

Бизнес-план
Открытие линии по производству соков

2018 год

Содержание

Список таблиц	3
Список рисунков	4
Резюме	5
Введение	6
1. Концепция проекта	7
2. Описание продукта (услуги)	8
4. Маркетинговый план	11
5. Техническое планирование	21
5.1 Технологический процесс	21
5.2 Здания и сооружения	22
5.3 Оборудование и инвентарь (техника)	22
6. Организация, управление и персонал	24
7. Реализация проекта	25
7.1 План реализации	25
7.2 Затраты на реализацию проекта	25
8. Эксплуатационные расходы	27
10. Потребность в финансировании	30
11. Эффективность проекта	31
11.1 Проекция Cash-flow	31
11.2 Расчет прибыли и убытков	31
11.3 Проекция баланса	31
11.4 Финансовые индикаторы	31
12. Социально-экономическое и экологическое воздействие	33
12.1. Социально-экономическое значение проекта	33
12.2. Воздействие на окружающую среду	33

Список таблиц

Таблица 1 – Планируемая программа производства соков по годам, в литрах.....	10
Таблица 2 – Планируемая программа продаж по годам	10
Таблица 3 – Доли казахстанского рынка соков по компаниям	12
Таблица 4 – Производители, продающие соки на рынке Казахстана, %	14
Таблица 5. Производители, продающие соки на рынке Казахстана, %	15

Список рисунков

Рисунок 1. Предпочтения по вкусу соков	11
Рисунок 2. Динамика изменений рынка соков по ценовым сегментам в Казахстане, по данным Минсельхоза РК на 2011 год	12
Рисунок 3. Ориентация на цену при покупке соков, %.....	18
Рисунок 4 - Организационная структура.....	24

Резюме

Настоящий проект представляет собой план развития производства натуральных напитков.

Руководитель проекта _____

Целями деятельности предприятия будет являться производство безалкогольного натурального напитка – морс, под торговой маркой

- Целевой аудиторией предприятия будут являться жители г.Алматы и других городов Казахстана, а также в перспективе зарубежные страны.

Предприятие уже начало осуществлять производство, общий оборот который составил 8 000 000тг. Сумма проинвестированных средств составила 7 000 000. На данном этапе мы не можем позволить себе приобретение дополнительного оборудования для увеличения объема производства, так как наращиваем оборотный капитал, но при этом все равно проводим модернизацию в малых объемах.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тыс.тг.	2.018
Инвестиции в основной капитал	5.000
Оборотный капитал	500
Всего	5.500

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств инициатора проекта.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	2.500	01.05.2017	45%
Заемные средства	3.000	01.05.2017	55%
Всего	5.500		100%

Показатели эффективности деятельности предприятия на 4 год проекта.

Годовая прибыль (5 год), тыс.тг.	34.904
Рентабельность активов	27%

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала за 4года при ставке дисконтирования 9% составил 45 839 тыс. тг.

Внутренняя норма доходности (IRR)	72%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс.тг.	8.567
Окупаемость проекта (простая), лет	3,8
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	2,0

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

- созданию новых рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- улучшения здоровья населения;
- поступлению в бюджет г. Алматы налогов и других отчислений.
- увеличению объема экспорта.
- Позволит увеличить переработку сырья и доходность фермеров, что благоприятно скажется на экономике.

Среди социальных воздействий можно выделить:

- удовлетворение спроса населения в качественных казахстанских товарах и создаст конкуренцию для российских компаний.

Введение

В настоящее время в Казахстане развивается тенденция здорового образа жизни и полезного питания. Все большее количество людей отдают предпочтение к натуральным напиткам. На полках наших гипермаркетов, в отделе напитков, можно встретить большой ассортимент продукции всевозможных марок, но какие виды напитков действительно приносят пользу нашему здоровью?

Наша компания провела анализ сегодняшнего рынка и сделала вывод, сегодняшний потребитель стал более разборчив в продуктах питания, начиная от молочных продуктов, заканчивая хлебными изделиями. Именно поэтому, поддерживая позицию здорового образа жизни, мы предлагаем натуральные напитки, которые не только не вредят здоровью, но и обогащают организм человека полезными микроэлементами.

Здоровье нации зависит от многих факторов и в первую очередь от того, чем питается человек.

Малиновый, яблочный, апельсиновый, виноградный, клюквенный, смородина — все эти и многие другие натуральные соки должны присутствовать в ежедневном рационе человека. Обладая разнообразной гаммой вкусов, эти напитки не только превосходно утоляют жажду и освежают в жаркий день, но и эффективно воздействуют на человеческий организм. Натуральные овощные, фруктовые и ягодные соки содержат практически все необходимые человеческому организму витамины и питательные вещества, поэтому являются хорошим средством лечения и профилактики различных заболеваний. Благодаря получаемым вместе с соками витаминам, человеческий организм становится менее восприимчивым к вирусам и инфекциям, более устойчивым к стрессовым ситуациям и интенсивным физическим нагрузкам, в нем нормализуются все обменные процессы. Благодаря наличию органических кислот сырые овощные, фруктовые и ягодные соки являются незаменимыми в рационе

людей, страдающих заболеваниями желудочно-кишечного тракта и нарушениями обмена веществ. Кроме витаминов и органических кислот, в свежееотжатых (сырых) соках присутствуют минеральные вещества (калий, кальций, железо, медь, магний, фосфор, марганец, молибден, бор, йод и др.) и их соли.

В натуральных соках содержится большое количество клетчатки, пектинов и энзимов — сложных веществ, способствующих перевариванию поступающей пищи и поглощению выделенных из нее питательных элементов. Напитки, приготовленные из фруктов и ягод, улучшают перистальтику кишечника, способствуя тем самым выведению шлаков и токсических веществ из организма. Однако под действием высоких температур (более 47° С) энзимы становятся инертными и разрушаются, в результате сок утрачивает свою целебную силу и превращается в простой напиток для утоления жажды.

Опыт медиков и народных целителей доказал справедливость выражения "живая органическая вода" по отношению к натуральным сокам. Начав лечение натуральными соками, человек очень скоро увидит положительные результаты и, возможно, навсегда забудет о таблетках, микстурах и уколах. Необходимо отметить, что термическая обработка овощей, фруктов и ягод при изготовлении соков промышленным способом позволяет сохранить практически все целебные свойства продуктов.

□ Концепция проекта

Концепция проекта предусматривает открытие цеха по производству соков.

Основными видами соков, производимыми цехом, будут:

ягодные;

Целями деятельности предприятия будут:

2) Получение высококачественной, экспортоориентированной, конкурентоспособной продукции для реализации на внутреннем и внешнем рынках;

3) Развитие и расширение отечественных производственных мощностей;

4) Извлечение прибыли от результатов производства и реализации напитков;

5) Организация и предоставление новых рабочих мест.

Планы достижения цели:

3) Сооружение производства с инженерным и технологическим оборудованием «под ключ»;

4) Приобретение, завозка основных и вспомогательных материалов для производства;

5) Набор и обучение персонала;

6) При выборе данного вида продукции компания руководствовалась следующими выгодными условиями для населения Казахстана, в частности, г. Алматы;

7) относительно низкие цены на продукцию.

2. Описание продукта (услуги)

Наш продукт – это морс, под торговой маркой, в состав которого входят ягоды и фрукты, сахар и вода. _____ является 100% натуральным продуктом. Мы не используем ГМО, красители и консерванты, что является значительным преимуществом перед другими производителями напитков.

Наш продукт сделан по старинной технологии и соответствует стандартам качества. Розлив производится исключительно в стеклянную тару.

На данный момент мы можем предложить 6 видов морса:

1. Брусничный морс. Содержит железо и марганец, витамины А, В1, В2, В9, РР, С и Е. Брусника является общеукрепляющей, ранозаживляющей, жаропонижающей.
2. Ежевичный морс. Ежевичный морс содержит полный комплекс питательных и лекарственных веществ, среди которых сахароза, глюкоза, фруктоза (до 5%), лимонная, винная, яблочная, салициловая и другие органические кислоты, витамины группы В, [С](#), [Е](#), [К](#), [Р](#), [РР](#), провитамин А, минеральные вещества, клетчатка и другие [макро-](#) и [микроэлементы](#). Ежевика нормализует работу желудочно-кишечного тракта, успокаивает нервную систему и является общеукрепляющим средством;
3. Клюквенный морс. Витаминная часть морса из клюквы представлена витаминами группы В ([В1](#), [В2](#), В5, [В6](#)), [РР](#), [К1](#) и большим содержанием [витаминаС](#). Клюкву используют в качестве жаропонижающего и в целом для повышения общего тонуса организма.
4. Морс из черной смородины. В ее ягодах содержатся витамины [С](#), [В1](#), [В2](#), [В6](#), [В9](#), [D](#), [Е](#), [К](#), [Р](#), [А](#), пектины, каротиноиды, сахара, органическая и фосфорная кислота, дубильные вещества, эфирное масло, витамин группы [К](#), соли [фосфора](#), [железа](#) и [калия](#). Данный вид напитка повышает иммунитет, укрепляет кровеносные сосуды и нормализует кровяное давление, обладает противовоспалительным действием;
5. Морс из голубики. Защищает от воздействия радиоактивного излучения, укрепляют стенки кровеносных сосудов, нормализуют работу сердца, поддерживают здоровье кишечника и поджелудочной железы, замедляют старение нервных клеток, а значит - головного мозга.
6. Малиновый морс. Кроме жаропонижающего свойства морс из малины обладает кровоостанавливающим и антитоксическим действием, улучшает аппетит. Малина благотворно влияет на тонус и цвет кожи, так как содержит в своем составе витамины [А](#), [Е](#), [РР](#), С и группы В.

Наша цена значительно ниже, чем у аналогичных видов продукции! Мы единственный производитель натуральных морсов на рынке Казахстана!

Программа производств

Для организации производства натурального морса необходимо 4 основных составляющих: помещение, оборудование по розливу, исходное сырье, упаковка для готового продукта. В настоящее время производственный процесс уже запущен.

Мы имеем помещение площадью 300 кв.м, в которое входит цех, место для хранения сырья, офис и бытовые помещения. Для первоначального этапа данная площадь является достаточной.

Для производства морса необходим закуп ягод, фруктов и сахара. Ягоды и фрукты используются как наших производителей, так и России. Сырье полностью приобретает у казахстанских поставщиков. Следует отметить, что морсы изготавливаются исключительно из цельных ягод, не используя порошки и концентраты. Ягоды и фрукты хранятся в небольшой морозильной камере, что не позволяет увеличить запас сырья. В конечном итоге малый запас сырья приводит к уменьшению производства и увеличению цены. Для решения данной проблемы необходима морозильная камера, которая позволит вместить в себя 40 тонн сырья.

Наша компания производит напитки в стеклянной упаковке, в связи с тем, что технология производства подразумевает горячий розлив при 90 градусов. Данный технологический процесс позволяет сохранить полезные свойства напитка, увеличить срок хранения и обезопасить конечного потребителя в отличии от других компаний.

Большинство напитков сегодня продается в упаковке TetraPak и пластике, она практичнее и дешевле стеклянной тары, но данная упаковка не может быть использована по причине деформации тары и выделения вредных веществ. Производители данной упаковки не производят пастеризацию, а добавляют химические составляющие для сохранения качества напитка, и не могут предотвратить попадание частиц тары в напиток, так как морс является окисляющим продуктом.

Линия по производству морсов состоит из:

- системы водоподготовки, в которую входят несколько фильтров для очистки воды;
- насосов и фильтров для продукции;
- баков для добавок и смешивания;
- гомогенизатора;
- пастеризатора;

Загрузка, %		40%	60%	80%	100%	100%	100%	100%
-------------	--	-----	-----	-----	------	------	------	------

При расчете программы продаж инфляция во внимание не принималась, поскольку связанное с инфляцией повышение цен пропорционально отразится на увеличении цен на продукцию предприятия.

4. Маркетинговый план

4.1 Описание рынка продукции (услуг)

Ежегодно на рынке безалкогольных напитков появляется множество новинок и производителям напитков, выводя новый продукт на рынок, важно понимать «КТО» будет пить их продукт, кому он может понравиться, а кому не понравиться.

В основе данной статьи лежит анализ исследования, которое провела компания «AlvinMarket» по потреблению безалкогольных напитков в Казахстане, в частности соков, холодного чая, минеральной воды и сладких газированных напитков. Исследование проводилось в городах с населением свыше 70 тыс. человек, и в нем приняли участие 1600 человек.

Как и во всем мире, минеральная вода в бутылках является наиболее популярным источником утоления жажды среди жителей Казахстана. Так, на вопрос «Какие из перечисленных напитков Вы пили за последние 2 месяца?» порядка 75% респондентов указали минеральную воду.

На втором месте по популярности в Казахстане расположились всевозможные сокосодержащие напитки. Это неудивительно, на фоне мирового тренда заботы о здоровье и выбора полезных продуктов.

Естественно, что в данный список не могли не попасть безалкогольные газированные напитки, типа Cola или Fanta, которые стали уже «классикой жанра» среди населения определенного возраста.

Как и во всем мире, в Казахстане наблюдается рост популярности холодного чая, именно его употребляли порядка 40% опрошенных.

И так согласно статистикисокосодержащие напитки находиться на втором месте по объемам потребления. Производимый нами продукт является конкурентоспособным и основан на вполне реальном опыте производства. Объем производимой продукции реализуется на 85% из-за слабой маркетинговой политики нашей компании и финансирования всех свободных капиталов в наращивание оборотной части. Узнаваемость бренда 5%.

На данный момент мы реализуем свою продукцию только в городе Алматы, при увеличении объемов продаж мы просто не сможем выполнять нужный объем производства. Для этого мы хотим произвести полную модернизацию, как оборудования, так и этикеточных материалов. При стабильном выпуске продукции мы сможем объять весь Казахстан и начать экспорт в Россию, это увеличит реализуемость продукции в 2 раза.

- Сокifresh**(свежеотжатые) —соки,произведенные физико-механическим путем изодного или нескольких видов плодов и не подвергаемые дальнейшей обработке.
- Соки nfc**(notfromconcentrate— “не из концентрата”) —соки,произведенные непосредственно путем первого отжима фруктов или овощей.

- **100%-ные (натуральные) соки** —соки,восстановленные специальноподготовленной водой из концентратов.
- **Соки с “добавленной пользой”** —соки,обогащенные витаминами и микроэлементами.
- **СНН** —сокосодержащие негазированные напитки(не исследовались).
- **Нектары и напитки**—смеси сока,воды,сахара и прочих добавок,доля сока в нектарах — от 25%, в напитках — до 25% (не исследовались).
- **Морс** —сокосодержащие напитки с долей натурального ягодного сока около25%(не исследовались).

4.2 Потребление соков

Самые любимые казахстанцами вкусы соков, как показал наш опрос, это Абрикос – 14,6%, Апельсин – 14,5%, Яблоко – 12,69%, Персик – 11,9%, Мультивитамин – 8,98% и Томат – 7,5%. В структуре потребления эти виды соков занимают более 70% от общего количества соков. Очевидно, что фруктовые соки предпочитает подавляющее число потребителей. Модные сегодня в Европе овощные соки из моркови, свеклы, паприки и других овощей не нашли пока отклика в сердцах отечественных потребителей. В защиту этих соков надо сказать, что и предложения по ним не велико. Лишь некоторые компании-производители предлагают соки со смешанными вкусами, в состав которых входят овощи.

Рисунок 1.Предпочтения по вкусу соков

Таблица 3 – Доли казахстанского рынка соков по компаниям

Компании	Долярынка
RaimbekBottlers	61,19
FoodMaster-Aseptic	11,38
RG Brands	9,48
DigiDonCoLtd	5,69
Sio-Eckes KFT	3,53
Nidan-Ekofruit SP Ltd	2,55
Худжанскийконсервныйзавод	1,76
Wimm-Bill-Dann	0,96
MultonLtd	0,79
Agrokonservit	0,38

4.3. Сегментациярынкасоков

Казахстанскому потребителю пока не предлагаются функциональные соки, поскольку рынок "обычных" соков пока не достиг своего насыщения и не готов к существенной диверсификации. Сегодняшний соковый рынок сегментирован в основном по ценовому признаку. Доля высокого ценового сегмента в общей структуре рынка соков невелика и составляет всего 3,6%. Самый крупный сегмент нашего рынка соков, по данным Агентства по статистике РК - это сегмент средней цены - его доля составляет 81,7%. Низкий ценовой сегмент имеет долю выше, чем высокий ценовой сегмент, однако, значительно отстает от среднего ценового сегмента - его доля 14,6% в общей структуре казахстанского рынка соков.

4.4 Стратегия маркетинга

Цель - закрепить и упрочить позиции брэнда в условиях обострения конкурентной борьбы всего сокодержавшего рынка Казахстана и России, добившись:

1. Увеличения доли рынка по Казахстану до 10,5%
2. Роста объема продаж на 25 %
3. Расширения дистрибуции до 65 %
4. Увеличения уровня знания марки (спонтанного - до 30%, наведенного - до 90%)
5. Удержания лояльности на уровне 30%
6. Укрепления авторитета торговой марки _____ " среди потребителей как брэнда, оптимально сочетающего качество и цену.

Самая массовая группа потребителей: мужчины и женщины 25-45 лет, семьи с детьми в возрасте от 4 до 11 лет. Доход средний и выше среднего. Образование - высшее, среднее.

Обобщенный портрет потребителей:

- приверженность размеренному образу жизни, традиционным ценностям
- приоритетные ценности - благополучие семьи, здоровье собственных детей
- достаточно высокие самооценка и критичность к рекламным сообщениям
- предпочитают Казахстанские продукты
- очень чувствительны к цене

Потребительское поведение:

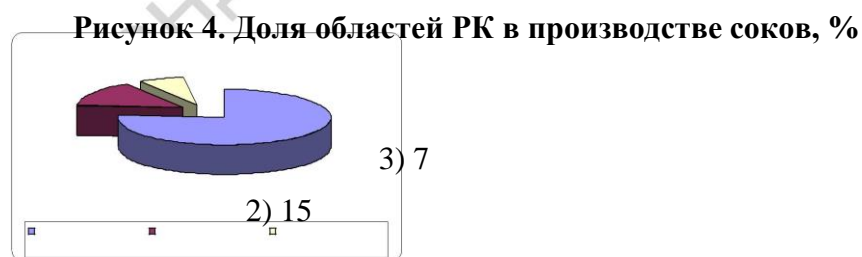
- Основная масса ЦА воспринимает морс как категорию, а не как торговые марки.
- Низкая лояльность к торговым маркам - легко переключаются с одной на другую.
- Морс «_____» воспринимается ЦА как "хороший продукт по средней цене".

Таблица 4 – Производители, продающие соки на рынке Казахстана, %

<i>Производитель</i>	<i>% (распространенность в торговых точках)</i>
Raimbek Bottlers	33,7
RG Brands	8,1
FoodMaster-Aseptic	5,3
GoldProduct	3,1
Астана Bottlers	1,6
Экопродукт групп	1,3
ТОО "Аgro"	0,3
Другие Казахстанские производители	0,9
Другие компании-импортеры	45,7

Всего	100
-------	-----

Производство овощных, а также фруктовых соков на 76% осуществляется в г. Алматы; часть предприятий – производителей соков находится в Алматинской области.



1) 76

1) г. Алматы

2) Южно –

Казахстанская

3)

Жамбылская

4.5. Импорт и экспорт соков

На рынке Казахстана представлен широкий ассортимент соков различных стран-производителей, наибольшая доля (49%) принадлежит казахстанским производителям. Очень весомые импортеры соков – Россия (30%) и Украина (6,8%). Таджикистан импортирует около 4 % соков на рынок РК.

4.6 Основные и потенциальные конкуренты

Основными конкурентами предприятия являются Российские производители, которые занимают значимую часть рынка морса.

Цена реализуемой нами продукции значительно ниже, чем у других компаний.

Основными преимуществами предприятия перед конкурентами являются:

- Качество продукта;
- Технология производства;
- Натуральность;
- Качество используемой упаковки;
- Цена;
- Без красителей консервантов и ГМО;

Соки могут быть классифицированы по разным признакам; настоящее исследование основывалось на нижеприведенной (наиболее распространенной) классификации:

Главные игроки на рынке – это крупные компании, часто имеющие несколько заводов на территории страны-производителя. Так же на рынок поставляют свою продукцию

средние и мелкие производители, которые работают в основном на небольших рынках отдельных регионов и не способны обеспечить крупные поставки на всю территорию РК.

Корпоративные закупки (например, Казмунайгаз производит закупки продуктов для своих сотрудников) на тендерной основе.

Кафе и рестораны производят закупки у поставщиков.

Рынок индивидуального потребления.

Этот рынок является основным по объему (85%), и в свою очередь может сегментироваться по множеству различных признаков, как-то: по качеству, расфасовке, цене, полезности для здоровья, упаковке и т.д.

По уровню потребления соков можно выделить такой сегмент, как активные потребители фруктовых и овощных соков. Это женщины в возрасте 15-34 лет с высшим образованием и высоким уровнем доходов, но при этом не работающие (студенты, домохозяйки и молодые мамы). Эта группа потребителей формирует основные объемы потребления соков.

Таблица 7 Формирование конкурентоспособности: рекомендации

<i>Факторы конкурентоспособности</i>	<i>Уровень</i>	
	<i>Имеющийся</i>	<i>рекомендуемый</i>
<i>Качество:</i> - цвет - вкус - аромат - консистенция - стабильность качества	-Натуральный, неосветленный -Ярковыраженный, характерный используемым фруктам. -Густая, насыщенная -Нестабильное качество	-Натуральный, более прозрачный -Ярковыраженный, характерный используемым фруктам - Густая, насыщенная - Стабилизировать на уровне согласованности с заказчиком, выполнять требования контракта.
<i>Цена*</i>	Нижесредней	Удерживать на уровне и/или стремиться в средний сектор
<i>Ассортимент</i>	В основном традиционные виды соков	Разнообразить ассортимент, расширять варианты смесей
<i>Упаковка/</i>	Стеклянные банки СКО	Стеклянные банки Twistoff, в перспективе тетра-пакеты.

<i>Расфасовка</i>	В основном 3 литра	Разнообразные виды расфасовки: от 1 л. до 3 л.
<i>Объемы/периодичность поставок</i>	До 10 тонн в месяц или по договоренности	От 20 до 30 тонн в месяц
<i>Охват</i>	Порегионами согласно контракта	Порегионам
<i>Торговая марка</i>	Не имеется за редким исключением	Создавать торговую марку, повышать ее известность
<i>Этикетка и дизайн</i>	Незаметные и блеклые	Яркие и привлекательные
<i>Материал для тары</i>	Советское стекло	Современные технологии для изготовления стекла

Для оценки конкурентоспособности продукта необходимо для каждого конкретного товара изучать отдельный конкретный сегмент рынка.

Таблица 8 SWOT-анализ проекта

да яя	Возможности	Расширение производственных мощностей. Увеличение ассортимента выпускаемой продукции.
	Угрозы	Организация крупных производств по выпуску аналогичной продукции. Увеличение доли импорта (увеличение доли потребления импортной продукции).
	Преимущества	Использование высокотехнологичного и современного оборудования. Использование качественного материала для пошива изделий.
	Недостатки	Неузнаваемость предприятия (новый проект). Зависимость от цен на сырье.

Техническое планирование

5.1 Технологический процесс

Сок - жидкий продукт, несброженный, но способный к брожению, полученный путем физического воздействия из съедобной части доброкачественных спелых, свежих или сохраненных свежими фруктов и овощей, в котором в соответствии с особенностями физического способа получения сохранены пищевая ценность, физико-химические и органолептические свойства, характерные для одноименных фруктов и овощей, консервированный физическим способом, кроме обработки ионизирующим излучением, предназначенный для непосредственного употребления в пищу, а также для применения в качестве составной части пищевых продуктов.

Восстановленный сок - сок, изготовленный из концентрированного сока или из концентрированного сока и сока прямого отжима, с использованием питьевой воды, концентрированных натуральных ароматобразующих веществ или без их применения, а также с использованием или без использования фруктового или овощного пюре или концентрированного пюре того же вида фруктов или овощей. Кроме того, концентрированный сок - сок, изготовленный путем физического воздействия удалением части содержащейся в нем воды с целью увеличения содержания растворимых сухих веществ не менее чем в два раза по сравнению с содержанием растворимых сухих веществ в восстановленном соке соответствующего наименования. В производстве концентрированного сока допускается применение диффузии конденсатом вторичных паров экстрактивных веществ измельченных фруктов или овощей той же партии, из которых был предварительно отделен сок, при условии, что жидкий продукт диффузии смешивается с данным соком внутриварочно до его концентрирования. В концентрированный сок могут быть возвращены жидкие концентрированные натуральные ароматобразующие вещества, полученные при производстве одноименного сока или из одноименных фруктов или овощей также, сухой сок - сок, изготовленный путем физического воздействия удалением из сока прямого отжима содержащейся в нем воды до воздушно-сухого порошкообразного состояния, и способный к брожению после восстановления питьевой водой, более того, свежееотжатый сок - сок, полученный из фруктов и овощей непосредственно перед употреблением. Свежееотжатый сок не должен подвергаться консервированию.

В процессе реализации проекта будут приобретены:

Сэндвич панели для морозильной камеры.

Агрегат морозильный

Линия розлива и укупорка

Конвейер

Стерилизатор

Парогенератор

5.2 Здания и сооружения

Планируемое оборудование планируется разместить в помещении площадью 300 кв.м.

5.3 Оборудование и инвентарь

Основное необходимое оборудование уже имеется необходимо лишь:

Морозильная камера с агрегатом.

Разливное оборудование, оснащенное стерилизатором парогенератором и конвейером.

5.4 Коммуникационная инфраструктура

Уже реализована.

Получаемая масса (мезга), состоящая из частиц размером 2-5 мм, поступает на прессование.

Прессование. Сок прямого отжима после осветления попадет сразу на розлив, для производства концентрированных соков ключевым этапом является прохождение через трехступенчатую вакуум-выпарную установку концерна "Твист-Офф".

Выпаривание. На первой стадии выпаривания, сок поступает в установку, где под действием вакуума и кратковременного нагрева освобождается от воды на 20-25%. В это же время происходит отбор натуральных летучих ароматизующих веществ, которые поступают на хранение в специальные емкости и находятся там до момента использования в процессе восстановления сока.

Осветление. После первого этапа выпаривания сок осветляют на установке ультрафильтрации. Система мембранных фильтров пропускает растворённые низкомолекулярные образования (кислоты, ароматические вещества, сахар) и задерживает «лишние» высокомолекулярные частицы (пектины, взвеси, крахмал).

Окончательное выпаривание. После ультрафильтрации осветлённый сок проходит окончательное выпаривание, охлаждается и поступает на хранение в крупнотоннажные маркированные емкости (танки). Концентрированные соки хранятся в помещении с регулируемым температурным режимом (0 до -2°C) и используются по мере необходимости в производстве как чистых, так и купажированных вкусов.

6 Организация, управление и персонал

Расчет заработной платы

тыс.тг.

№	Должность	Количество	оклад	Итого ЗП к начислению	Пенсионные отчисления	К выдаче	ФОТ
Адм.-управленческий персонал							
1	Директор	1	100	100	10	83	100
2	Бухгалтер	0,5	30	15	2	14	15
	Итого	2	130	115	12	97	115
Производственный персонал							
1	Заготовитель	1	40	40	4	35	40
2	Избивщик	1	40	40	4	35	40
	Итого	2	80	80	8	69	80
Обслуживающий персонал							
1	Специалист по АХЧ	1	40	40	4	35	40
	Итого	1	40	40	4	37	40
Вспомогательный персонал							
	Всего по персоналу	4,5	250	235	24	207	235

7. Реализация проекта

7.1 План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта займет период с марта 2017 по июль 2017 г.

Мероприятия\Месяц	2.018		
	3-4	5-6	7
Проведение маркетингового исследования и разработка ТЭО			

Решение вопроса финансирования			
Получение грантового финансирования			
Выбор помещения			
Поиск персонала			
Поставка оборудования, монтаж			
Размещение рекламы			
Начало работы			

7.2 Затраты на реализацию проекта

Оценка инвестиционных затрат представлена в следующей таблице.

Таблица 10 Инвестиционные затраты в 2017 г

Первоначальные инвестиции с НДС, тыс.тг.

тыс.тг.

				Итого
Наименование	Кол-во	Цена	Сумма	2017
Здания и сооружения			0	0
Оборудование			5.000	5.000
Три блока для розлива напитков	1	5.000	5.000	5.000
Оборотный капитал			500	500
Сырье	1	500	500	500
Итого			5.500	5.500

Цена за доставку оборудования включена в стоимость самого оборудования.

8. Эксплуатационные расходы

Эксплуатационные расходы состоят из переменных расходов.

Таблица 11 Переменные расходы в месяц, без НДС

Переменные расходы включают в себя затраты на сырье и упаковку.

Переменные расходы

Наименование	ед.изм.	цена, тг.	МорсСмородина	
			Нормарас хода	Суммана 1 шт.
Бутылка	шт.	70	1	70
Этикетка	шт	5	1	5
Крышка	шт.	5	1	5
Пленка	шт.	5	1	5
Электричество	шт.	10	1	10
Водаочищная	шт.	10	1	10
Раб.сила	шт.	10	1	10
Ягода	шт.	70	1	70
Сахар	шт.	25	1	25
Девольвация		7	1	7
Амортизация		5	1	5
Транспорт		10	1	10
Итого				232
Цена				271
Маржа				14

Наименование	ед.изм.	цена, тг.	МорсКлюква	
			Нормарас хода	Суммана 1 шт.
Бутылка	шт.	70	1	70
Этикетка	шт	5	1	5
Крышка	шт.	5	1	5
Пленка	шт.	5	1	5
Электричество	шт.	10	1	10
Водаочищная	шт.	10	1	10
Раб.сила	шт.	10	1	10
Ягода	шт.	130	1	130
Сахар	шт.	25	1	25
Девольваця		7	1	7
Амортизация		5	1	5
Транспорт		10	1	10
Итого				292
Цена				340
Маржа				14

Наименование	ед.изм.	цена, тг.	МорсМалина	
			Нормарас хода	Суммана 1 шт.
Бутылка	шт.	70	1	70

Этикетка	шт	5	1	5
Крышка	шт.	5	1	5
Пленка	шт.	5	1	5
Электричество	шт.	10	1	10
Водаочищная	шт.	10	1	10
Раб.сила	шт.	10	1	10
Ягода	шт.	75	1	75
Сахар	шт.	35	1	35
Девольвация		7	1	7
Амортизация		5	1	5
Транспорт		10	1	10
Итого				247
Цена				365
Маржа				32

Наименование	ед.изм.	цена, тг.	Морсбрусника	
			Нормарас хода	Суммана 1 шт.
Бутылка	шт.	70	1	70
Этикетка	шт	5	1	5
Крышка	шт.	5	1	5
Пленка	шт.	5	1	5
Электричество	шт.	10	1	10
Водаочищная	шт.	10	1	10

Раб.сила	шт.	10	1	10
Ягода	шт.	120	1	120
Сахар	шт.	35	1	35
Девольвация		7	1	7
Амортизация		5	1	5
Транспорт		10	1	10
Итого				292
Цена				365
Маржа				20

9. Общие и административные расходы

Таблица 12 Общие и административные расходы предприятия в месяц

Постоянные расходы в месяц

тыс.тг.

Затраты		2018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024
ФОТ		235	470	470	470	470	470	470
Содержание помещения	100	50	50	50	50	50	50	50
Реклама и продвижение		130	130	130	130	130	130	130
Услуги банка		10	10	10	10	10	10	10
Интернет		5	5	5	5	5	5	5
Коммунальные услуги		25	25	25	25	25	25	25
Хозяйственные товары		5	5	5	5	5	5	5
ГСМ		30	30	30	30	30	30	30
Прочие непредвиденные расходы		25	25	25	30	30	30	30
Итого		515	750	750	755	755	755	755

Аренда помещения рассчитывалась исходя из средней арендной ставки на рынке г. Шымкент.

Таблица 13 Расчет расходов на оплату труда, тг.

Расчет заработной платы

тыс.тг.

№	Должность	Количество	оклад	Итого ЗП к начислению	Пенсионные отчисления	К выдаче	ФОТ
	Адм.-управленческий персонал						
1	Директор	1	100	100	10	83	100
2	Бухгалтер	0,5	30	15	2	14	15

	Итого	2	130	115	12	97	115
	Производственный персонал						
1	Заготовитель	1	40	40	4	35	40
2	Избивщик	1	40	40	4	35	40
	Итого	2	80	80	8	69	80
	Обслуживающий персонал						
1	Специалист по АХЧ	1	40	40	4	35	40
	Итого	1	40	40	4	37	40
	Вспомогательный персонал						
	Всего по персоналу	4,5	250	235	24	207	235

Сумма расходов на оплату труда составляет 235 тыс. тенге в год.

10. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Таблица 14 Инвестиции проекта

Расходы, тыс.тг.	2.018
Инвестиции в основной капитал	5.000
Оборотный капитал	500
Всего	5.500

Финансирование проекта планируется осуществить за счет собственных средств инициатора проекта.

Таблица 15 Программа финансирования на 2017 гг.

Источник финансирования, тыс.тг.	Сумма	Период	Доля
Собственные средства	2.500	2018	45%
Заемные средства	3.000	2018	55%
Всего	5.500		100%

Эффективность проекта

11.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег).

11.2 Расчет прибыли и убытков

Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде показан в Приложении 2.

Таблица 16 Показатели рентабельности

Годовая прибыль (5 год), тыс.тг.	34.904
Рентабельность активов	27%

11.3 Проекция баланса

Коэффициенты балансового отчета в 2015 г. представлены в нижеследующей таблице.

Таблица 17 Коэффициенты балансового отчета

Доля основных средств в стоимости активов	0,11
Коэффициент покрытия обязательств собственным капиталом	3,1

Коэффициент покрытия рассчитан на 1 год проекта, т.к. проект не предусматривает привлечения заемного капитала

11.4 Финансовые индикаторы

Чистый дисконтированный доход инвестированного капитала при ставке дисконтирования 9% составил 432 245 тыс. тг.

Таблица 18 Финансовые показатели проекта

Внутренняя норма доходности (IRR)	72%
Чистая текущая стоимость (NPV), тыс.тг.	8.567
Окупаемость проекта (простая), лет	3,8
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	2,0

Таблица 19 Анализ финансовой устойчивости проекта, тыс.тг.

Анализ безубыточности проекта

тыс.тг.

Период	2018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	2024
Доход от реализации услуг	65.568	147.528	196.704	245.880	245.880	245.880	245.880
Балансовая прибыль	9.371	23.224	34.132	42.280	42.280	42.280	42.280
Полная себестоимость услуг	56.197	124.304	162.572	203.600	203.600	203.600	203.600
Постоянные издержки	4.453	9.500	9.500	9.560	9.560	9.560	9.560
Переменные издержки	51.744	114.804	153.072	194.040	194.040	194.040	194.040
Сумма предельного дохода	13.824	32.724	43.632	51.840	51.840	51.840	51.840
Доля предельного дохода в выручке	0,211	0,222	0,222	0,211	0,211	0,211	0,211
Предел безубыточности	21.122	42.828	42.828	45.344	45.344	45.344	45.344
Запас финансовой устойчивости предприятия (%)	68%	71%	78%	82%	82%	82%	82%
Безубыточность	32%	29%	22%	18%	18%	18%	18%

Социально-экономическое и экологическое воздействие

12.1. Социально-экономическое значение проекта

Данный регион располагает достаточными трудовыми ресурсами для реализации данного проекта, в связи с чем деятельность Компании будет обеспечена кадрами из местных рабочих. Специфичность и уникальность технологического процесса предполагает наличие квалифицированных специалистов, что, в свою очередь, будет способствовать повышению образовательного уровня персонала Компании. Помимо этого, реализация данного проекта позволит освоить современные технологии производства соков, а также перспективные системы практического управления сбытом и продвижением товаров на рынке. Данный проект полностью соответствует потребностям развития экономики страны, т.к. его реализация будет соответствовать развитию деятельности производства сокосодержащих напитков, отвечающих мировым стандартам, тем самым способствуя вытеснению импорта иностранной продукции. Представленный проект является на сегодняшний день достаточно актуальным. Данный проект будет способствовать:

Увеличению товарооборота в регионе;

В перспективе вытеснению импорта на данном сегменте рынка;

Создание здоровой конкурентной среды среди оптовых и розничных реализаторов соков на местном рынке (в период непогоды - недоступностью товара для ввоза);

Созданиеновыхрабочихмест;

Созданиеналогооблагаемойбазы.

Организация современного производственного комплекса позволит обеспечить потребителей данного региона качественной продукцией в любое время года, тем самым значительно улучшив качество и уровень жизни потенциальных потребителей.

12.2. Воздействие на окружающую среду

Проект не требует дополнительной экологической экспертизы, т.к. применяемая технология обеспечивает соблюдение всех необходимых экологических норм. Данная деятельность безопасна для окружающей среды и будет проходить в строгом соответствии с правилами и законами Республики Казахстан. Экологические риски, связанные с данной деятельностью минимальны.

Таблица 20 График реализации природоохранных мероприятий в рамках проекта

Цель мероприятия	Мероприятие
Снижение негативного воздействия на природу	1. Применение природоохранной технологии 2. Сведение к минимуму вредных воздействий на окружающую природную среду
Защита окружающей среды	1. Повторное использование дренажных вод
Выявление возможных вредных воздействий на окружающую среду	1. Систематическая проверка

В целях снижения негативного воздействия на природу в планах предприятия — применение природоохранной технологии, сведение к минимуму вредных воздействий на окружающую природную среду. В целях минимизации воздействия на окружающую среду со стороны технологического процесса, а также исходя из соображений экономического характера, представляется целесообразным повторное использование дренажных вод. Для этого в проект включена система сбора и повторного использования дренажа.

**Приложение 1. Прогноз
движения денежных
средств (CashFlow)**

	тыс.тг.							
Наименование	ВСЕГО	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
		ВСЕГО	ВСЕГО	год	год	год	год	год
Остаток денежных средств на начало периода	0 0	369	1.964	7.090	12.988	18.886	24.784	
Операционная деятельность								
Поступление	1.393.320	65.568	147.528	196.704	245.880	245.880	245.880	245.880
МорсСмородина	276.420	13.008	29.268	39.024	48.780	48.780	48.780	48.780
МорсКлюква		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700
МорсМалина		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700
Морсбрусника		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700

Выбытие	1.363.138	65.699	145.933	191.578	239.982	239.982	239.982	239.982
Затраты на сырье	1.095.780	51.744	114.804	153.072	194.040	194.040	194.040	194.040
Административные расходы	58.360	4.120	9.000	9.000	9.060	9.060	9.060	9.060
Проценты за кредит	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ	41.800	1.967	4.426	5.901	7.376	7.376	7.376	7.376
Выплата НДС	167.198	7.868	17.703	23.604	29.506	29.506	29.506	29.506
Результат операционной деятельности	30.182	-131	1.595	5.126	5.898	5.898	5.898	5.898
Инвестиционная деятельность								
Поступление								
Выбытие	5.000	5.000	0	0	0	0	0	0
Приобретение ОС и НА	5.000	5.000	0					
Результат инвестиционн	-5.000	-5.000						

ой деятельности								
недостача избыток денср едств								
Финансовая деятельность								
Поступление	5.500	5.500	0	0	0	0	0	0
Поступления по вкладам учредителей	2.500	2.500	0					
Поступления по гранту	3.000	3.000	0					
Выбытие	0	0	0	0	0	0	0	0
Выплаты по дивидендам учредителям	0	0	0					
Выплаты по кредитам	0	0	0	0	0	0	0	0
Результат финансовой деятельности	5.500	5.500	0	0	0	0	0	0
Чистые потоки денежных средств	30.682	369	1.595	5.126	5.898	5.898	5.898	5.898
Остаток на конец	30.682	369	1.964	7.090	12.988	18.886	24.784	30.682

отчетного периода								
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

**Приложение 2. Отчет о доходах
и расходах**

ТЫС.ТГ.

Наименование	ВСЕГО	2018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024
		Итого	Итого	год	год	год	год	год
Доход от реализации продукции, услуг	1.393.320	65.568	147.528	196.704	245.880	245.880	245.880	245.880
МорсСмородина	276.420	13.008	29.268	39.024	48.780	48.780	48.780	48.780
МорсКлюква		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700
МорсМалина		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700
Морсбрусника		17.520	39.420	52.560	65.700	65.700	65.700	65.700
Себестоимостьреализ. товаров, услуг	1.095.780	51.744	114.804	153.072	194.040	194.040	194.040	194.040

Затраты на сырье	1.095.780		51.744	114.804	153.072	194.040	194.040	194.040	194.040
	0								
Валовая прибыль	297.540		13.824	32.724	43.632	51.840	51.840	51.840	51.840
Расходы периода	58.360		4.120	9.000	9.000	9.060	9.060	9.060	9.060
Амортизация	3.333		333	500	500	500	500	500	500
Расходы по процентам за кредиты	0		0	0	0	0	0	0	0
Доходные выплаты на налогов	235.847		9.371	23.224	34.132	42.280	42.280	42.280	42.280
Налог на деятельность ИП, налоги от ФОТ	41.800		1.967	4.426	5.901	7.376	7.376	7.376	7.376
Чистый доход	194.047		7.404	18.798	28.231	34.904	34.904	34.904	34.904
Кумулятивный чистый доход	194.047		7.404	26.202	54.433	89.336	124.240	159.143	194.047

Баланс

ТЫС.ТГ.

Наименование		2018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	
		Итого	Итого						
Активы		0	12.903	31.702	59.933	94.837	129.740	164.644	199.547
Текущие активы		0	8.237	27.536	56.266	91.670	127.073	162.477	197.880
Денежные средства			369	1.964	7.090	12.988	18.886	24.784	30.682
Дебиторская задолженность			2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591	2.591
Запасы			360	360	360	360	360	360	360
Прочие краткосрочные активы			4.917	22.621	46.225	75.731	105.236	134.742	164.247
Долгосрочные активы		0	4.667	4.167	3.667	3.167	2.667	2.167	1.667
Основные средства			4.667	4.167	3.667	3.167	2.667	2.167	1.667
Прочие долгосрочные активы			0	0	0	0	0	0	0
Пассивы		0	12.904	31.702	59.933	94.836	129.740	164.643	199.547
Краткосрочные обязательства		0	0	0	0	0	0	0	0
Краткосрочная кредиторская задолжен				0	0	0	0	0	0

ность									
Прочие краткосрочные обязательства									
Долгосрочные обязательства		0	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Обязательства по грантам			3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Капитал		0	9.904	28.702	56.933	91.836	126.740	161.643	196.547
Уставный капитал			2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Прибыль			7.404	26.202	54.433	89.336	124.240	159.143	194.047