 | 231,00 | 243,00 | 257,00 |
| Палочки Столичные (5 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 915,00 | 1 281,00 | 1 345,00 | 1 480,00 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 15,00 | 21,00 | 22,00 | 24,00 |
| Палочки Экспресс (10 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 270,00 | 378,00 | 397,00 | 437,00 |
| Палочки Экспресс (5 кг.) | Упаковка | 0,00 | 0,00 | 2 730,00 | 3 822,00 | 4 013,00 | 4 414,00 |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 |
| Палочки Столичные (5 кг.) | Упаковка | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 |
| Палочки Экспресс (10 кг.) | Упаковка | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 |
| Палочки Экспресс (5 кг.) | Упаковка | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 |
| Продукт | Ед. изм. | 7.2007 | 8.2007 | 9.2007 | 10.2007 | 11.2007 | 12.2007 |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 | 524,00 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 | 1 545,00 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 | 5 710,00 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 |
| Палочки Столичные (5 кг.) | Упаковка | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 | 1 598,00 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 | 26,00 |
| Палочки Экспресс (10 кг.) | Упаковка | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 | 471,00 |
| Палочки Экспресс (5 кг.) | Упаковка | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 | 4 767,00 |
| Продукт | Ед. изм. | 1кв.2008г. | 2кв.2008г. | 3кв.2008г. | 4кв.2008г. |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 1 713,00 | 1 713,00 | 1 713,00 | 1 713,00 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 5 058,00 | 5 058,00 | 5 058,00 | 5 058,00 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 18 687,00 | 18 687,00 | 18 687,00 | 18 687,00 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 942,00 | 942,00 | 942,00 | 942,00 |
| Палочки Столичные(5 кг.) | Упаковка | 5 229,00 | 5 229,00 | 5 229,00 | 5 229,00 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 87,00 | 87,00 | 87,00 | 87,00 |
| Палочки Экспресс(10 кг.) | Упаковка | 1 542,00 | 1 542,00 | 1 542,00 | 1 542,00 |
| Палочки Экспресс(5 кг.) | Упаковка | 15 600,00 | 15 600,00 | 15 600,00 | 15 600,00 |
| Продукт | Ед. изм. | 1кв.2009г. | 2кв.2009г. | 3кв.2009г. | 4кв.2009г. |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | Упаковка | 1 800,00 | 1 800,00 | 1 800,00 | 1 800,00 |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | Упаковка | 5 310,00 | 5 310,00 | 5 310,00 | 5 310,00 |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | Упаковка | 19 620,00 | 19 620,00 | 19 620,00 | 19 620,00 |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | Упаковка | 990,00 | 990,00 | 990,00 | 990,00 |
| Палочки Столичные(5 кг.) | Упаковка | 5 490,00 | 5 490,00 | 5 490,00 | 5 490,00 |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | Упаковка | 90,00 | 90,00 | 90,00 | 90,00 |
| Палочки Экспресс(10 кг.) | Упаковка | 1 620,00 | 1 620,00 | 1 620,00 | 1 620,00 |
| Палочки Экспресс(5 кг.) | Упаковка | 16 380,00 | 16 380,00 | 16 380,00 | 16 380,00 |

В настоящий момент мощности оборудования загружены на 45%. В 2007 году предполагается загрузка мощностей на 50%, в 2008- 55%. 2009 – 60%. В зависимости от возможностей сбыта объемы производства могут быть увеличены.

Оплата продукции по факту поставки, без авансов и без отсрочек платежа. Запас готовой продукции на складе – 10 дней, время на сбыт продукции 3 дня.

Таблица 7. Цены на продукты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Продукт | Цена (руб.) | Описание |
| Котлета Домашняя (7,5 кг.) | 560,000 | Весовая упаковка объемом 7,5 кг. |
| Котлета Пожарская (0,45 кг.) | 34,000 | Готовая упаковка объемом 0,45 кг |
| Котлета Домашняя (0,45 кг.) | 36,000 | Готовая упаковка объемом 0,45 кг |
| Палочки Экспресс (0,45 кг.) | 26,000 | Готовая упаковка объемом 0,45 кг |
| Палочки Столичные (5 кг.) | 210,000 | Весовая упаковка объемом 5 кг. |
| Котлета Пожарская (7,5 кг.) | 530,000 | Весовая упаковка объемом 7,5 кг. |
| Палочки Экспресс (10 кг.) | 350,000 | Весовая упаковка объемом 10 кг. |
| Палочки Экспресс (5 кг.) | 175,000 | Весовая упаковка объемом 5 кг. |

### Производственный план

Развитие рынка замороженных продуктов происходит по двум направлениям: спроса и предложения. Можно выделить несколько причин роста потребительского спроса: во-первых, это изменение интенсивности жизни, во-вторых, рост платежеспособности населения – в основном, в больших городах, в-третьих, повышение осведомленности потребителей о свойствах и достоинствах замороженных продуктов: изначальное недоверие к продуктам быстрой заморозки уходит в прошлое. Этому способствовало появление и широкое распространение технологии «шоковой заморозки».

Производство такой продукции организовано на поточных технологических линиях, осуществляющих на завершающем этапе процесс быстрого поштучного замораживания. Существует несколько способов сохранения продукта с помощью понижения температуры, но, только используя глубокую "шоковую" заморозку, которая применяется в производстве ООО «Мясной двор» продукты сохраняют практически до 95-98% натуральных и полезных свойств. Дело в том, что хорошие результаты обеспечивает скорость замораживания, то есть интенсивный переход от положительной к отрицательной температуре продукта.

При быстром замораживании образуются мелкие кристаллы льда, которые равномерно распределены по всей толще замораживаемого продукта. Вода почти без перемещения переходит в лед по месту ее нахождения до замораживания. При этом травмирующее действие кристаллов на клетки и ткани минимально. Таким образом, ультрабыстрое замораживание позволяет продукту сохранить максимум питательных свойств и витаминов.

Таблица 8. Прямые издержки

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Котлета Домашняя 7,5(руб.) | КотлетаДомашняя 0,45 (руб.) | КотлетаПожарская 0,45(руб.) | КотлетаПожарская 7,5(руб.) |
| Материалы и комплектующие | 196,30 | 11,78 | 12,60 | 210,08 |
| Сдельная зарплата | 27,45 | 1,65 | 1,56 | 25,95 |
| Другие издержки | 147,01 | 8,82 | 8,39 | 139,56 |
| дополнительные затраты | 59,78 | 3,59 | 3,60 | 59,78 |
| моющие средства | 1,50 | 0,09 | 0,09 | 1,50 |
| накладные расходы | 66,00 | 3,96 | 3,96 | 66,05 |
| упаковка | 19,73 | 1,18 | 0,74 | 12,23 |
| Продукты | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Всего | 370,76 | 22,25 | 22,55 | 375,59 |
| Наименование | Палочки Экспресс 0,45 | Палочки Экспресс 5 | Палочки Экспресс 10 (руб.) | Палочки Столичные 5  |
| Материалы и комплектующие | 6,75 | 74,90 | 149,80 | 81,45 |
| Сдельная зарплата | 0,65 | 7,21 | 14,42 | 17,30 |
| Другие издержки | 7,71 | 85,66 | 171,30 | 96,85 |
| дополнительные затраты | 3,59 | 39,85 | 79,70 | 39,85 |
| моющие средства | 0,09 | 1,00 | 2,00 | 1,00 |
| накладные расходы | 3,96 | 44,00 | 88,00 | 44,00 |
| упаковка | 0,07 | 0,81 | 1,60 | 12,00 |
| Продукты | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Всего | 15,11 | 167,77 | 335,52 | 195,60 |

Для организации производства необходимо формирование товарных запасов компании, которое было осуществлено за счет кредитных ресурсов 30.10.2006г.

Формирование товарных запасов:

* мясо птицы: поставщик: «Сибирская губерния», цена – 45 руб./кг и 43 руб./кг в зависимости от категории;
* соя растительная в ассортименте: поставщик: «Тари-сервис», цена – 95-600 руб./кг в зависимости от вида;
* мука пшеничная: поставщик: ЧП Емельянов А.П., цена 7,80 руб./кг;
* сухарь панировочный: поставщик: ОАО «Караван», цена 5,50 руб./кг;
* говядина: поставщик ЧП Иванов, цена – 64 руб./кг;
* сало шпик: поставщик: ЧП Иванов, цена – 50 руб./кг.

Таблица 9. Общие издержки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название | Сумма (руб.) | Платежи |
| Управление |
| содержание офиса | 2 500,00 | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| коммунальные платежи | 3 500,00 | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| Производство |  |  |
| коммунальные платежи | 12 000,00 | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| затраты на хранение продукции | 30 000,00 | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| смена запасных частей | 40 000,00 | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| Маркетинг |
| реклама | 727 924,94 | По сложной схеме |

### Финансирование проекта

Финансирование проекта осуществляется за счет привлечения заемных средств и частичного использования собственных средств. Общая сумма финансирования проекта составляет 4 201 056 рублей.

Используется займ в размере 700 000 рублей, отвлеченных с других видов деятельности и кредит банка. Кредитный договор, заключенный с ОАО «Сбербанк России» на сумму 2 000 000 рублей, сроком на 36 месяцев, 18% годовых. Средства направляются на формирование запасов сырья и материалов, пополнение оборотного капитала.

Таблица 10. Займы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Дата | Сумма (руб.) | Срок |
| Кредит банка | 28.10.2006 | 2 000 000,00 | 36 мес. |
| с других видов деятельности | 01.07.2006 | 700 000,00 | 10 мес. |

Также используется финансовая аренда (лизинг) в размере 1 760 976 рублей с учетом процентов. Договор финансовой аренды (лизинга) с ЗАО «Сбербанк Лизинг» на сумму 1 779 881 рубль, в т. ч. комиссионный сбор за передачу предмета лизинга в собственность – 18 905 рублей и авансовый платеж в размере 259 920 рублей. Комиссионный сбор и авансовый платеж уплачиваются за счет собственных средств.

Таблица 11. Лизинг

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Дата | Сумма (руб.) | Срок |
| Лизинг | 07.09.2006 | 1 501 056,00 | 36 мес. |

### Эффективность инвестиций

При расчете показателей используется ставка дисконтирования. Она позволяет учесть стоимость денег во времени, в зависимости от того, в какой период они вложены (т.е. стоимость денег, вложенных в проект сегодня, не равны той же сумме, полученной от проекта завтра).

Период окупаемости отражает тот период, в течение которого поступления от проекта (прибыль) окупит вложенные в проект инвестиционные затраты.

Показатель NPV отражает величину прибыли полученной за 42 месяца реализации проекта с учетом инвестиционных затрат.

Индекс прибыльности отражает сумму денежных средств, которую мы получим по итогам реализации проекта на 1 рубль вложенных в него инвестиций.

Внутренняя норма рентабельности отражает норму прибыли на инвестированный капитал, т.е. какую максимальную рентабельность может обеспечить реализация этого проекта. С помощью нее вложения в проект сравниваются с альтернативными вложениями свободных денежных средств, в том числе с финансовыми вложениями, в том числе с различными проектами. При прочих равных условиях выбирается проект с максимальной величиной IRR.

Значение IRR не зависит от ставки дисконтирования и показывает, какую предельную ставку дисконта может выдержать проект, прежде чем его NPV станет отрицательным. Полученные показатели свидетельствуют об экономической эффективности проекта.

Таблица 12. Эффективность инвестиций

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Рубли |
| Ставка дисконтирования, % | 12,00 |
| Период окупаемости - PB, мес. | 24 |
| Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес. | 25 |
| Чистый приведенный доход – NPV | 255 849 |
| Индекс прибыльности – PI | 1,31 |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR, % | 49,00 |

### Анализ рисков

Для того чтобы ответить на вопрос об устойчивости проекта необходимо рассмотреть количественную оценку рисков, выполняемую по результатам их качественного анализа. Основными рисками проекта является повышение себестоимости продукции и риск падения продаж: возможного снижения, как объемов продаж, так и предполагаемых цен реализации.

Проект является устойчивым при таких показателях, как:

* Снижение цены сбыта при прочих равных условия – 4%,
* Снижение объемов сбыта при прочих равных условиях - 6%,
* Увеличение прямых издержек при прочих равных условиях – 5%,
* Увеличение общих издержек при прочих равных условиях – 11,2%.

При расчете проекта объем сбыта рассматривался равным тому объему, который уже обеспечен на сегодняшний момент по данной продукции, что дает уверенность руководству компании заявлять о достижении запланированных показателей.

Прямые затраты, указанные в проекте, имеют некоторую «буферную» зону, которая также отражает запас устойчивости проекта.

Еще одним фактором устойчивости проекта является отсутствие инфляции на сбыт.

С учетом перечисленного устойчивость проекта может быть признана удовлетворительной.