

Бизнес-план:

«Переработка рыбы»



PARASAT
consulting



ҚР ҰҚП НПП РК
АТАМЕКЕН



СОДЕРЖАНИЕ

№ разде лов	Наименование разделов	№№ стр.
	Резюме проекта	4-5
I.	Описание проекта	
1.1.	<i>Цель проекта</i>	5
1.2.	<i>Место реализации проекта</i>	5
1.3..	<i>Стоимость проекта и источники финансирования</i>	6
II.	Описание предприятия	
2.1.	<i>Инициатор проекта</i>	7
III.	Маркетинговый раздел	
3.1.	Анализ рынка	7-11
3.2.	Ситуационный анализ (SWOT)	11-12
3.3.	Стратегия маркетинга	12-13
3.4.	Исследование конкурентной среды	13-14
3.5.	Ценовая политика	14
3.6.	План реализации	14-15
IV.	Организационный раздел	
4.1.	<i>План по персоналу</i>	15
4.2.	<i>Организационная структура</i>	16
V.	Производственный раздел	
5.1.	Описание продукции	16-17
5.2.	Описание требований к салонам красоты	18-22
5.3.	Производственная программа	22
VI.	Финансовый раздел	
6.1.	<i>Расчет стоимости единицы продукции и плана затрат</i>	22
6.2.	<i>Расшифровка статей доходов от продаж</i>	23
6.3.	<i>Прогноз отчета о прибылях и убытках</i>	23-24
6.4.	<i>Прогноз отчета движения денежных средств</i>	24
6.5.	<i>Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки</i>	24
6.6.	<i>Анализ проекта с помощью динамических методов финансовой оценки</i>	25
6.7.	<i>Анализ эффективности проекта в условиях неопределенности</i>	25
VII.	Риски и факторы, снижающие риск	25-28
VIII.	Социальный раздел	28
IX.	Экологический раздел	29

№	Приложения на 16 листах	К-во листов
1	Производственная программа	1
2	Прогнозный баланс	2
3	Прогноз доходов и расходов	1
3.1.	<i>Штатное расписание</i>	1
3.2.	<i>Расчет административных расходов</i>	2
3.3.	<i>Расчет расходов по основному производству</i>	1
3.4.	<i>График погашения кредита</i>	1
4	Прогноз отчета о движении денежных средств	2
5	Расчет ставки дисконтирования	1
6	Расчет точки безубыточности	1
7	Расчет показателей эффективности проекта	1

Резюме

Казахстан – государство, обладающее богатым разнообразием рыбных хозяйств в многочисленных водоемах и бассейнах.

Внутренние водоемы Казахстана являются уникальным природным богатством нашей страны. В первую очередь это большие запасы пресной воды, значение которой для жизнедеятельности человека трудно переоценить. Во-вторых, это совершенно неповторимые экосистемы, имеющие огромный потенциал. В-третьих, данные водоемы имеют немаловажное экономическое значение для нашей республики, и рыбная отрасль занимает здесь одно из центральных мест.

Основными водоемами Казахстана, имеющими рыбопромысловое значение являются: Каспийское море и река Урал, Аральское море и река Сырдарья, озеро Балхаш и река Или, Алакольская система озер, озеро Зайсан и река Иртыш. Кроме того, имеются несколько крупных водохранилищ и озерных систем областного значения. На указанных водоемах ежегодно добывается до 70 тыс. тонн рыбы, основными видами, которых являются лещ, сазан, вобла, карась, толстолобик, окунь, щука, судак, сом, жерех, змееголов, рипус и др.

Предприятия, занимающиеся разведением и переработкой рыбы являются очень перспективными и социально значимыми.

Финансовая эффективность проекта

Источником окупаемости инвестиций является доход от реализации услуг переработки рыбопродуктов

Таблица 1

Финансово-экономические показатели проекта	Значения
Чистый приведенный доход NPV , тыс. тнг	6189,4
Коэффициент внутренней нормы доходности, IRR	1,41
Индекс рентабельности инвестиций, PI %	37,2
Простой срок окупаемости инвестиций, PP , лет	2,7
Дисконтированный срок окупаемости, DPP , лет	3,5

Таким образом, представленный проект, имеет высокий уровень доходности и способен в кратчайшие сроки развиваться.

Расчет по проекту произведен на 5 лет. Ставка дисконтирования, рассчитана по средневзвешенной стоимости капитала(WACC) и составляет 13,9%

I. Описание проекта

1.1. Цели и задачи проекта

Основной целью данного проекта является:

- ✓ Привлечение финансовых ресурсов для закупа необходимого производственного оборудования

В соответствии с данной целью в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- ✓ Приобретение необходимого оборудования;
- ✓ Расширение ассортимента готовой продукции;
- ✓ Определение доли рынка и ее увеличение.

1.2. Место реализации проекта

Местом реализации проекта Восточно-Казахстанская область, Тарбагатайский район, с.Кабанбай

1.3. Стоимость проекта, источники финансирования

Общая стоимость проекта по расширению производства по переработке рыбопродуктов 15 100 тыс. тенге.

Инвестиционный план

Таблица 2

Структура инвестиционных вложений	Сумма, тыс. тнг
<i>Собственные средства: имеет в наличие оборудование</i>	100
<i>Заемные средства:</i>	15000
Покупка необходимого производственного оборудования	15 100

В качестве заемных средств, планируется привлечение кредитных ресурсов по Программе «Дорожная карта бизнеса 2020».

Условия кредитования

Таблица 3

Валюта кредита	тенге
Ставка вознаграждения, в год (%)	14
Срок погашения, лет	5
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	0
Льготный период погашения основного долга, мес.	0
Собственное участие – имеющееся оборудование	100
Тип погашения основного долга	равными долями

Источником погашения кредита будут являться доходы от реализации рыбной продукции. В качестве обеспечения займа и собственного участия в проекте будут предложены основные средства.

II. Описание предприятия

2.1. Инициатор проекта

Инициатором представленного проекта является ТОО «XXXXXXXX».

Товарищество с ограниченной ответственностью, в рамках существующих законов Республики Казахстан и принятых на себя обязательств, несет ответственность за успешную реализацию настоящего проекта.

Таблица 4

<i>Наименование предприятия</i>	
<i>Руководящий состав</i>	
<i>Юридический адрес</i>	
<i>Свидетельство</i>	
<i>Контактное лицо</i>	
<i>Контактный телефон</i>	
<i>Электронный адрес</i>	

III. Маркетинговый раздел

3.1 Анализ рынка

Сложностей в рыбном производстве достаточно много. Самая большая проблема – реализация продукции. Потребителями являются продуктовые магазины, супермаркеты, рестораны и суши бары. Идеальное **рыбное производство**, то, которое включает свои фирменные магазины или точки реализации. Тогда продукция поставляется напрямую конечному потребителю, населению.

С точки зрения востребованности продукции на рынке, то рыбы потребляется гораздо меньше, чем мяса. Зачастую рыбная продукция дороже мясной, поэтому основная доля продаж товара приходится на средний класс. Культура здорового питания характерна именно на уровне среднего и элитного звена покупателей.

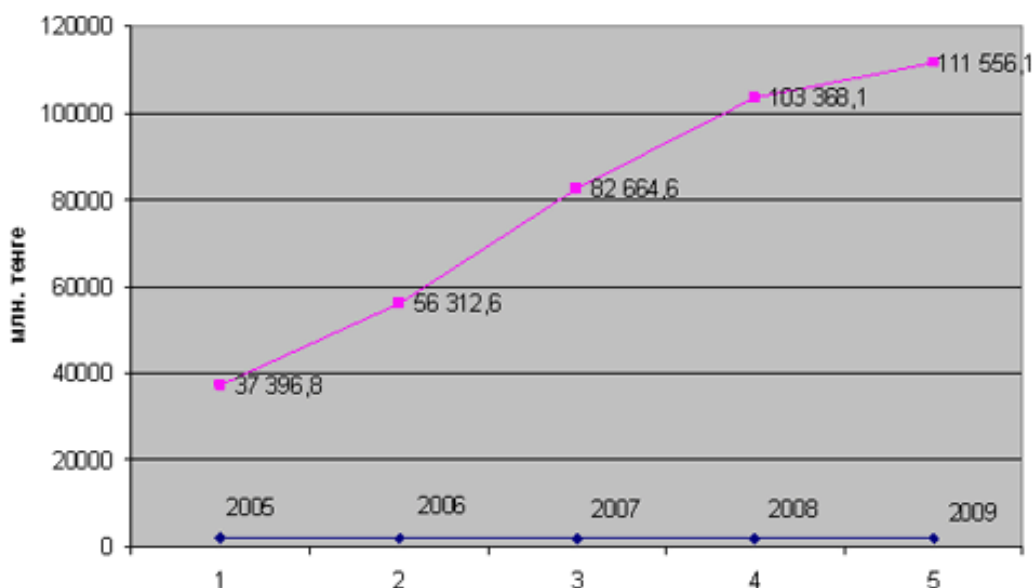
Задача производителя донести до каждого потенциального потребителя информацию о необходимости приобретения рыбы и рыбных продуктов, путем проведения рекламных акций, снижения стоимости продукции, создание новых видов рыбных полуфабрикатов и деликатесов, привлекательной упаковки и расфасовки продукции.

В нашей стране намерены увеличить товарное рыбное производство. Так как, по определению медицинской науки, на одного человека ежегодно полагается более восьми килограмм рыбной продукции. Но у нас в среднем на одного казахстанца приходится только около пяти килограмм. Поэтому наша задача увеличить количество рыбной продукции, чтобы для нашего населения оно стало доступным".

В Казахстане имеются все условия для развития аквакультуры. Общая площадь водоемов (без учета Каспийского моря) составляет около 3 млн. гектаров в разных климатических поясах, что позволяет искусственно выращивать ценные виды рыб.

"Вместе с тем потенциал многочисленных водоемов республики не используется, не развито озерно-товарное, прудовое и другие виды рыболовства. По данным ученых, при переводе прудовых хозяйств на интенсивные технологии с каждого гектара можно получить до десяти тонн рыбы. Данные пробелы в развитии рыбного производства Казахстану удастся преодолеть с помощью принятого недавно парламентом закона РК "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам рыбного хозяйства".

Диаграмма 1 – Объем услуг рыбного хозяйства в Казахстане



Объем услуг по предоставлению рыбной продукции

Таблица 4

Территория	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Казахстан	15 868,10	16 556,10	18 410,90	20 309,00	22 484,20
Акмолинская	629,3	643,2	385,1	630,5	987,7
Актюбинская	723,7	418,1	798,4	819,6	648,7
Алматинская	504,2	841,5	801,8	925,9	227,8
Атырауская	1 907,0	2 185,6	2 566,1	2 483,6	2154,8
Западно-Казахстанская	2 249,6	2 362,7	2 023,3	3 025,8	3 155,4
Жамбылская	467,6	836,4	961,0	915,1	777,1
Карагандинская	670,1	751,2	804,2	120,1	614,4
Костанайская	260,8	462,9	451,1	889,8	752,2
Кызылординская	460,1	214,8	907,8	357,4	107,1
Мангистауская	747,0	716,7	744,7	494,2	913,4
Южно-Казахстанская	709,0	680,5	973,2	695,3	242,4
Павлодарская	562,8	280,0	698,3	681,1	545,3
Северо-Казахстанская	968,1	689,4	451,8	327,1	713,0
Восточно-Казахстанская	1676,8	1 279,1	1 744,9	2 071,2	2 861,8
г.Астана	1 205,5	1 862,5	1 045,5	1 069,7	2 721,3
г.Алматы	2 126,5	2 331,5	3 053,7	4 802,6	5 061,8

Как видно из вышеприведенной таблицы, объем услуг общепита в целом по Казахстану в последние годы неизменно растет. В 2012 г. он составил 22 484,2 млн. тенге. В то же время отметим, что по Восточно-Казахстанской области этот показатель при общей положительной тенденции роста в 2009 году пошел на убыль. Процентная составляющая объема услуг общепита Восточно-Казахстанской области в общем объеме данных услуг в Казахстане при этом составила от 10,5 до 12,7%. Максимальное процентное содержание – в 2012 г. Что в общем является положительной тенденцией.



Вся выпускаемая в процессе производства продукция имеет прямое назначение в качестве пищевой продукции готовой к реализации, как на внутреннем, так и на внешнем потребительском рынках.

Исключительной особенностью данного вида продукции является то, что в качестве сырья для её производства используется рыба, выловленная с помощью яруса, что делает продукт качественно, с точки зрения биологического содержания и состава более ценным и полезным для питания. Именно этот фактор является определяющим в системе формирования спроса и ценообразования. Цена на аналогичную продукцию из сырья, добытого траловым методом, может отличаться в меньшую сторону от 30 до 50 %.

В соответствии со стратегическими целями проекта и для достижения максимального оборота капитала, освоение доли оптового рынка в предполагаемых объемах производства и прибыли. С учетом экспортной ориентации продукции, определен сегмент потребительского рынка по географическому признаку. Это АТР и в первую очередь Япония, Южная Корея и Китай. Население данных стран в силу сложившихся национальных традиций являются наиболее массовыми потребителями рыбопродуктов и морепродуктов.

В качестве каналов сбыта продукции планируются зарубежные оптовые торговые компании, имеющие высокий удельный вес в сравнительных объемах импорта продукции на национальных рынках.

Конкуренция на данном рынке характерна скорее для оптовых покупателей продукции, чем для её производителей из России. Постоянно высокий спрос на различную морепродукцию в этих странах, возможность обеспечения таких поставок на основании долгосрочных контрактов, по четкому и согласованному графику приведет к укреплению имиджа предприятия и закреплению позиций на оптовых рынках названных стран. Стратегия ценообразования планируется на основе организации стабильных поставок продукции, роста качества и снижении издержек производства.

3.2. Ситуационный анализ (SWOT)

SWOT-анализ позволяет нам определить причины эффективной или неэффективной работы бизнеса на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого можно сделать вывод о том, в каком направлении должен развивать предприниматель свою деятельность и в конечном итоге определить полученные ресурсы по сегментам.

Результатом анализа является разработка маркетинговой стратегии. Для стратегической перспективы, созданных в ходе реализации проекта, особенно значимы сильные стороны, так как они являются основой стратегии для достижения конкурентных преимуществ. В то же время хорошая стратегия требует анализа слабых сторон, для разработки мероприятий по их укреплению или устранению.

При анализе ситуации рынка и потенциала создаваемого предприятия были определены следующие сильные и слабые стороны проекта.

Сильные стороны товара	Благоприятные факторы ситуации
<ul style="list-style-type: none"> - Использование разделочного и холодильного современного оборудования. - Использование качественной исходной продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> - выгодное расположение; - свободный рыночный сегмент; - быстрая окупаемость проекта <p>Расширение производственных мощностей.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Увеличение ассортимента выпускаемой продукции.
Слабые стороны товара	Неблагоприятные факторы ситуации и риски
<ul style="list-style-type: none"> - Слабая осведомленность населения о предприятии (новый проект). - Зависимость от цен на сырье. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая чувствительность потребителей к ценам; - сильная конкуренция на рынке; - форс-мажор; - возможное увеличения тарифов на энергоносители. - текучесть кадров; <p>Открытие конкурентных заведений по оказанию аналогичных услуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Конкуренция со стороны магазинов.

3.3. Стратегия маркетинга

Общую стратегию маркетинга создаваемого предприятия можно сформулировать как внедрение на рынок с целью удовлетворения потребностей населения в рыбной продукции.

Маркетинговая стратегия на данном этапе заключается в долгосрочном согласовании возможностей бизнеса, с ситуацией на рынке.

В основе стратегии маркетинга лежат пять стратегических концепций:

- ✓ выбор целевых рынков;
- ✓ сегментация рынка, т. е. выделение конкурентных целевых рынков в рамках совокупного;
- ✓ выбор методов выхода на них;

- ✓ выбор методов и средств маркетинга;
- ✓ определение времени выхода на рынок.

Инструментами реализации маркетинговых мероприятий выступают:

- ✓ совершенствование организационной структуры предприятия;
- ✓ разработка и введение на рынок новых услуг и товаров;
- ✓ изучение рынков с целью формирования спроса;
- ✓ увеличение и обучение персонала;
- ✓ рекламные мероприятия;
- ✓ управление ценами.

3.4. Конкуренция

Основными конкурентами являются предприятия г. Усть-Каменогорск, занимающиеся переработкой и хранением рыбы и морепродуктов.

Перечень предприятий конкурентов, г. Усть-Каменогорск

Таблица 5

№ п/п	Наименование объекта	Адрес	Вид оказываемых услуг
1	ТОО «Исмаилов и К»	Пр. Абая, 203/2	Переработка рыбы и морепродуктов
2	ТОО «Nurshai»	Пр. Сатпаева, 24	Переработка рыбы и морепродуктов
3	ТОО «Востокморепродукт»	Пр. Абая, 160	Переработка рыбы и морепродуктов

Основными преимуществами предприятия перед конкурентами являются:

- ✓ Направленность непосредственно на рыбу, добываемую из местных водоемов;
- ✓ Сравнительно низкие цены на продукцию;
- ✓ Качество предоставляемое продукции;
- ✓ Использование современной техники;
- ✓ Наличие квалифицированных трудовых ресурсов для реализации проекта;
- ✓ Многопрофильность производимой продукции;

3.5. Стратегия ценообразования.

При формировании ценовой политики, предприниматель учитывает все основные факторы, влияющие на цену своих услуг. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции.

Кроме того, при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную продукцию, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

3.6. План реализации

Главная задача, стоящая перед предприятием - укрепление позиций на рынке и расширение ассортимента производимой продукции.

В целях следования стратегии развития предприятия тактический план необходимых мероприятий выглядит следующим образом:

- ✓ Использование внутренних потенциальных возможностей для повышения качества производимой продукции.
- ✓ В сегодняшних экономических условиях сохранение действующих цен на продукцию при стабильной рентабельности.
- ✓ Формирование предпочтений клиентов в сторону продукции предприятия.
- ✓ Расширение клиентурной базы в пределах города и региона.
- ✓ Организация четкой обратной связи с клиентами.
- ✓ Продвижение продукции всеми доступными рекламными средствами.
- ✓ Обеспечение динамики развития конкурентных преимуществ - цены, качества, стабильности на рынке.

Сохранение стабильного, высокого качества продукции позволит рассматривать возможность корректировки ценовой политики для сохранения высокой рентабельности деятельности проекта.

III. Организационный план

4.1. План по персоналу

Одним из важнейших факторов успешной реализации проекта, считает формирование сплоченной и опытной команды профессионалов, которая обеспечит решение намеченных задач, по осуществлению планов организации и стабильного развития, создаваемого предприятия.

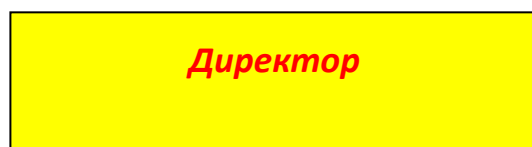
Поэтому, для формирования кадрового состава предприятия, будут привлекаться высококвалифицированные специалисты, имеющие специальное профессиональное образование, опыт работы, обладающие высоким производственным и интеллектуальным потенциалом.

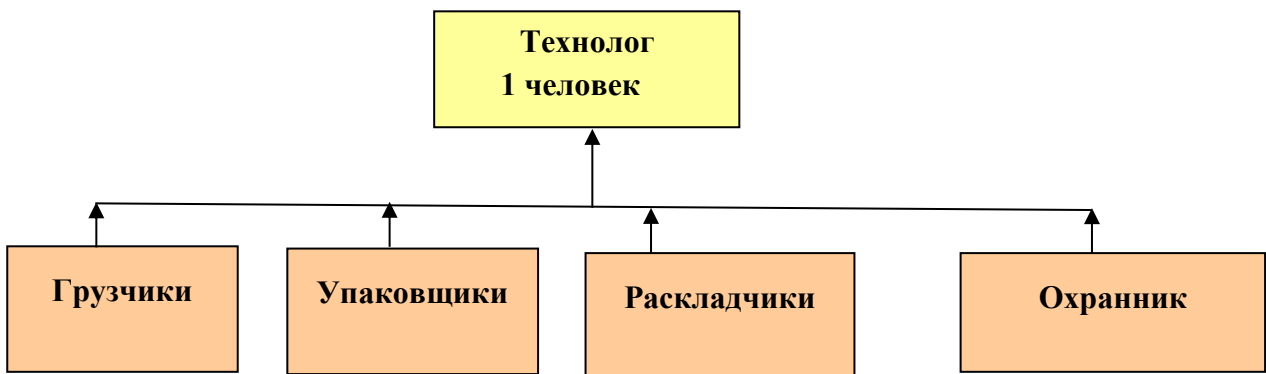
В соответствие со штатным расписанием количество работников предприятия по переработке рыбы составит 12 человек, в том числе:

Аппарат управления составляет	-	1
Производственно-техническая служба	-	2
Основное производство	-	9
Обслуживающий персонал	-	1

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 3.1.*

4.2. Организационная структура предприятия





V. Производственный раздел

5.1. Описание продукции

Рыбное производство – одна из отраслей пищевой промышленности, которая позволяет получать пригодный к употреблению продукт, а также изготавливать из добытого сырья различные консервы, замороженные полуфабрикаты, фарш, кормовую продукцию и другие рыбные изделия. Рыбное производство включает в себя несколько направлений, среди которых разделка, обработка и переработка рыбы и морепродуктов (кальмаров, креветок, мидий,



водорослей и пр.) и изготовление изделий из рыбного сырья. Об особенностях работы рыбоперерабатывающего предприятия, технологиях производства, условиях хранения и возможностях реализации готовой рыбной продукции вы узнаете из публикаций текущего

раздела. Вопросы сохранения экологии и производства качественной продукции сегодня глобальный вопрос, затрагивающий, как государственные органы, так и обычных граждан. Рыбное производство, предусматривает создание искусственных водоемов или очищение природных, разведение и выращивание рыбы, раков, улиток, водорослей, все зависит от вашего выбора и климатических особенностей региона. Более рациональным будет комплексный

подход, сочетающий разведение рыбы и её переработку, а также предоставление мест отдыха для любителей рыбалки и обучение начинающих рыбаков.

Информация по вложению инвестиции

Таблица 6

№	Наименование товара	ед.изм	Кол-во	Цена	Сумма
1	Холодильный агрегат BITZER 6HE-28	шт	2	3355000	6710000
2	Конденцатор FNV-87/300	шт	2	2030000	4060000
3	Воздухоохладитель DJ28, 0/170	шт	4	780000	3120000
4	ТРВ R404A TES 12-10, 2kw	шт	2	41000	82000
5	Виброгаситель 54	шт	2	18700	37400
6	Обратный клапан 28	шт	2	9800	19600
7	РД высокого давления	шт	6	4800	28800
8	Фильтр всас А-TDS-4817 54	шт	2	21000	42000
9	Труба медная 54	м	20	5000	100000
10	Труба медная 22	м	20	1750	35000
11	Труба конденцатора медная 32	м	18	3300	59400
12	Труба конденцатора медная 25	м	18	2700	48600
13	Труба медная 6	м	6	420	2520
14	Уголок медный 54	шт	10	1000	10000
15	Уголок медный 32	шт	10	450	4500
16	Уголок медный 25	шт	10	280	2800
17	Уголок медный 22	шт	10	270	2700
18	Уголок медный 6	шт	2	120	240
19	Тройник медный 6	шт	4	130	520
20	Смотровое окно	шт	2	2700	5400
21	Припой меднофосфаритный	шт	100	80	8000
22	Пульт управления	шт	2	58000	116000
23	Утеплитель (армофлекс) 54	шт	12	680	8160
24	Гибкий ТЭН	шт	24	1500	36000
25	Фреон R 404 А	кг	160	3500	560000
	ИТОГО сумма за 2 комплекта, тенге				15099640

5.1. Производственная программа

В соответствии с расчетами в первый год коэффициент загрузки будет составлять 75%. В последующие годы планируется увеличение мощности предприятия до 90%.

План производства

Таблица 7

№ п/п	Наименование	Годы реализации проекта					Итого
		I	II	III	IV	V	
	Производственная мощность %	75	80	85	90	90	
1	Лещ	56700,0	60480,0	64260,0	68040,0	68040,0	317520,0
2	Щука	66150,0	70560,0	74970,0	79380,0	79380,0	370440,0
3	Окунь	66150,0	70560,0	74970,0	79380,0	79380,0	370440,0
	Итого	189000,0	201600,0	214200,0	226800,0	226800,0	1058400,0

Классификация рыбного сырья

Рыба поступает на предприятия общественного питания:

- 1) свежей
 - a) *живой;*
 - b) *свежеуснувшей;*
 - c) *охлажденной;*
 - d) *мороженой;*
- 2) соленой.

Живая рыба ценится особенно высоко. Ее транспортируют в актоаквариумах, хранят на предприятиях в проточной воде (температура воды 4--8°C) в ваннах-аквариумах не более 2 суток. В живом виде поступают зеркальный карп, щука, сом, сазан, карась, угри.

В местах вылова иногда используют свежеуснувшую рыбу, но она плохо хранится и ее следует немедленно перерабатывать.

Охлажденная рыба имеет температуру в толще тушки позвоночника от --1 до 5°C. Она поступает в бочках или деревянных ящиках.

По виду разделки рыба может быть:

- неразделанной;
- с удаленными жабрами и частично внутренностями;
- потрошеной с головой;
- потрошеной без головы.

Мороженая рыба имеет температуру в толще тушки выше (- 6..8) °С. Рыба мороженая бывает тех же видов, что и охлажденная, и, кроме того, потрошеной без головы с удаленным хвостовым плавником и разрезанной на куски массой не менее 0,5 кг. В мороженом виде выпускают также рыбное филе. У некоторых рыб (сом и др.) перед срезанием филе удаляют кожу. По качеству мороженая рыба уступает живой и охлажденной, но при правильном размораживании ее свойства в значительной степени восстанавливаются.

Соленая рыба, поступающая на предприятия общественного питания, подразделяется на две группы:

- рыба, созревающая при посоле или хранении в соленом виде и употребляемая в пищу без тепловой обработки (сельди, кильки, семга и др.);
- соленая рыба, которую перед употреблением в пищу подвергают тепловой обработке.

По содержанию соли различают рыбу:

- крепкосоленую (свыше 14% соли);
- среднесоленую (10--14%);
- слабосоленую (до 10%).



Соленая рыба, требующая тепловой обработки (лещ, сазан и др.), поступает неразделанной или разных видов разделки: потрошеной, потрошеной без головы или без жабр, разделанной на пласт с головой или без головы, тушкой.

Рыба и рыбная продукция, выпускаемая с предприятий питания, бывает:

- 1) свежей (живая, свежеуснувшая, охлажденная, мороженая);
- 2) солёной;
- 3) в виде консервов и пресервов.

Механическая обработка рыбы очень трудоемка и должна производиться в специальных цехах или на особых рабочих местах, отделенных от участков обработки других продуктов. На небольших предприятиях механизировать процесс обработки рыбы невозможно, так как существующие для этой цели машины имеют очень высокую производительность. Поэтому экономически целесообразно производить механическую обработку рыбы централизованно.

Централизованное производство рыбных полуфабрикатов организовано на рыбокомбинатах, в рыбных цехах крупных фабрик-кухонь и предприятий-заготовочных на механизированных поточных линиях.



ForexAW.com

Для выработки полуфабрикатов используют охлажденную и мороженую рыбу. Размораживают ее на воздухе и в воде. Для воздушного размораживания рыбу помещают в камеры, где укладывают на стеллажи в один слой. Температура в камере от 8 до 20°C, а относительная влажность — 95%, продолжительность размораживания 24 ч. Недостатком этого способа является подсыхание поверхности рыбы.

Мелкую и среднюю рыбу размораживают в воде или в 4%-ном растворе поваренной соли.

После размораживания рыбу очищают от чешуи, срезают плавники, удаляют головы, внутренности, вырезают плечевую кость, промывают, фиксируют в охлажденном растворе соли и охлаждают. Трудоемкие операции (отделение чешуи, срезание плавников, отделение головы) механизированы.

Фиксация заключается в обработке рыбы в течение 5—15 мин 15—18%-ным раствором поваренной соли, охлажденным до температуры от —4 до —6°C.

В процессе фиксации мышечная ткань быстро охлаждается, поверхностный слой насыщается солью. При этом увеличивается влагоудерживающая способность белков и на 5—12% уменьшаются потери массы полуфабриката при хранении, транспортировании и порционировании. Вследствие повышенного содержания соли в мышечном слое снижается температура замерзания, что позволяет хранить рыбу при температуре $-1-5-2^{\circ}\text{C}$ без подмораживания. После фиксации рыбу охлаждают в холодильной камере. Полуфабрикаты выпускают в виде тушки без головы — чешуя, плечевая кость, икра и молоки удалены, брюшная полость зачищена. Хвостовой плавник удален прямым срезом на 1—2 см выше конца кожного покрова, остальные плавники — на уровне кожного покрова.

У рыб массой в разделанном виде 200 г и менее может быть оставлена голова без жабр. Крупную рыбу разделяют на куски по длине упаковочных ящиков. Содержание поваренной соли не должно превышать 1%.

Полуфабрикаты упаковывают в деревянные ящики, покрытые пищевым лаком (или металлическую тару), с крышками. В каждый ящик укладывают полуфабрикаты одного вида, изготовленные в одно время. Общий срок хранения полуфабрикатов с момента изготовления 24 ч, в том числе срок хранения на предприятии-изготовителе — не более 8 ч при температуре от -1 до 5°C .

Рыбу с хрящевым скелетом размораживают на воздухе в течение 6—10 ч. У оттаявших тушек вручную отрубают голову вместе с грудными плавниками. Затем тушки помещают в ванны с кипящей водой на 3—5 мин. У ошпаренных тушек срезают спинные жучки и плавники, удаляют боковые брюшные жучки и костные чешуйки. В конце отрубают хвостовой плавник. Пластуют рыбу со стороны брюшка на звенья, обмывают струей воды и срезают спинной и реберные хрящи. Разрезают на куски длиной 40—60 см. Полученные звенья подвергают фиксации в течение 10—15 мин.

Количество отходов при обработке рыбы зависит от ее вида; размера; способа промышленной обработки (с головой или без головы, потрошенная или

нет и т. д.); способа кулинарной обработки (пластованная с кожей и реберными костями, с кожей без костей и т. д.).

Отходы, образующиеся в результате механической кулинарной обработки рыбы, сортируют на пищевые и непищевые. К пищевым отходам относят головы без жабр, икру, молоки, внутренний жир, плавники (в том числе хвостовой), кожу, кости, а также визигу и хрящи осетровых рыб.

Рыбные отходы тщательно промывают. Из голов удаляют жабры, иногда — глаза; используют для варки бульонов. Головы осетровых рыб перед варкой подвергают дополнительной обработке: ошпаривают и зачищают от костных щитков, после чего разрубаяют, вырезают жабры, промывают и варят около 1,5 ч. После этого отделяют хрящи и мясо от костей. Мясо используют для супов, студней, фаршей. Хрящи заливают горячей водой и продолжают варить до мягкости, после чего шинкуют и используют в качестве дополнительного гарнира в солянки, соусы и для приготовления фаршей

VI. Финансовый план

6.1. Расчет себестоимости предоставляемых услуг и плана затрат

Расчет калькуляции единицы себестоимости услуги произведен по основным расходам, сгруппированным по экономическим элементам и статьям затрат:

- материальные затраты (материалы, энергозатраты)
- затраты на оплату труда
- соц. отчисления
- амортизация
- накладные расходы (административно-хозяйственные расходы, расходы по реализации, расходы по уплате процентов по кредитам банка и т.д.)

6.2. *Расшифровка статей доходов от продаж*

В соответствие с перспективным планом производственной программы разработан прогноз объемов реализации рыбной продукции по годам в пределах периода реализации проекта. Доходами от продаж указанной продукции является выручка от реализации.

6.3. *Прогноз отчета о прибылях и убытках*

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов реализации, состав и структура затрат, включая выплаты процентов по кредитам банка.

Величина дохода от реализации продукции и как финансовый результат величина прибыли. Учитывая востребованность рыбной продукции на рынке, в течение прогнозируемого периода резких сезонных колебаний не наблюдается. Таблица составлена с разбивкой на каждый год за весь период реализации проекта.

Прогноз доходов и расходов

Таблица 8

Показатели	Годы реализации проекта					Итого
	I	II	III	IV	V	
Выручка без НДС	41391	44150	46910	49669	49669	231790
Прямые производственные затраты	34118	35518	37002	38895	40502	186036
Итого операционных затрат, без НДС	2286	2286	2286	2286	2286	11436
Погашение % по кредиту банка	2100	1859	1334	809	284	6388
Прибыль до уплаты налогов	2887	4487	6287	7678	6597	27936
Налог от дохода (3%)	1242	1325	1407	1490	1490	6954
Чистая прибыль	1645	3163	4880	6188	5107	20982
Уровень рентабельности %	7,5	11,3	15,5	18,3	15,3	13,7

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 3*

6.4. Прогноз движения денежных средств

Основной задачей прогнозирования движения денежных средств, является поддержание ликвидности проекта, т.е. возможность вовремя рассчитаться по своим обязательствам.

Прогноз движения денежных средств

Таблица 9

Статьи	Годы реализации проекта				
	I	II	III	IV	V
I. Наличность на начало отчетного периода	100	3055	4522	9772	15959
II. Движение ДС от операционной деятельности					
Всего приток от операционной деятельности	41391	44150	46910	49669	49669
Всего отток по операционной деятельности	38436	38933	37910	39733	40814
Чистый поток от операционной деятельности	2955	5217	9000	9936	8855
III. Движение ДС от инвестиционной деятельности					
Всего приток от инвестиционной деятельности					
Всего отток от инвестиционной деятельности	15000				
Чистый поток от инвестиционной деятельности	-15000				
IV. Движение ДС от финансовой деятельности					
Всего приток от финансовой деятельности	15000				
Всего отток от финансовой деятельности		3750	3750	3750	3750
Чистый поток от финансовой деятельности	15000	-3750	-3750	-3750	-3750
V. Конечная наличность	3055	4522	9772	15959	21063

Таблица демонстрирует обеспеченность денежными ресурсами данного проекта по каждому периоду. Исходные данные в этой таблице корреспондируются с прогнозом отчета о прибылях и убытках.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 4*

6.5. Анализ проекта с помощью простых методов финансовой оценки

Простая окупаемость проекта – 2,7 года

Прибыль по проекту – 27935,9 т.тнг

Текущая стоимость проекта – 21189,4 т.тнг

6.6. Анализ с помощью методов дисконтирования

Чистая текущая стоимость проекта – 6189,4 т.тнг

Внутренняя норма рентабельности 1,41 при сопоставлении IRR с нормой дисконта(E) имеем положительный результат, т.е. $IRR > E$.
Дисконтированный срок окупаемости составляет 3,5 года
Индекс рентабельности вложенного капитала 37,2 %.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложения 7*.

6.7. Анализ безубыточности

Анализ безубыточности демонстрирует предельно допустимый объем услуг, который позволит работать предприятию без прибыли и убытка, то есть покрывать постоянные расходы.

Точка безубыточности - это стадия, на которой компания может начать получать прибыль. Разница между безубыточным и прогнозируемым объемом услуг, называется зоной финансовой безопасности, чем выше этот показатель, тем прочнее финансовое состояние предприятия. На протяжении всего проекта прогнозируемые объемы продукции значительно выше величины в критической точке. Это служит подтверждением о наличии необходимого запаса финансовой прочности. И служит подтверждением того, что предприятие в состоянии погасить кредит, даже в неблагоприятных для него экономических условиях.

В соответствие с проектом, предприятие планирует закупить оборудования для расширения производства переработки рыбы. Благоприятные условия и более долгие сроки кредитования позволят снизить себестоимость продукции, цены на основные виды продукции и увеличить рентабельность предприятия.

Для подробного ознакомления смотрите, пожалуйста, *Приложение 6*.

VII. Риски и факторы, снижающие риск.

По структурному признаку **коммерческие риски** делятся на:

- ✓ имущественный;

- ✓ производственный;
- ✓ маркетинговый;
- ✓ деловой;
- ✓ отраслевой.

Имущественные риски - это риски, связанные с вероятностью потерь имущества предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т.п. Величина риска 3%.

Мероприятия по снижению рисков:

Заключение договоров со страховыми компаниями по страхованию риска потери имущества

- ✓ Страхование недвижимого имущества на весь период реализации проекта.
- ✓ Прогнозирование циклических колебаний конъюнктуры рынка, и учет их в производственных планах.
- ✓ Контроль обеспечения предприятия соответствующим противопожарным оборудованием и охранной системой.

Производственные риски - риски, связанные с вероятностью (возможностью) невыполнения предприятием своих обязательств, риски реализации услуг, ошибки в ценовой политике, риск банкротства. Величина риска 5,0 %.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Постоянный контроль ситуации по срокам и качеству продукции.
- ✓ Более тщательное прогнозирование цен в краткосрочных и среднесрочных планах.

Маркетинговые риски связаны с возможностью получения убытка по причине снижения конкурентоспособности продукции предприятия в целом, ухудшения ценовой политики и т.д. Величина рисков 5,5%.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Выявление причин риска посредством детального анализа допущенных ошибок в маркетинговой деятельности и оперативное принятие управленческих решений по результатам анализа.
- ✓ Создание комплекса маркетинговых мероприятий по оценке возможного риска и проведению коммерческой, финансово-кредитной, производственной, торгово-сбытовой и организационной деятельности, направленной на снижение уровня риска или на его страхование.
- ✓ Усиление рекламной кампании.
- ✓ Прогнозирование возможной реакции конкурентов на деловую активность предприятия.
- ✓ Другие маркетинговые мероприятия, обеспечивающие снижение степени риска, увеличение рынка сбыта.

Деловой риск определяется такими факторами, как организационно-технический потенциал предприятия, эффективность деятельности, устойчивость финансового положения, эффективность системы управления. Величина риска 1,5%.

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Тщательная аналитическая работа при определении приоритетных направлений деятельности предприятия.
- ✓ Более глубокая предварительная оценка рентабельности реализации продукции.

- ✓ Проведение оперативных мероприятий и внесение изменений в планы о реализации продукции.
- ✓ Тщательный подбор профессиональных специалистов, стимулирование их деятельности.
- ✓ Профессиональная подготовка и переподготовка кадров.
- ✓ Совершенствование процесса управления, организация контроля.

Отраслевой риск, связан со спецификой отдельных отраслей. Развитие негативных событий в отдельной отрасли. Величина риска 1,0%

Мероприятия по снижению рисков:

- ✓ Разработка направлений деятельности в условиях кризиса или существенных экономических изменений.
- ✓ Сочетание деятельности в своей отрасли с деятельностью в смежной и более устойчивой отрасли.

Для оценки рисков принята следующая градация:

- ✓ низкий (1-3%)
- ✓ средний (4-6%)
- ✓ высокий (7% и более)

В соответствии с выше приведенным определением, максимальный размер рисков при реализации предлагаемого проекта составляет 16,0 %.

Такая величина рисков не оказывает драматического влияния на изменение финансовой устойчивости предприятия.

VIII. Социальный раздел

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

создание новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
расширение цеха по переработке рыбы и морепродуктов;

поступление в бюджет Восточно-Казахстанской области налогов и других отчислений.

Среди социальных воздействий можно выделить:

удовлетворение потребностей населения в рыбной продукции.

IX. Экологический раздел

Для реализации проекта выполнена предварительная количественная и качественная оценка воздействия на окружающую среду при реализации данного проекта.

На основании проведенной работы можно сделать выводы:

Воздействие на атмосферный воздух не происходит - СЗЗ и в жилой зоне превышения ПДК по всем ингредиентам не намечается, так как проектируемые источники выбросов загрязняющих веществ не предполагает выбросов в воздух.