**Содержание**

[Введение 3](#_Toc40803136)

[1. Обзорный раздел (резюме) 4](#_Toc40803137)

[2. Описание предприятия 0](#_Toc40803138)

[3. Описание продукции 6](#_Toc40803139)

[4. Анализ рынка 0](#_Toc40803140)

[0. Производственный план 16](#_Toc40803141)

[6. Маркетинговый план 21](#_Toc40803142)

[7. Финансовый план 23](#_Toc40803143)

[8. Риски 20](#_Toc40803144)

[Заключение 28](#_Toc40803145)

[Список использованной литературы 20](#_Toc40803146)

Приложения

# Введение

Планирование является нормой любой предпринимательской деятельности. Бизнес-план представляет собой четко структурированный документ, в котором обосновывается привлекательность и рентабельность инвестиционного проекта, его направленность, количественные и качественные показатели его эффективности. В нем характеризуются основные аспекты деятельности коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается, обосновываются возможности их решения за счет реализации намечаемого инвестиционного проекта.

Составление бизнес-плана дает объективное представление о возможностях производства, позволяет продумать будущие действия. Чем лучше составлен бизнес-план, тем меньше неожиданностей всплывет в ходе реализации проекта.

Целью настоящей работы является разработка бизнес-плана предприятия по производству фиточая ООО «Ачинские травы».

Для реализации цели поставлены следующие задачи:

* определить характер деятельности и возможности фирмы, ассортимент выпускаемой продукции;
* проанализировать рынки сбыта и конкуренцию на них;
* составить производственный и маркетинговый план;
* сформировать стратегию финансирования проекта, рассчитать финансовые результаты от его реализации;
* определить основные риски для предприятия.

# 1. Обзорный раздел (резюме)

Предлагаемый проект предполагает создание предприятия по производству фиточая ООО «Ачинские травы».

Рынок фиточаев может быть охарактеризован как растущий и инвестиционно привлекательный. Ежегодный рост продаж этого продукта составляет 10-12 %. По мнению экспертов, эта положительная тенденция в ближайшие годы сохранится.

Конкуренция на рынке фиточаев существует, однако основные конкуренты проектируемого предприятия – ООО «Сибирское здоровье» и ООО «Алтайский целитель» – специализируются на фиточаях из таежных и алтайских трав, тогда как у ООО «Ачинские травы» упор будет сделан на Ачинское сырье .

Для обеспечения деятельности предприятия потребуется приобрести специализированное оборудование на сумму 3,4 млн. руб. С учетом собственных средств предпринимателя необходимый объем инвестиций составляет 3,0 млн. руб.

Чистая текущая стоимость проекта (NPV) составляет 2,0 млн. руб. Внутренняя норма прибыли (IRR) 11 %, скорректированная с учетом нормы реинвестиции внутренняя норма доходности (MIRR) – 10 %. Индекс прибыльности инвестиций (PI) составляет 0,7.

Точка безубыточности в натуральном эквиваленте составляет 3801 ед. при производственной программе 26,6 тыс. ед. на начало реализации проекта, в денежном эквиваленте – 184 802,7 руб. Согласно производственному плану, порог безубыточности будет достигнут уже в первом квартале 2021 г.

# 2. Описание предприятия

Производственная компания ООО «Ачинские травы» представляет собой небольшой цех по изготовлению травяного чая в разовых пакетиках. Готовая продукция реализуется в аптеки, супермаркеты, магазины г. Тулы, а также планируется выход на российские рынки травяного чая.

Основой принцип работы ООО «Ачинские травы» – качественное сырье, которое собирается в экологически чистых районах Республики Крым.

Предприятие зарегистрировано в качестве общества с ограниченной ответственностью «Ачинские травы» (ООО «Ачинские травы»). Открытие производственного цеха и офиса планируется по адресу: г. Тула, ул. Новотульская, 7. Общая площадь арендованных помещений составит 170 м2.

Для обеспечения деятельности предприятия потребуется приобрести специализированное оборудование на сумму 3,4 млн. руб. Необходимый штат сотрудников составит 16 человек.

Продвижению фиточаев будет способствовать маркетинговая политика предприятия, которая включает в себя рекламу продукции, проведение дегустаций, предоставление скидок.

# 3. Описание продукции

Слово «фиточай» состоит из двух корней: греческого «фито», что означает «растение», и китайского «чай» – напиток, приготовленный путем заваривания предварительно подготовленного растительного материала. Таким образом, фиточай – это растительный напиток, получаемый при заваривании кипятком плодов, цветков, стеблей или корней растений, не содержащих кофеина. В настоящее время фиточаев существует огромное количество, производители выпускают более 100 наименований этого напитка.

Фиточаи подразделяются на травяные (с использованием иван-чая, листьев черной смородины, мяты), плодово-ягодные и смешанные, содержащие как листья растений, так и их плоды. Отдельно стоят функциональные чаи для похудения, которые могут содержать зеленый чай. Спрос на них растет весной и летом. В целом для группы фиточаев характерны сезонные колебания спроса на уровне 20-­30 %, а период спада приходится на лето.

Производитель фиточая вправе реализовывать его без рецепта, поскольку этот напиток не является лекарственным средством. Но так как фиточай оказывает непосредственное воздействие на организм человека и может повлиять на функционирование внутренних органов, перед его употреблением рекомендуется проконсультироваться с врачом.

Качественным можно считать фиточай только того производителя, который производит их в соответствии со стандартами ISO 0001-2000 и ISO 22000-2000, что подтверждается наличием сертификата. Кроме того, он должен обладать обязательными свойствами:

* положительным воздействием на человеческий организм;
* полным отсутствием любых побочных эффектов;
* возможность длительного применения;
* безвредностью и безопасностью.

Травяные напитки, изготовленные под брендом «Ачинские травы», отличает превосходный вкус, свежесть и полезные свойства продукции. Система заготовления трав в Крыму получила свое развитие еще в советские годы, когда создавались целые колхозы по выращиванию и переработке сырья. В настоящее время сбор трав в Крыму осуществляется в Бельбекской долине, высокогорье Демерджи, у подножья Ай-Петри. Травы, которые выросли на Ачинской земле, высушивают, измельчают и расфасовывают по разовым пакетикам для удобства потребителей и сохранение полезных свойств травяных сборов.

Ассортиментный перечень продукции, планируемой к производству ООО «Ачинский чай», приведен в таблице 1.

Таблица 1

Ассортимент предлагаемой продукции ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Вес единицы изделия, пак./гр. | Оптовая цена за единицу |
| Сбор однокомпонентный |  |  |
| Липа | 00/2 | 32 |
| Чабрец | 00/2 | 30 |
| Шиповник | 00/2 | 38 |
| Иван-Чай | 00/2 | 33 |
| Зверобой | 00/2 | 30 |
| Сборы двухкомпонетные |  |  |
| Липа+шиповник | 00/2 | 30,6 |
| Зверобой+мята | 00/2 | 40,2 |
| Зверобой+чабрец | 00/2 | 42,3 |
| Зверобой+шиповник | 00/2 | 40,0 |
| Сборы лекарственные |  |  |
| Слабительный | 00/2 | 38 |
| Успокоительный | 00/2 | 42 |
| Витаминный | 00/2 | 43 |
| Фито-сбор №1 | 00/2 | 44 |
| Фито-сбор №2 | 00/2 | 40 |
| Сбор грудной | 00/2 | 40 |
| Урологический | 00/2 | 47 |
| Желудочно-кишечный | 00/2 | 40 |
| Фитоседан | 00/2 | 40 |

Пакетированный чай был изобретен в 1004 году. Его отличительная особенность по сравнению с листовым чаем – степень измельченности листа. Мелкие чаинки, собранные в пакетик, вследствие большей поверхности, которая взаимодействует с водой, отдают ей больше веществ за меньший промежуток времени, нежели большой лист. Именно поэтом чайный пакетик быстрее и эффективнее заваривается.

Ароматный фиточай не только согревает, но и помогает поддержать здоровье. Так, при простудах рекомендовано пить чай из липы, он действует как жаропонижающее средство. Также такой чай снимает спазм желудка. Чай с чабрецом ценится за высокое содержание антиоксидантов, полезных для зрения, работы сердца, кожи, состояния ЖКТ. Содержащийся в листьях чабреца тимол способен заменить антибиотики широкого спектра действия, не нагружая иммунную систему. Чай из ягод шиповника используют для лечения воспалительных процессов, а также как средство, стимулирующее иммунные силы организма, нормализующее общий обмен веществ и метаболические процессы. Иван-чай – это напиток для нормализации сна, успокоения нервной системы, снятия напряжения и стресса. Чай со зверобоем нормализует работу нервной системы, улучшает обмен веществ.

Невысокая ценовая категория продукции ООО «Ачинские травы» будет соответствовать потребностям и возможностям всех групп населения.

# 4. Анализ рынка

Фитотерапия широко используется во всем мире. Мировой рынок трав составляет порядка 60 миллиардов долларов в год. Лидерами по производству являются Китай, Индия, Нигерия, Соединенные Штаты Америки, которые ежегодно осуществляют значительные инвестиционные вложения в разработку новых травяных препаратов.

В России в настоящий момент зарегистрировано около 100 производителей препаратов из растительного сырья. Общий годовой объем продаж в России составляет порядка 0 миллиардов рублей (примерно 81 миллион упаковок). Только пятая часть компаний работает на федеральном уровне, остальные в основном реализуют свою продукцию на региональном уровне. Это создает определенные ниши для развития бизнеса продажи травяных чаев, так как наладить сотрудничество с производителями, не представленными в определенном регионе, достаточно просто, а транспортировка таких препаратов не представляет проблем ввиду их небольшого веса и отсутствия сложных требований к транспортировке.

Рост рынка трав в России, по оценкам экспертов, составляет около 0-6% в год. Это не очень большие темпы, однако они значительно превышают темпы роста в других отраслях экономики РФ. В целом, рынок может быть охарактеризован как растущий и инвестиционно привлекательный. Маркетологи отмечают, что производство фиточая является перспективным направлением.

Продажи трав составляют в России около 2-3% от общего рынка продажи лекарственных препаратов. Это достаточно скромный показатель, так как в развитых странах этот показатель колеблется на уровне около 10%. Так как Россия, в целом, следует общим экономическим тенденциям развитых стран, то в ближайшие годы следует ожидать кратное увеличение продаж препаратов, сделанных на основе трав, в том числе фиточаев. По данным различных исследований, россияне тратят на чай порядка 2,0-3% доходов – этот показатель больше, чем в других странах. Отечественный рынок чая является одним из немногих, на котором уровень потребления опережает аналогичный показатель в Европе. Как правило, спрос на чайные напитки меняется в течение года, наибольшее падение спроса приходится на летнее время.

На российском рынке фиточая присутствуют как отечественные, так и зарубежные торговые марки. Среди зарубежных марок получили известность ТМ Milford и ТМ Goldhand (Германия), ТМ MlesnA (Шри-Ланка). Среди российских производителей можно отметить ООО «НПК "Витамир"», НПФ ООО «Алтайский букет».

Среди отечественных поставщиков и производителей трав можно выделить такие предприятия как: АО «Красногорсклекартва»; ООО «Алтайвита»; ООО «Травы Кавказа»; ООО «АлтайЭкспорт»; ЗАО «Эвалар»; ООО «ФК «РИА ПАНДА»; АО «Медиафарм»; ООО «ТАМУС»; ООО «Спецсельхозпредприятие «Женьшень»; ООО «Агроресурсы». Среди зарубежных поставщиков основные компании родом из Индии, Китая, стран Южной Америки.

Большой выбор поставщиков трав позволяет выбрать лучшие условия поставок с учетом оптимального размера партии и периодичности поставок. Некоторые поставщики предлагают поставки с возможностью рассрочки платежа.

Оптовые поставки начинаются от 0 килограмм веса и пяти тысяч рублей стоимости заказа, при этом каждый поставщик представляет к продаже десятки наименований трав. Таким образом, можно сформировать ассортимент производимой продукции с минимальными вложениями.

В Туле травяные сборы и чаи представлены, как правило, в продовольственных магазинах и аптеках. Характеристика основных рынков сбыта приведена в таблице 2.

Таблица 2

Основные характеристики рынков сбыта травяного чая

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сегмент рынка | Ценовая категория | Емкость рынка | Поставщик травяного чая |
| 1. Продовольственные магазины |  |  |  |
| - эконом-класса | Низкая и средняя | 10% | Заводской, массовый выпуск |
| - среднего класса | Средняя и высокая | 30% | Заводской массовый выпуск |
| 2. Аптеки | Средняя и высокая | 00% | Заводской массовый выпуск |

Исходя из того, что в магазинах и аптеках можно встретить травяные сборы и чаи в основном массового производства, качество которого находится на невысоком уровне, спрос на продукцию нашей фирмы ожидается довольно высокий. Продукция ООО «Ачинские травы» будет реализовываться как оптовым покупателям, так и непосредственно в магазины.

Проведем оценку факторов конкурентоспособности ООО «Ачинские травы» и двух его основных конкурентов в Туле (таблица 3).

Таблица 3

Оценка факторов конкурентоспособности ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы конкурентоспособности | ООО «Ачинские травы» | Главные конкуренты |
| ООО «Сибирское здоровье» | ООО «Алтайский целитель» |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Товар |  |  |  |
| 1.1. качество | 0 | 0 | 4 |
| 1.2. технико-экономические показатели | 0 | 0 | 4 |
| 1.3. престиж торговой марки | 4 | 0 | 0 |
| 1.4. упаковка | 0 | 4 | 4 |
| 1.0. уникальность | 0 | 4 | 3 |
| 2. Цена |  |  |  |
| 2.1. продажная | 0 | 4 | 4 |
| 2.2. процент скидки с цены | 4 | 0 | 3 |
| 2.3. сроки платежа | 3 | 0 | 4 |
| 2.4. условия предоставления кредита | 3 | 0 | 3 |
| 2.0. условия финансирования покупки | 3 | 0 | 4 |
| 3. Каналы сбыта |  |  |  |
| 3.1. формы сбыта: |  |  |  |
| - прямая доставка | 4 | 0 | 0 |
| - торговые представители | 0 | 0 | 0 |

Продолжение таблицы 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| - оптовые посредники | 0 | 0 | 0 |
| 3.2. степень охвата рынка | 4 | 0 | 0 |
| 3.3. размещение складских помещений | 4 | 4 | 0 |
| 3.4. система транспортировки | 4 | 4 | 0 |
| 3.0. система контроля запасов | 0 | 4 | 4 |
| 4. Продвижение товаров на рынках |  |  |  |
| 4.1. реклама: |  |  |  |
| - для потребителей | 0 | 4 | 4 |
| - для торговых посредников | 4 | 0 | 4 |
| 4.2. индивидуальная продажа |  |  |  |
| - стимулирование потребителей | 0 | 4 | 4 |
| - демонстрационная торговля | 0 | 4 | 4 |
| - показ образцов товаров | 0 | 4 | 4 |
| 4.3. продвижение товаров по каналам сбыта: |  |  |  |
| - продажа на конкурсной основе | 3 | 0 | 4 |
| - премии торговым посредникам | 4 | 0 | 4 |
| 4.4. продажа товаров через СМИ | 3 | 0 | 0 |
| Общее количество баллов: | 107 | 110 | 100 |

Как видно из таблицы 3, ООО «Ачинские травы» по количеству баллов незначительно превосходит ООО «Алтайский целитель» и немного уступает ООО «Сибирское здоровье».

Проведем анализ производственного и хозяйственного профиля основных конкурентов и их рыночной стратегии (таблица 4).

Таблица 4

Анализ профиля основных конкурентов

|  |  |
| --- | --- |
| Группы показателей | Основные конкуренты |
| ООО «Сибирское здоровье» | ООО «Алтайский целитель» |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. Рынок |  |  |
| 1.1. размеры рынка | 30% | 10% |
| 1.2. степень вхождения на рынок | высокая | низкая |
| 1.3. рыночный спрос | высокий | средний |
| 1.4. рыночная диверсификация | развита | не развита |
| 2. Продукция |  |  |
| 2.1. жизненный цикл изделий | зрелость | зрелость |
| 2.2. конкуренция изделий | Лидирует по объемам и цене в городе  | Имеются конкуренты среди местных производителей |
| 2.3. ассортимент продукции | более 20 наименований | 10 наименований  |
| 2.4. вкусовые качества продукции | отличное | хорошее |

Продолжение таблицы 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 2.0. пересмотр ассортимента изделий | ежегодное обновление ассортимента  | по необходимости |
| 3. Цены |  |  |
| 3.1. новые изделия | среднерыночные | среднерыночные |
| 3.2. выпускаемые изделия | средние | высокие |
| 4. Продвижение товаров |  |  |
| 4.1. реклама | ежемесячно | нерегулярная |
| 4.2. сбытовые службы | сбытовая служба организована на высоком уровне | служба сбыта недостаточно развита |
| 4.3. содействие сбытовым службам | осуществляется | осуществляется редко |
| 0. Организация сбыта и распределения товаров на рынке |  |  |
| 0.1. структура каналов сбыта | разнообразна | только оптовые продажи |
| 0.2. размеры каналов сбыта | Через оптовиков - 70%, через свою сеть магазинов – 30% | 100% оптовые продажи |
| 0.3. развитие сбытовой сети | в городе и области | только в городе |
| 0.4. контроль за каналами сбыта | высокий | средний |

Систематизируем сильные и слабые стороны фирмы в конкурентной борьбе (таблица 0).

Таблица 0

Оценка сильных и слабых сторон ООО «Ачинские травы»

|  |  |
| --- | --- |
| Группы показателей | Оценка позиции |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 |
|  | 1 | 11 | 111 | 1V | V |
| 1. Финансы |   |   |   |   |   |
| 1.1. структура активов |   |   |   | \* |   |
| 1.2. потребительский кредит |   |   | \* |   |   |
| 1.3. инвестиционные ресурсы |   |   |   | \* |   |
| 1.4. движение денежной массы |   |   | \* |   |   |
| 1.0. положение по безубыточному ведению дел |   |   |   | \* |   |
| 1.6. отношение объема продаж к стоимости активов |   |   |   | \* |   |
| 1.7. отношение основного и оборотного капитала |   |   |   | \* |   |
| 1.8. эффективность выполнения бюджета предприятия |   |   |   | \* |   |
| 1.0. новые инвестиции |   |   |   | \* |   |
| 2. Производство |   |   |   |   |   |
| 2.1. использование производственных мощностей |   |   | \* |   |   |
| 2.2. гибкость перехода на выпуск новой продукции |   |   | \* |   |   |
| 2.3. количество рабочей силы |   |   |   | \* |   |
| 2.4. производительность труда |   |   |   | \* |   |
| 2.0. запасы сырья |   |   | \* |   |   |
| 2.6. объем продаж на одного работника |   |   |   | \* |   |

Продолжение таблицы 0

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 |
| 2.7. объем продаж на единицу капиталовложений |   |   | \* |   |   |
| 2.8. возраст технологического оборудования |   |   |   |   | \* |
| 2.0. контроль качества |   |   |   | \* |   |
| 2.10. своевременность поставок готовой продукции |   |   | \* |   |   |
| 2.11. продолжительность простоя оборудования по организационно-техническим причинам |   |   | \* |   |   |
| 2.12. наличие производственных площадей для расширения производства |   |   |   |   | \* |
| 2.13. размещение оборудования |   |   |   |   | \*  |
| 3. Организация и управление |   |   |   |   |   |
| 3.1. отношение численности АУП к численности рабочих |   |   |   | \* |   |
| 3.2. система коммуникаций |   |   | \* |   |   |
| 3.3. четкость разделения полномочий и функций в аппарате управления |   |   | \* |   |   |
| 3.4. текучесть управленческих кадров |   |   | \* |   |   |
| 3.0. качество используемой в управлении информации |   |   |   | \* |   |
| 3.6. скорость реагирования управления на происходящие изменения |   |   |   | \* |   |
| 3.7.число уровней управления |   |   | \* |   |   |
| 4. Маркетинг |   |   |   |   |   |
| 4.1. доля рынка сбыта, контролируемая фирмой |   |   | \* |   |   |
| 4.2. репутация товаров на рынке |   |   |   | \* |   |
| 4.3. престиж торговой марки |   |   | \* |   |   |
| 4.4. расходы по сбыту товаров |  |  | \* |  |  |
| 4.0. уровень обслуживания потребителей |   |   |   | \* |   |
| 4.6. организационные и технические средства для сбыта продукции |   |   |   | \* |   |
| 4.7. торговый аппарат фирмы |   |   | \* |   |   |
| 4.8. цены на товары и услуги |   |   |   | \* |   |
| 4.0. число потребителей товаров и услуг |   |   | \* |   |   |
| 4.10. качество поступающей о рынке информации |   |   |   | \* |   |
| 0. Рабочая сила |   |   |   |   |   |
| 0.1. общее число работников фирмы |   |   |   | \* |   |
| 0.2. производственный персонал |   |   |   | \* |   |
| 0.3. торговый и сбытовой персонал |   |   |   | \* |   |
| 0.4. ученые и инженеры |   |   |   | \* |   |
| 0.0. мастера |   |   |   | \* |   |
| 0.6. менеджеры среднего уровня |   |   |   | \* |   |
| 0.7. менеджеры высшего уровня |   |   |   |   | \* |
| 0.8. расходы по обучению и подготовке кадров |   |   |   | \* |   |
| 0.0. текучесть кадров |   |   |   | \* |   |
| 6. Технология |   |   |   |   |   |
| 6.1. технология изготовления продукции |   |   |   |   | \* |
| 6.2. внедрение новых технологий |   |   |   | \* |   |
| 6.3. получение патентов и изобретения |   | \* |   |   |   |
| 6.4. организация НИОКР |   |   | \* |   |   |
| 6.0. мощность инженерно-конструкторской базы. |   |   |   | \* |   |

Таким образом, как показывает проведенный анализ, конкуренция у предприятия имеется и необходимо приложить немало усилий, чтобы завоевать рынок.

Факторы, которые могут негативно повлиять на сбыт фиточая ООО «Ачинские травы»:

* конкурентоспособная цена других предприятий;
* технологические разработки качественной и более дешевой продукции;
* давление (диктат цен, условий) со стороны крупных сетевых клиентов и крупных поставщиков;
* появление новых фирм-производителей.

Возможные действия по уменьшению такого влияния:

* укрепление имиджа компании, поддержание высокого уровня известности;
* сохранение и увеличение доли на рынке и выход на рынки соседних регионов;
* постоянное исследование рынка и потребностей потребителей, оптимизация ассортимента и ценового позиционирования фиточаев;
* выведение на рынок уникальных разработок;
* система постоянного контроля над сохранением высокого качества продуктов;
* улучшение сервиса обслуживания покупателей.

# 0. Производственный план

Производство фиточая предполагается в фильт-пакетах. Процесс изготовления разбит на несколько этапов. Вначале производитель фиточая закупает сырье – сборы лечебных и лекарственных трав, которые растут в экологически чистых регионах России. После этого все собранные травы подвергаются тщательному анализу на соответствие отечественным и международным стандартам в плане абсолютной безопасности, а также на предмет наличия лечебных свойств. При этом для контроля качества и безопасности существует более пятнадцати параметров.

Далее из отсортированного сырья технолог составляет композиции по заранее утвержденным техническим условиям, в которых содержатся рецепты различных фиточаев. Особо стоит отметить, что все фиточаи не содержат в своем составе сильнодействующих веществ. Они, скорее, оказывают постепенное и мягкое воздействие на человеческий организм.

Для производства и реализации продукции ООО «Ачинские травы» потребуется взять в аренду производственную площадь (таблица 6).

Таблица 6

Ежемесячные затраты на аренду

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Место аренды | Адрес | Стоимость 1 м2 в месяц, руб. | Потребность, м2 | Сумма, руб. |
| Производственный цех и офис | г. Тула, ул. Новотульская, 7 | 000 | 170 | 06200 |

Месячный объем производства продукции можно рассчитать по следующей формуле:

, (1)

где Ср – количество комплектов оборудования для организации деятельности, ед., (Ср = 1);

Треж – месячный режимный фонд времени работы предпринимателя (2 смены по 8 часов (Треж = 30·16 = 480 часов);

Σ Нвр – суммарная трудоемкость (норма времени) на производство расчетной единицы продукции на расчетную единицу оборудования, час (ΣНвр = 0,4).

ед. продукции.

Составим производственную программу (Приложение 1).

Для производства пакетированного фиточая ООО «Ачинские травы» необходимо приобрести фасовочный комплекс ТЕКО 3А-10 и весовой дозатор. Произведем расчеты технологической подготовки производства (таблица 7). Суммарная норма времени на единицу продукции на данном производстве составляет 87,0 руб.

Таблица 7

Результаты технологической подготовки производства, применяемой на будущем оборудовании ТЕКО 3А-10

|  |  |
| --- | --- |
| Рабочие по операциям | Технологическое оборудование |
| Наименование операции, работ | Норм. времени на опер. час\* | Кол-во чел. | Профессия | Наименование оборуд. | Электр. мощн. обор., кВт | Кол- во об, ед. | Цена ед. обор., руб. |
| Дозирование | 0,1 | 1 | Технолог | Весовой дозатор | 100 | 1 | 30 |
| Автоматическая фасовка | 0,20 | 3 | Рабочий | Комплекс Теко 3А-10 | 30 | 1 | 26,20 |
| Автоматическая упаковка | 0,1 | - | - |  | 30 | 1 | 26,20 |
| ИТОГО | ΣНвр0,4 | 4 |  |  |  | 2 | 87,0 |

Рассчитаем затраты, связанные с пуско-наладкой (таблица 8).

Все издержки производства рассчитаем по формуле:

Спр. = См+ Сэ + Сзп + Сстрх + Спх, (2)

где См - стоимость сырья, материалов и комплектующих изделий;

Сэ - стоимость энергии и топлива на технологические цели;

Сзп - заработная плата основных производственных рабочих;

Сстрх - отчисления в страховые фонды;

Спх - общепроизводственные и общехозяйственные расходы.

Таблица 8

Затраты, связанные с пуско-наладкой комплекса ТЕКО 3А-10

|  |  |
| --- | --- |
| Расчет затрат на пусконаладочные работы | Стоимость, руб. |
| Стоимость комплекса ТЕКО 3А-10 | 3 400 000 |
| Доставка комплекса | 120 000 |
| Расчистка площадки | 20 000 |
| Подведение коммуникаций | 100 000 |
| Подведение электричества | 80 000 |
| Заливка бетонной площадки | 87 000 |
| Установка комплекса | 20 000 |
| Запуск комплекса | 30 000 |
| Затраты на электроэнергию | 1 000 |
| Стоимость инвентаря | 12 300 |
| Стоимость защитного снаряжения для персонала | 14 200 |
| Затраты на нематериальные активы (обучение персонала) | 10 100 |
| Итого затрат на пусконаладку | 3 801 100 |

Стоимость сырья, основных материалов и покупных комплектующих изделий определим по формуле:

См = В'м  Цм  Нм, (3)

где В'м - объем производства, принятый для расчетов, ед.,

Цм - текущая цена на единицу продукции, руб.,

Нм - норма расхода материала на изделие в соответствующих натуральных единицах.

Предварительно произведем расчет расходов сырья и материалов (таблица 0). По результатам таблицы 0 можно сделать вывод, что на производство одного пакетика чая будет затрачиваться материала на сумму 1,00 руб.

Таблица 0

Норма расходов сырья и материалов при производстве фиточая

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Материалы | ед. изм. | Нормы расхода сырья, материалов на расчетную единицу продукции | Цена единицы материала, руб. | Общая стоимость материалов на расчет. ед., руб. |
| Термосвар. пленка А-42 | кг | 0 | 0,01 | 0,00 |
| Сырье | м3 | 2 | 0,0 | 1,0 |
| ИТОГО |  |  |  | 1,00 |

См=00381,00+00821,00+70171,00=326 360 руб.

Стоимость электроэнергии на технологические нужды рассчитывается по формуле:

Сэ = Ру В'м  Σt Км  Цэ, (4)

где Ру - установленная электрическая мощность технологического оборудования, кВт;

В'м - объем производства, принятый для расчетов, ед.,

Σt - норма времени использования электропотребителя на единицу продукции, час;

Км - коэффициент использования мощности, Км = 0,8;

Цэ - стоимость (тариф) 1 кВт/ч электроэнергии (принимается по текущим ценам), руб/кВт/ч.

Сэ = 1000,10,83,0 + 00820,200,83,0 + 701740,10,83,0 = 217 420 + 203 831 + 163 060 + 60217=632 120 руб.

Зарплату основных производственных рабочих рассчитаем по формуле:

Сз.п = В'м  ΣНвр  Тст  Кдоп, (0)

где ΣНвр - суммарная норма времени (труда рабочих, предпринимателя) на изготовление продукции по операциям, принимается из табл. 7, норма-час.

Тст - средняя часовая тарифная ставка на выполнение работ по операциям, сложившаяся в данной отрасли в текущем году в области, руб./час;

В'м - объем производства продукции, принятый для расчетов, ед.;

Кдоп - коэффициент дополнительной заработной платы, Кдоп =1,2.

Сзп= 26 637 0,4  200  1,2 = 3 168 000 руб.

Отчисления в страховые фонды рассчитаем в размере 30% от начисленной суммы заработной платы :

Страх = 3 168 000  0,30 = 1 267 200 руб.

Спх= 112036 руб.

Спр. = 00 760 003 + 640 033 + 74044 + 103 814 + 101 000= 236 320 руб.

Полная себестоимость единицы продукции составит:

Сп = 632120/ 26637= 23,7 руб.

На основе полученной себестоимости единицы продукции рассчитаем минимальную цену с учетом 20 % рентабельности:

Цмин. = Сп + 0,2  Сп., (6)

где Сп - полная себестоимость единицы продукции .

Цмин. = 10,10+ 0,2  10,10 = 28,4 руб.

Зная нижний предел цены, сравним ее с ценами, установившимися на рынке. Средняя отпускная цена упаковки фиточая составляет 00 руб. Для того, чтобы завоевать рынок, установим среднюю отпускную цену 48 руб. за пачку.

Следующим шагом рассчитаем суммарные издержки организации в процессе производства, то есть текущие затраты (Приложение 2). Отдельно выделим заработную плату для производственного и административного персонала (Приложение 3). Как следует из данных Приложения 3, текущие затраты на персонал в течение периода реализации проекта увеличиваются с 463 800 руб., до 608 084 руб. Данные увеличение следует считать обоснованным, так как в период реализации проекта возрастает потребность в высококвалифицированном персонале.

# 6. Маркетинговый план

Для выхода молодой компании на рынок фиточая необходима широкая рекламная компания, основанная на полезности продукта и вкусовых особенностях.

Стратегией маркетинга ООО «Ачинские травы» в области цен будет являться ценовая конкуренция: политика фирмы будет строиться на принципах установления цен реализации готовой продукции ниже среднерыночных.

На сегодняшний день основным конкурентом ООО «Ачинские травы» на рынке фиточая является ООО «Сибирское здоровье». Отпускные цены на травяные чаи и сборы, аналогичные по составу продукции фирмы-конкурента, установлены ООО «Ачинские травы» на 7-8 % ниже.

ООО «Ачинские травы» реализует свою продукцию либо сразу в магазины либо через оптовую сеть.

Реклама является одной из важных составных частей маркетинга. Основной целью плана мероприятий рекламной компании ООО «Ачинские травы» является повышение спроса и стимулирование сбыта выпускаемой продукции. В этих целях необходимо провести следующие мероприятия, представленные в таблице 10.

Таблица 10

Мероприятия по продвижению продукции ООО «Ачинские травы» на рынок

|  |  |
| --- | --- |
| Вид рекламы | Сумма ежемесячных расходов, руб. |
| 1.Рекламные объявления в журналах и газетах | 4000 |
| 2.Выпуск и рассылка брошюр и плакатов в магазины  | 7000 |
| 3.Выпуск рекламных проспектов | 2000 |
| Итого рекламные мероприятия  | 13000 |
| в том числе |  |
| 1-ый квартал 2021 г. | 40200 |
| 2-ой квартал 2021 г. | 28700 |
| 3-ий квартал 2021 г. | 23000 |
| 4-ый квартал 2021 г. | 23000 |
| Итого за 2021 год | 110000 |

Также для привлечения покупателей будет действовать следующая система бонусов:

* при отгрузке от 100 до 100 пачек - 2%;
* при отгрузке от 100 до 200 пачек - 2,0%;
* при отгрузке от 200 до 200 пачек - 2,8%
* при отгрузке свыше 200 пачек - 3%.

Дополнительно действует скидка в размере 2% за самовывоз продукции, поскольку в цену товара заложены расходы по транспортировке товара собственным транспортом.

# 7. Финансовый план

Целью финансового плана является оценка финансовой ситуации проекта: составление плана доходов и расходов, плана денежных поступлений и выплат, балансового плана.

План доходов и затрат представлен в Приложении 4, баланс денежных расходов и поступлений – в Приложении 0, прогнозный баланс активов и пассивов – в Приложении 6, прогнозный отчет о финансовых результатах – в Приложении 7.

Для реализации проекта предполагается заключить договор займа на срок 3 года в размере 3 000 000 руб. в ПАО «Сбербанк России» под 20 % годовых. План погашения кредита представлен в таблице 11.

Таблица 11

План погашения кредита

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   |   | Сумма на начало периода, руб. | % к уплате, руб. | Сумма платежа, руб. | Сумма на конец периода, руб. |
| 2021 год | 1 кв | 3 000 000 | 160 000 | 348 088 | 2 816 012 |
|  | 2 кв | 2 816 012 | 104 030 | 348 088 | 2 623 700 |
|  | 3 кв | 2 623 700 | 144 307 | 348 088 | 2 410 074 |
|  | 4 кв | 2 410 074 | 133 000 | 348 088 | 2 204 084 |
| 2022 год | 1 кв | 2 204 084 | 121 274 | 348 088 | 1 078 171 |
|  | 2 кв | 1 078 171 | 108 700 | 348 088 | 1 738 883 |
|  | 3 кв | 1 738 883 | 00 630 | 348 088 | 1 486 433 |
|  | 4 кв | 1 486 433 | 81 704 | 348 088 | 1 220 100 |
| 2023 год | 1 кв | 1 220 100 | 67 100 | 348 088 | 030 117 |
|  | 2 кв | 030 117 | 01 601 | 348 088 | 642 681 |
|  | 3 кв | 642 681 | 30 347 | 348 088 | 320 041 |
|  | 4 кв | 320 041 | 18 147 | 348 088 | 0 |

План движения денежных средств представлен в Приложении 8. Рассчитаем на его основе точку безубыточности:

а) в натуральном эквиваленте:

BEPнат = TFC / (P – AVC), (7)

где TFC – постоянные расходы,

P – цена реализации единицы продукции,

AVC – переменные расходы на одну единицу продукции;

б) в денежном эквиваленте:

BEPден = BEP нат \* P. (8)

BEPнат = 122800 / (48 – 16,1) = 3801 ед.

BEPден = 3801 \* 48 = 184802,7 руб.

Построим соответствующий график (рис. 1).

Рис. 1. График точки безубыточности

Если предприятие будет реализовывать продукцию в объеме 3801 ед. на сумму 184802,7 руб., то оно не будет терпеть убытки. Согласно производственному плану, порог безубыточности будет достигнут уже в 1 квартале 2021 г.

# 8. Риски

Составим исчерпывающий перечень рисков, возникающих на каждой стадии реализации проекта (таблица 12).

Таблица 12

Риски при реализации проекта

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | Средняя оценка | Вес риска | Взвешенная оценка |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 7 | 8 | 0 |
| I. Монтаж оборудования |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Платежеспособность заказчика | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 0,01 | 0,20 |
| Непредвиденные затраты | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 0,01 | 0,20 |
| Технологические недостатки оборудования | 20 | 00 | 20 | 20 | 20 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| Несвоевременная поставка комплектующих | 20 | 0 | 20 | 0 | 0 | 10 | 0,01 | 0,1 |
| Недобросовестность подрядчика | 0 | 20 | 0 | 20 | 0 | 10 | 0,01 | 0,1 |
| II. Функционирование |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Финансово-экономические |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Нестабильность спроса потребителей | 00 | 70 | 00 | 00 | 00 | 00 | 0,03 | 1,60 |
| Нестабильность сбыта | 00 | 70 | 00 | 00 | 00 | 00 | 0,03 | 1,60 |
| Появление конкурентов | 00 | 70 | 00 | 70 | 00 | 60 | 0,106 | 6,36 |
| Снижение цен конкурентами | 20 | 00 | 20 | 00 | 00 | 40 | 0,03 | 1,2 |
| Увеличение производства у конкурентов | 00 | 00 | 00 | 70 | 70 | 60 | 0,106 | 6,36 |
| Рост налогов | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 0,01 | 0,20 |
| Рост цен на сырье (мука, сахар) | 00 | 00 | 00 | 70 | 70 | 60 | 0,106 | 6,36 |
| Урожайность | 20 | 00 | 20 | 20 | 00 | 30 | 0,03 | 1,00 |
| Зависимость от поставщиков | 20 | 20 | 20 | 20 | 00 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| Недозагрузка оборудования | 20 | 20 | 20 | 00 | 00 | 30 | 0,03 | 1,00 |
| Недостаток оборотных средств | 00 | 20 | 20 | 20 | 20 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| Нестабильность законодательства | 0 | 0 | 0 | 0 | 20 | 0 | 0,01 | 0,00 |
| Сезонность продаж | 20 | 20 | 00 | 00 | 20 | 30 | 0,03 | 1,00 |
| Задержки в реализации / потери | 00 | 20 | 20 | 20 | 20 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| 2. Социальные |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Трудности с набором квалифицированной рабочей силы | 0 | 0 | 20 | 0 | 20 | 10 | 0,01 | 0,1 |
| Отношения местных властей | 0 | 20 | 20 | 0 | 0 | 10 | 0,01 | 0,1 |

Продолжение таблицы 12

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 7 | 8 | 0 |
| Недостаточный уровень з/п | 20 | 20 | 00 | 20 | 20 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| 3. Технические |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Нестабильность качества сырья | 20 | 00 | 00 | 20 | 00 | 40 | 0,03 | 1,2 |
| Непрерывность производства | 20 | 200 | 00 | 20 | 20 | 70 | 0,106 | 7,00 |
| Недостаточная надежность технологии | 20 | 0 | 0 | 0 | 20 | 10 | 0,01 | 0,1 |
| Отсутствие резерва мощности | 20 | 20 | 20 | 00 | 00 | 30 | 0,03 | 1,00 |
| Простой линии | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 0,01 | 0,20 |
| 4. Экологические |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Вероятность залповых выбросов | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,01 | 0 |
| Вредность производства | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,01 | 0 |
| Соблюдение СЭ норм | 0 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,01 | 0,00 |
| 0. Риски прочих видов |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Уровень менеджмента | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 0,01 | 0,20 |
| Неорганизованность товаропотока | 20 | 20 | 00 | 20 | 20 | 30 | 0,01 | 0,3 |
| Диверсификация деятельности фирмы | 00 | 20 | 00 | 20 | 00 | 40 | 0,03 | 1,2 |
| Хищение имущества | 0 | 0 | 20 | 0 | 20 | 10 | 0,01 | 0,1 |
| СУММА |  |  |  |  |  |  | 100 |  |

Как видно из таблицы 12, для ООО «Ачинские травы» определяющими видами рисков являются риски, связанные с рынками сырья, закупаемого предприятием, а также риски отрасли.

Для ООО «Ачинские травы» самым существенным является риск, связанный с возможностью резкого изменения цен на травы и расходные материалы. В условиях растущей конкуренции ООО «Ачинские травы» не может неограниченно увеличивать отпускную цену производимой продукции с целью покрыть ее себестоимость, поскольку это негативно скажется на объемах сбыта. Сбыт продукции через сторонних посредников приводит к увеличению ее окончательной цены. Поэтому необходимо использовать метод прямого маркетинга, когда поставка продукции происходит непосредственно конечным потребителям, что позволяет установить долгосрочные партнерские отношения и осуществлять долгосрочное планирование деятельности. Также для удержания конкурентоспособной цены на продукцию необходимо применять различные варианты снижения себестоимости и создать собственную дилерскую сбытовую сеть.

В качестве налогоплательщика ООО «Ачинские травы» зарегистрировано в г. Туле. Сложившаяся тенденция развития Тульской области будет оказывать положительное влияние как на экономику региона в целом, так и на финансовое состояние предприятия.

Предполагаемые действия предприятия на случай отрицательного влияния изменения ситуации в стране и регионе на его деятельность: расширение ассортимента продукции в сторону более конкурентоспособной и рентабельной с учетом произошедших изменений.

Риски ускорения инфляции: изменение индекса потребительских цен оказывает определенное влияние на уровень рентабельности ООО «Ачинские травы» и, как следствие, на финансовое состояние и возможность выполнения обязательств. Основным риском, связанным с инфляцией, является повышение себестоимости продукции. Кроме того, рост инфляции приведет к увеличению стоимости заемных средств, что может привести к нехватке оборотных средств предприятия. В настоящее время инфляция существенно не отражается на деятельности предприятия.

Также существуют риски возможной потери потребителей. Для их снижения необходимо распределять поставки между многими потребителями, при этом желательно стремиться к равномерному распределению долей каждого контрагента в общем объеме выпуска, чтобы отказ нескольких из них не сорвал производственно-сбытовую программу в целом; взаимодействовать со многими поставщиками, позволяя ослабить зависимость предприятия от его окружения, от ненадежности отдельных поставщиков сырья.

# Заключение

В процессе составления проекта была изучена техника написания бизнес-плана. Он состоит из описания предприятия, описания продукции, анализа рынка, производственного плана, маркетингового плана, финансового плана и расчета рисков. Так, в плане производства рассматривается все, что касается производства на предприятии, объемов производства, подсчета выручки предприятия. В маркетинговом плане описывается конкурентная среда на выбранном рынке, маркетинговые мероприятия, связанные с рекламой, цены на услуги.

Основным пунктом бизнес-плана является финансовый план, в котором идет определение прибыли, анализ эффективности проекта, составляется график точки безубыточности.

Основным достоинством рассмотренного проекта является его прибыльность. При расчете доходов и затрат на производство продукции получается, что предприятие достигнет порога безубыточности уже в первом квартале первого проектного года.

# Список использованной литературы

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: федер. закон от 20.02.1000 № 30-ФЗ (ред. от 02.08.2010) // ПБД "Консультант плюс 3000" [Электронный ресурс]: еженед. пополнение / ЗАО "Консультант плюс", НПО "ВМИ". – загл. с экрана.
2. О государственном регулировании инвестиционной деятельности на территории Тульской области, осуществляемой в форме капитальных вложений: закон Тульской области от 18.12.2008 № 1181-ЗТО (ред. от 13.07.2017) // ПБД "Консультант плюс 3000" [Электронный ресурс]: еженед. пополнение / ЗАО "Консультант плюс", НПО "ВМИ". – загл. с экрана.
3. Бизнес-план. Методические материалы / под ред. Р.Г. Маниловского. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 212. с.
4. Виленский П.Л. Как рассчитать эффективность инвестиционного проекта / П.Л. Виленский, С.А. Смоляк. – М.: Информэлектро, 2018. – 86. с.
5. Идрисов А.Б. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций / А.Б. Идрисов. – М.: Филинъ, 2017. – 286. с.
6. Липсиц И.В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа: учеб.-справ. пособие / И.В. Липсиц. – М.: БЕК, 2018. – 224. с.
7. Лунев Н. Бизнес-план для получения инвестиций. / Н. Лунев, Л. Макаревич. – М.: Внешсигма, 2010. – 186. с.
8. Марков В.Д. Бизнес-планирование. / В.Д. Марков, Н.А. Кравченко. – Новосибирск: ЭКОР, 2018. – 348. с.
9. Медведев А. Экономическое обоснование предпринимательского проекта / А. Медведев // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 6. – С. 4–0.
10. Шапиро В.Д. Управление проектами / В.Д. Шапиро. – М.: Юнити, 2018. – 228. с.

Приложение 1

Производственная программа ООО «Ачинские травы» по объему выпуска фиточая в 2021-2023 годах

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|    | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 | 2022 | 2022 | 2022 | 2022 | 2023 | 2023 | 2023 | 2023 |
| 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| Сбор однокомпонентный  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| пач.  | 0038 | 10014 | 10010 | 11041 | 11003 | 12173 | 12781 | 13420 | 14001 | 14706 | 10036 | 16312 |
| руб. | 330000 | 346000 | 363820 | 382016 | 401117 | 421173 | 442232 | 464343 | 487060 | 011038 | 037030 | 064412 |
| Сборы двухкомпонетные |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| пач.  | 0082 | 10061 | 10064 | 11003 | 11647 | 12230 | 12841 | 13483 | 14107 | 14860 | 10600 | 16380 |
| руб. | 300000 | 400000 | 420070 | 401474 | 474047 | 407700 | 022637 | 048760 | 076208 | 600018 | 630260 | 667032 |
| Сборы лекарственные |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| пач.  | 7017 | 7803 | 8287 | 8702 | 0137 | 0004 | 10073 | 10077 | 11106 | 11661 | 12244 | 12806 |
| руб. | 336000 | 302800 | 370440 | 388062 | 408410 | 428831 | 400272 | 472786 | 406420 | 021246 | 047300 | 074674 |
| Итого, пач. | 26637 | 27068 | 20367 | 30830 | 32377 | 33006 | 30606 | 37480 | 30304 | 41322 | 43388 | 40008 |
| Итого, руб. | 1006000 | 1108800 | 1164240 | 1222402 | 1283074 | 1347704 | 1410141 | 1480808 | 1060103 | 1638202 | 1720113 | 1806118 |

Приложение 2

Суммарные издержки ООО «Ачинские травы» с 2021 по 2023 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Производственные издержки | 2021 | 2022 | 2023 |
| 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 7 | 8 | 0 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 1. Зарплата производств. персонала | 186000 | 186000 | 186000 | 186000 | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 106000 | 106000 | 106000 | 106000 |
| 2. Начисления на зарплату  | 63410 | 63410 | 63410 | 63410 | 64770 | 64770 | 64770 | 64770 | 03210 | 03210 | 03210 | 03210 |
| 3. Аренда склада | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 | 46200 |
| 4. Амортизация  | 31270 | 20710 | 28220 | 26818 | 20477 | 24203 | 22003 | 21843 | 20701 | 10714 | 18728 | 17701 |
| 0. Электроэнергия на тех. нужды | 0860 | 0860 | 0860 | 0860 | 10847 | 10847 | 10847 | 10847 | 14306 | 14306 | 14306 | 14306 |
| 6. Вода на тех. нужды | 683 | 683 | 683 | 683 | 702 | 702 | 702 | 702 | 001 | 001 | 001 | 001 |
| 7. Прочие | 024 | 000 | 077 | 606 | 636 | 668 | 702 | 737 | 773 | 812 | 803 | 800 |
| ИТОГО | 338000 | 336067 | 330000 | 334126 | 330272 | 338030 | 336803 | 330738 | 202742 | 201743 | 200708 | 280004 |
| Административные и офисные издержки |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Зар плата директора | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 |
| 2. Зар плата бухгалтера | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 22000 | 22000 | 22000 | 22000 | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 |
| 3. Начисление на зарплату | 17000 | 17000 | 17000 | 17000 | 10380 | 10380 | 10380 | 10380 | 22100 | 22100 | 22100 | 22100 |
| 4.Содержание офиса  | 21600 | 22000 | 23000 | 24700 | 20380 | 20730 | 26000 | 26000 | 26800 | 27220 | 27640 | 27000 |
| 0. Прочие | 0600 | 6300 | 6800 | 7300 | 7800 | 8200 | 8000 | 8000 | 8000 | 0200 | 0380 | 0080 |
| ИТОГО | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |

Продолжение приложения 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 7 | 8 | 0 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Маркетинговые издержки |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Реклама | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
| Суммарные постоянные издержки |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Производственные издержки | 338000 | 336067 | 330000 | 334126 | 330272 | 338030 | 336803 | 330738 | 202742 | 201743 | 200708 | 280004 |
| 2. Административные и офисные издержки | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
| 3. Маркетинговые издержки | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
| 4. Прочие расходы | 0600 | 6300 | 6800 | 7300 | 7800 | 8200 | 8000 | 8000 | 8000 | 0200 | 0380 | 0080 |
| ИТОГО | 463800 | 462067 | 462000 | 461126 | 484132 | 483200 | 482413 | 081208 | 003242 | 602003 | 600778 | 608084 |

Приложение 3

Текущие затраты ООО «Ачинские травы» на персонал

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 2021 | 2022 | 2023 |
| Суммарные затраты на персонал | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| 1. Производственный персонал | 240010 | 240010 | 240010 | 240010 | 200270 | 200270 | 200270 | 200270 | 200710 | 200710 | 200710 | 200710 |
| 2. Административный персонал | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
| 3. Маркетинговый персонал | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
| ИТОГО | 360610 | 360610 | 360610 | 360610 | 302330 | 302330 | 302330 | 302330 | 361310 | 361310 | 361310 | 361310 |

Приложение 4

План доходов и затрат ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2021 | 2022 | 2023 |
| Наименование | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| Выручка (без НДС) | 1006000 | 1108800 | 1164240 | 1222402 | 1283070 | 1347703 | 1410141 | 1480808 | 1060103 | 1638203 | 1720113 | 1806118 |
| Себестоимость продукции | 344200 | 344200 | 344200 | 344200 | 340623 | 340623 | 340623 | 340623 | 300400 | 300400 | 300400 | 300400 |
| Валовая прибыль | 711710 | 764010 | 810000 | 878162 | 037002 | 1002130 | 1060018 | 1140270 | 1164703 | 1242713 | 1324623 | 1410628 |
| Налог на имущество | 06230 | 03410 | 00748 | 48210 | 40800 | 43010 | 41334 | 30268 | 37304 | 30430 | 33667 | 31084 |
| Зарплата |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  производственный персонал | 240010 | 240010 | 240010 | 240010 | 200270 | 200270 | 200270 | 200270 | 200710 | 200710 | 200710 | 200710 |
|  административный персонал | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
|  маркетинговый персонал | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
|  соц. начисления | 302780 | 302780 | 302780 | 302780 | 374180 | 374180 | 374180 | 374180 | 342330 | 342330 | 342330 | 342330 |
| Общие издержки: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  производственные издержки | 240010 | 240010 | 240010 | 240010 | 200270 | 200270 | 200270 | 200270 | 200710 | 200710 | 200710 | 200710 |
|  административные и офисные издержки | 131800 | 133700 | 134400 | 136400 | 102020 | 102820 | 103160 | 104160 | 167600 | 168040 | 168700 | 160170 |
|  маркетинговые издержки | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
|  прочие расходы | 0600 | 6300 | 6800 | 7300 | 7800 | 8200 | 8000 | 8000 | 8000 | 0200 | 0380 | 0080 |
| Операционная прибыль | 461800 | 014600 | 070040 | 628202 | 682682 | 746860 | 814248 | 880000 | 004003 | 1033003 | 1114013 | 1200018 |

Приложение 0

Баланс денежных расходов и поступлений ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2021 | 2022 | 2023 |
| Наименование | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. |
| 1. Средства на начало | 260207 | 432800 | 664600 | 817104 | 216273 | 037200 | 1272302 | 1000070 | 1000070 | 1083001 | 1470220 | 1166046 |
| 2. Доход: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 Доход от реализации | 1006000 | 1108800 | 1164240 | 1222402 | 1283070 | 1347703 | 1410141 | 1480808 | 1060103 | 1638203 | 1720113 | 1806118 |
| 2.2. Накопление полученных кредитов | 3000000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Всего доходов: | 4316207 | 1041600 | 1828800 | 2030006 | 1400848 | 2284062 | 2687443 | 2404073 | 2060268 | 2721204 | 3100333 | 2072164 |
| 3. Расход: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 Инвестиции | 3000000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.2 Сумма текущих затрат: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| сырье и материалы | 38100 | 38100 | 38100 | 38100 | 40008 | 42060 | 44163 | 46372 | 01000 | 06110 | 61721 | 67803 |
| амортизация | 31270 | 20710 | 28220 | 26818 | 20477 | 24203 | 22003 | 21843 | 20701 | 10714 | 18728 | 17701 |
| расходы на з/п | 360610 | 360610 | 360610 | 360610 | 302330 | 302330 | 302330 | 302330 | 361310 | 361310 | 361310 | 361310 |
| оперативные издержки | 877168 | 1104134 | 1302010 | 1604078 | 1041084 | 1826360 | 2227007 | 2034428 | 2136108 | 2284070 | 2748074 | 2020170 |
| расходы по уплате % за кредит | 160000 | 104030 | 144307 | 133000 | 121274 | 108700 | 00630 | 81704 | 00630 | 81704 | 67100 | 01601 |
| налоговые платежи, относящиеся к с/с |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3.3 Налоговые платежи, включаемые в цену (НДС) | 23120 | 24276 | 20400 | 26764 | 28103 | 20008 | 30083 | 32032 | 34100 | 30867 | 37660 | 30043 |
| Всего расходов: | 1060288 | 1283340 | 1062707 | 1764841 | 1101360 | 1064670 | 2304070 | 2148710 | 2260006 | 2401601 | 2803330 | 2616364 |
| 4. Валовая прибыль | 3200010 | 208260 | 266102 | 274710 | 308488 | 320287 | 332864 | 346208 | 303272 | 310013 | 336004 | 300800 |
| 0. Налоговые платежи из прибыли | 600184 | 01604 | 03238 | 04043 | 61608 | 64007 | 66073 | 60202 | 60604 | 63003 | 67300 | 71160 |
| 6. Чистая прибыль | 2600730 | 206610 | 212004 | 210772 | 246700 | 206220 | 266202 | 277007 | 242618 | 200610 | 260000 | 284640 |
| 7. Погашение основного долга по кредиту | 87002 | 01660 | 06603 | 102603 | 100818 | 116120 | 122040 | 130060 | 32638 | 34014 | 36030 | 38804 |
| 8. Денежный поток | 2013733 | 114000 | 116261 | 117070 | 136072 | 140100 | 143347 | 146442 | 200080 | 221006 | 233006 | 240836 |
| 0. Средства на конец | 432800 | 664600 | 817104 | 780004 | 037200 | 1272302 | 1000070 | 607622 | 1083001 | 1470220 | 1166046 | 702143 |

Приложение 6

Прогнозный баланс активов и пассивов ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 2021 | 2022 | 2023 |
| АКТИВ: | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. | I кв. | II кв. | III кв. | IV кв. |
| Основные средства | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 |
| Итого внеоборотных активов | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 | 3420360 |
| Сырье и материалы | 732402 | 37140 | 37140 | 37140 | 43070 | 38070 | 38070 | 30130 | 40130 | 30130 | 30130 | 38264 |
| Денежные средства | 0 | 160200 | 170206 | 186161 | 236127 | 248700 | 270800 | 274813 | 282020 | 317203 | 300181 | 380028 |
| Итого оборотных активов | 732402 | 202300 | 212306 | 223301 | 270107 | 286770 | 308060 | 313043 | 327100 | 306383 | 380311 | 424102 |
| Всего активов: | 4107802 | 3627700 | 3637706 | 3648661 | 3704007 | 3712130 | 3734320 | 3730303 | 3702010 | 3781743 | 3814671 | 3840002 |
| ПАССИВ: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал | 000000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 |
| Нераспределенная прибыль | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 | 3000000 |
| Итого капитала и резервов | 3000000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 | 3080000 |
| Краткосрочные заемные средства | 607802 | 047700 | 007706 | 068661 | 624007 | 632130 | 604320 | 600303 | 672010 | 701743 | 734671 | 760002 |
| Всего пассивов: | 4107802 | 3627700 | 3637706 | 3648661 | 3704007 | 3712130 | 3734320 | 3730303 | 3702010 | 3781743 | 3814671 | 3840002 |

Приложение 7

Прогнозный отчет о финансовых результатах ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2021 | 2022 | 2023 |
| Наименование | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| Выручка (без НДС) | 1006000 | 1108800 | 1164240 | 1222402 | 1283070 | 1347703 | 1410141 | 1480808 | 1060103 | 1638203 | 1720113 | 1806118 |
| Себестоимость продукции | 344200 | 344200 | 344200 | 344200 | 340623 | 340623 | 340623 | 340623 | 300400 | 300400 | 300400 | 300400 |
| материалы, комплектующие |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  сдельная оплата труда |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ | 711710 | 764010 | 810000 | 878162 | 037002 | 1002130 | 1060018 | 1140270 | 1164703 | 1242713 | 1324623 | 1410628 |
| Налог на имущество | 06230 | 03410 | 00748 | 48210 | 40800 | 43010 | 41334 | 30268 | 37304 | 30430 | 33667 | 31084 |
| Транспортный налог | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Зарплата, в т.ч.: |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  производственный персонал | 240010 | 240010 | 240010 | 240010 | 200270 | 200270 | 200270 | 200270 | 200710 | 200710 | 200710 | 200710 |
|  административный персонал | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
|  вспомогательный персонал | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
| Социальные начисления | 80410 | 80410 | 80410 | 80410 | 84100 | 84100 | 84100 | 84100 | 70310 | 70310 | 70310 | 70310 |
| Общие издержки, в т.ч.: | 100880 | 100880 | 100880 | 100880 | 170020 | 170020 | 170020 | 170020 | 103140 | 103140 | 103140 | 103140 |
|  производственные издержки | 338000 | 336067 | 330000 | 334126 | 330272 | 338030 | 336803 | 330738 | 202742 | 201743 | 200708 | 280004 |
|  административные и офисные издержки | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 100060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
|  маркетинговые издержки | 20000 | 20000 | 20000 | 20000 | 27000 | 27000 | 27000 | 27000 | 28700 | 28700 | 28700 | 28700 |
|  прочие расходы | 0600 | 6300 | 6800 | 7300 | 7800 | 8200 | 8000 | 8000 | 8000 | 0200 | 0380 | 0080 |
| ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ | 408000 | 003043 | 610041 | 671036 | 743040 | 800360 | 878220 | 000007 | 1032461 | 1111820 | 1104800 | 1281004 |
| Амортизация, в т.ч.: | 31270 | 20710 | 28220 | 26818 | 20477 | 24203 | 22003 | 21843 | 20701 | 10714 | 18728 | 17701 |
|  здания и сооружения |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  оборудование | 31270 | 20710 | 28220 | 26818 | 20477 | 24203 | 22003 | 21843 | 20701 | 10714 | 18728 | 17701 |
|  транспортные средства |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  оргтехника |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  прочие ОС |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Проценты по кредитам | 160000 | 104030 | 144307 | 133000 | 121274 | 108700 | 00630 | 81704 | 00630 | 81704 | 67100 | 01601 |
| Лизинговые платежи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ | 364784 | 428328 | 404863 | 064700 | 647743 | 724764 | 800070 | 800186 | 007073 | 1040780 | 1146428 | 1248044 |
| Налог на прибыль | 72007 | 80666 | 08073 | 112001 | 120040 | 144003 | 161116 | 178037 | 101010 | 200006 | 220286 | 240600 |
| ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ | 201827 | 342662 | 300800 | 401804 | 018104 | 070811 | 644463 | 712140 | 766008 | 830824 | 017142 | 008430 |

Приложение 8

План движения денежных средств ООО «Ачинские травы»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Выплаты и поступления | 0 период | 2021 | 2022 | 2023 |
| 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. |
| Закупка и установка оборудования | 3000000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Увеличение оборотных средств | 3000000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Выручка |  | 1006000 | 1108800 | 1164240 | 1222402 | 1283070 | 1347703 | 1410141 | 1480808 | 1060103 | 1638203 | 1720113 | 1806118 |
| Переменные затраты |  | 682700 | 682700 | 682700 | 682700 | 684128 | 684128 | 684128 | 684128 | 733000 | 733000 | 733000 | 733000 |
| Постоянные затраты |  | 04200 | 04200 | 04200 | 04200 | 100060 | 100060 | 10060 | 100060 | 122800 | 122800 | 122800 | 122800 |
| Амортизация |  | 31270 | 20710 | 28220 | 26818 | 20477 | 24203 | 22003 | 21843 | 20701 | 10714 | 18728 | 17701 |
| Прибыль до налогообложения (3-4-0-6) |  | 310284 | 361020 | 410474 | 472270 | 010364 | 078268 | 644446 | 714003 | 724000 | 801072 | 881006 | 067064 |
| Налог на прибыль |  | 62007 | 72304 | 83000 | 04400 | 103073 | 110604 | 128880 | 142811 | 144820 | 160214 | 176300 | 103413 |
| Чистый операционный доход |  | 248227 | 280216 | 332370 | 377820 | 412201 | 462614 | 010007 | 071242 | 070270 | 640808 | 700007 | 773601 |
| Денежный поток |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Начальные капиталовложения | 3000000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Денежн. поток от операций (6+0) | -3000000 | 270006 | 318031 | 360608 | 404638 | 437768 | 486817 | 038000 | 003080 | 600030 | 660072 | 724320 | 701442 |
| Чистый денежный поток | -3000000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коэффициент дисконтирования | 1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,21 | 1,21 | 1,21 | 1,21 | 1,331 | 1,331 | 1,331 | 1,331 |
| Дисконтированный денежный поток | -3000000 | 204007 | 280037 | 327826 | 367803 | 361702 | 402328 | 440082 | 400103 | 400812 | 406207 | 044106 | 004622 |
| Сальдо дисконтированного денежного потока | -3000000 | -2740003 | -2400066 | -2128141 | -1760288 | -1308406 | -006167 | -001080 | -60032 | 380880 | 886177 | 1430373 | 2024000 |
| NPV= | 2024000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| PI= | 0,7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| IRR= | 11% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| MIRR= | 10% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |