

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Прикладная экономика»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, д.э.н.,
доцент

_____ Т.А. Худякова
_____ 2020 г.

Оценка инвестиционной привлекательности открытия цеха по
изготовлению колбасных изделий в г. Челябинске

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.02.2020.247.ПЗ ВКР

Руководитель работы,
старший преподаватель
_____ Н.Ю. Варкова
_____ 2020 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ-572
_____ Р.И. Ищенко
_____ 2020 г.

Нормоконтролер,
старший преподаватель
_____ Н.В. Тихонова
_____ 2020 г.

Челябинск 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СУЩНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	
1.1 Экономическая сущность и виды инвестиций. Субъекты и объекты инвестиционной деятельности.....	11
1.2 Понятие и структура инвестиционного проекта.....	21
1.3 Показатели оценки эффективности инвестиционных проектов.....	27
2 АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛИ ПРОИЗВОДСТВА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ	
2.1 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в мире.....	34
2.2 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в России.....	43
2.3 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в Челябинской области.....	55
3 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В Г. ЧЕЛЯБИНСКЕ	
3.1 Инвестиционный проект цеха по изготовлению колбасных изделий.....	58
3.2 Эффективность и инвестиционная привлекательность проекта цеха.....	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	82
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	84
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	91

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы. Инвестиции являются краеугольным камнем в повышении эффективности предприятия, без них невозможно было бы нарастить производство, и повысить капитализацию бизнеса. Привлекая сторонние вложения, предприниматель сможет расширить и модернизировать производство, привлечь более компетентных сотрудников или увеличить их штат, улучшить маркетинг, насытить внутренний рынок отечественным товаром.

Опираясь на мировой опыт, смело можно сказать, что экономическое развитие страны возможно лишь при большом объеме и целевом расходовании инвестиций. Их прирост открывает дорогу – новым технологиям, сильному менеджменту, наращиванию производства, в полной мере способствует росту экономики своего сектора.

При сегодняшней энергозависимой экономике России, особую роль играют проекты, направленные на разрешение социальных и экономических проблем, не стоит так же забывать и о наращивании экспорта, что, благоприятно отразится на общем экономическом росте. Актуальность данного вопроса объясняется не только ограниченностью фондового рынка страны, но и большим количеством преимуществ, которые возникают в процессе реального инвестирования.

Потенциальному инвестору в первую очередь важно знать насколько эффективно будут работать его вложения. Главный критерий для него это, безусловно, получение максимального дохода. Важно грамотно рассчитать риски, не стоит забывать и об уровне инфляции. Думаю, что актуальность темы выпускной квалификационной работы говорит сама за себя.

Целью выпускной квалификационной работы является оценка инвестиционной привлекательности открытия цеха по изготовлению колбасных изделий в г. Челябинске.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) определить экономическую сущность и виды инвестиций. Охарактеризовать субъекты и объекты инвестиционной деятельности;

- 2) изучить понятие и структура инвестиционного проекта;
- 3) выявить показатели оценки эффективности инвестиционных проектов;
- 4) провести анализ развития отрасли производства колбасных изделий в и мире;
- 5) проанализировать развитие отрасли производства колбасных изделий в России и в Челябинской области;
- б) разработать инвестиционный проект цеха по изготовлению колбасных изделий;
- 7) оценить эффективность и инвестиционную привлекательность проекта цеха.

Объект исследования – инвестиционный проект открытие цеха по изготовлению колбасных изделий в г. Челябинске, предмет исследования – оценка инвестиционной привлекательности проекта.

Ученые по всему миру активно развивают теорию и изучают практику инвестиций, но опытного исследования в этой сфере не так много.

Формируются инвестиционные проекты, дабы обеспечить всех заинтересованных лиц полной информацией для принятия верного решения по инвестированию.

Исследованию вопросов формирования и развития инвестиционной политики предприятий посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых, как И.А. Бланк, Л.Е. Басовский, Е.В. Бехтерева, С.Л. Блау, В.Г. Блохин, В.В. Бочаров и т.д. Работы этих авторов являются теоретической основой проведенного исследования.

Однако стоит отметить, что отдельным комплексным исследованием проблемы формирования и реализации инвестиционной политики предприятий внимания уделено не было, что еще раз доказывает актуальность выбранной темы.

При написании работы использовались следующие методы исследования: статистико-экономический, монографический, абстрактно-логический, расчётно-конструктивный. Также приёмы экономического анализа, сравнение,

группировки, методы экономического анализа, методы классификации, индукции и дедукции.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении обоснована актуальность темы работы, обозначены цель и задачи для ее достижения, представлена структура работы.

В первом разделе исследования представлены теоретические аспекты оценки эффективности инвестиционного проекта, раскрываются понятие «инвестиции», представлена классификация инвестиций, рассмотрена методика оценки эффективности инвестиционного проекта.

Во втором разделе работы проводится исследование и анализ рынка производства колбасных изделий, дана оценка емкости рынка, проведена сегментация потребителей и выявлен их целевой сегмент.

Третий раздел исследования посвящен созданию инвестиционного проекта цеха по изготовлению колбасных изделий и оценке эффективности инвестиционного проекта.

В заключении даны выводы по выполненной работе.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СУЩНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

1.1 Экономическая сущность и виды инвестиций. Субъекты и объекты инвестиционной деятельности

Базовым элементом инвестиционной деятельности предприятия является понятие «инвестиция», пришедшее в русский язык из латинского, где означало – «облачать», «одевать» [14, с. 22].

С начала 90хх годов XX века в нашу жизнь плотно вошло слово «инвестиция», в законодательстве Российской Федерации под этим словом понимается – «денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта» [2].

Экономист и обладатель Нобелевской премии У. Шарп в своем труде «Инвестиции», пишет: «В широком смысле термин «инвестировать» означает расстаться с деньгами сегодня с тем, чтобы получить их большую сумму в будущем» [51, с. 75].

Американские экономисты Л. Гитман и М. Джонки в монографии «Основы инвестирования» пишут о том, что инвестиция – это способ размещения капитала, который должен обеспечить сохранение или рост суммы капитала [24, с. 30].

В.Я. Шевчук и П.С. Рогожин отмечают, что инвестиции имеют финансовое и экономическое определение. По финансовому определению, инвестиции – это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность с целью получения дохода. По экономическому определению, инвестиции – это расходы на создание, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала, а также не связанные с этим изменения оборотного капитала,

поскольку изменения в товарно-материальных началах основном зависят от движения расходов на основной капитал [52, с. 44]. Здесь учтено обстоятельство, что инвестиции могут направляться на закупку прибыльных ценных бумаг, акций других предприятий или приобретения большой партии материалов в связи с инфляционными ожиданиями и тому подобное. Эти операции никак не связаны с основным капиталом. К тому же практика показывает, что инвестиции могут осуществляться не только в финансовой или материальной форме, но и в форме ноу-хау, технологий, патентов, других нематериальных активов, за счет списания долга и т.д.

В макроэкономике под инвестициями понимается доля ВВП, которая не потребляется в текущем периоде и обеспечивает прирост капитала в экономике. В расширенной трактовке они рассматриваются как долгосрочные вложения капитала в собственной стране или за рубежом в предприятия различных отраслей, предпринимательские проекты, социально - экономические программы, инновационные проекты. В микроэкономике инвестиции трактуются как процесс создания нового капитала (средств производства и человеческого капитала) [41, с. 75].

Т.В. Дорошенко указывает, что инвестиции – это все виды денежных, имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в реальные и финансовые активы с целью получения прибыли (дохода). Под инвестициями следует понимать только те вложения, целью которых является получение прибыли (дохода). И именно по этой целью нужно отличать инвестиции от других вложений средств [56].

Определение имеет несколько недостатков. Во-первых, ошибочное разграничение денежных, имущественных и интеллектуальных ценностей как отдельных, не связанных между собой категорий, поскольку по гражданско-правовой природе имуществом есть и недвижимость, и материалы, и готовая продукция, и деньги, и объекты интеллектуальной собственности. Поэтому уместнее указать: «все виды имущественных ценностей». Во-вторых, требует

уточнения понятия «реальные и финансовые активы». Лучше указать, что инвестиции вкладываются в объекты предпринимательской деятельности, поскольку и покупка ценных бумаг, и расходы на новое оборудование, и проведение реконструкции предприятия – все это делается с целью осуществления предпринимательства для получения прибыли. В-третьих, ошибочным является мнение, что инвестор, который вкладывает имущество как предприниматель, интересуется получением прибыли (дохода). Инвестора интересует, прежде всего, прибыль (пусть даже в отдаленном будущем), а не просто доход, при условии получения которого можно работать убыточно. В-четвертых, мнение, что инвестирование не может осуществляться с целью получения социального эффекта, также является ошибкой, поскольку вложение средств в объекты непродуцированной сферы можно рассматривать как средство обеспечения нормального функционирования экономики через осуществление мероприятий по воспроизводству рабочей силы – а без этого фактора процесс производства невозможен. Только и государство, инвестирует значительные средства в социальные проекты, может рассчитывать на стабильное развитие и экономический рост.

А.А. Недосекин, К.И. Воронов дают такое определение: инвестиции – временный отказ экономического субъекта от потребления имеющихся в его распоряжении ресурсов и использования этих ресурсов для увеличения в будущем своего благосостояния [63].

По мнению Н.А. Татаренко и А.М. Поручика, инвестиции – это все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности для получения прибыли или достижения определенных социальных эффектов. В первом случае инвестиции рассматриваются как средство увеличения капитала, во втором – как средство предоставления социальных услуг, в конечном счете способствовать социально-экономическому развитию общества [48, с. 47].

Обращение к трактовке термина «инвестиции» в зарубежной экономической литературе показывает, что в разных школах и направлениях экономической мысли определение понятия «инвестиции» содержат общую существенную связь инвестиций с получением дохода как целевой установкой инвестора.

В наиболее общем виде инвестиции понимаются как вложения капитала с целью его увеличения в будущем. Такой подход к определению понятия «инвестиции» царит как в европейской, так и в американской методологии.

Существует и другой подход к определению инвестиций, обусловленный ростом значения рынка ценных бумаг, как механизма по росту реального капитала в странах с развитой рыночной экономикой. В его рамках инвестиции определяются как вложения в ценные бумаги [9, с. 36].

Развитие рыночных отношений обусловило необходимость пересмотреть толкование категории «инвестиции» соответствии с новыми условиями. Характерные черты рыночного подхода к пониманию сущности инвестиций представлены на рисунке 1.1 [39, с. 59].

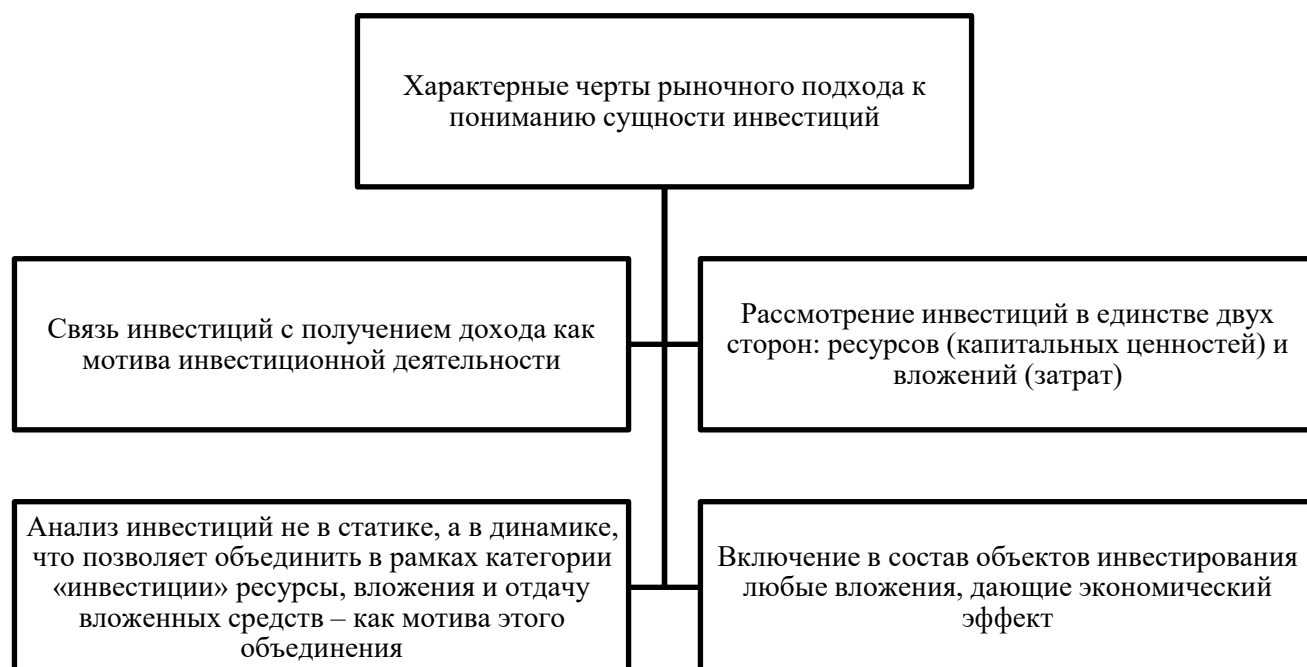


Рисунок 1.1 – Характерные черты рыночного подхода к пониманию сущности инвестиций

Инвестиции понимаются как процесс, в результате которого ресурсы расходуются на цели установленные инвестором для получения дохода. Состав инвестиционных ценностей представлен на рисунке 1.2 [26, с. 58-59].

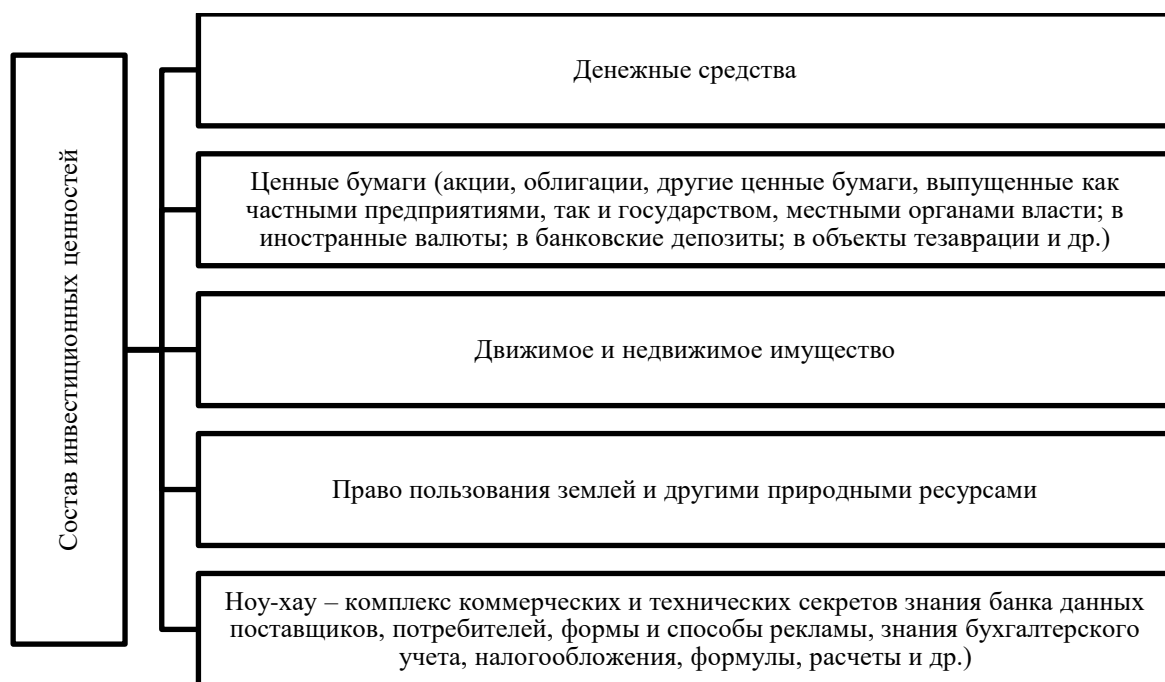


Рисунок 1.2 – Состав инвестиционных ценностей

Инвестиции можно классифицировать по нескольким признакам (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация инвестиций

Признаки классификации	Классификация
По объемам вложений	1) реальные – долгосрочные вложения средств в отрасли материального производства; 2) финансовые – долговые обязательства государства;
По срокам вложений	1) краткосрочные – на срок до одного года; 2) среднесрочные – срок от одного года до трех лет; 3) долгосрочные – на три и более лет.
По регионам	1) внутри страны; 2) за рубежом;
По рискам	1) агрессивные; 2) умеренные; 3) консервативные
По отраслевому признаку	в различные отрасли экономики: промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт и связь, оптовая и розничная торговля, общественное питание и пр.
По сфере вложений	1) производственные; 2) непроизводственные
По источникам финансирования	1) собственные средства (амортизация, прибыль); 2) заемные (кредиты); 3) привлеченные (посредством эмиссии акций).

Окончание таблицы 1.1

Признаки классификации	Классификация
По источникам финансирования	Соотношение между собственными и заемными инвестициями составляет 70%, заемные – 30%.
По цели инвестирования	<p>прямые – инвестиции, сделанные юридическими и физическими лицами, имеющими право на участие в управлении предприятием;</p> <p>1) портфельные – не дающие право вкладчикам влиять на работу фирм и компаний, вкладываемые в долгосрочные ценные бумаги, покупку акций;</p> <p>2) интеллектуальные – направлены на подготовку и переподготовку специалистов на курсах, передачу опыта, лицензий и нововведений, совместные научные разработки;</p> <p>3) капиталообразующие – затраты на капитальный ремонт, приобретение земельных участков;</p> <p>4) тевэрационные – так называются инвестиции, осуществляемые с целью накопления сокровищ. Они включают вложения в золото, серебро, другие драгоценные металлы, драгоценные камни и изделия из них, а также в предметы коллекционного спроса.</p>
По формам собственности на инвестиционные ресурсы	<p>1) частные – вложения средств частных инвесторов: граждан и предприятий негосударственной формы собственности;</p> <p>2) государственные – вложения, осуществляемые органами власти и управления, а также предприятиями государственной формы собственности;</p> <p>3) иностранные – вложения средств иностранных граждан, фирм, организаций, государств;</p> <p>4) смешанные – вложения, осуществляемые отечественными и зарубежными экономическими субъектами.</p>

Доля вложений, направляемых на воспроизводство основных фондов, называются капитальные вложения.

Капитальные инвестиции – это средства направленные на приобретение недвижимого имущества, прочих объектов основных средств и нематериальных активов, подлежащих амортизации [36, с. 63].

В это понятие включено:

- 1) издержки на строительные-монтажные работы;
- 2) затраты на приобретение оборудования (новые основные средства, которые увеличивают производственные мощности без замены существующего оборудования; обновление или замена оборудования, приобретенного для замены тех же основных средств, приблизительно такой же мощности;

усовершенствование или модернизация капитальных затрат, ведущие к фактической замене или изменению основных средств);

3) прочие капитальные вложения [46, с. 71].

Из понятия «инвестиция» выходит и термин «инвестиционная деятельность», под ним понимают вложение средств в проекты, для получения прибыли.

Ниже приведена схема, объясняющая причины планирования инвестиционной деятельности (рисунок 1.3) [13, с. 70].

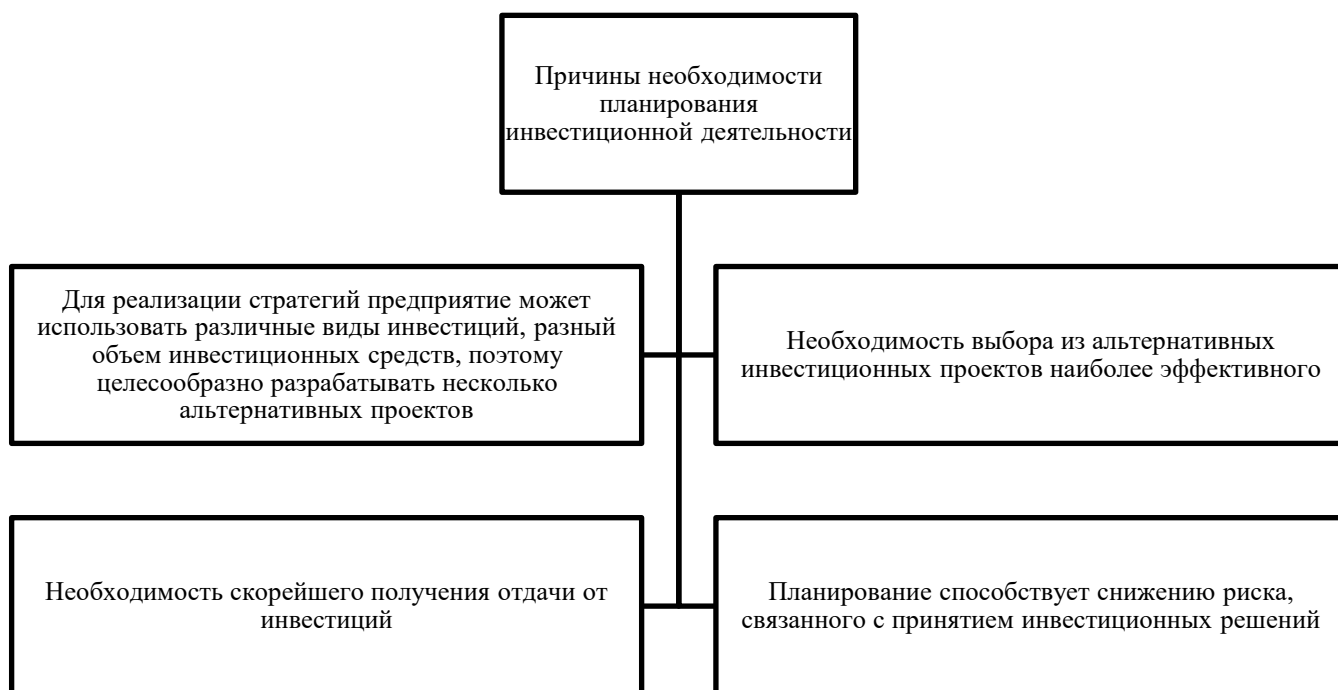


Рисунок 1.3 – Причины необходимости планирования инвестиционной деятельности

Исследование многочисленных теоретических источников экономической сущности инвестиций позволило дать собственную трактовку понятия инвестиций. Инвестиции рассматриваются как способ изменения капитала, преобразования его инвестиционные вложения, с последующим ростом в экономической, социальной или экологической сфере.

Итак, инвестиции – могут быть в виде денег или реального капитала, их вложение осуществляется в виде кредитования, вводом ценных бумаг, может

быть выражено имущественной или интеллектуальной собственностью, и прочими видами. Рассмотрена экономическая категория «инвестиционная деятельность» как необходимое условие индивидуального кругооборота средств хозяйствующего субъекта [53, с. 150].

Обобщая различные литературные трактовки, сформулировано следующее понятие инвестиционной деятельности, а именно – поиск потенциальных инвестиционных вложений, выбора наиболее эффективных целей для инвестиций, рассчитанный по параметрам инвестиционный план, и контроль над точечной их реализацией.

Существуют различные подходы к трактовке сущности инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования. В рамках данного исследования будет использовано такое определение инвестиционной деятельности предприятия – как совокупности практических действий по выработке и реализации инвестиционных решений, направленных на вложение капитала во всех его формах в различные сферы предпринимательской и других видов деятельности с целью его восстановления, сохранения и/или прироста, а также достижения других внеэкономических целей.

В научной литературе довольно часто отождествляют понятие «инвестиционная деятельность предприятия», «инвестирование» и «инвестиционный процесс», однако по своему содержанию они значительно отличаются.

Как уже было отмечено ранее, «инвестирование» от английского слова «investment», что в переводе означает капиталовложения. Важно понять, что инвестиции являются неотъемлемой частью инвестиционной деятельности, направленные на внедрения капитала в определённые объекты.

Следует разделить цели инвестиционной деятельности на формальные и реальные (рисунок 1.4) [43, с. 164].

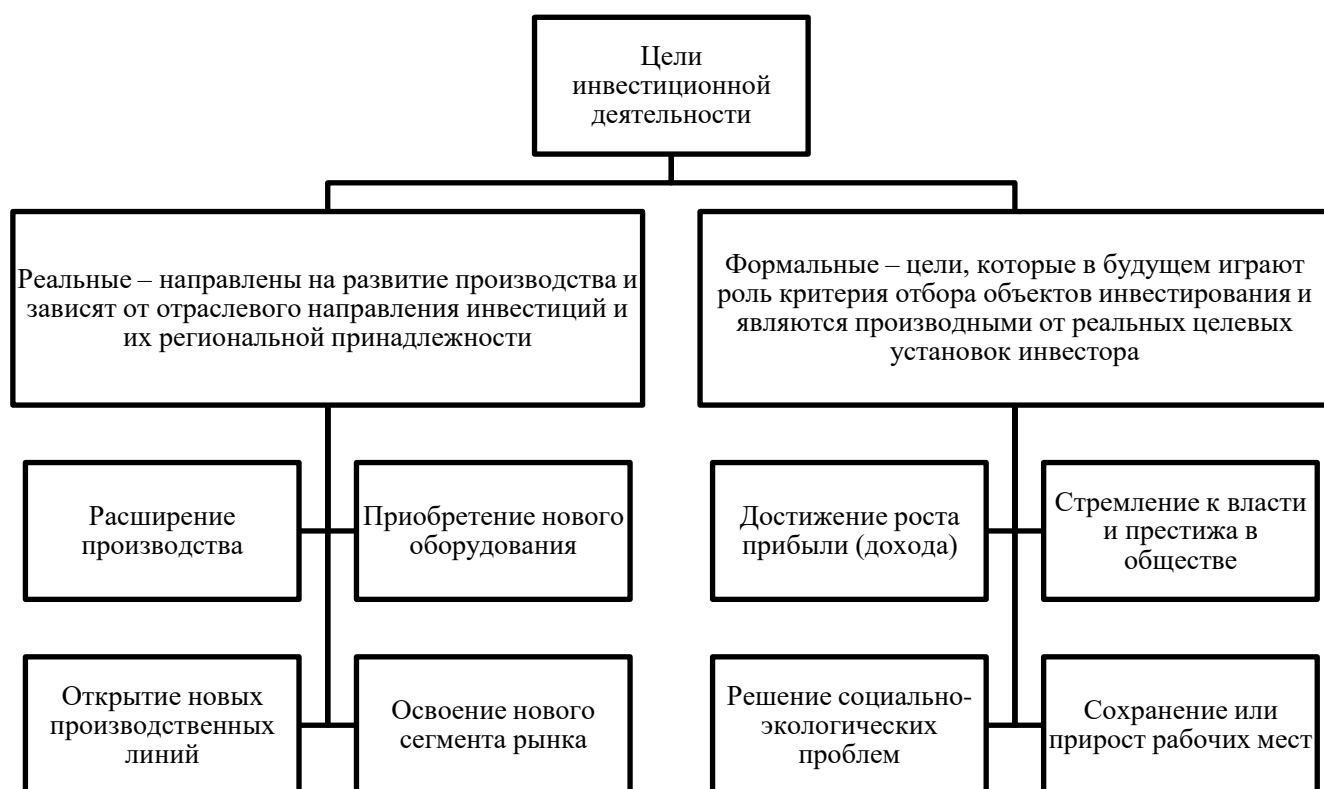


Рисунок 1.4 – Цели инвестиционной деятельности

Стоит отметить, что для формальных целей важно сформулировать реальные цели инвестиционной деятельности с установлением точных конечных показателей.

К примеру, формальная цель – увеличение дохода – её необходимо конкретизировать по ряду показателей, которые покажут уровни её достижения. Должны быть показатели среднего объема доходов за последние года, или чистой прибыли, или другие показатели, характеризующие прибыль от инвестиционной деятельности [21, с. 77].

По ходу осуществления главной цели, задачи инвестиционной деятельности на микроуровне, представленные на рисунке 1.5 [8, с. 48].

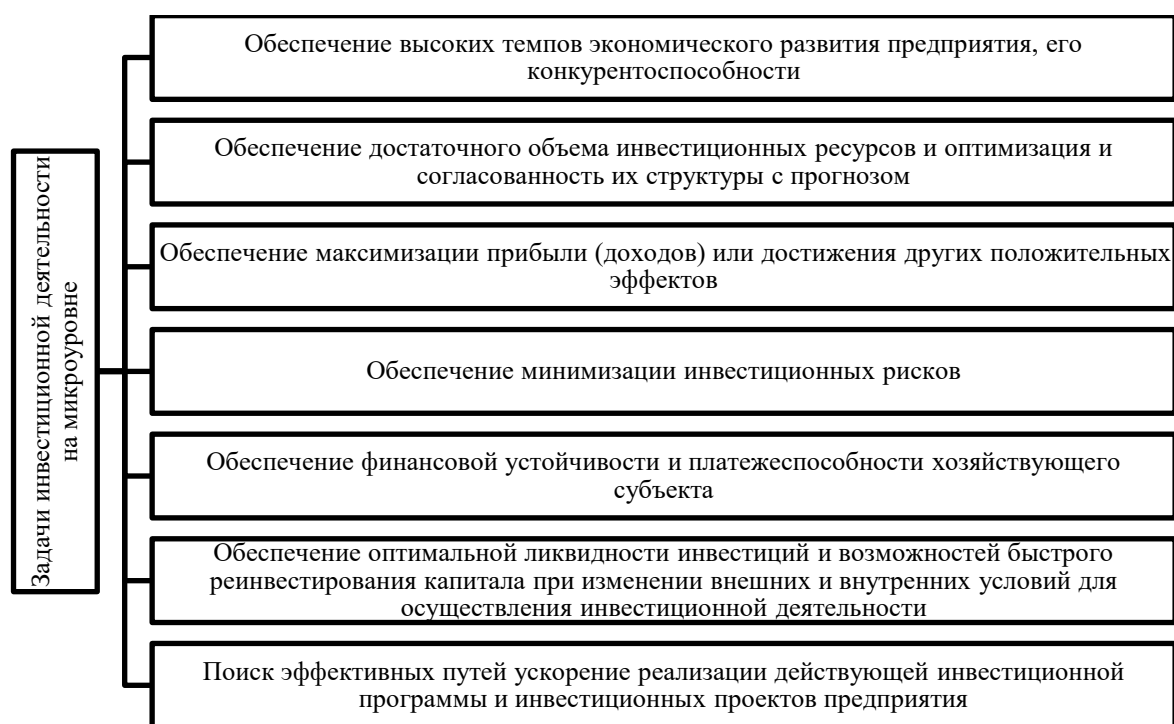


Рисунок 1.5 – Задачи инвестиционной деятельности на микроуровне

Особенности инвестиционной деятельности для предприятия:

1) инвестиционная деятельность – главная платформа для достижения роста капитализации предприятия, путем наращивания операционных доходов (Увеличение производственно-сбытовой деятельности) и (или) снижение отдельных операционных затрат (замена или ремонт физически и морально негодных активов);

2) формы и методы инвестиционной деятельности менее зависимы от отраслевой направленности предприятия, чем операционной деятельности, это связано с тем, что инвестиционная напрямую связана с финансовым рынком, а отраслевая зависит от сегментов товарного рынка и исключительными свойствами операционного цикла;

3) объемы инвестиционной деятельности предприятия характеризуются неравномерностью по отдельным периодам, что связано с необходимостью накопления финансовых ресурсов, использования благоприятных внешних экономических условий и постепенностью формирования внутренних условий для осуществления инвестиций [16, с. 74-75];

4) доход от инвестиционных вложений и прочие эффекты происходит с опозданием, так как между вложением и прибылью проходит определённое количество времени, он формируется от форм инвестиционного процесса;

5) деньги вложенные в предприятие составляют самостоятельные потоки, которые могут сильно отличаться по направленности в разные периоды;

б) с инвестиционной деятельностью связаны определенные риски, их называют инвестиционными, их уровень выше, чем у операционных, это связано с большей возможностью потери капитала при инвестировании [22, с. 48].

Подводя итог проведенного в данном параграфе анализа, еще раз уточним, что у хозяйствующих субъектов не может быть круговорота капитала без инвестиционной деятельности. Грамотное руководство в сфере производства создает возможность для новых вливаний инвестиций. Любой вид коммерческой деятельности имеет в себе самостоятельные, и в тоже время взаимосвязанные процессы инвестиционной и операционной направленности, что является частью общего экономического процесса. Еще раз вспомним, что инвестиции начиная с микроуровня жизненно необходимы любому предприятию, чтобы обеспечить стабильное функционирование, постоянный финансовый поток, и как результат - увеличение прибыли.

1.2 Понятие и структура инвестиционного проекта

Инвестиционный проект представляет собой организованную форму реализации инвестирования. Он выражается стратегическим планом и практической реализацией в оперативном управлении. В экономической литературе выделяют два наиболее распространенных определения сущности проекта:

1. Инвестиционный проект – особым образом подготовленная документная база, полнейшим образом описывающая и обосновывающая все особенности будущего инвестирования.

2. Инвестиционный проект – представляет собой ряд мер, принятых инвестором для реализации своей цели – увеличение прибыли [31, с. 89-90].

Во втором подходе мы видим, что он более полно позволяет изучить экономические стороны инвестиционного проекта, его закономерности и факторы существования. Возьмем его за основу, для понимания сути проекта.

Л.Л. Игонина объясняет нам инвестиционный проект как комплекс реализации инвестиций, подкрепленной экономической необходимостью, точными объемами и сроками вложений, с созданием проект сметы, и планом практических действий по его осуществлению [29, с. 58].

Иными словами, инвестиционный проект это комплекс теоретических и практических целей и обоснований для осуществления инвестиционного процесса, в результате которого достигается цель поставленная инвестором. Следует уяснить, что в понятие инвестиционный проект входят как практическое вложение капитала, так и комплекс документов с планом и разъяснением каждого пункта.

М.В. Чиненов отмечает, что комплекс мер для вложения инвестиций в течении определенного времени, с целью приобретения дохода в перспективе будет называться – инвестиционным проектом [50, с. 37].

Другую формулировку приводит Н.М. Гайдис. Он видит инвестиционный проект как операцию, растянутую во времени финансовыми вливаниями и их расходами [34, с. 59].

Слепо следовать такому определению кажется не совсем правильно, ведь не каждый план будет инвестиционным, так как финансовые затраты не всегда будут инвестиционной деятельностью.

У Н.А. Казакова мы встречаем следующее определение: «Инвестиционный проект – это специальным образом оформленное предложение об изменении деятельности предприятия, преследующее определенную цель» [30, с. 54].

Л.Е. Басовский пишет, инвестиционный проект – целевая, загодя проработанная и спланированная постройка или усовершенствование

промышленных объектов, технических процессов, полный набор документации, финансовые и рабочие ресурсы, план управленческих решений и сроки их реализации [11, с. 13]. Автор чуть сужает рамки инвестиционного процесса, для него главным критерием являются физические объекты.

Не оставим без внимания и толкование В.В. Бочарова, у него читаем, что инвестиционный проект – разовая мера связанных между собой мероприятий, при ограниченности ресурсов и четких границ времени, целью которых является конкретный результат [17, с. 93]. Таким образом, подчеркивается уникальность проекта и его нециклический характер.

Западные ученые Ф. Грей Клиффорд и В. Ларсон Эрик выделяют комплексности инвестиционного проекта, рассматривая его как разовый, определенный во времени и затратах мероприятие с четкими требованиями вкладчика [18, с. 523].

И.И. Мазур имеет свой взгляд на инвестиционный проект – это действие, подразумевающее затрату некоторого объема вложений, будь то – финансовые, материальные или человеческие, по итогам которых будет достигнут нужный результат, в заранее обозначенные сроки [38, с. 55].

В теории и практике управления инвестиционный проект видится как способ достижения положительных результатов, при задействовании материальных, рабочих и финансовых ресурсов, под должным руководством, при ограниченном бюджете, четких сроках, и выполнении количественных и качественных показателей.

В своей сути инвестиционный проект будет представлять комплекс признаков представленных на рисунке 1.6 [6, с. 53].

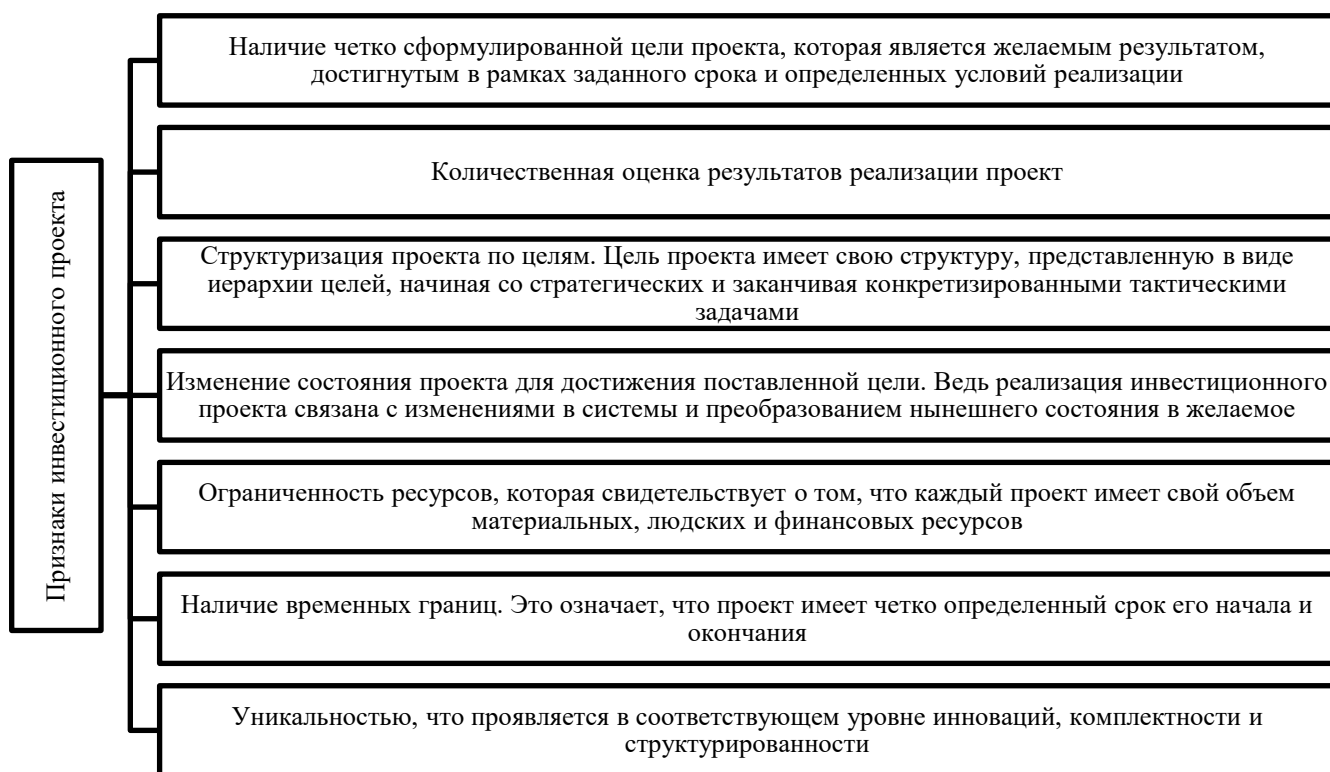


Рисунок 1.6 – Признаки инвестиционного проекта

Данные авторские позиции имеют в себе самые разные стороны инвестиционного проекта. Мы должны помнить, что инвестиционный проект для нас, это объект инвестирования, в него входит и система экономических отношений, конечной точкой которого будет достижение целей.

Опираясь на определения, приведенные выше, еще раз уточним суть проекта, для нас это прямая ориентация на результат в условиях определенного количества ресурсов.

Понятие управление инвестиционного проекта – включает в себе процесс организации, планирования, контроля финансовых, материальных и трудовых ресурсов, в ходе проекта, пока не будет достигнута конечная цель[40, с. 78-79].

Чтобы выявить особенности управления проекта, его нужно структурировать. Структура проекта – организация связей между его элементами, и характеризуется его целостностью и единством всех элементов.

Рассмотрим подробнее, что собой представляет тот или иной составной элемент инвестиционного проекта. К проектным материалам относятся

официальные документы, необходимые при проектировании объектов строительства (рисунок 1.7) [38, с. 112].



Рисунок 1.7 – Проектные материалы инвестиционного проекта

Также есть дополнительные материалы, которые разрабатываются участниками при экспертизе и непосредственной подготовке проектов к реализации.

Лицами, вовлеченными в инвестиционный проект могут быть, заказчики, исполнители, инвеститоры, а также пользователи проекта. Влияние инвесторов на объект инвестирования может выражаться непосредственно или опосредованно.

Преимущество последнего способа заключается в уменьшении рисков непосредственных инвесторов, так как часть из них переходит к другим участникам проекта. В случае, когда инвестор поручает организацию и контроль над объектом инвестирования другому субъекту – заказчику проекта, который в свою очередь имеет право передать часть полномочий – пользователю проекта.

Практика показывает, что такое расширение круга субъектов инвестиционного проекта оправдано, поскольку способствует развитию событий в желаемом для инвестора направлении с минимальными затратами и риском [49, с. 96-97].

Организационно-экономический механизм реализации проекта, направлен на обеспечение связи проектного материала с одной стороны и участниками с другой. Составляющие организационно-экономического механизма реализации проекта представлены на рисунке 1.8 [10, с. 3].



Рисунок 1.8 – Составляющие организационно-экономического механизма реализации проекта

Исходя из вышеприведенного, еще раз отметим, что инвестиционный проект – целостная структура, а не мгновенное одномоментное образования, самым общим проявлением которого являются экономические отношения между субъектами инвестиционной деятельности, по поводу объекта проекта.

Следует что, инвестиционный проект – это обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в т.ч. необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план).

1.3 Показатели оценки эффективности инвестиционных проектов

Далеко не все инвестиции выгодны. Как мы уже поняли, инвестиции должны приносить денежную прибыль от реализации инвестиционного проекта в будущем, но инвестор не всегда получает ожидаемый доход. Целесообразность вложений определяется некоторыми расчетами, которые могут наглядно показать, когда и сколько прибыли получит инвестор, из чего он может сделать вывод об успешности той или иной инвестиционной деятельности. Выгодные инвестиции имеют разную степень выгодности из-за разных сроков получения прибыли и неодинаковой отдачи на рубль вложений [5, с. 60].

Рассмотрим методы оценки эффективности инвестиционных проектов на рисунке 1.9 [32, с. 59].

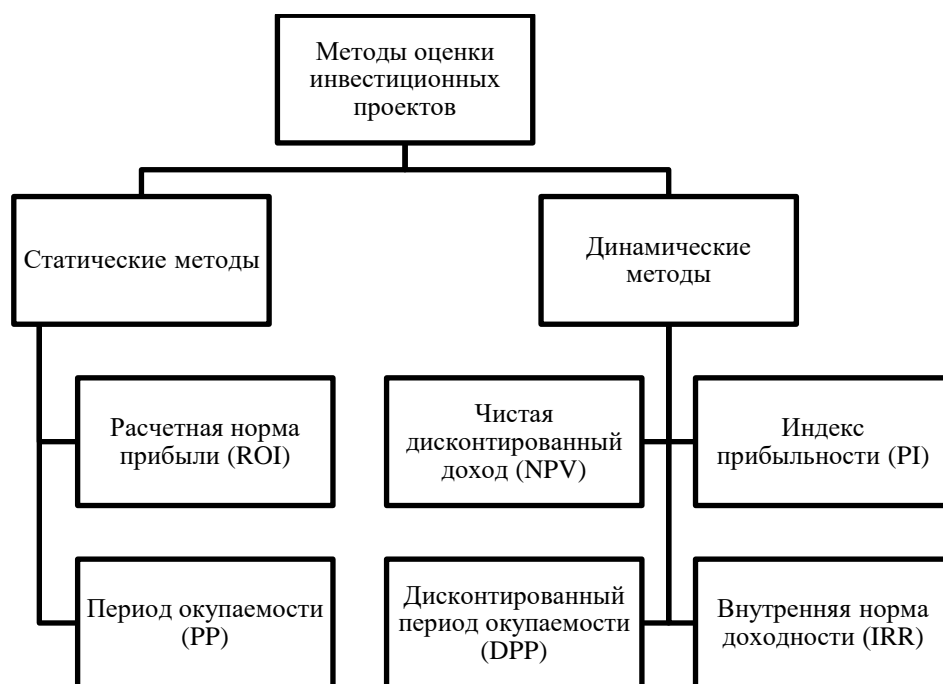


Рисунок 1.9 – Методы оценки инвестиционных проектов

Наиболее часто используются статистические методы оценки. Суть статистических методов состоит в определении основных показателей эффективности инвестиций:

1.1 Время возврата вложений (Payback period, PP). Это отрезок времени, за который построенное или усовершенствованное предприятие должно восполнить вложенные в него вливания, за счет дохода получаемого от его деятельности, или

время необходимое, чтобы прибыль от использования стала равна начальным инвестициям. Экономический смысл показателя заключается в определении срока, за который инвестор может вернуть вложенный капитал. Время окупаемости просчитывается следующим образом:

$$PP = \sum_{t=1}^T \frac{Kt}{\text{ЭэГ}}, \quad (1)$$

где PP – срок окупаемости инвестиций, руб.;

T – срок реализации проекта, лет;

t – номер временного интервала реализации проекта

K_t – сумма капитальных вложений, руб.;

ЭэГ – годовой экономический эффект от реализации проекта, руб.

По этому методу оперируют только статическими данными, и недисконтированными суммами не учитывая уровень инфляции, налоговых отчислений, и амортизационных издержек [37, с. 77].

1.2 Экономическая эффективность инвестиций (коэффициент эффективности инвестиций) показывает долю экономического эффекта в каждом рубле инвестиций. Рассчитать можно так:

$$E = \frac{\text{ЭэГ}}{\sum_{t=1}^T Kt} = \frac{1}{\text{Ток}}, \quad (2)$$

В экономическом плане инвестиции считаются обоснованными, если расчетный коэффициент эффективности $E_p \geq E_n$. Соответственно, срок расчетный срок окупаемости $T_p \geq T_n$.

В условиях планово-централизованной экономики все направления производства получают свои коэффициенты капитальных вложений.

При существовании свободного рынка за него берется процентная ставка за долгосрочный банковский заем. Сделав инвестицию, инвестор в праве ждать

прибыли не менее чем на один рубль, чем обозначена такая ставка под проценты. Для большинства расчетов рекомендовано $E_n = 0,16$ и $T_n = 6,2$ года.

Разумеется, неточности не лишены и такие статистические методы. Основная погрешность состоит в том, что не берется в расчет время, в просчетах заранее взяты несопоставимые величины, а именно, количество вложенных средств по стоимости на сегодняшний день и доход в обозримом будущем. Опираясь на этот факт, запомним, что итоговые расчеты будут неточны, так как будет условно завышен срок окупаемости и понижен коэффициент по эффективности [49, с. 104].

Как видно из данных таблицы, выделяются также и динамические методы, по которым видно, что их расчеты будут отличаться трудностью, и следует помнить, о разных дополнительных нюансах. Как правило, они используются для оценивания длительных планов по привлечению сторонних вложений, которые будут, и должны поступать регулярно, по ходу реализации проекта.

2.1 Чистый дисконтированный доход (Net present value, NPV). Акционерам, как людям наиболее заинтересованным в увеличении капитализации предприятия, этот показатель будет крайне важен, так как он напрямую отражает этот объем. Главный объект наблюдения для инвесторов, это значение NPV, его положительное значение, напрямую влияет на их участие в инвестиционном проекте. При выборе из некоторого числа проектов, смело можно сказать, что инвесторы выберут тот, у которого большая величина NPV. Вычисление чистого дисконтированного дохода можно осуществить следующим образом:

$$NPV = \sum_{t=1}^T (R_t - Z_t) \cdot \alpha - \sum_{t=1}^T K_i \cdot a_i, \quad (3)$$

где R_t – поступления от реализации проекта в момент t , руб.;

Z_t – текущие затраты на реализацию проекта, руб.;

α – коэффициент дисконтирования, рассчитывается следующим образом:

$$\alpha = \frac{1}{(1+d)^t}, \quad (4)$$

где d – норма дисконтирования (ставка дисконта), определяется так:

$$d = \left(\left(\frac{1+a}{100} \cdot \frac{1+b}{100} \cdot \frac{1+c}{100} \right) \cdot 100\% \right) - 100\%, \quad (5)$$

за a – стоимость капитала или прибыль от альтернативных вложений средств (ставка Центробанка, разные проценты по кредитованию, рентабельность в определенной отрасли, планы инвестора по доходу (НК РФ, ст. 269));

b – уровень премии за риск (в соответствии с классификацией изменений Приложение А);

c – прогнозируемый потолок инфляции, данный Минэкономразвития РФ (дается на 12 месяцев).

Инвестиционный проект считается эффективным, если $NPV > 0$ [16, с. 159].

2.2 Индекс прибыльности (доходности), который позволяет определить, сможет ли текущий доход от инвестиционного проекта покрыть инвестиции, вложенные в него. Рассчитывается таким образом:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^T (Rt - 3t) \cdot \alpha}{\sum_{t=1}^T Ki \cdot \alpha i}, \quad (5)$$

Эффективным считается инвестиционный проект, когда $PI > 0$, т.е. сумма дисконтированных доходов по проекту превышает величину дисконтированных вложений.

2.3 Внутренняя норма рентабельности (Internal rate of return, IRR), или внутренняя норма прибыли инвестиций – это значение ставки дисконтирования, при котором NPV проекта равен нулю. Расчет этого коэффициента необходим для того, чтобы определить максимально допустимый уровень расходов по проекту.

Определяется так:

$$IRR = d_1 + \frac{NPV(d_1)}{NPV(d_1) - NPV(d_2)} \cdot d_2 - d_1, \quad (6)$$

где d_1 – максимальное значение дисконта (из ряда приведенных расчетов), при котором NPV принимал положительное значение;

d_2 – минимальное значение дисконта, при котором NPV принимал отрицательное значение.

Например, если проект финансируется за счет кредита от коммерческого банка, то IRR показывает верхнюю границу уровня банковской процентной ставки, превышение которой делает инвестиционный проект убыточным [19, с. 304-305].

2.4 Дисконтированный срок окупаемости инвестиции (Discounted payback period, DPP) не имеет недостатков статического метода расчета срока окупаемости, поскольку учитывает стоимость денег во времени. Находится так:

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+d)^t} \geq I_0, \quad (7)$$

где n – число периодов;

I_0 – величина исходных инвестиций в нулевой период.

В случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается и проект, приемлемый по критерию PP, может быть неприемлемым по DPP. Определение периода окупаемости носит вспомогательный характер относительно внутренней формы рентабельности или чистой текущей стоимости [15, с. 180-181].

Еще одним важным показателем эффективности инвестиционного проекта является точка безубыточности. Точка безубыточности показывает, что при данном объеме производстве не будет ни прибыли, ни убытков. Определяется следующим образом:

$$T_0 = \frac{C}{p-V} = \frac{C \cdot N}{P-V} = \frac{C \cdot N}{M+C}, \quad (8)$$

где C – суммарные постоянные расходы на годовой выпуск продукции, руб.;

p – цена единицы продукции, руб.;

R – выручка от реализации продукции в расчете на годовой выпуск, руб.;

v – удельные переменные затраты на производство продукции, руб.;

V – переменные затраты на годовой выпуск продукции, руб.;

M – годовая прибыль от реализации продукции, руб.;

N – годовой выпуск продукции в натуральных единицах измерения, шт., т,

м и т.д.

Графическое представление точки самокупаемости приведено на рисунке 1.10.

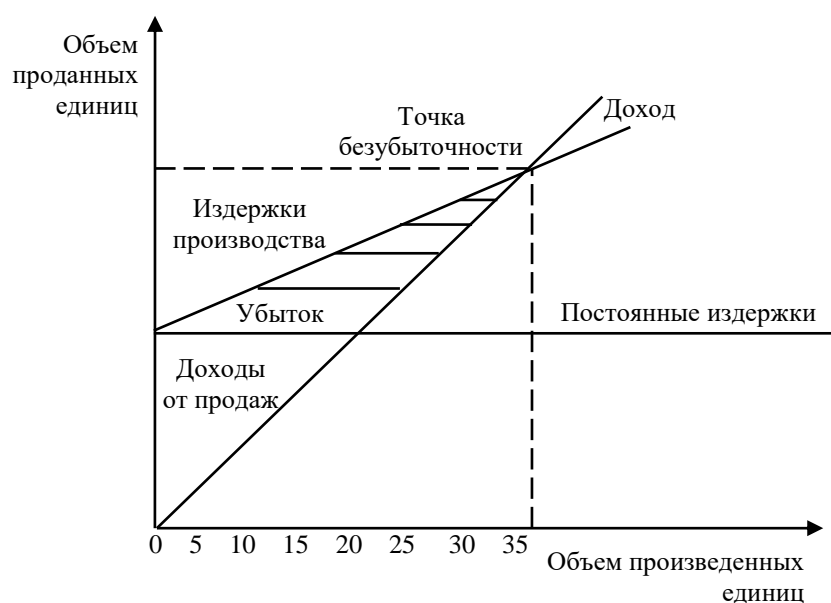


Рисунок 1.10 – Графическое представление точки самокупаемости

По графику определяется тот объем продукции, при котором расходы будут равны доходам, и после которого предприятие будет иметь постоянно увеличивающуюся прибыль. При обосновании инвестиционного проекта необходимо определить сколько и когда будут выплачены налогообложения в казны разных государственных уровней власти – так называемая «бюджетная эффективность»[11, с. 156].

Одним из главных факторов успешности предприятия, является фактор социальной эффективности, он выражается в неотложности открытия новых и

развития существующих рабочих мест, сюда же входит и фактор среднемесячной оплаты труда персонала (таблица 1.2) [52, с. 161].

Таблица 1.2 – Социальная эффективность инвестиционного проекта по производству продукции (оказанию услуг)

Показатели	2020 г.	2021 г.	Последующие годы
Дополнительные рабочие места	8	9	12
Среднемесячная заработная плата, руб.	25 000	26 000	29 500

Ряд существенных факторов не дают вычислить точный итог, вот эти факторы: риски, инфляция и неопределенность планируемых результатов. Риск в ходе реализации инвестиционного проекта может быть выражен вероятностью отклонения или изменения фактически полученных данных от их планируемых величин [47, с. 101].

Таким образом, в экономических расчетах, самым трудным будет выявить интересный для инвестора уровень экономической эффективности, требуется разработать точное технико-экономическое обоснование, в нем объединятся интересы всех инвесторов, независимые от участников проекта политические и экономические сдвиги в условиях слабой экономики.

Выводы по первому разделу

При развитии рыночных отношений в РФ важная роль отводится инвестиционной деятельности, без которой не представляется возможным процесс обновления и расширенного воспроизводства основных фондов и связанный с ним процесс производства конкурентоспособных товаров. Инвестиционная деятельность – поиск потенциальных инвестиционных вложений, выбора наиболее эффективных целей для инвестиций, рассчитанный по параметрам инвестиционный план, и контроль над точечной их реализацией.

Под инвестициями понимаются вложения инвестиционных ценностей в предпринимательскую или другие виды деятельности с целью получения дохода или социального эффекта.

2 АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛИ ПРОИЗВОДСТВА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в мире

Одним из самых массовых на продуктовом рынке продуктом является – мясо и его производные. Каждый человек любит вкусно поесть, и не каждый может представить свою «вкусную жизнь» без мяса в своем рационе, поэтому оно и является одним из основных продуктов питания нашего населения. Но мясо потребляется не только в виде определенных частей животных, но и в переработанном виде, будь то колбаса, сосиски, сардельки, купаты, котлеты и тому подобное. В настоящее время колбасные изделия являются одним из самых популярных продуктов питания по всему миру.

Колбасы – это продукты, в которых свежее измельченное мясо модифицируют различными методами обработки, чтобы получить желательные органолептические и сохраняющие свойства. Колбасы являются одной из древнейших форм переработки мяса, и современные колбасные технологии имеют глубокие корни в истории.

Как и когда была изготовлена первая колбаса, неизвестно, так как производство колбас предшествовало истории. Существует множество документов, свидетельствующих о том, что древние цивилизации производили и потребляли колбасы несколько тысяч лет назад. Римляне изготавливали «Circelli», «Tomacinae», «Butuli» и другие виды вкусных колбасных изделий, которые ели во время ежегодных праздников и жертвоприношений. Колбасы из рубца и других побочных продуктов особенно потреблялись более бедными слоями римского населения. Ранняя христианская церковь на протяжении многих лет запрещала употребление колбас в Риме [61].

В последние двадцать лет отрасль производства колбасных изделий разных сортов развивались активнее, чем в предыдущие 3 000 лет, но многие технические детали в современном колбасном производстве все еще остаются искусством, это

особенно верно для мелкого производства. Однако, особенно в сегменте производства колбасных изделий мясной промышленности, применяются многие аспекты современной мясной технологии в сочетании с традиционными методами переработки мяса. Таким образом, можно сказать, что производство колбасных изделий сегодня находится в постоянной эволюционной фазе, и постоянно видны новые изменения, основанные на новых технологических достижениях.

В последнее десятилетие было разработано большое количество инноваций и улучшений в области колбасного производства. Помимо тенденций в области механизации и автоматизации и других достижений в крупномасштабном производстве колбасных изделий, были также сделаны значительные инновации в области мелкосерийного типа операций и процессов. Разработка новых видов колбас из мяса, кроме говядины, свинины или баранины, в частности из мяса птицы, также демонстрирует значительные перспективы. Каждое изменение, произведенное производителями колбасных изделий, от ингредиентов до переработки, потенциально может потребовать ряда связанных изменений в составе колбас, приправах и т.д. [3, с. 2].

Производство колбасных изделий составляет тот важный сегмент сложной отрасли мясной промышленности, которая превращает сырье убитого животного в мясную продукцию более высокой ценности. Благодаря технологиям производства колбасных изделий побочные продукты животного происхождения также переоцениваются, что способствует экономическому и социальному развитию. Производитель колбасных изделий раздает свою продукцию розничным продавцам, ресторанам, отелям и т.д., или продает их напрямую потребителям. Поэтому в мелкомасштабном колбасном производстве нет четкого различия между тем, где заканчивается производство и начинается маркетинг [45, с. 41].

По приблизительным оценкам мировой объем отрасли производства колбасных изделий по итогам 2019 г. составил 131 880 тыс. долл. США. Динамика объемов представлена на рисунке 2.1 [73].

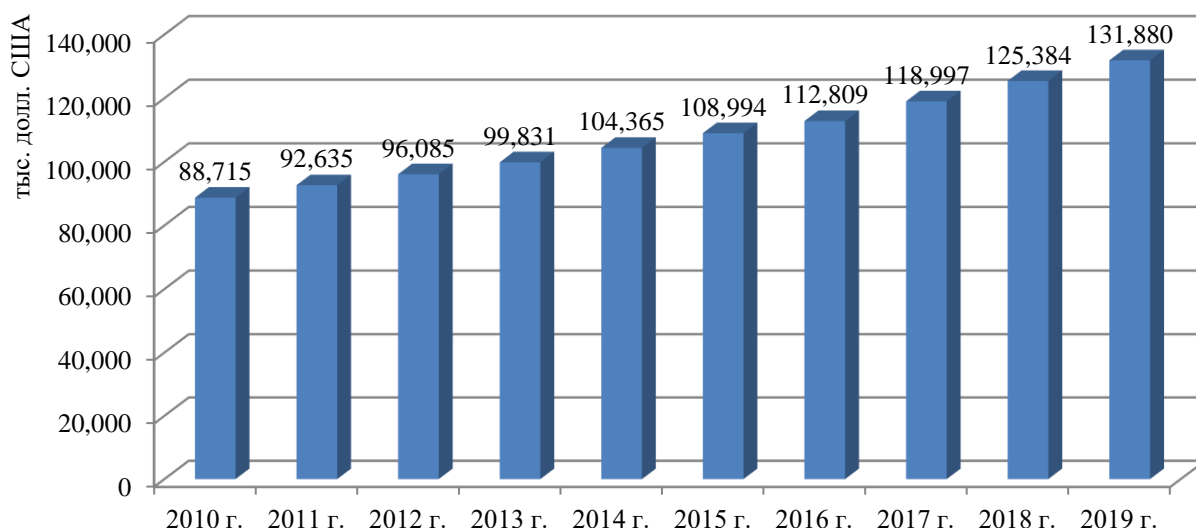


Рисунок 2.1 – Динамика объемов мирового рынка колбасных изделий

Как видно из данных диаграммы, в течение всего анализируемого периода отрасль производства колбасных изделий имела стойкую тенденцию к росту. Объем рынка по итогам 2019 г. вырос по сравнению с 2010 г. на 43 165 тыс. долл. США.

На рисунке 2.2 представлена динамика роста выручки отрасли в процентном соотношении.

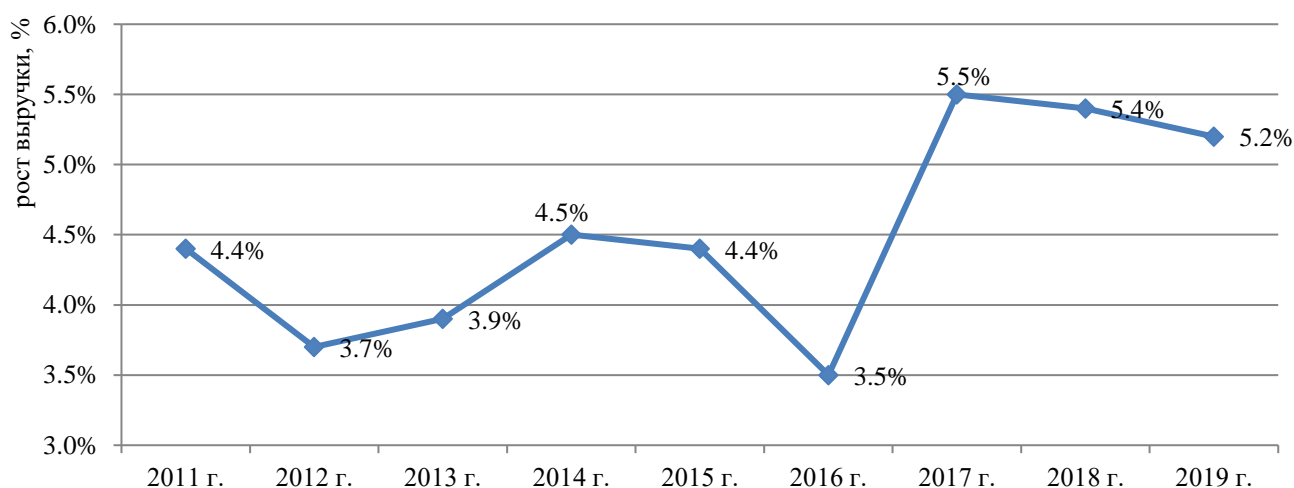


Рисунок 2.2 – Динамика роста выручки мирового рынка колбасных изделий

Можно сделать вывод, что в течение анализируемого времени выручка мирового рынка колбасных изделий в относительных величинах показывала нестабильные результаты. Наименьший рост выручки был зафиксирован в 2016 г. – всего на 3,5%. Максимальный рост был отмечен в 2017 г. (на 5,5%), однако

потом рост несколько замедлился. Стоит обратить внимание на тот факт, что за восьмилетний период рынок ни разу не показал снижения объема выручки, что можно назвать уникальным, поскольку иные рынки продуктов общественного питания не столь стабильны, особенно в кризисные времена.

Специалисты полагают, что и в дальнейшем отрасль сохранит стабильную тенденцию к росту, о чем свидетельствуют прогнозные данные об объеме рынка в 2020–2023 гг. (рисунок 2.3).

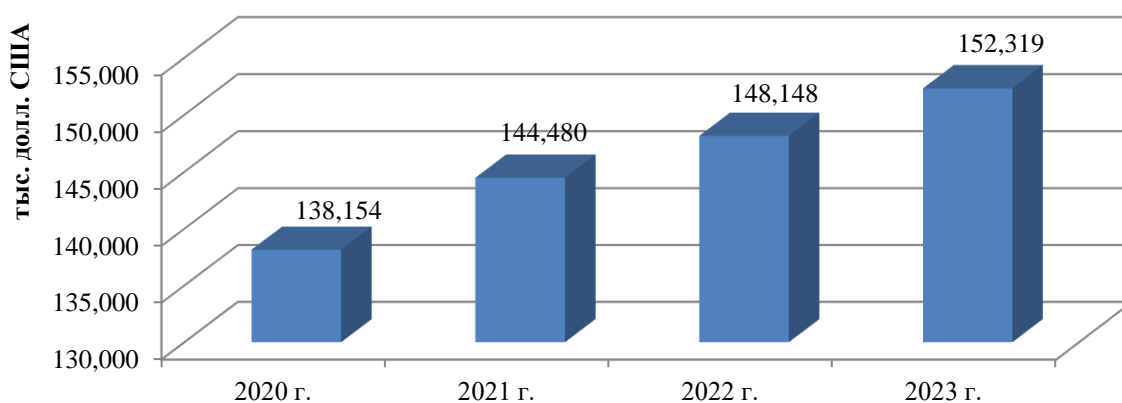


Рисунок 2.3 – Прогнозные данные об объеме рынка в 2020–2023 гг.

Таким образом, согласно прогнозам специалистов, по итогам 2020 г. объем рынка составил 138 154 тыс. долл. США, что на 6 274 тыс. долл. США больше, чем по итогам 2019 г. К концу 2023 г. ожидается рост объемов рынка на 20 439 тыс. долл. США по сравнению с 2019 г.

На рисунке 2.4 представлены прогнозные значения выручки рынка в относительных величинах [75].

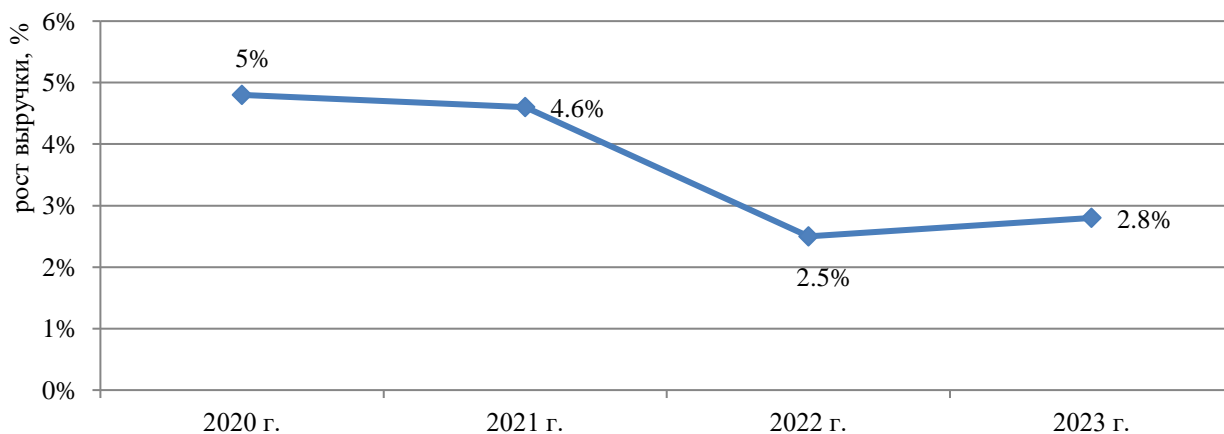


Рисунок 2.4 – Прогнозные данные выручки рынка в 2020–2023 гг.

Как можно видеть из данных рисунка 2.4, эксперты ожидают замедление роста выручки рынка в 2022 г.

На рисунке 2.5 представлена динамика средней рыночной стоимости выбранного рынка на человека в долларах США за каждый год.

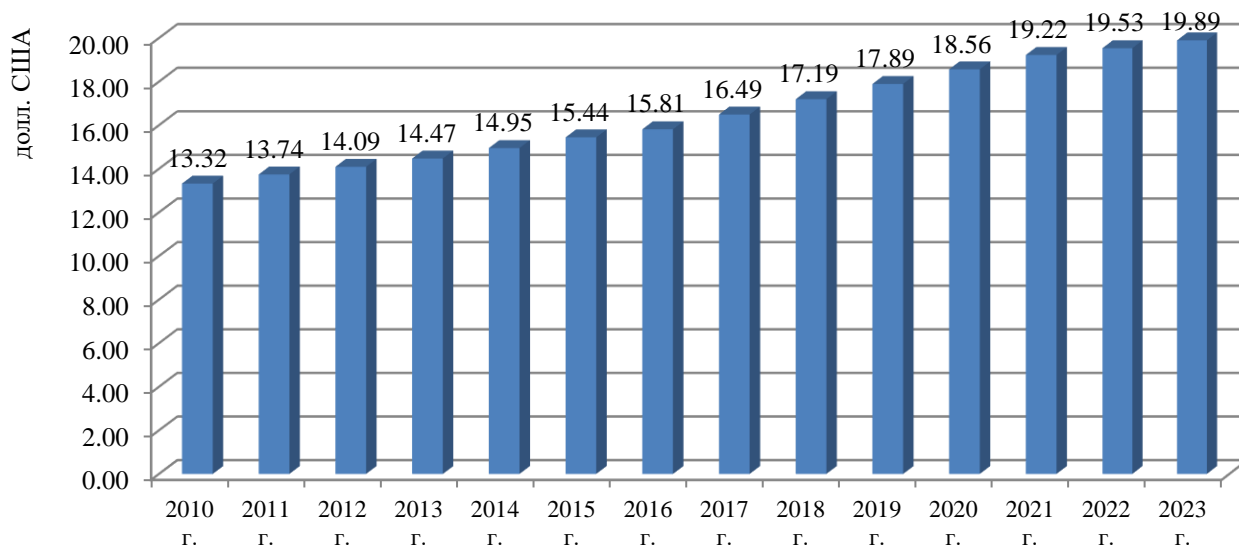


Рисунок 2.5 – Динамика средней рыночной стоимости рынка на человека в долл. США

Исходя из данных диаграммы, средний доход на человека в сегменте колбас составит в 2020 г. 18,56 долл. США.

Объем рынка в натуральных величинах (млн. кг готовых колбасных изделий) представлен на рисунке 2.6 [74].

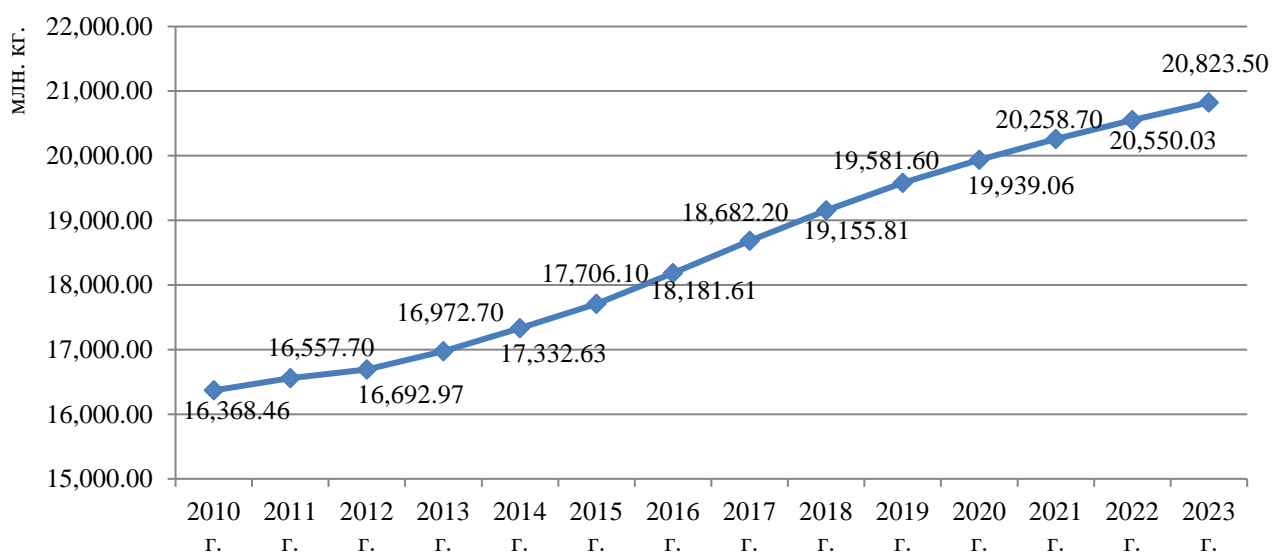


Рисунок 2.6 – Объем рынка в натуральных величинах

Таким образом, можно сделать вывод, что в течение всего анализируемого периода объем рынка в натуральных величинах имел тенденцию к росту. Так, по итогам 2019 г. было произведено 19 581,60 млн. кг колбасных изделий, что на 3 213,14 млн. кг больше, чем в 2010 г. Согласно прогнозам специалистов, к 2023 г. объем мирового производства колбасных изделий составит 20 823,5 млн. кг, что на 1 241,90 млн. кг больше, чем в 2019 г.

На рисунке 2.7 представлен средний объем колбас, потребляемых населением.

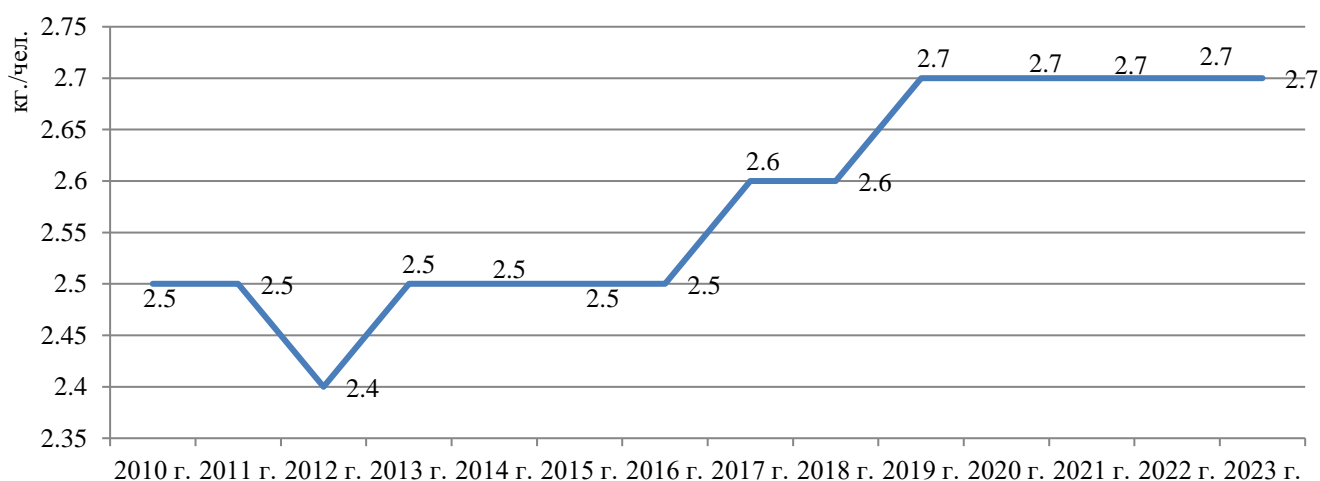


Рисунок 2.7 – Динамика потребления колбасных изделий на душу населения

Можно сделать вывод, что в течение всего анализируемого периода средний объем потребления на душу составляет 2,5 кг колбасы в год.

На рисунке 2.8 представлена динамика средней цены колбасного изделия весом 0,5 кг в долл. США [75].

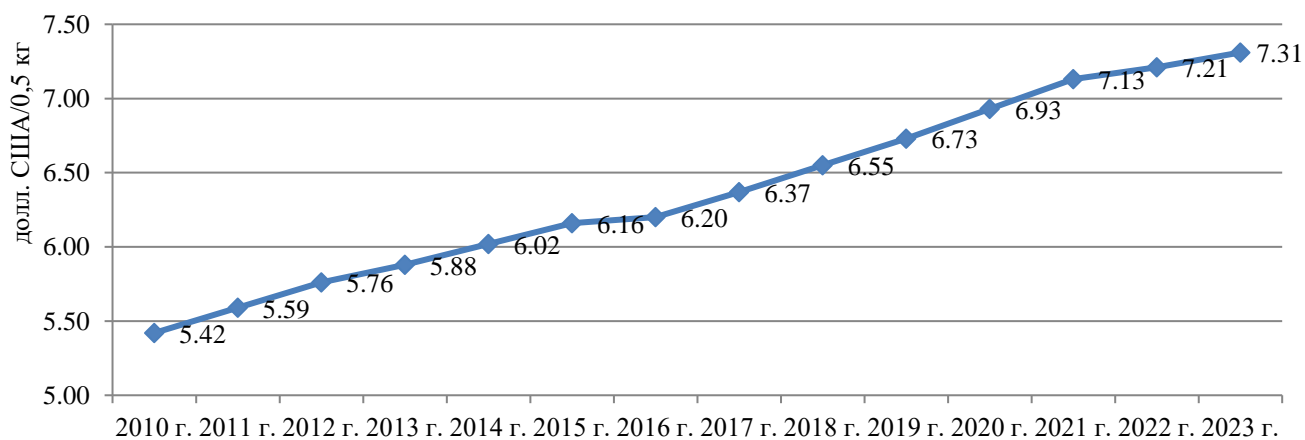


Рисунок 2.8 – Динамика средней цены колбасного изделия весом 0,5 кг в долл. США.

Можно сделать вывод, что в течение всего анализируемого периода (2010–2019 гг.) средняя стоимость колбасного изделия весом 0,5 кг имела тенденцию к росту. Так, в 2019 г. средняя стоимость составила 6,73 долл. США или 435 руб. Специалисты ожидают, что в период 2020–2023 гг. средняя стоимость будет иметь тенденцию к росту и по итогам 2023 г. составит 7,31 долл. США, что на 0,58 долл. США больше, чем по итогам 2019 г.

На рисунке 2.9 представлено территориальное распределение прибыли рынка по итогам 2019 г. [76].

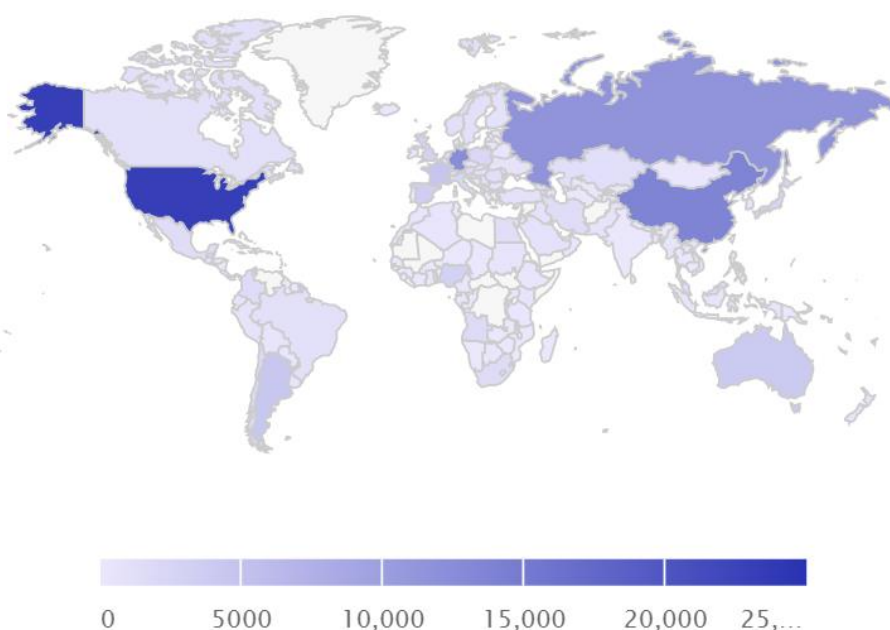


Рисунок 2.9 – Территориальное распределение прибыли рынка в 2019 г.

Можно сделать вывод, что страной, внесшей максимальный вклад в прибыль рынка колбасных изделий, является США – именно в этой стране было получено более 23 000 тыс. долл. США прибыли от продажи колбасных изделий. На втором месте – Китай, объем продаж колбасных изделий в данной стране составил более 13 000 тыс. долл. США. На третьем месте – Германия с объемом продаж 12 000 тыс. долл. США, на четвертом и пятом – Россия и Франция, с объемом продаж 11 000 тыс. долл. США и 4 500 тыс. долл. США соответственно.

Таким образом, страной-лидером по потреблению колбасных изделий является США. На рисунке 2.10 представлены данные о продажах колбасных изделий по видам мяса в 2019 г. и прогноз на 2023 г. [58].

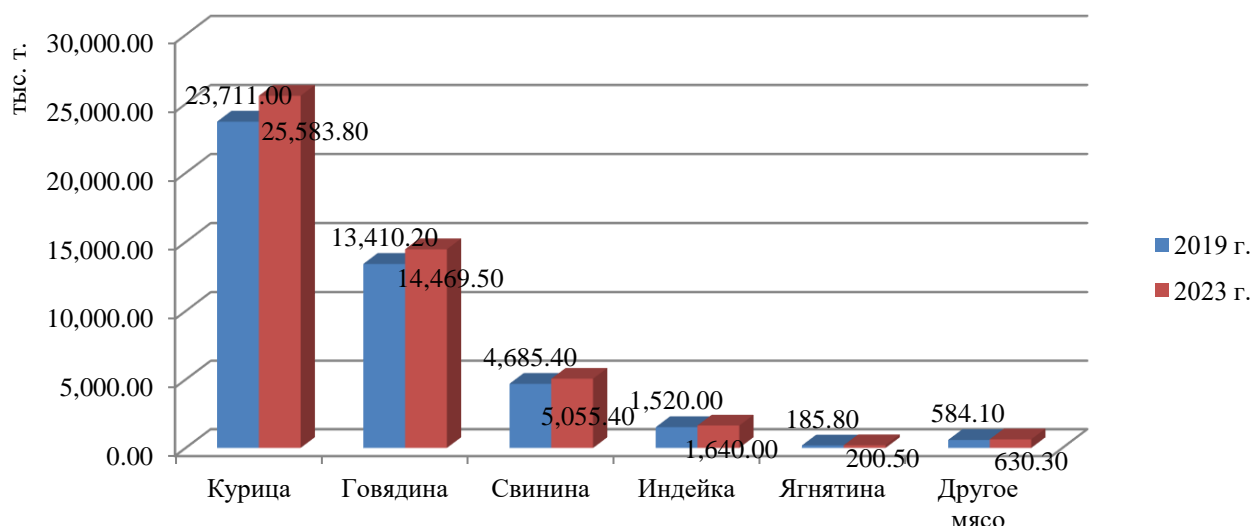


Рисунок 2.10 – Данные о продажах колбасных изделий в США по видам мяса в 2019 г. и прогноз на 2023 г.

Можно сделать вывод, что наиболее популярным видом мяса для производства колбасных изделий в США является курица, на втором месте по популярности – говядина. Стоит отметить, что согласно мнению экспертов, в 2023 г. произойдет роста объема колбасных изделий по каждому из видов сырья, но наибольший рост – для курицы и говядины.

Если говорить о лидерах по производству колбасных изделий, то в настоящее время Италия является одним из крупнейших в мире производителей и экспортеров колбасных изделий. Поскольку мировой спрос на колбасы продолжает расти устойчивыми темпами, ожидается, что колбасная промышленность Италии будет развиваться и дальше, а также возможности для бизнеса с ведущими поставщиками колбасных изделий в Италии. Мясной сектор Италии генерирует экономическую стоимость порядка 30 миллиардов евро в год по сравнению с примерно 180 миллиардами евро всего продовольственного сектора и 1500 миллиардами евро всего национального ВВП. Италия экспортирует большую часть своих колбас в ЕС (60%) и США (15%). Недавний запрет на торговлю в Китае увеличит спрос и экспорт итальянских свиных колбас. Поставщики колбасных изделий из Италии сталкиваются с трудностями, пытаются

выйти на международный рынок. Китай, один из крупнейших импортеров свинины и ее продуктов из ЕС, снял 17-летний запрет на свинину из Италии [74].

Компаниями-лидерами по производству колбасных изделий являются:

1) компания Fratelli Beretta SpA со штаб-квартирой в Милане специализируется на колбасных изделиях, в особенности ветчине, колбасе мортаделла, салями, брезола и т.д., имеет 22 фабрики, 1 326 сотрудников и выручку в размере 773,0 млн. долл. США;

2) Cranswick Plc – ведущий производитель колбасных изделий из Великобритании, поставляет продукцию в ведущие розничные сети, рестораны и продовольственные сети Соединенного Королевства. Представлен широкий ассортимент продукции, включая свежую свинину, колбасы для гурманов, вареное мясо, воздушно-сушеный бекон, континентальное мясо и закуски. Bodega, Weight Watchers, Woodall's, Simply Sausages, Red Lion Foods и Black Farmer;

3) Campofrio Food Group, SA – испанская многонациональная пищевая компания, базирующаяся в Мадриде, которая производит различные виды мясопродуктов;

4) компания Peer Foods Group, Inc. со штаб-квартирой в Чикаго (США), имеет объем продаж в размере 100,0 млн. долл. США, основные направления работы – производство и продажа бекона, ветчины и колбасы;

5) Kayem Foods, Inc. является крупнейшим переработчиком мяса в Новой Англии, США. Компания производит более 500 наименований продукции под 8 брендами – Kayem, Alfresco, McKenzie, Triple M и т.д.

6) Franz Wiltmann GmbH & Co. KG перерабатывает 160 тонн мяса в день и является одним из ведущих поставщиков копченых колбас, паштетов и ветчинных деликатесов по всей Германии и Европейскому союзу;

7) John Morrell Food Group – это 18 производственных предприятий, изготавливающих ветчину, копченую колбасу, бекон и пепперони в Соединенных Штатах, реализация осуществляется через партнеров по розничной торговле и обслуживанию общественного питания;

8) Sofina Foods является одним из ведущих канадских производителей первичных и переработанных колбасных продуктов как для розничных потребителей, так и для предприятий общественного питания, а также на международных рынках. Компания производит продукты из свинины, говядины, индейки, курицы и рыбы. В компании созданы такие бренды, как Cuddy, Lilydale, Janes, Mastro, San Daniele, Fletcher's, Riserva и Zamzam. Также компания является эксклюзивным дистрибьютором лучших итальянских продуктов Rio Mare, Lavazza и San Benedetto в Канаде [73, 75].

Таким образом, проведенный анализ отрасли производства колбасных изделий в мире позволяет сделать вывод, что выручка в сегменте колбасных изделий в 2020 г. составит, как ожидается, 138 154 млн долл. США. Ожидается, что ежегодный рост рынка составит 3,3%. В глобальном сравнении большая часть доходов генерируется в Соединенных Штатах (23 224 млн. долл. США). Что касается общей численности населения, доходы на душу населения составят 18,56 долл. США в 2020 г., среднее потребление на душу населения составит 2,7 кг колбасных изделий в 2020 году.

2.2 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в России

В настоящее время колбасные изделия пользуются большой популярностью среди российских граждан. Если в прежние времена колбасы считались деликатесом, которым наслаждались в основном за праздничным столом, то сегодня многие россияне употребляют колбасу более или менее ежедневно.

Частое потребление колбасных изделий стимулирует мясоперерабатывающие предприятия к расширению ассортимента выпускаемой продукции. Однако из-за введенного продовольственного эмбарго, резкого повышения обменного курса и ухудшения экономической ситуации в России потребители были вынуждены тратить меньше на продукты питания, в том числе колбасные изделия [57].

Продовольственное эмбарго запрещает импорт как колбасных изделий, так и мяса, что в свою очередь увеличивает издержки отечественных предприятий,

которые раньше импортировали сырье и ингредиенты для производства своей продукции.

С начала 2014 года средние розничные цены на полукопченые колбасные изделия выросли почти на 31%. Этот темп роста является самым высоким по отношению к потребительским ценам на все виды колбасных изделий. В сентябре 2015 г. цена одного килограмма полукопченной колбасы составляла более 400 рублей. Самой дешевой является вареная колбаса – эта ситуация не менялась на протяжении последних восьми лет. Однако даже на этот вид колбасы средние розничные цены за год выросли на 9,6% [65].

В 2013–2015 годах наблюдалось явное снижение потребления. Так, в 2013 и 2014 годах рынок колбасных изделий сократился почти на 1% в год. В 2015 году негативная тенденция усилилась, и с января по сентябрь рынок упал на 2,4%.

Снижение масштабов выпуска продукции данного сегмента рынка связано, в первую очередь, со снижением объемов производства колбасных изделий, выпускаемых российскими компаниями. В 2012 году было произведено более 2,5 млн. тонн колбасных изделий, в то время как за последние два года объем производства снизился почти на 2%. В 2015 году наблюдалось продолжающееся снижение этого показателя, и производство сократилось еще на 2,4% за первые девять месяцев.

Введение эмбарго и снижение курса рубля не только сказалось на импорте готовой продукции, но и оказало существенное влияние на себестоимость и поставки сырья для производства колбасных изделий в России, коренным образом повлияло на развитие внутреннего рынка. В прогнозах ожидалось увеличение потребления колбасы, но первые полгода года показывают снижение этого показателя.

Негативную динамику производства, как было указано выше, можно объяснить ухудшением благосостояния россиян. По итогам 2014 года размер располагаемого дохода снизился на 3%, что оказало влияние на потребительскую корзину. Таким образом, в 2015 году можно выделить следующие изменения потребительского

поведения: падение спроса на мясную продукцию в целом и сдвиг в сторону более дешевого сегмента и продуктов растительного происхождения [62].

Максимальное снижение объемов производства колбасных изделий российскими мясоперерабатывающими предприятиями было зафиксировано в 2009 году после мирового финансово-экономического кризиса. Тогда объем производства составил 2,2 млн. тонн, что на 9% меньше, чем в 2008 году. Стоит отметить, что, несмотря на разнонаправленную динамику темпов роста, объем производства с 2005 года никогда не опускался ниже 2 млн. тонн.

Этот сегмент рынка характеризуется сезонной изменчивостью производства в течение всего года: производители наращивают производство в летние месяцы, когда скот хорошо набирает вес. Кроме того, высокие объемы производства преобладают в декабре, когда потребители начинают подготовку к новогодним праздникам и продажи колбасных изделий растут.

Вареная колбаса является главным выбором населения с низкими и средними доходами из-за ее низкой цены. Поэтому данный вид колбасных изделий доступен в продуктовой линейке каждого мясокомбината. Вареные колбасы используются для приготовления бутербродов на завтрак, закусок, которые могут быть добавлены к салатам, супам и другим блюдам.

Занимая 63% рынка, вареные колбасы являются бесспорным лидером в структуре российского производства. Доля копченых колбас более чем в два раза меньше. Другие виды продукции, такие как кровяные колбасы, колбасные изделия, состоящие из термически обработанных ингредиентов и др., в общей сложности занимают около 10% произведенного объема [54].

Следует отметить, что местное производство колбасных изделий практически полностью удовлетворяет внутреннее потребление, а импортные продукты в основном необходимы для увеличения ассортимента выпускаемой продукции. Импорт составил около 2,1% в 2013 году. Несмотря на продовольственное эмбарго на мясные продукты, произведенные в США, ЕС, Канаде, Австралии и Норвегии, доля импорта российского рынка в 2014 году выросла на 2,22%.

В разрезе показателей объем импорта продемонстрировал положительную динамику в 2013–2014 гг. По итогам 2014 года российский импорт превысил аналогичный показатель 2013 года на 7%. Отметим, что в прошлом году темпы роста снизились, так как импорт колбасных изделий в 2013 году вырос на 22% по сравнению с 2012 годом. Если в 2014 году введенный запрет на поставки мясной продукции практически не повлиял на объем импорта как в денежном, так и в натуральном выражении, то в 2015 году трансграничные поставки резко сократились. За январь-август 2015 года импорт колбасных изделий в Россию снизился на 40% в натуральном выражении и более чем на 70% в денежном выражении [60].

Рост импорта в прошлом году объясняется тем, что Республика Беларусь, основной импортер колбасных изделий, увеличила поставки в Россию в 1,4 раза, в то время как страны, пострадавшие от эмбарго, значительно сократили поставки к концу 2014 года.

Эксперты отмечают, что стабилизация курса рубля и развитие мясной отрасли при условии поддержки со стороны правительства РФ способствовали нормализации ситуации на рынке колбасных изделий в 2016-2017 годах. Развитие собственной сырьевой базы позволило значительно снизить себестоимость готовой продукции, что в свою очередь повлияло на цену и уровень потребительского спроса.

С 2014 года объем видимого потребления колбасных изделий уменьшался со среднегодовыми темпами 2% и по итогам 2018 года составил 2 278 тыс. т. Отрицательная динамика на рынке связана с общими кризисными явлениями в экономике, а также с эмбарго и ростом цен на сырье, которые в совокупности повлияли на изменения конечного спроса на рынке.

По итогам I полугодия 2019 года объем видимого потребления колбасных изделий продолжил тенденцию 2018-го, сократившись на 2% по отношению к аналогичному периоду предыдущего года (до 1102 тыс. т). При этом в структуре

рынка наблюдается сокращение объемов как производства, так и импортной продукции ввиду низкого спроса на колбасные изделия на фоне роста цен [69].



Рисунок 2.11 – Объем видимого потребления колбасных изделий на российском рынке в 2013 г. – I полугодии 2019 г., тыс. т

На рисунке 2.12 представлены наиболее популярные виды колбасных изделий в России [68].

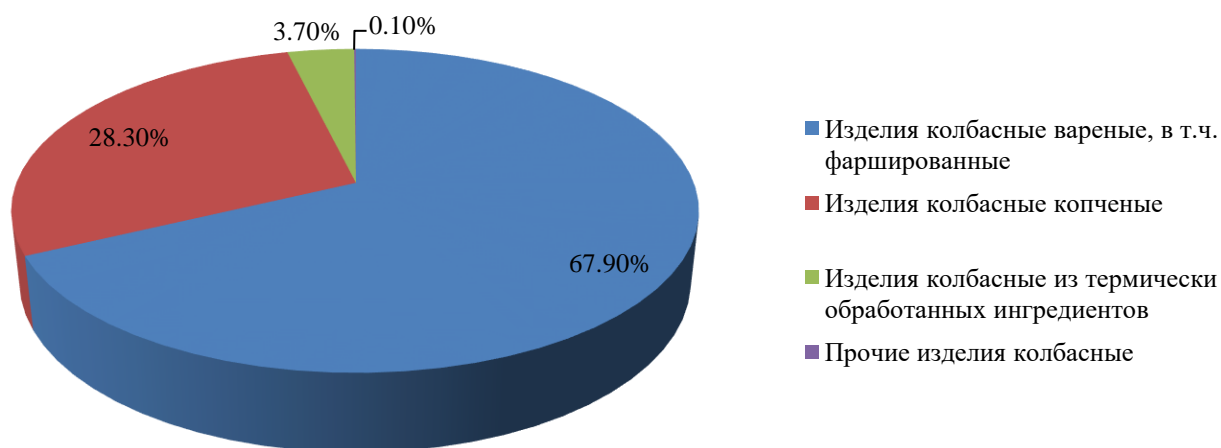


Рисунок 2.12 – Наиболее популярные виды колбасных изделий в России

Наибольшим спросом традиционно пользуются вареные колбасные изделия, на долю которых приходится 68% от общего объема рынка. Далее с большим отставанием следуют копченые колбасные изделия (28%). На продукцию из

термически обработанных ингредиентов, кровяные и жареные изделия приходится не более 4%. Данная структура обусловлена уже сложившейся культурой потребления колбасных изделий, а также их стоимостью: цены на вареную продукцию значительно ниже цен на прочие виды колбас.

В период 2013–2018 гг. динамика производства колбасных изделий показывала отрицательный тренд со среднегодовыми темпами падения на уровне 2%. Очередной спад в 2017 году на 6% связан с еще большим удорожанием сырья для изготовления колбасных изделий, что, в свою очередь, привело к росту конечных цен на продукцию для потребителя. Стоит также отметить существенный рост издержек производителей колбасных изделий, связанный с повышением тарифов на воду, электроэнергию и логистические услуги.

В I полугодии текущего года объем производства составил 1 101 тыс. т, что на 2% меньше аналогичного периода предыдущего года (рисунок 2.13) [60].



Рисунок 2.13 – Объем производства колбасных изделий в РФ в 2013 г. – I полугодии 2019 года, тыс. т

Лидером по производству колбасных изделий является Центральный федеральный округ, в 2018 году на его долю пришлось порядка 40%. Далее следуют Приволжский и Северо-Западный федеральные округа с долями 22% и 10% соответственно.

Структура производства колбасных изделий по видам является сформированной и относительно стабильной: более 50% приходится на фаршированные колбасные изделия (вареные колбасы, сосиски, сардельки).

Объем импорта колбасных изделий в 2015 году составил 28,5 тыс. т, что на 44% ниже аналогичного показателя 2014-го. Снижение объемов импорта обусловлено текущей экономической обстановкой, колебанием курса рубля и введением продовольственного эмбарго.

В 2016–2017 гг. импорт показывал рост, что свидетельствовало об адаптации иностранных производителей к текущей экономической обстановке, сложившейся в России.

Однако в 2018 году импорт снова сократился на 10%, что связано с запретом Россельхознадзора на ввоз некоторых категорий и марок колбасных изделий из Беларуси, которая является основным поставщиком данной продукции в Россию (более 94% от общего объема импорта) [54].

За I полугодие 2019 года объем импортных поставок в Россию составил 9,8 тыс. т, что на 5% ниже аналогичного показателя предыдущего года (рисунок 2.14).

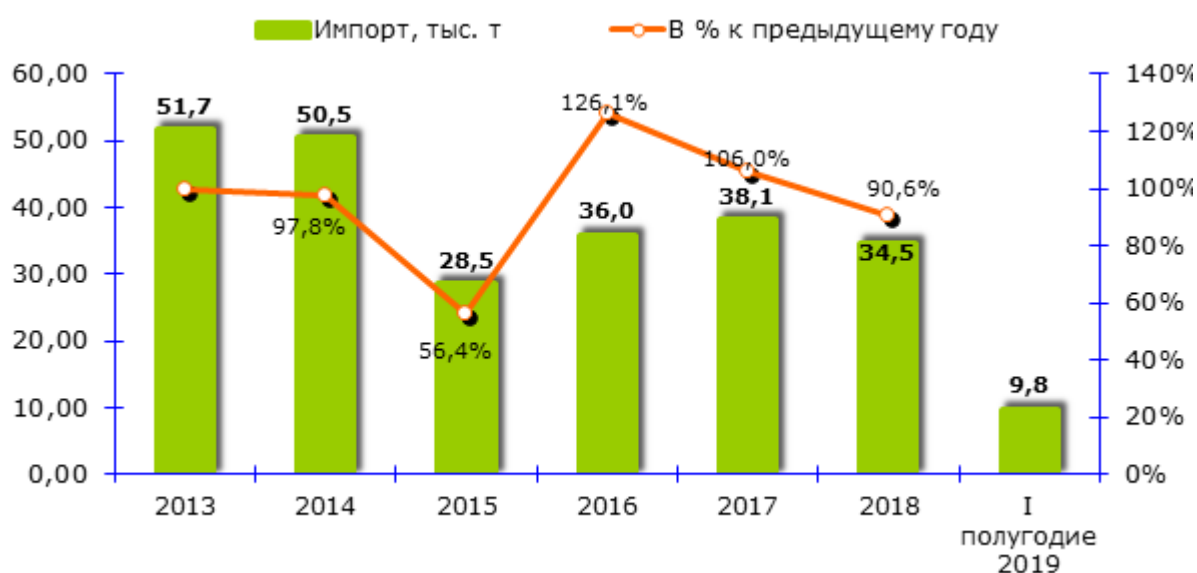


Рисунок 2.14 – Динамика импортных поставок колбасных изделий на рынок РФ в 2013 г. – I полугодии 2019 г., тыс. т

Экспорт колбасных изделий показывает нестабильную динамику на протяжении всего периода, что главным образом связано с колебаниями валютного курса. Основным получателем российских колбасных изделий традиционно является Казахстан, на долю которого на 2018 год пришлось 79% от общего объема экспорта, на втором месте – Украина с долей 10%.

За I полугодие 2019 года объем экспортных поставок в Россию составил 12,5 тыс. т, что на 4% выше аналогичного показателя предыдущего года (рисунок 2.15).



Рисунок 2.15 – Динамика экспортных поставок колбасных изделий на рынок РФ в 2013 г. – I полугодии 2019 г., тыс. т

В период 2013-2019 гг. цены производителей показывали разнонаправленную динамику, которая, в первую очередь, зависит от стоимости сырьевых компонентов и прочих издержек производителей в аналогичный период.

В 2013 г. цены оставались стабильными. С 2014 г. средние цены начали увеличиваться, и по состоянию на конец 2019 г. цены на вареные колбасы составляли 393,3 руб./кг, на полукопченые колбасы – 478,1 руб./кг, на сырокопченые колбасы – 475,2 руб./кг. Средняя цена в июне на сосиски и сардельки составляет 205,4 руб./кг.

Более подробная динамика представлена на рисунке 2.16 [65].

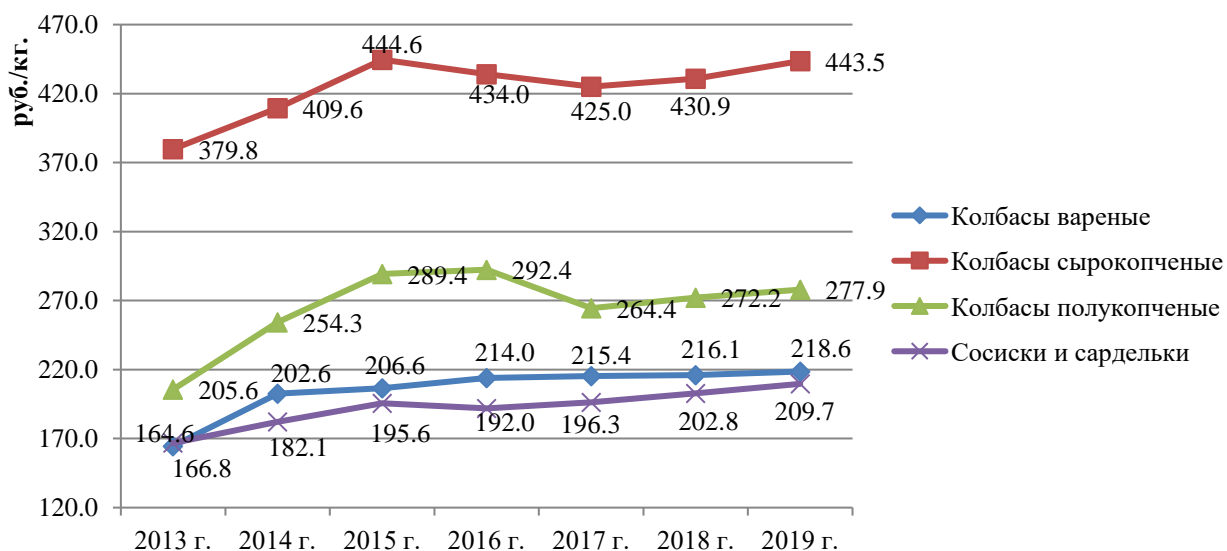


Рисунок 2.16 – Динамика стоимости отдельных видов колбасных изделий

В таблице 2.1 представлены лидеры рынка производителей колбасных изделий [69].

Таблица 2.1 – Компании-лидеры по производству колбасных изделий

Место в рейтинге		Название	Место расположения производства	Основной вид деятельности по ОКВЭД
в 2018 г.	в 2019 г.			
1	1	ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	Москва	Переработка и консервирование мяса
2	2	ОАО «Черкизовский МПЗ»	Москва	Переработка и консервирование мяса
3	3	ОАО «Великолукский мясокомбинат»	Псковская область	Производство соленого, вареного, запеченного, копченого, вяленого и прочего мяса
4	5	ООО «МПК «Атяшевский»	Республика Мордовия	Производство соленого, вареного, запеченного, копченого, вяленого и прочего мяса
5	4	ЗАО «Стародворянские колбасы»	Владимирская область	Производство колбасных изделий

Таким образом, лидером рынка является ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат». «Останкино» принадлежат 16 торговых домов, фирменные магазины в Москве и один из самых современных свинокомплексов в стране. На комбинате (выпускающем 680 тонн продукции в сутки) работает более 9 000 сотрудников. Объемы продаж компании в 2018 году

выросли на 10 тыс. тонн и составили 226 тыс. тонн продукции, что на 5% больше показателей 2017 года.

Качественное изменение колбасного производства позволяет промышленным предприятиям ориентироваться на выпуск широкого ассортимента доступной для массового потребителя мясной и мясосодержащей колбасной продукции с содержанием мяса в границах, разрешенных действующими российскими стандартами. Однако, в таких условиях мелкие производители колбас, выпускающие колбасы из натурального мяса, не выдерживают конкуренции и часто уходят с рынка.

Крупные производители предоставляют покупателям все виды колбасной продукции в широком ассортименте. Часть колбас выпускается по ГОСТам, которые строго регламентируют состав исходного сырья, количество белков, жиров и углеводов, но большинство колбас выпускаются по разработанным производителем и утвержденным ТУ.

Высокая конкуренция заставляет производителей колбасных изделий увеличивать ассортимент, когда в продуктовую линейку включают колбасные нарезки, разнообразные мясные деликатесы. Введенные антироссийские санкции и проводимая политика импортозамещения позволили отечественным производителям освоить выпуск сыровяленых колбас, по качеству не уступающих продукции европейских производителей.

Традиционный ассортимент дополняется новыми видами продукции, например, компания «Дымов» предлагает покупателям мясные снеки, в числе которых чипсы, стрипсы и маленькие колбаски, а компания «Ратимир» производит чипсы из свинины и мяса птицы.

Некоторые производители реализуют колбасную продукцию под одним брендом (например, Великолукский комбинат), но большинство крупных мясопереработчиков предпочитают регистрировать товарные знаки под определенную линейку продуктов (таблица 2.2) [64].

Таблица 2.2 – Производители колбасных изделий и бренды изделий

Производитель	Бренды
ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	«Останкинский», «ОСТАНКИНО», «Папа может!», «Сосиска.ру», «Мужская еда», «Коровино», «Малышок» и т.д.
ОАО «Черкизовский МПЗ»	«Черкизовский», «Cherkizovo», «МясникоFF» и т.д.
ОАО «Великолукский мясокомбинат»	«Великолукский мясокомбинат»
ООО «МПК «Атяшевский»	«Деревенский дворик», «Ладные да складные», «Бабушка Талина» и т.д.
ЗАО «Стародворянские колбасы»	«Стародворье», «Стародворская», «Доктор Бутер», «Вязанка» и т.д.

Крупные производители колбас обычно являются частью агрохолдингов, которые замыкают весь производственный цикл от кормовой базы и выращивания сельскохозяйственных животных до производства и реализации колбасных изделий в специализированных магазинах. Большинство мясопереработчиков предпочитают использовать сырье отечественного производства, и лишь некоторые компании закупают мясо в Бразилии, Аргентине, Парагвае, Колумбии и Уругвае.

Однако многие ингредиенты, используемые при производстве колбас, в России не производятся. Например, стабилизаторы качества мясных продуктов выпускаются в Австрии, Германии и во Франции, где их закупают крупные производители колбасных изделий. Мелкие производители приобретают стабилизаторы и вкусовые добавки на российском рынке у дистрибьютеров.

Согласно прогнозам специалистов, в 2020 г. рынок сохранит достигнутые уровни производства колбасных изделий, а динамичное развитие рынка станет возможным лишь в случае активизации покупательского спроса [69].

Потребительский спрос на колбасные изделия, как на товар, не относящийся к категории продуктов первой необходимости, является основным фактором, определяющим показатели рынка, и в первую очередь зависит от уровня доходов и структуры расходов населения (особенно в кризисные периоды) с учетом цены на товар. Соответственно, с ростом цен на продукцию потребительский спрос на колбасные изделия может претерпеть структурные изменения (потребители будут

переключаться на более дешевые товары). В свою очередь, цены и объемы производства зависят от цен на сырье, которое в последние годы показывает рекордный рост. Вместе с тем, ограничивают развитие рынка запреты на ввоз в Россию импортных товаров, а также популяризация правильного питания и здорового образа жизни в последние годы, из-за чего многие потребители проявляют интерес к мясу.

Таким образом, все вышеуказанные факторы будут способствовать стагнации рынка колбасных изделий в среднесрочной перспективе, и к 2025 г. падение объемов рынка колбасных изделий может составить до 2 253 тыс. т., что ниже уровня потребления 2018 г. на 1,1% (рисунок 2.17) [62].



Рисунок 2.17 – Прогнозы развития рынка колбасных изделий

Таким образом, подводя итог проведенного анализа, можно сделать вывод, что рынок колбасных изделий России почти независим от импорта, но его развитие приостановилось. Основная проблема, сдерживающая отечественных производителей – продолжающееся снижение покупательной способности населения. Рынок в достаточной мере обеспечен сырьем, однако рост стоимости мяса вынуждает производителей повышать отпускные цены на колбасные изделия, что делает российскую продукцию неконкурентоспособной на внешних рынках и тормозит развитие экспорта.

2.3 Анализ развития отрасли производства колбасных изделий в Челябинской области

Рынок колбасных изделий в Челябинской области занимает порядка 2% в общем объеме выпуска продуктов питания. Динамика объема рынка представлена на рисунке 2.18 [67].

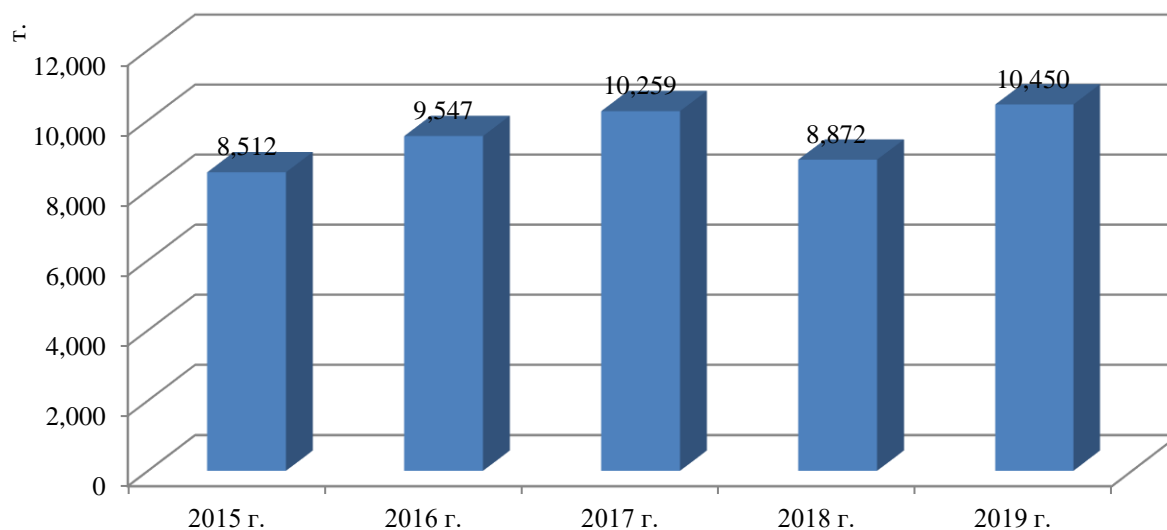


Рисунок 2.18 – Динамика объема рынка колбасных изделий

Как видно из данных рисунка, по итогам 2019 г. объем рынка в натуральном выражении составил 10 450 т, что на 1 578 т. больше, чем в 2017 г.

Рынок мяса и мясопродуктов в Челябинской области относится к числу развитых, с преобладанием на нем местных производителей.

Переработку мяса на территории региона осуществляют 288 предприятий различной мощности, производящих широкий ассортимент колбасных изделий, копченостей, полуфабрикатов. На сегодняшний день в Челябинске отмечена конкуренция среди крупных производителей. Самые крупные производители вареных колбас в Челябинске это такие известные торговые марки как: «Калинка», «Ромкор», «Ариант» и «Таврия». Эти производители занимают 83,1% рынка Челябинска и пользуются наибольшим спросом у потребителя.

Рассмотрим структуру производителей колбасных изделий по итогам 2019 г. более подробно на рисунке 2.19 [66].

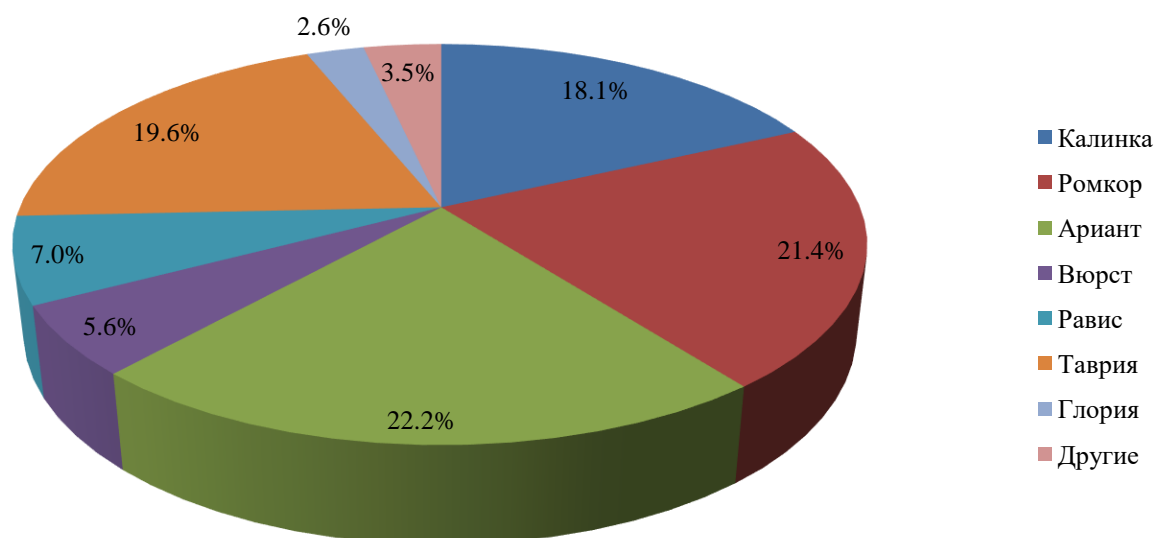


Рисунок 2.19 – Структура производителей колбасных изделий в Челябинской области по итогам 2019 г.

На рисунке 2.20 представлены данные о средних ценах основных производителей колбасных изделий по состоянию на март 2020 г. Для анализа было взято колбасное изделие весом 350-450 грамм.

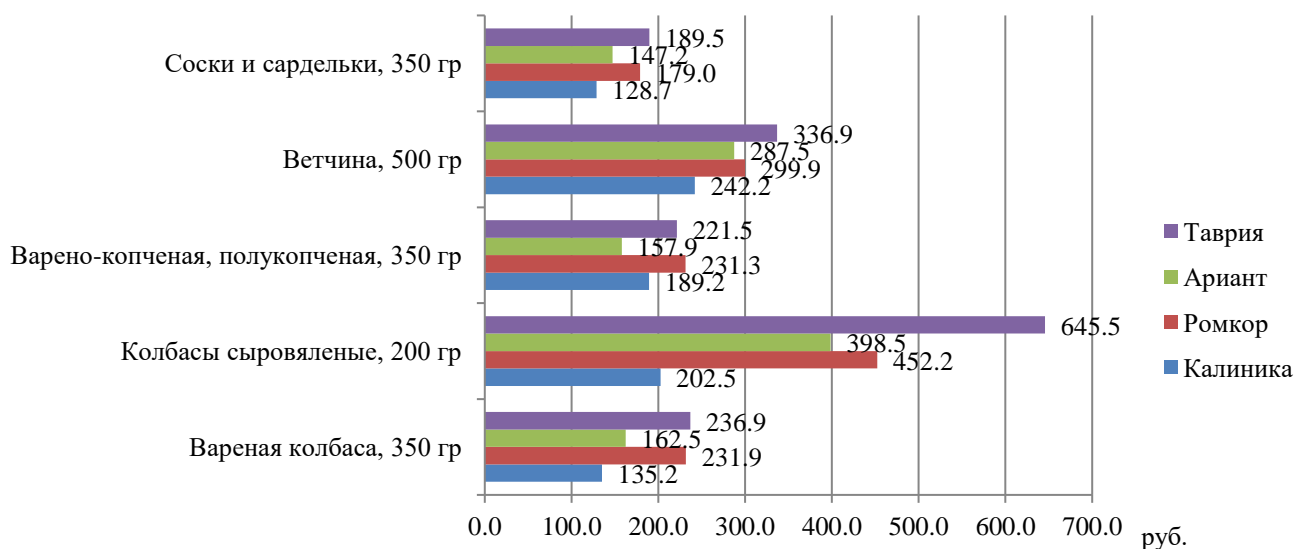


Рисунок 2.20 – Средние цены на колбасные изделия производителей Челябинской области (март 2020 г.).

Можно сделать вывод, что средняя цена вареной колбасы весом 350 гр. составляет 191,6 руб. Самая высокая цена – у «Ромкора», самая низкая – у

«Калинки». Средняя цена сырокопченого колбасного изделия весом 200 гр. – 424,7 руб., самая низкая цена у «Калинки», самая высокая снова у «Таврии». Средняя цена варено-копченой, полукопченой колбасы весом 350 гр. – 200 руб. Самая низкая цена – у «Арианта», а самая высокая – у «Ромкора». Средняя цена ветчинного изделия весом 500 гр. составляет 291,6 руб. Самая высокая цена у «Таврии» – 366,9 руб., тогда как самая низкая – у «Калинки». В свою очередь средняя цена за упаковку сосисок и сарделек весом 350 гр. – 161,1 руб. Самая низкая цена у «Калинки», тогда как самая высокая – у «Таврии». Можно сделать вывод, что среди лидеров-производителей колбасных изделий Челябинской области наиболее низкие цены у производителя «Калинка», а самые высокие – у производителя «Таврия».

Помимо местных производителей, на рынке области широко представлены крупные компании федерального уровня, в первую очередь – Черкизовский и Микояновский заводы. Эти компании предпочитают действовать через сеть дистрибьюторов, что позволяет обеспечивать присутствие мясопродуктов данных фирм практически в каждом более-менее крупном супермаркете Челябинска.

Выводы по второму разделу

Рынок колбасных изделий в достаточной мере обеспечен сырьем, однако рост стоимости мяса вынуждает производителей повышать отпускные цены на колбасные изделия, что делает российскую продукцию неконкурентоспособной на внешних рынках и тормозит развитие экспорта.

В большинстве своем производители колбасных изделий Челябинской области работают на местном сырье. Заметим, что достаточно много (порядка 50%) мяса завозится в область из других регионов и из-за рубежа. Таким образом, рынок производителей колбасных изделий достаточно насыщен – в Челябинской области работают как местные производители, так и производители из других регионов.

3 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В Г. ЧЕЛЯБИНСКЕ

3.1 Инвестиционный проект цеха по изготовлению колбасных изделий

Главной идеей инвестиционного проекта является открытие цеха по изготовлению колбасных изделий, который будет обеспечивать имеющиеся потребности населения Челябинской области в качественных колбасных изделиях.

Общая цель инвестиционного проекта – это обеспечение экологически чистой продукцией (колбасных изделий) жителей Челябинской области и других регионов по доступным ценам.

Общая цель конкретизируется в соответствии с приоритетности ее реализации следующими подцелями:

- 1) финансовое развитие предприятия, т.е. максимизация прибыли и рациональное использование имеющихся трудовых, материальных и финансовых ресурсов;
- 2) создание новых рабочих мест с гарантированной заработной платой и социальным пакетом;
- 3) поступление в доходную часть бюджета за счет уплаты налогов и страховых взносов.

Далее поэтапно представим основные элементы инвестиционного плана.

1. Резюме.

Настоящий проект представляет собой план создания колбасного цеха с денежным оборотом в два года.

На реализацию проекта понадобятся денежные средства в размере 4 642 800 руб. Финансирование проекта осуществляется путем получения коммерческого кредита в размере 2 642 800 руб., оставшаяся сумма – собственные денежные средства инвестора (директора цеха по производству колбасных изделий).

2. Описание проекта.

2.1 Краткая информация о проекте.

Цель инвестиционного проекта – открытие цеха по производству колбасных изделий в г. Челябинск.

Создание цеха по производству колбасных изделий является инвестиционно-привлекательной идеей, поскольку ожидается, что инвестиционные вложения быстро окупятся, спрос на продукцию будет высок.

Месторасположение цеха рационально выбрать недалеко от крупного города, чтобы иметь возможность наиболее оперативно распределять готовую продукцию и снабжать предприятие необходимыми ресурсами, при условии невысокой цены за аренду производственных территорий.

SWOT анализ проекта представлен в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – SWOT анализ проекта по открытию колбасного цеха

Сильные стороны	Слабые стороны
Новое производство, в полной мере отвечающее современным требованиям Качественное сырье, обеспечивающее высокое качество готовой продукции Широкий ассортимент производимой продукции с возможностью расширения Оригинальные рецептуры Высококвалифицированный персонал Новое оборудование Местоположение (вблизи крупного города, хорошее с точки зрения логистики) «Домашнее», не потоковое производство	Отсутствие собственной сырьевой базы (высокая зависимость от поставщиков) Высокий уровень конкуренции Некоторая монополизированность рынка, следствием чего вход на него затруднителен Низкая известность колбасных изделий Не всегда потребители готовы заплатить более высокую цену за продукты-новинки
Возможности	Угрозы
Рост покупательской способности Конкуренты концентрированы и известны Сотрудничество с крупными торговыми сетями Повышение качества жизни населения Создание продукции-новинок для рынка Внедрение наиболее современных технологий	Инфляция Повышение цен на ресурсы Нестабильность поставщиков Конкурентная активность Усиление роли розницы (розничных сетей) и её влияния на поставщиков и производителей: они диктуют условия Изменение предпочтений населения

Таким образом, основными конкурентными преимуществами проектируемого колбасного цеха будут являться:

1) высокое качество производимой продукции, обеспечиваемое благодаря высокому качеству сырья и новейшему оборудованию для производства колбасных изделий;

2) «домашнее», не потоковое производство

3) удовлетворение спроса путем предложения рынку товаров-новинок.

Инвестируя в открытие колбасного цеха, появляется возможность производить качественную продукцию по новейшим технологиям, а также создавать условия легкого труда для сотрудников компании.

2.2 Описание ассортимента производимой продукции и технологии производства.

Для проектируемого цеха предлагается следующая номенклатура готовой продукции:

1) вареная колбаса «Сырная» (50% говядина, 50% свинина);

2) сосиски «Медовые» (50% говядина, 50% свинина);

3) сардельки «Могучие» (100% мясо говядины);

4) полукопченая колбаса «Вестфалия» (50% говядина, 50% свинина).

Технология производства полукопченой колбасы и сарделек представлена на рисунке 3.1 [23, с. 172-173].

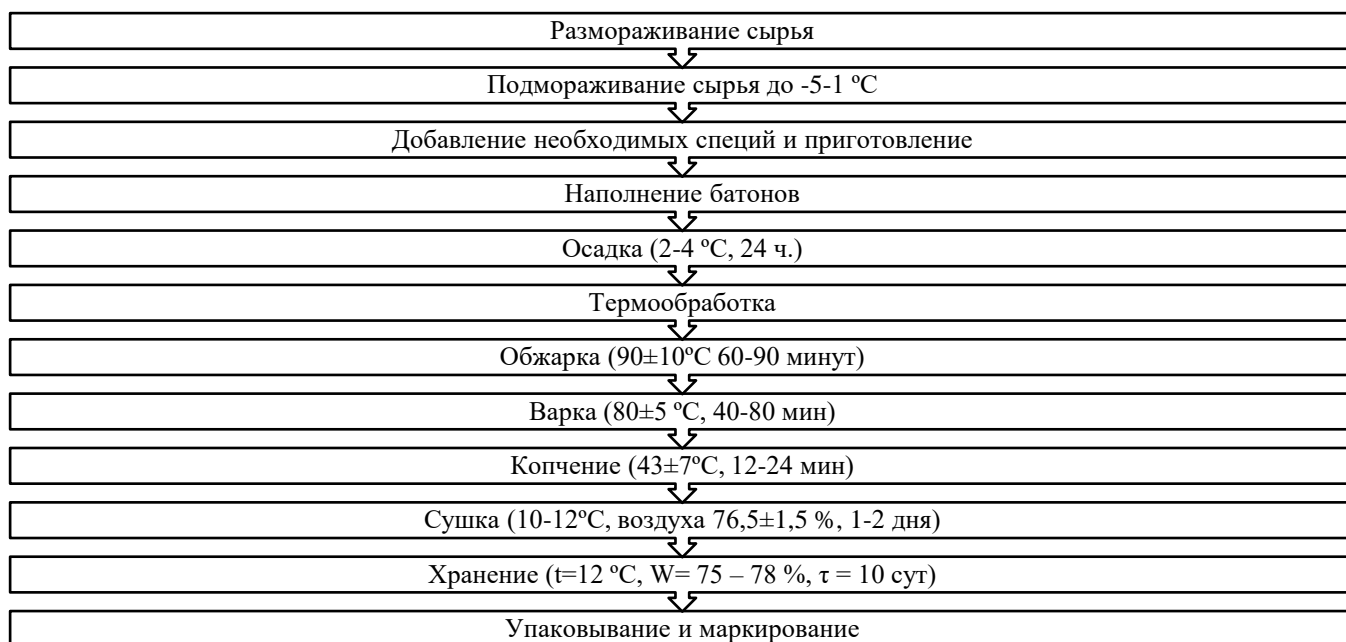


Рисунок 3.1 – Технология производства полукопченой колбасы и сарделек

В свою очередь на рисунке 3.2 представлена технология производства вареной колбасы и сосисок [72].

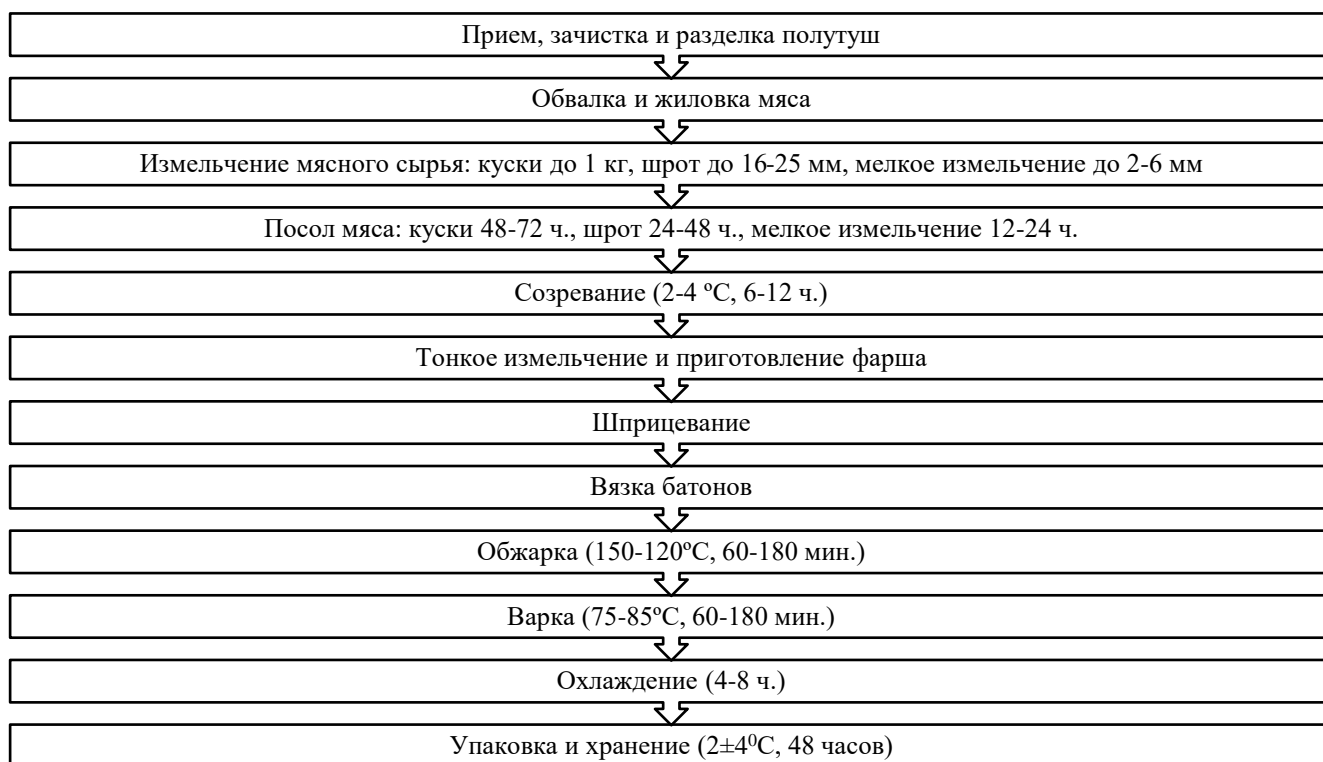


Рисунок 3.2 – Технология производства вареной колбасы и сосисок

Для производства вареных колбасных изделий и сосисок наиболее подходящим мясом являются некастрированные быки, молодые животные, быки и коровы. Для производства колбасных изделий из копчености и копчения обычно потребляется мясо из взрослого скота, имеющего более низкое содержание влаги [70].

2.3 Описание потребителей.

Основными потребителями продукции проектируемого цеха будут являться:

- 1) индивидуальные потребители;
- 2) предприятия общественного питания (столовые разных организаций, кафе, рестораны);
- 3) торговые организации (сети магазинов, предприятия оптовой и розничной торговли);
- 4) государственные учреждения (тюрьмы, колония, следственный изолятор и др.).

Большая часть продукции, как ожидается, будет идти на рынок г. Челябинска и расположенных вблизи населенных пунктов (г. Копейск, с. Долгодеревеское, п. Федоровка, п. Кременкуль и т.д.). Впоследствии, по мере наращивания темпов производства, будет осуществляться расширение географии поставок на всю Челябинскую область, а также расположенные рядом Свердловскую и Курганскую области.

2.4 Стратегия развития колбасного цеха.

Начиная заниматься любым бизнесом, важно иметь представление о том, какие перспективы его развития имеются. Поэтому при условии эффективной и результативной работы колбасный цех будет иметь следующие перспективы развития:

- 1) расширение ассортимента готовой продукции, ввод уникальных для рынка товаров;
- 2) расширение географии продаж;
- 3) создание собственного мясного производства (мясной фермы).

2.5 Планирование проекта

В таблице 3.2 представлен календарный план проекта открытия цеха.

Таблица 3.2 – Календарный план открытия цеха колбасных изделий

Задача	Начало	Окончание	Длительность, дней
Сбор данных	01.06.2020 г.	01.07.2020 г.	30
Оценка проекта	01.07.2020 г.	01.08.2020 г.	30
Регистрация юридического лица	01.08.2020 г.	15.08.2020 г.	15
Аренда и подготовка помещения	01.08.2020 г.	01.10.2020 г.	90
Покупка основных фондов	01.09.2020 г.	01.11.2020 г.	90
Покупка оборотных фондов	01.09.2020 г.	01.11.2020 г.	90
Набор квалифицированных рабочих кадров	01.10.2020 г.	01.12.2020 г.	90
Запуск предприятия	01.12.2020 г.		1

Таким образом, сбор данных для проекта, согласно календарному плану, начнется 1 июня 2020 г., а запуск проекта запланирован на 01.12.2020 г. Следовательно, от начала сбора данных до запуска проекта, по предварительным расчетам, пройдет 7 месяцев.

Для большей наглядности на рисунке 3.3 представлен календарный план проекта в виде диаграммы Ганта.

Этап	Период, месяц 2020 г.						
	06	07	08	09	10	11	12
Сбор данных							
Оценка проекта							
Регистрация юридического лица							
Аренда и подготовка помещения							
Покупка основных фондов							
Покупка оборотных фондов							
Набор квалифицированных рабочих кадров							
Запуск предприятия							

Рисунок 3.3 – Диаграмма Ганта по инвестиционному проекту

Алгоритм реализации перечисленных мероприятий и их относительно небольшая продолжительность допускают одновременные (в рамках одного месяца) работы сразу по всем направлениям.

3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.

3.1 Выбор организационно-правовой формы и режима налогообложения

Наиболее приемлемой организационной формой предприятия для данного проекта является индивидуальное предпринимательство (ИП).

Обусловлено это тем, что в данной форме для ведения бизнеса госпошлина за регистрацию составляет 800 руб., из документов понадобятся только заявление и копия паспорта.

Все заработанные деньги являются личными деньгами владельца предприятия, который может в любое время перечислить их себе на карту или снять в банке. Не нужно вести бухгалтерский учёт. Предприниматель не обязан оформлять кассовые документы (кассовую книгу, приходные и расходные кассовые ордера). Чтобы прекратить деятельность в качестве индивидуального предпринимательства, нужно оплатить госпошлину и подать заявление, через неделю фирму исключат из реестра.

Для проектируемого цеха в качестве налогового режима выгодно выбрать упрощенную систему налогообложения (УСН) – это один из налоговых режимов,

который подразумевает особый порядок уплаты налогов и ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса.

В рамках УСН можно выбрать объект налогообложения доходы или доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов (иногда говорят «доходы минус расходы»).

Для упрощённой системы налогообложения налоговые ставки зависят от выбранного предпринимателем или организацией объекта налогообложения. При объекте налогообложения «доходы» ставка составляет 6%. Налог уплачивается с суммы доходов. При расчёте платежа за 1 квартал берутся доходы за квартал, за полугодие – доходы за полугодие и т.д. Если объектом налогообложения являются «доходы минус расходы», ставка составляет 15%. В этом случае для расчёта налога берётся доход, уменьшенный на величину расхода [1].

3.2 Санитарно-гигиенические требования к проектируемому цеху.

Главным требованием ветеринарной инспекции является организация производственного процесса таким образом, чтобы потоки переработанного сырья и готовой продукции не пересекались. Помимо этого, согласно нормам и требованиям Санитарных правил для предприятий мясной промышленности, в колбасном цехе в обязательном порядке должны быть:

- 1) две холодильные камеры, одну из которых необходимо отвести для созревания фарша, а вторую – для хранения готовой продукции;
- 2) сырьевой цех;
- 3) низкотемпературная камера для хранения сырья;
- 4) отделение дефростации сырья и подготовки его к обработке;
- 5) производственный цех, в котором будут производиться все процессы измельчения и посола сырья, а также составления фарша и осадки батонов;
- 6) помещения для охлаждения колбас и термическое отделение;
- 7) помещение для хранения сыпучих, сухих продуктов;
- 8) помещение для хранения вспомогательных материалов и инвентаря;
- 9) помещение для подготовки и хранения специй;

- 10) помещение для приготовления и хранения раствора нитрита натрия;
- 11) моечные;
- 12) бытовые помещения, такие как раздевалка, душевые, комнаты для хранения санитарной одежды, комнаты для приема пищи персоналом и отдыха.

После того, как проект будет разработан, он подлежит согласованию со службой ветеринарной инспекции. Ассортимент выпускаемой продукции следует согласования с органами Санэпиднадзора и утвердить в Администрации муниципалитета. Только после выполнения всех этих шагов, приняв во внимание все полученные замечания, можно будет приступить к непосредственной организации цеха.

Если все требования будут выполнены, нормы соблюдены, и санитарное состояние цеха будет удовлетворительным, сотрудники органов государственного Санэпиднадзора составят и выдадут акт, который будет подтверждать санитарную пригодность цеха. Кроме того цеху сроком на 1 год будет выдано ветеринарное удостоверение. Не имея в наличии данных документов, дальнейшее получение сертификатов соответствия на выпускаемую продукцию будет невозможно. Более того, в соответствии с действующим законодательством, компании, осуществляющие переработку животноводческого сырья, у которых нет ветеринарного удостоверения, должны быть закрыты.

Также для работы колбасного цеха будет необходимо получить сертификат соответствия с Законом РФ «О защите прав потребителя», т.к. вся продукция, поступающая в торговлю, обязательно должна обладать потребительской маркировкой, которая информирует о производителе, а также сопровождаться данным сертификатом. Обязательная сертификация продукции пищевой промышленности может осуществляться двумя способами:

- 1) в соответствии с документами системы сертификации ГОСТ РФ. Этот вариант используется, как правило, крупными производствами с отлаженной системой, поскольку системой сертификации ГОСТ предусмотрено наличие у предприятия сертификата производства, который можно получить в случае если

производство отлажено и жестко контролируется, или сертификата качества, получение которого предполагает поэтапный контроль производственного процесса и наличие у работников цеха определенного уровня. Для начинающего предприятия получение этих сертификатов достаточно сложно;

2) согласно правилам сертификации продукции с использованием заявления-декларации. Большая часть вновь созданных предприятий проходит сертификацию по этой схеме. Суть способа заключается в том, что предприятие предоставляет гарантию, что будет производить только безопасную продукцию. Для этого оно обращается в Ростест и предоставляет ряд документов (заявление, документы, сертификаты, подтверждающие безопасность сырья и используемых упаковочных материалов, документы о возможности проведения на предприятии контроля физико-химических показателей качества продукции или договор, заключенный с действующей лабораторией, ветеринарное удостоверение и т.д.).

Помимо этого для цеха крайне важно найти поставщиков, которые будут поставлять продукцию для дальнейшего производства, которая будет сертифицирована. Имеет смысл привлекать к работе санитарного врача, который будет контролировать качество продукции.

3.3 План по персоналу.

Организационная структура проектируемого цеха представлена в приложении А. К моменту открытия количество персонала составит 21 человек:

- 1) руководящий состав – 4 человек;
- 2) производственный персонал – 4 человек;
- 3) вспомогательный персонал – 6 человек;
- 4) специалисты – 6 человек.

Стоит отметить, что ветеринарный врач будет привлекаться на периодической основе, принимать его в штат сотрудников нет необходимости, работа будет осуществляться по договору (по типу аутсорсинга).

При вводе проекта в работу он будет работать 7 дней в неделю в 1 смену (производство с 08.00 до 20.00). В дальнейшем, по мере роста объема

производств, планируется переход к работе в 2 смены, т.е. круглосуточная работа для производства.

Оплата труда работников компании построена на основе должностных окладов, размер которых определялся исходя из необходимого уровня знаний и умений сотрудников, занимающих конкретные должности, а также исходя из существующего уровня оплаты на соответствующих местных рынках труда. Фонд оплаты труда представлен в таблице 3.3

Таблица 3.3 – ФОТ колбасного цеха

Должность	Заработная плата в месяц, руб.	Заработная плата в год, руб.
Руководящий состав		
Директор	50 000	600 000
Главный бухгалтер	35 000	420 000
Коммерческий директор	45 000	540 000
Технический директор	45 000	540 000
Производственный персонал		
Рабочий № 1 (обвальщик мяса, жировщик)	25 000	300 000
Рабочий № 2 (засольщик, фаршесоставитель)	25 000	300 000
Рабочий № 3 (фаршесоставитель, формовщик)	25 000	300 000
Рабочий № 4 (аппаратчик, упаковка готовой продукции)	25 000	300 000
Вспомогательный персонал		
Слесарь	20 000	240 000
Грузчики (2 человека)	39 000	468 000
Кладовщик	19 500	234 000
Технолог	22 500	270 000
Лаборант	22 500	270 000
Специалисты		
Бухгалтер	45 000	540 000
Бухгалтер-кассир	22 500	270 000
Менеджер по снабжению (1 человек)	35 000	420 000
Менеджер по продажам (2 человека)	40 000	480 000
Маркетолог	30 000	360 000
Отчисления с заработных плат	157 800	1 893 600
Итого	706 300	8 475 600

Таким образом, ФОТ цеха по производству колбасных изделий составит 706 300 руб. в месяц или 8 475 600 руб. в год.

Кроме окладов, проектируемом цеху в последующем, при выходе на полную мощность, планируется для мотивации сотрудников предусмотреть систему

премий по итогам работы. Например, процент от продаж для менеджеров по продажам, сделанные расценки для производственных сотрудников.

4. АНАЛИЗ РЫНКА

4.1 Анализ конкурентов.

Характеристика основных конкурентов представлена в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Характеристика основных конкурентов «Буренка»

Наименование	Проектируемый цех	Калинка	Ромкор	Ариант	Таврия
Широта ассортимента	4 позиции	Более 10 позиций	Более 15 позиций	Более 15 позиций	Более 15 позиций
Наличие транспортной инфраструктуры	В наличии	В наличии	В наличии	В наличии	Развита слабо
Уровень цен	Средний	Низкий	Средний	Средний	Высокие
Рекламная активность	Планируется высокой	Средняя	Средняя	Высокая	Высокая
Сильные стороны	Новое оборудование, новые рецептуры, высокое качество	Собственная торговая сеть, низкие цены, наличие постоянных акций	Собственная торговая сеть, широчайший ассортимент, приемлемое качество	Собственная торговая сеть, широчайший ассортимент	Высокое качество
Слабые стороны	Новый игрок рынка, малая узнаваемость	Качество продукции низкое, недостаточная реклама	Претензии по качеству отдельных товаров, представлены не во всех торговых сетях	Низкое качество	Высокие цены, представлены не во всех торговых сетях

Далее представленные характеристики переведем в систему качественных характеристик – отлично, хорошо, удовлетворительно (таблица 3.5).

Таблица 3.5 – Качественная характеристика конкурентов

Наименование	Проектируемый цех	Калинка	Ромкор	Ариант	Таврия
Широта ассортимента	Удовл.	Хор.	Отл.	Отл.	Отл.
Наличие транспортной инфраструктуры	Отл.	Отл.	Отл.	Отл.	Удовл.
Уровень цен	Хор.	Отл.	Хор.	Хор.	Удовл.

Окончание таблицы 3.5

Наименование	Проектируемый цех	Калинка	Ромкор	Ариант	Таврия
Рекламная активность	Отл.	Хор.	Хор.	Отл.	Отл.
Сильные стороны	Хор.	Хор.	Отл.	Хор.	Удовл.
Слабые стороны	Хор.	Хор.	Удовл.	Удовл.	Хор.

Далее полученные оценочные показатели интерпретируем в баллы, где отлично – 3 балла, хорошо – 2 балла, удовлетворительно – 1 балл. Результаты представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Сравнительный конкурентный анализ в баллах

Наименование	Проектируемый цех	Калинка	Ромкор	Ариант	Таврия
Широта ассортимента	1	2	3	3	3
Наличие транспортной инфраструктуры	2	3	3	3	1
Уровень цен	2	3	2	2	1
Рекламная активность	2	2	2	3	3
Сильные стороны	2	2	3	2	1
Слабые стороны	2	2	1	1	2
Итого	11	14	14	14	11

Таким образом, в сравнительном конкурентном анализе лидерами стали «Калинка», «Ромкор» и «Ариант». «Таврия» из-за высоких цен и отсутствия транспортной инфраструктуры набрала такое же количество баллов, как и проектируемый цех. Можно сделать вывод, что основными конкурентами будут «Калинка», «Ромкор» и «Ариант».

4.2 Цены и ценовая политика.

Цены на продукцию колбасного цеха представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Цены на продукцию проектируемого колбасного цеха

Наименование продукции	Ед. измер.	Цена, руб.
Вареная колбаса «Сырная»	Батон, 350 гр.	280
Сосиски «Медовые»	Упаковка, 350 гр.	210
Сардельки «Могучие»	Упаковка, 350 гр.	280
Полукоп. колбаса «Вестфалия»	Батон, 350 гр.	350

В таблице представлены цены реализации, т.е. цены, по которым изделия будут продаваться оптовым покупателям (торговые сети, продуктовые магазины, посредники). Оптовые покупатели далее самостоятельно устанавливают цены с собственными наценками.

4.3 PEST анализ.

PEST-анализ – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании. Результаты PEST-анализа применяют, чтобы определить угрозы и возможности. PEST анализ проектируемого цеха представлен в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – PEST анализ цеха по производству колбасных изделий

Факторы	События/факторы	Возможности	Угрозы	Влияние
Политические (P)	Сохранение политической стабильности в обществе	Благоприятные условия для развития бизнеса, его расширения		3
	Совершенствование законодательной базы в области поддержки малого предпринимательства			4
	Ухудшение политической ситуации в государстве		Отмена поддержки малого предпринимательства	3
Экономические (E)	Повышение уровня инфляции		Увеличение себестоимости производства. Снижение объема продаж	3
	Снижение денежных доходов населения			4
	Повышение стоимости ресурсов (энергия, топливо, коммуникации)			4
	Изменение налоговых ставок			4
	Резкий рост курса валют			3
Социальные (S)	Уменьшение уровня квалифицированных специалистов		Проблемы с поиском работников	2
	Повышение численности населения региона	Увеличение спроса на колбасную продукцию		3

Окончание таблицы 3.8

Факторы	События/факторы	Возможности	Угрозы	Влияние
Технологические (Т)	Использование новых технологий производства	Преимущества перед конкурентами. Снижение стоимости		4
	Использование нового сырья и ингредиентов			4
	Разработка новых процедур			

Таким образом, для проектируемого цеха по производству колбасных изделий наибольшую угрозу представляют следующие факторы:

1. Снижение денежных доходов населения.
2. Повышение стоимости ресурсов (энергия, топливо, коммуникации).
3. Изменение налоговых ставок.

Руководству цеха необходимо будет постоянно следить за динамикой данных факторов, чтобы своевременно корректировать стратегию функционирования.

3.3 Анализ рисков.

Общий балл для оценки риска рассчитывался перемножением вероятности наступления рискового события на коэффициент величины ущерба от его наступления:

$$M = P \cdot I, \quad (9)$$

где P – вероятность возникновения рисков (по классификации), ед.;

I – величина потерь в соответствии с классификацией, ед.

В таблице 3.9 представлены основные риски открытия цеха.

Таблица 3.9 – Основные риски открытия колбасного цеха

Риск	Значимость риска (уровень его фатальности для проекта)	Вероятность его наступления по оценке эксперта	Общий балл
Неправильная оценка емкости рынка (недостаточная востребованность продукции)	10	0,5	5,0
Неправильная оценка конкурентов	4	0,1	0,4

Окончание таблицы 3.9

Риск	Значимость риска (уровень его фатальности для проекта)	Вероятность его наступления по оценке эксперта	Общий балл
Рост затрат на проект ввиду инфляции	6	0,9	5,4
Рост затрат на проект ввиду роста курса валют	4	0,7	2,8
Задержка выполнения этапов (в связи с недостатком денежных средств)	10	1	10,0
Неправильный выбор целевой аудитории	9	0,5	4,5
Недостаточная квалификация участников проекта	6	0,6	3,6
Трудности с приобретением сырья, оборудования	4	0,2	0,8
Возможная текучесть кадров	6	0,4	2,4
Нежелательные изменения в законодательстве, в т.ч. в налоговом	4	0,4	1,6
Недостаток оборотных средств	7	0,7	4,9
Трудности с набором квалифицированных кадров (дипломированных специалистов)	2	0,1	0,2
Стихийные бедствия и прочие форс-мажорные обстоятельства	10	0,2	2,0
Расчетные ошибки	4	0,8	3,2
Ошибки планирования	4	0,6	2,4

Наиболее значимые риски проекта открытия цеха по производству колбасных изделий, а также способы их устранения или снижения, указаны в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Наиболее значимые риски проекта

Риск	Способ устранения, снижения влияния
Задержка выполнения этапов (в связи с недостатком денежных средств)	Устранить нельзя, можно лишь постоянно контролировать их благодаря составлению плана затрат и поиску более дешевого оборудования, поставщиков с более низкими ценами
Рост затрат на проект ввиду инфляции, нестабильного экономического положения, вызванного пандемией коронавируса	
Неправильная оценка емкости рынка (недостаточная востребованность продукции)	Необходимо будет усилить рекламу
Недостаток оборотных средств	Составление плана по оборотным средствам. Поиск поставщиков с наиболее выгодными ценами

Таким образом, для успешной реализации проекта необходимо вести постоянный контроль существующих рисков и проводить работу по их нивелированию.

5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

5.1 Обоснование потребности в основных средствах.

В таблице 3.11 представлен перечень основных производственных фондов, которые необходимо приобрести для открытия цеха по производству колбасных изделий.

Таблица 3.11 – Необходимые основные производственные фонды

Название	Марка	Производит., кг/ч	Кол- во	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Конвейер обвалки и жиловки	P3-ФЖ2В-05	2 500-2750	1	600 000	600 000
Блокорез	МИФ-Б1300	1 300	1	280 000	280 000
Волчок (мясорубка)	К7-ФВП-160-1	5 000	1	710 000	710 000
Фаршемешалка	P3-ФИЖ	3 200	2	65 000	130 000
Холодильная камера	КМПФ-2,3-100	-	2	96 550	193 100
Низкотемпературная камера	ГОЕ-2,1-100	-	1	90 000	90 000
Куттер	A-170-05	3 200	2	95 000	190 000
Вакуумный шприц	B3-ФКА	3 000	2	214 000	428 000
Клипсатор	SK4-90	-	2	110 000	220 000
Ледогенератор	IM-006S	3 000	1	35 000	35 000
Термоагрегат	УК3/2-2-4	-	5	69 000	345 000
Рамы	-	-	158	1 500	237 000
Тачки	-	250	343	1 000	343 000
Напольные весы	ВП500	1 000	4	12 000	48 000
Измельчитель специй	Sinbo SHB 3065	25	1	20 000	20 000
Весы настольные	ВП500	5	2	5 000	10 000
Прочие основные фонды				500 000	300 000
Итого					4 179 100

Таким образом, общая стоимость оборудования, необходимого для организации цеха по производству колбасных изделий, составит 4 179 100 руб.

Перечисленные средства труда многократно участвуют в производственном процессе, сохраняют свою натурально-вещественную форму, являясь

материальной частью имущества фирмы. Воспроизводятся через ряд производственных циклов за счёт капитальных вложений, а также имеют срок службы более 12 месяцев.

5.2 Обоснование потребности в оборотных средствах.

Для нормального функционирования производственного потребуются оборотные средства, которые относятся к мобильным активам предприятия. Рассмотрим их подробнее в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Инвестиционные вложения в оборотные средства

Название	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Расходные материалы для упаковки	30 000	360 000
Вакуумная упаковка	45 000	540 000
Клипсы	1500	18 000
Специи	20 000	240 000
Сырье	156 000	1 872 000
Добавки в продукцию	20 000	240 000
Бытовая химия	6 000	72 000
Прочие оборотные средства	50 000	600 000
Итого	328 500	3 942 000

Таким образом, сумма оборотных средств в месяц составит 328 500 руб.

Вышеперечисленные затраты на труд расходуются однократно и повторяются после каждого производственного цикла, изменяется натуральная форма, затраты полностью ложатся на конечный продукт. Срок средств менее 12 месяцев.

5.2 Источники финансирования.

Для приобретения основных и оборотных фондов необходимы денежные средства в общей сумме 4 642 800 руб. Для необходимых инвестиций в проект планируется привлечение кредитных средств в размере 2 000 000 руб. и использование собственных средств в размере 2 642 800 руб.

В таблице 3.13 представлены предложения банков г. Челябинск по кредитам для предпринимателей.

Таблица 3.13 – Кредиты для предпринимателей

Название кредита и банка	Процентная ставка	Сумма кредита, руб.	Срок кредита	Материальное обеспечение
«На залоговое имущество» ВТБ	от 6%	до 150 000 000	до 10 лет	приобретаемое имущество
«Пополнение оборотных средств» Банк «ФК Открытие»	от 9%	до 50 000 000	до 15 лет	не требуется
«Рефинансирование» Банк «ФК Открытие»	от 9%	до 50 000 000	до 10 лет	требуется
«Овердрафт» Банк «ФК Открытие»	от 9%	до 50 000 000	до 5 лет	требуется
«Инвестиционный» ВТБ	от 10%	до 150 000 000	до 10 лет	не требуется
«Приобретение недвижимости» ВТБ	от 10%	до 150 000 000	до 10 лет	требуется
«Бизнес-Инвест» Сбербанк России	от 11%	от 150 000	до 10 лет	требуется
«Бизнес-Актив» Сбербанк России	от 11%	от 150 000	до 7 лет	требуется

Можно сделать вывод, что наиболее выгодным будет кредит «Пополнение оборотных средств» от банка «ФК Открытие», поскольку банк предлагает наименьший процент по кредиту при отсутствии обязательного материального обеспечения.

Таким образом, сумма кредита составит 2 642 800 руб., кредит, согласно данным банка, будет выдан под 10,5% годовых, на срок 3 года. Расчеты платежей по кредиту представлены в приложении Б. Общая сумма ежемесячных платежей составит 85 897 руб.

5.3 Прогноз уровня продаж.

Одним из наиболее важных этапов составления инвестиционного плана является планирование ожидаемых доходов от проекта. Прогноз уровня продаж можно составить на основе анализа конкурентов, или с помощью опроса потенциальных клиентов. Для определения предполагаемого уровня продаж проектируемого цеха по производству колбасных изделий данные способы были осуществлены в совокупности, т.е. были проанализированы объемы продаж в нескольких магазинах Челябинска. Кроме того, в социальных сетях и на улицах

города был проведен опрос жителей г. Челябинска, в опросе приняли участие 98 человек.

Проведенный анализ показал, что продукция будет пользоваться спросом благодаря тому, что она более высокого качества, а производство не столь массовое, как у основных конкурентов, благодаря чему производимая продукция более «домашняя» по отношению к основным конкурентам.

На первом этапе (первые 4 месяца) планируется продажа в 10 магазинах в г. Челябинск, далее планируется увеличение количества магазинов, в которых представлена продукция цеха. К концу первого года работы цеха, как ожидается, продукция будет представлена в 50 магазинах г. Челябинска и расположенных вблизи городов и поселков. К концу анализируемого периода, т.е. к концу 3 года работы цеха, планируется продажа продукции цеха в 150 магазинах по всей Челябинской области.

Предполагаемые объемы реализации в стоимостном выражении представлены в приложении В.

Исходя из полученных данных, можно ожидать, что в первый год работы цеха объем продаж составит 25 670 400 руб. При условии, в первые месяцы в каждом из десяти магазинов, где будет представлена продукция, будет покупаться каждый день как минимум по одному наименованию каждого товара.

Исходя из планируемого увеличения количества магазинов, где будет представлена продукция колбасного цеха, а также учитывая, что с течением времени узнаваемость бренда колбасных изделий будет увеличиваться, и, соответственно, объем продаж расти, ожидается, что в третий год реализации проекта совокупный объем продаж составит 35 425 152 руб.

5.4 Затраты проекта.

В таблице 3.14 представим постоянные затраты, связанные с работой проектируемого цеха по производству колбасных изделий.

Таблица 3.14 – Постоянные издержки

Название	Стоимость, руб. в месяц	Стоимость, руб. в год
ФОТ	706 300	8 475 600
Аренда помещения	250 000	3 000 000
УСН (6%)	20 160	241 920
Взносы ИП за себя	2 704	32 448
Платеж по кредиту	85 897	1 030 764
Реклама	250 000	3 000 000
Коммунальные платежи	150 000	1 800 000
Прочие расходы	100 000	1 200 000
Итого	1 565 061	18 780 732

Таким образом, постоянные затраты, связанные с функционированием цеха по производству колбасных изделий, составят 1 565 061 руб. в месяц или 18 780 732 руб. в год.

В таблице 3.15 представлены общие затраты по проекту.

Таблица 3.15 – Общие затраты по инвестиционному проекту

Название	Стоимость, руб. в год
Основные производственные фонды	4 179 100
Оборотные средства	3 942 000
Постоянные затраты	18 780 732
Итого	26 901 832

Таким образом, общие затраты по инвестиционному проекту составят в первый год 26 901 832 руб., из которых 4 679 100 руб. – первоначальные инвестиции в оборудование.

В таблице 3.16 представим ожидаемую чистую прибыль по проекту в 2021–2023 гг.

Таблица 3.16 – Ожидаемая чистая прибыль по проекту в 2021–2023 гг.

Название	1 год реализации	2 год реализации	3 год реализации
Доходы	25 670 400	29 520 960	35 425 152
Расходы	26 901 832	24 995 005	27 494 506
Чистая прибыль	–1 231 432	4 525 955	7 930 646

Таким образом, исходя из произведенных расчетов, в первый год цех по производству колбасных изделий будет иметь отрицательную чистую прибыль, однако на второй год работы ожидается получение чистой прибыли уже в размере 4 525 955 руб.

3.2 Эффективность и инвестиционная привлекательность проекта цеха

В соответствие с Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования финансовая оценка предпринимательского проекта осуществляется с помощью следующих показателей:

- 1) чистый дисконтированный доход (NPV);
- 2) рентабельность инвестиций (PI);
- 3) внутренняя норма доходности (IRR);
- 4) срок окупаемости проекта (PP);
- 5) внутренняя норма рентабельности (IRR);
- 6) экономическая эффективность инвестиций (E);
- 7) дисконтированный срок окупаемости (DPP);
- 8) точка безубыточности (T_0).

Рассмотрим поток денежных средств по проекту открытия цеха по производству колбасной продукции (таблица 3.17) и чистого дисконтированного дохода (NPV). Горизонт планирования – 3 года.

Таблица 3.17 – Денежные потоки по проекту

Показатель	Денежные потоки по периодам, руб.		
	1 год	2 год	3 год
Поступление денег (Pt)	25 670 400	29 520 960	35 425 152
Единовременные затраты Znt	4 179 100	0	0
Сальдо Pt-Znt	21 491 300	29 520 960	35 425 152
Затраты Zont	26 901 832	24 995 005	27 494 506
Доход Pt-Zont	-5 410 532	4 525 955	7 930 646
Сальдо по доходам Dt-Znt	-9 589 632	4 525 955	7 930 646

Рассчитаем поток дисконтированных денежных средств по формулам, представленным в разделе один, по предлагаемому проекту в таблице 3.18. Для наших расчетов примем ставку дисконтирования равную 20%.

Таблица 3.18 – Расчет чистого дисконтированного дохода

Показатель	Денежные потоки по периодам, руб.		
	1 год	2 год	3 год
Денежные потоки от операционной деятельности	25 670 400	29 520 960	35 425 152
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	4 179 100	0	0
Сальдо суммарного денежного потока проекта	21 491 300	29 520 960	35 425 152
Накопленный суммарный денежный поток	21 491 300	47 282 365	85 481 048
Коэффициент дисконтирования	0,83	0,68	0,56
Дисконтированный суммарный денежный поток	17 761 405	32 294 491	48 251 823
Накопленный дисконтированный суммарный денежный поток	17 761 405	50 055 896	98 307 720
Чистый дисконтированный доход	17 212 900	37 713 567	58 214 233

Путем расчетов с применением программы Microsoft Excel были найдены остальные показатели эффективности инвестиционного проекта открытия цеха по производству колбасных изделий, полученные значения представлены в таблице 3.19.

Таблица 3.19 – Показатели эффективности инвестиционного проекта

Показатель	Полученное значение
Срок окупаемости	0,27
Экономическая эффективность инвестиций	3,68
Индекс прибыльности	13,93
Внутренняя норма рентабельности	0,18
Дисконтированный срок окупаемости	0,16

Проанализируем полученные значения:

1) простой срок окупаемости получился равным 3 месяцам;

2) экономическая эффективность инвестиций 3,68, это значит, в экономическом плане инвестиции считаются обоснованными, т.к. расчетный коэффициент эффективности больше среднего нормативного значения;

3) индекс прибыльности 13,93 также показывает, что проект экономически эффективен, поскольку дисконтированные доходы по проекту превышают величину дисконтированных вложений;

4) внутренняя норма рентабельности 18%, это несколько низкое значение, поскольку ставку дисконтирования приняли равной 20%;

5) дисконтированный срок окупаемости составляет 2 месяца.

Далее в таблице 3.20 представим расчет точки безубыточности

Таблица 3.20 – Расчет точки безубыточности

Наименование	Значение
Постоянные затраты, руб.	18 780 732
Переменные затраты, тыс. руб.	3 942 000
Выручка от продаж, руб.	25 670 400
Объем реализации, ед.	91 680
Средние переменные затраты на единицу продукции, руб.	43,00
Средняя цена за единицу, руб.	280,00
Точка безубыточности в денежном выражении, руб.	22 187 962
Точка безубыточности в натуральном выражении, ед.	79 243

Таким образом, для того, чтобы цех по производству колбасных изделий работал безубыточно, необходима прибыль в размере 22 005 218 руб. или продажа 74 993 колбасных изделий в год. Представим точку безубыточности в графическом виде на рисунке 3.4.

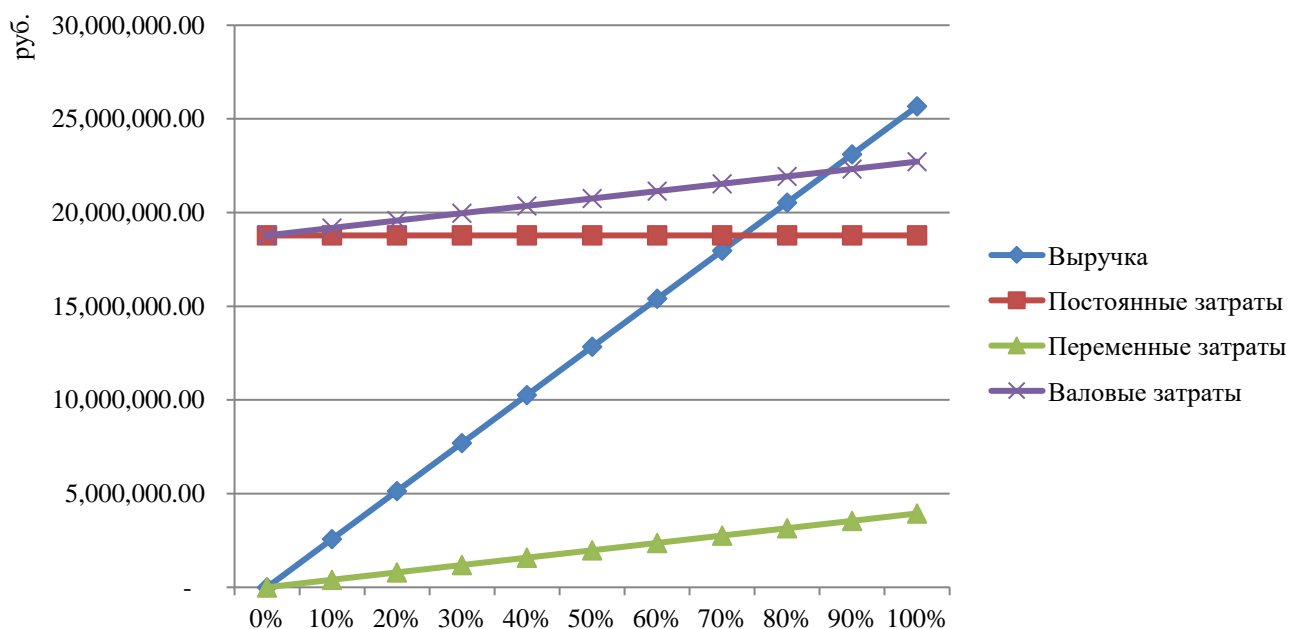


Рисунок 3.4 – График точки безубыточности в денежном выражении

Объединим все показатели оценки эффективности проекта открытия цеха по производству колбасных изделий в таблицу 3.21.

Таблица 3.21 – Сводная таблица показателей по проекту

Показатель	Расчетное значение	Нормативное значение
NPV, руб.	58 214 233,33	>0
Индекс доходности, руб./руб.	13,83	>1
Внутренняя норма доходности, %	18	>d=20
Точка безубыточности в денежном выражении, руб.	22 187 962	–
Точка безубыточности в натуральном выражении, ед.	79 243	–
Дисконтированный срок окупаемости, год	0,16	<T _p =3
Недисконтированный срок окупаемости, год	0,27	<T _p =3

В таблице 3.22 представим социальную эффективность инвестиционного проекта.

Таблица 3.22 – Социальная эффективность инвестиционного проекта

Показатели	1 год	2 год	3 год	Последующие года
Дополнительные рабочие места	21	21	22	25
Среднемесячная заработная плата, руб.	35 315	36 100	37 000	37 500

Таким образом, можно сделать вывод, что предложенный проект будет эффективен. Открытие цеха по производству колбасных изделий экономически обоснованно – в первый год предприятие получит отрицательную чистую прибыль в размере 1 231 432 руб., однако уже ко второму году выйдет в положительные значения, чистая прибыль составит во второй год работы 4 525 955 руб., а в третий год – 7 930 646 руб. Накопленный дисконтированный суммарный денежный поток по проекту к 3 году его существования составит 98 307 720 руб.

Помимо этого, благодаря открытию цеха будут созданы дополнительные рабочие места, будет внесен вклад в экономику Челябинской области.

Таким образом, инвестиционный проект по открытию цеха по производству колбасных изделий экономически целесообразен, поэтому рекомендуется к внедрению.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретическое исследование позволяет сделать вывод о том, что ключевое место в успехе любого коммерческого предприятия принадлежит инвестициям, в это понятие входят вложения вкладываемых ценностей, в коммерческую или другие виды отношений конечным результатом которых будет получение дохода или других результатов.

В результате развития рыночных отношений в РФ важное значение играет инвестиционная деятельность, без которой не представляется возможным процесс восстановления и расширения основных форм воспроизводства включающий в себя процесс производства конкурентоспособных товаров.

В кризисных условиях одной из главных задач для организации становится проблема эффективного планирования инвестиционной деятельности с целью повышения уровня финансовой устойчивости и платежеспособности. Любое вливание средств в предприятие должно быть результатом определенных инвестиционных решений, этому способствует неопределенности специфического свойства. Данные обстоятельства требуют постоянных исследований, чтобы получить оценку потенциальных рисков и эффективности вложения средств.

Для того чтобы инвестиции были эффективны, их следует планировать и давать прогнозную оценку их результативности. На данный момент инвестиционное планирование – это основополагающий стержень в управлении предприятием, который призван обеспечивать устойчивый экономический рост, повышение конкурентоспособности производимой продукции.

В данной выпускной квалификационной работе был проведен анализ инвестиционной привлекательности проекта по открытию цеха по производству колбасных изделий в г. Челябинск. Проведенный конкурентный анализ рынка Челябинской области показал, что в настоящее время колбасные изделия являются востребованными продуктами питания среди жителей региона, поэтому на рынке действуют несколько крупных производителей. По сравнению с такими

крупными производителями, как «Калинка», «Таврия», «Ромкор» и «Ариант» предлагаемый к открытию колбасный цех будет иметь преимущество в качестве, экологичности товаров. Кроме того, объем производства будет ниже, чем у крупных конкурентов, а сам процесс производства более «ручной», тогда как у указанных компаний налажено массовое автоматизированное производство. Как следствие, продукция предлагаемого к открытию цеха будет более «домашней», по новым рецептурам, и более натуральной.

Оценка инвестиционной привлекательности проекта показала следующие результаты:

1) простой срок окупаемости составит 0,27 года, дисконтированный – 0,17 года;

2) экономическая эффективность инвестиций – показывает, что в каждом рубле инвестиций 3,68 руб. прибыли;

3) индекс прибыльности 13,93 также показывает, что проект экономически эффективен, поскольку дисконтированные доходы по проекту превышают величину дисконтированных вложений;

4) точка безубыточности цеха в стоимостном выражении – 22 005 218 руб., в натуральном – 74 993 колбасных изделий в год;

5) в первый год предприятие получит отрицательную чистую прибыль в размере 1 231 432 руб., однако уже ко второму году выйдет в положительные значения, чистая прибыль составит во второй год работы 4 525 955 руб., а в третий год – 7 930 646 руб.;

б) накопленный дисконтированный суммарный денежный поток по проекту к 3 году его существования составит 91 674 505 руб.

Помимо этого, благодаря реализации проекта будут созданы дополнительные рабочие места, а также будет внесен вклад в экономику региона путем налоговых отчислений. Можно сделать вывод, что инвестиционный проект открытия цеха по производству колбасных изделий оправдан, поэтому рекомендуется к внедрению.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 27.12.2019 г., с изм. от 28.01.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. – 2000. – № 32. – Ст. 3340.
2. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федеральный закон от 25.02.1999 г. № 39 – ФЗ (ред. от 02.08.2019 г.) // Собрание законодательства РФ. – 1999. – № 9. – ст. 1096.
3. Алефиренко, Е.А. Анализ качества колбасных изделий, реализуемых в розничной сети / Е.А. Алефиренко, В.В. Крючкова // Молодой ученый. – 2016. – № 18.1 (122.1). – С. 1-5.
4. Алиев, А.Т. Управление инвестиционным портфелем: учебное пособие / А.Т. Алиев, К.В. Сомик. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 159 с.
5. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий / под ред. В. Позднякова. – М.: Инфра-М, 2019. – 624 с.
6. Анализ инвестиционной привлекательности организации / под ред. Д. Ендовичко. – М.: КноРус, 2017. – 376 с.
7. Анализ финансовой отчетности / под ред. Н.С. Пласковой. – М.: Эксмо, 2016. – 384 с.
8. Андерсон, Дж.У. Лучшие практики инвестиций / Дж. У. Андерсон. – М.: Лори, 2018. – 640 с.
9. Асаул, А.Н. Корпоративные ценные бумаги как инструмент инвестиционной привлекательности компаний / А.Н. Асаул, М.П. Войнаренко, Н.А. Пономарева, Н.А. Фалтинский. – М.: АНО «ИПЭВ», 2018. – 288 с.
10. Аскинадзи В.М. Портфельные инвестиции / В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова. – М.: МФПА, 2015. – 62 с.
11. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: Инфра-М, 2018. – 241 с.

12. Бехтерева, Е.В. Управление инвестициями / Е.В. Бехтерева. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2018. – 216 с.
13. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев [и др.]. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 591 с.
14. Бланк, И.А. Концептуальные основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – М.: Омега-Л, 2018. – 448 с.
15. Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: учебник / С.Л. Блау. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 256 с.
16. Блохин, В.Г. Инвестиционный анализ / В.Г. Блохин. – Ростов н/д: Феникс, 2015. – 320 с.
17. Бочаров, В.В. Инвестиции / В.В. Бочаров – СПб.: Питер, 2018. – 176 с.
18. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс; пер. с англ. под ред. П.А. Васильевой. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 1008 с.
19. Васильева, Л.С. Финансовый анализ / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. – М.: КноРус, 2017. – 880 с.
20. Викулова, Е.Ю. Маркетинг: учебное пособие / Е.Ю. Викулова, О.В. Гладких. – Иркутск: БГУЭП, 2018. – 170 с.
21. Воронцовский, А.В. Инвестиции и финансирование / А.В. Воронцовский. – М.: СПб: Санкт-Петербургский Университет, 2015. – 528 с.
22. Все об инвестициях и инновациях. Бизнес-справочник. – М.: АФОН, 2015. – 188 с.
23. Геманец, В.Н. Производство некоторых видов полукопчёных колбас / В.Н. Гетманец // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2017. – № 3 (149). – С. 171-175.
24. Гитман, Л.Дж. Основы инвестирования / Л.Дж. Гитман, М.Д. Джонк; пер. с англ. под ред. А.В. Ивановой, А.Ф. Ильсенбаевой. – М.: Омега-Л, 2017. – 1 008 с.
25. Гладков, И.С. Менеджмент: учебное пособие / И.С. Гладков. – М.: Проспект, 2016. – 213 с.

26. Жулина, Е.Г. Инвестиции. Курс лекций / Е.Г. Жулина. – М.: Экзамен, 2019. – 192 с.
27. Зубченко, Л.А. Иностранные инвестиции / Л.А. Зубченко. – М.: Книгодел, 2018. – 160 с.
28. Иванов, А.С. Планирование и организация производства. От индустриальной экономики к экономике знаний: учебное пособие / А.С. Иванов, Е.А. Степочкина, М.А. Терехина. – М.: Директ-Медиа, 2016. – 203 с.
29. Игониная, Л.Л. Инвестиции / Л.Л. Игониная. – М.: Экономистъ, 2017. – 478 с.
30. Казакова, Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании / Н.А. Казакова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 240 с.
31. Киселева, Н.В. Инвестиционная деятельность / Н.В. Киселева, Т.В. Боровикова, Г.В. Захарова. – М.: Кно-Рус, 2017. – 432 с.
32. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ / Т.С. Колмыкова. – М.: Инфра-М, 2016. – 204 с.
33. Краснова, В.А. Инвестиции и инвестиционная деятельность региона: теоретический аспект / В.А. Краснова // Молодой ученый. – 2015. – № 9. – С. 636-642.
34. Кузнецов, Б.Т. Инвестиции / Б.Т. Кузнецов. – М.: Проспект, 2018. – 624 с.
35. Лапыгин, Ю.Н. Инвестиционная политика: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин, А.А. Балакирев, Е.В. Бобкова. – М.: КНОРУС, 2018. – 320 с.
36. Лопарева, А.М. Экономика организации: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 400 с.
37. Максимова, В.Ф. Инвестиции / В.Ф. Максимова. – М.: ЕАОИ, 2016. – 182 с.
38. Мазур, И.И. Управление проектами: учебное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогги. – М.: Омега-Л, 2018. – 664 с.

39. Нешитой, А.С. Инвестиции / А.С. Нешитой. – М.: Дашков и К, 2017. – 372 с.
40. Подшиваленко, Г.П. Инвестиции / Г.П. Подшиваленко. – М.: Кнорус, 2019. – 200 с
41. Предпринимательство: учебник / А.Н. Романов, В.Я. Горфинкель, Г.Б. Поляк. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 687 с.
42. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник / Л.В. Прыкина. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 485 с.
43. Романова, А.Т. Экономика предприятия: учебное пособие / А.Т. Романова. – М. : Проспект, 2016. – 176 с.
44. Руденко, Л.Г. Планирование и проектирование организаций: учебник / Л.Г. Руденко. – М.: Дашков и К°, 2017. – 240 с.
45. Сарбатова, Н.Ю. Особенности технологии производства колбас / Н.Ю. Сарбатова, К.Ю. Шебела // Молодой ученый. – 2015. – № 5.1 (85.1). – С. 41-43.
46. Ситнова, И.А. Экономика / И.А. Ситнова, А.В. Лисица. – Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2016. – 184 с.
47. Таскаева, М.П. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.П. Таскаева. – Иркутск: БГУЭП, 2017. – 142 с.
48. Татаренко, Н.А. Теории инвестиций: учебное пособие / Н.А. Татаренко, А.М. Поручик. – М.: Проспект, 2018. – 160 с.
49. Ткаченко, И.Ю. Инвестиции / И.Ю. Ткаченко, Н.И. Малых. – М.: Академия, 2017. – 240 с.
50. Чиненов, М.В. Инвестиции / М.В. Чиненов. – М.: Кнорус, 2018. – 248 с.
51. Шарп, У.Ф. Инвестиции / У.Ф. Шарп, Г.Д. Александер, Д.В. Бэйли; пер. с англ. А.Н. Буренина, А.А. Васина. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 1 028 с.
52. Шевчук, В.Я. Основы инвестиционной деятельности / В.Я. Шевчук, П.С. Рогожин. – Киев: Генеза, 2017. – 244 с.

53. Экономическая теория: учебник / под ред. В.Д. Камаева. – М.: Инфра-М, 2018. – 143 с.
54. Анализ рынка колбасных изделий и мясных деликатесов в России в 2014-2018 гг., прогноз на 2019–2023 гг. [Электронный ресурс] // <https://marketing.rbc.ru/research/38824/> (дата обращения 25.03.2020 г.).
55. Бренды колбасных изделий в Челябинске [Электронный ресурс] // <https://chel.product.ru/myaso-i-ptica/produkty-iz-myasa/kolbasnye-izdeliya/brands/> (дата обращения 25.03.2020 г.).
56. Дорошенко, Т.В. Некоторые особенности развития инновационных подходов к реализации государственного строительного заказа [Электронный ресурс] / Т.В. Дорошенко // <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-razvitiya-innovatsionnyh-podhodov-k-realizatsii-gosudarstvennogo-stroitel'nogo-zakaza> (дата обращения 25.03.2020).
57. Иванова, А.Ю. Колбасы и их роль в обеспечении продовольственной безопасности [Электронный ресурс] / А.Ю. Иванова // <http://technology.snauka.ru/2012/05/950> (дата обращения 07.04.2020).
58. Индустрия производства колбас в США [Электронный ресурс] // <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/hot-dog-sausage-production-industry/> (дата обращения 25.03.2020 г.).
59. Козина, В.С. Экономическая эффективность производства сырокопченых колбас [Электронный ресурс] / В.С. Козина // [https://sibac.info/archive/technic/11\(58\).pdf](https://sibac.info/archive/technic/11(58).pdf) (дата обращения 07.04.2020).
60. Лучшие производители колбас в России [Электронный ресурс] // <https://geek-tips.github.io/articles/5877925966850752/index.html> (дата обращения 25.03.2020 г.).
61. Мелкосерийное колбасное производство [Электронный ресурс] // <http://www.fao.org/3/x6556e/x6556e00.htm> (дата обращения 25.03.2020 г.).

62. Мясоперерабатывающие комбинаты, цеха Челябинской области [Электронный ресурс] // <http://www.meatpro.ur.ru/0301.htm> (дата обращения 25.03.2020 г.).

63. Недосекин, А.А. Новый показатель оценки риска инвестиций [Электронный ресурс] / А.А. Недосекин, К.И. Воронов // <http://www.aup.ru/articles/investment/4.htm> (дата обращения 29.03.2020 г.).

64. Обзор российского рынка колбасы и колбасных изделий [Электронный ресурс] // <http://www.foodmarket.spb.ru/current?article=2553> (дата обращения 25.03.2020 г.).

65. Объем потребления колбасных изделий в РФ и основные тенденции на рынке [Электронный ресурс] // <https://sfera.fm/articles/myasnaya/obem-potrebleniya-kolbasnykh-izdelii-v-rf-i-osnovnye-tendentsii-na-rynke> (дата обращения 25.03.2020 г.).

66. Пищевая промышленность Челябинской области [Электронный ресурс] // https://chelindustry.ru/left_prom2.php?tt=30&rr=1&ids=10 (дата обращения 25.03.2020 г.).

67. Развитие потребительского рынка города Челябинска в 2019 году [Электронный ресурс] // <https://cheladmin.ru/sites/default/files/n/page/16831/upload/itogirazvitiyapotrebitelskogorynkav2019.pdf> (дата обращения 25.03.2020 г.).

68. Рейтинг крупнейших производителей колбасных изделий [Электронный ресурс] // https://www.delprof.ru/press-center/open_analytics/4820/ (дата обращения 25.03.2020 г.).

69. Рынок колбасных изделий в России. Текущая ситуация и прогноз 2020–2024 гг. [Электронный ресурс] // <https://alto-group.ru/otchet/rossija/270-rynok-kolbasnyx-izdelij-tekushhaya-situaciya-i-prognoz-2014-2018-gg.html> (дата обращения 25.03.2020 г.).

70. Семенова, А.А. Новые технологии производства свиноемких колбасных изделий [Электронный ресурс] / А.А. Семенова, Л.И. Лебедева, Л.А. Веретов //

<https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tehnologii-proizvodstva-svinoemkih-kolbasnyh-izdeliy> (дата обращения 28.03.2020 г.).

71. Семенова, А.А. Производство и потребление колбасных изделий [Электронный ресурс] / А.А. Семенова, Н.Ф. Небурчилова, А.А. Мотовилина, Ф.В. Адылов // <https://cyberleninka.ru/article/n/proizvodstvo-i-potreblenie-kolbasnyh-izdeliy> (дата обращения 28.03.2020 г.).

72. Технология производства колбасных изделий [Электронный ресурс] // <https://npotor.ru/statyi/137-tehnologiya-proizvodstva-kolbasnykh-izdelij> (дата обращения 23.04.2020).

73. Топ-100 производителей готовых мясных и колбасных изделий в мире 2015 [Электронный ресурс] // <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-top-100-manufacturers-of-prepared-meats-and-sausages-worldwide-2015-300190018.html> (дата обращения 25.03.2020 г.).

74. Sausage Industry: Italy is One of the Largest Sausage Suppliers in the World [Электронный ресурс] // <https://www.bizvibe.com/blog/food-beverages/sausage-industry-italy-largest-suppliers/> (дата обращения 25.03.2020 г.).

75. Sausages Market – Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2019-2025 [Электронный ресурс] // <https://www.marketwatch.com/press-release/sausages-market-global-industry-analysis-size-share-growth-trends-and-forecast-2019---2025-2019-01-14> (дата обращения 25.03.2020 г.).

76. World market of sausages [Электронный ресурс] // <https://www.statista.com/outlook/40020200/100/sausages/worldwide> (дата обращения 25.03.2020 г.).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Организационная структура проектируемого цеха

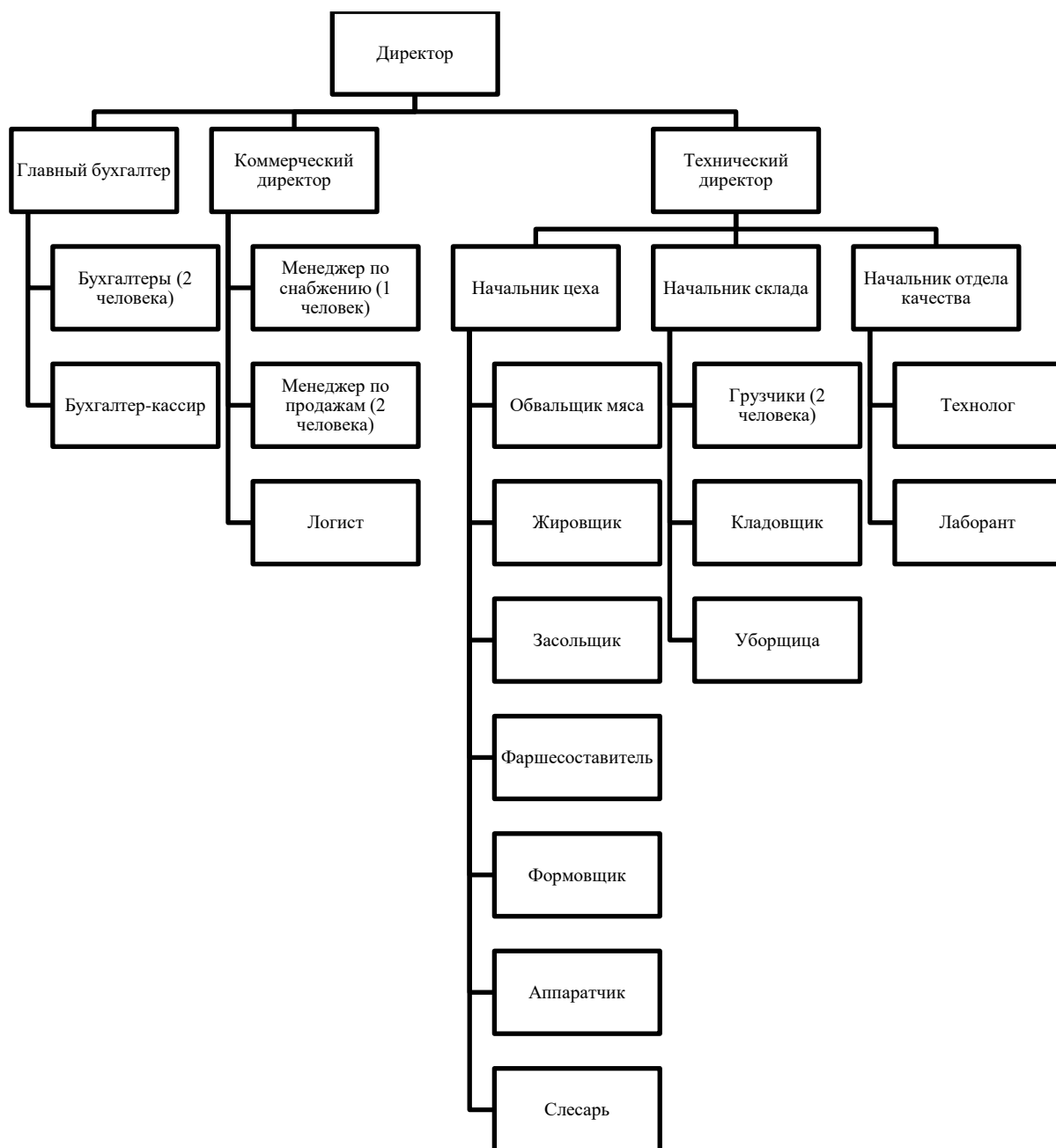


Рисунок А.1 – Организационная структура проектируемого цеха

Приложение Б. График платежей по кредиту

Таблица Б.1 – График платежей по кредиту

Дата	Остаток, руб.	Проценты, руб.	Погашено, руб.	Платеж, руб.
1 платеж апрель 2020 г.	2 580 027,50	23 124,50	62 772,50	85 897
2 платеж май 2020 г.	2 516 705,74	22 575,24	63 321,76	85 897
3 платеж июнь 2020 г.	2 452 829,92	22 021,18	63 875,82	85 897
4 платеж июль 2020 г.	2 388 395,18	21 462,26	64 434,74	85 897
5 платеж август 2020 г.	2 323 396,64	20 898,46	64 998,54	85 897
6 платеж сентябрь 2020 г.	2 257 829,36	20 329,72	65 567,28	85 897
7 платеж октябрь 2020 г.	2 191 688,36	19 756,01	66 140,99	85 897
8 платеж ноябрь 2020 г.	2 124 968,64	19 177,27	66 719,73	85 897
9 платеж декабрь 2020 г.	2 057 665,11	18 593,48	67 303,52	85 897
10 платеж январь 2021 г.	1 989 772,68	18 004,57	67 892,43	85 897
11 платеж февраль 2021 г.	1 921 286,19	17 410,51	68 486,49	85 897
12 платеж март 2021 г.	1 852 200,45	16 811,25	69 085,75	85 897
13 платеж апрель 2021 г.	1 782 510,20	16 206,75	69 690,25	85 897
14 платеж май 2021 г.	1 712 210,16	15 596,96	70 300,04	85 897
15 платеж июнь 2021 г.	1 641 295	14 981,84	70 915,16	85 897
16 платеж июль 2021 г.	1 569 759,33	14 361,33	71 535,67	85 897
17 платеж август 2021 г.	1 497 597,73	13 735,39	72 161,61	85 897
18 платеж сентябрь 2021 г.	1 424 804,71	13 103,98	72 793,02	85 897
19 платеж октябрь 2021 г.	1 351 374,75	12 467,04	73 429,96	85 897
20 платеж ноябрь 2021 г.	1 277 302,28	11 824,53	74 072,47	85 897
21 платеж декабрь 2021 г.	1 202 581,67	11 176,39	74 720,61	85 897
22 платеж январь 2022 г.	1 127 207,26	10 522,59	75 374,41	85 897
23 платеж февраль 2022 г.	1 051 173,33	9 863,06	76 033,94	85 897
24 платеж март 2022 г.	974 474,09	9 197,77	76 699,23	85 897
25 платеж апрель 2022 г.	897 103,74	8 526,65	77 370,35	85 897
26 платеж май 2022 г.	819 056,40	7 849,66	78 047,34	85 897
27 платеж июнь 2022 г.	740 326,14	7 166,74	78 730,26	85 897
28 платеж июль 2022 г.	660 907	6 477,85	79 419,15	85 897
29 платеж август 2022 г.	580 792,93	5 782,94	80 114,06	85 897
30 платеж сентябрь 2022 г.	499 977,87	5 081,94	80 815,06	85 897
31 платеж октябрь 2022 г.	418 455,68	4 374,81	81 522,19	85 897
32 платеж ноябрь 2022 г.	336 220,17	3 661,49	82 235,51	85 897
33 платеж декабрь 2022 г.	253 265,09	2 941,93	82 955,07	85 897
34 платеж январь 2023 г.	169 584,16	2 216,07	83 680,93	85 897
35 платеж февраль 2023 г.	85 171,02	1 483,86	84 413,14	85 897
36 платеж март 2023 г.	19,27	745,25	85 151,75	85 897
Итого		449 492	2 642 800	3 092 292

Приложение В. Прогноз продаж

Таблица В1 – Прогноз продаж на 2020 г.

Наименование	Цена, руб.	Объем продаж по месяцам 1 года работы цеха, руб.												Итого
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Колбаса вареная «Сырная»	280	84 000	168 000	336 000	462 000	604 800	604 800	604 800	655 200	655 200	655 200	705 600	882 000	6 417 600
Сосиски «Медовые»	210	63 000	126 000	252 000	346 500	453 600	453 600	453 600	491 400	491 400	491 400	529 200	661 500	4 813 200
Сардельки «Могучие»	280	84 000	168 000	336 000	462 000	604 800	604 800	604 800	655 200	655 200	655 200	705 600	882 000	6 417 600
Колбаса полукопченая «Вестфальская»	350	105 000	210 000	420 000	577 500	756 000	756 000	756 000	819 000	819 000	819 000	882 000	1 102 500	8 022 000
Итого		336 000	672 000	1 344 000	1 848 000	2 419 200	2 419 200	2 419 200	2 620 800	2 620 800	2 620 800	2 822 400	3 528 000	25 670 400

Таблица В2 – Прогноз продаж в 2021–2023 гг.

Наименование	Объем продаж в период, руб.		
	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Колбаса вареная «Сырная»	6 417 600	7 380 240	8 856 288
Сосиски «Медовые»	4 813 200	5 535 180	6 642 216
Сардельки «Могучие»	6 417 600	7 380 240	8 856 288
Колбаса полукопченая «Вестфальская»	8 022 000	9 225 300	11 070 360
Итого	25 670 400	29 520 960	35 425 152

