

## Бизнес-план Производство макаронных изделий



2012 год

# Содержание

Список таблиц.....	3
Список рисунков.....	4
Резюме .....	5
Введение.....	7
1. Концепция проекта.....	8
2. Описание продукта (услуги) .....	9
3. Программа производств .....	10
4. Маркетинговый план.....	12
4.1 Описание рынка продукции (услуг).....	12
4.2 SWOT - анализ .....	15
4.3 Стратегия маркетинга .....	15
4.4 Методы и каналы распределения. Стимулирование сбыта .....	156
5. Техническое планирование .....	189
5.1 Производственное помещение .....	19
5.2 Производственные ресурсы .....	19
5.3 Проектирование и технология.....	20
5.3 Программа приобретения оборудования.....	22
6. Организация, управление и персонал .....	23
7. Реализация проекта .....	25
8. Эксплуатационные расходы .....	26
9. Общие и административные расходы .....	27
10. Потребность в финансировании .....	28
10.1 Общая финансовая характеристика проекта.....	28
10.2 Общие предпосылки и допущения финансового плана.....	28
11. Эффективность проекта .....	35
12. Социально-экономическое и экологическое воздействие .....	38
12.1 Экономические аспекты проекта.....	38
12.2 Экологические аспекты проекта .....	38

## Список таблиц

Таблица 1 – План реализации проекта .....	10
Таблица 2 – Объемы реализации .....	10
Таблица 3 – Доходы от продаж .....	10
Таблица 4 – SWOT - анализ .....	15
Таблица 5 – Основные виды товаров .....	16
Таблица 6 – Технические характеристики оборудования .....	22
Таблица 7 – Программа приобретения оборудования .....	23
Таблица 8 – Штатное расписание предприятия .....	24
Таблица 9 – Календарный план реализации проекта .....	25
Таблица 10 – Эксплуатационные расходы .....	26
Таблица 11 – Общие и административные расходы предприятия .....	27
Таблица 12 - Объем капитальных вложений проекта .....	29
Таблица 13 – Условия и график погашения кредита .....	29
Таблица 14 – Отчет о прибылях и убытках .....	30
Таблица 15 – Отчет о движении денежных средств .....	31
Таблица 16 – Баланс .....	32
Таблица 17 – Показатели финансовой состоятельности .....	33
Таблица 18 – Эффективность инвестиций .....	34
Таблица 19 – Показатели деятельности бизнеса .....	35
Таблица 20 – Финансовый анализ .....	35
Таблица 21 – Инвестиционный анализ .....	35
Таблица 22 – Налоги и платежи в фонды .....	38

## Список рисунков

Рисунок 1 – Потребление макаронных изделий в Казахстане.....	11
Рисунок 2-- Знание и потребление марок макаронных изделий.....	12
Рисунок 3-- Предпочтения по покупке макаронных изделий.....	13
Рисунок 4 – Организационная структура проекта.....	22
Рисунок 5 – Чистая прибыль проекта.....	35
Рисунок 6 – Окупаемость проекта .....	35

АО «ФОНД «Даму»

## Резюме

Данный бизнес-план разработан с целью обоснования финансово-экономической эффективности и технической реализуемости инвестиционного проекта «Производство макаронных изделий».

Компания планирует осуществлять производство, хранение и реализацию макаронных изделий в ассортименте.

Месторасположение: г. Костанай.

Рынок сбыта макаронных изделий является одним из самых широких в сферах торговли и питания. Целевые группы:

Сегмент рынка	Доля
Продовольственные магазины	70%
Сеть общественного питания	25%
Школы	3%
Дошкольные учреждения	2%

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, USD.	2 013
Приобретение помещения	250 000
Приобретение и монтаж оборудования	360 000
Пополнение оборотный капитала	50 000
Всего	660 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

Общие инвестиционные затраты

Источник финансирования, USD	Сумма	Период	Доля
Заемные средства	660 000	01-06.2013	100%
Всего	660 000		100%

Приняты следующие условия кредитования:

Валюта кредита	тенге
Процентная ставка, годовых	14%
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	12
Льготный период погашения основного долга, мес.	12
Тип погашения основного долга	равными долями

Показатели эффективности деятельности предприятия на 4 год проекта.

Годовая прибыль (4 год), USD.	845 123
Рентабельность активов	30,7 %
Внутренняя норма доходности (IRR)	109.1%
Чистая текущая стоимость (NPV), USD.	805 493
Окупаемость проекта (простая), лет	1,80
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	1,88

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

1. Поступлению дополнительных доходов в бюджет г. Костанай;
2. Удовлетворению потребностей жителей региона в качественной макаронной продукции.

АО «ФОНД «Даму»

## Введение

Настоящий бизнес-план посвящен экономическому обоснованию целесообразности инвестирования в проект «Производство макаронных изделий».

В бизнес-плане собрана вся необходимая информация для проведения инвестиционных расчетов, в том числе основные статьи доходов, затрат и капитальных вложений, которые потребуются совершить при реализации проекта. Также представлено описание основных характеристик рынка макаронных изделий, включая динамику объема спроса и предложения, а также ценовых показателей. На основе этих показателей сделан прогноз дальнейшего развития рынка в период реализации проекта. Проведена оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта и рассчитаны основные интегральные показатели проекта – чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс доходности (PI), дисконтированный период окупаемости (DPP) при реалистичном сценарии развития рынка.

С помощью предложенного бизнес-плана потенциальные инвесторы, смогут оценить эффективность вложений средств в данный проект, выбрать наиболее эффективную схему финансирования проекта

. Основными источниками данных для проведения расчетов с целью экономического обоснования эффективности проекта стали:

1. «Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», методика ЮНИДО (Комитет по промышленному развитию при ООН), модифицированная с учетом специфики проекта.
2. информация из открытых источников СМИ и Интернета;
3. результаты проведенных исследований рынка Казахстана;
4. статистические данные Агентства РК по статистике, аналитические обзоры и пресс-релизы

При проведении расчетов с целью оценки эффективности инвестиций применялся метод дисконтированных денежных потоков (FCF).

Исследование проведено в ноябре 2012 года

## 1. Концепция проекта

Данная концепция определяет процесс создания типовой компании по производству макаронных изделий. Этот проект создан по структуре бизнес-плана в помощь начинающим игрокам на рынке макаронных изделий. Данный путь развития носит рекомендательный характер и не может рассматриваться как единственно правильный. В проекте предусмотрены максимальные затраты на оборудование, персонал и продвижение продукта. В реальных условиях каждый собственник их оптимизирует по своему усмотрению. Кроме того, все расчеты сделаны для предприятия, работающего в условиях города, для других условий необходимо сделать соответствующие поправки. Все оборудование, транспорт и расходные материалы, используемые в описываемых процессах, по качеству отвечают всем современным требованиям и рекомендуются к применению.

Концепция проекта предполагает:

1. местоположение – г. Костанай;
2. предназначенность помещения для промышленной деятельности;
3. близость по отношению к потенциальным потребителям продукции;
4. транспортная доступность;
5. пригодность планировки помещения;
6. 17сотрудников с фондом заработной платы 1 130 000 тенге в месяц;
7. при выходе на запланированные показатели загрузки компания принесет выручку за 4 года в объеме 6 228 064 USD., реализовав 11 000 тонны макаронных изделий;
8. покупка производственно-складского помещения площадью 300 кв. м.

### Оборудование

1. 2 технологические линии для производства макарон, в том числе:
  - a. пресс;
  - b. сушильный шкаф;
  - c. просеиватель;
  - d. транспортер;
2. вспомогательное оборудование;
3. мебель;
4. оргтехника.

### Основные задачи проекта

1. подбор помещения;
2. заключение договоров поставки, регистрация предприятия, получение разрешительных документов;
3. покупка и монтаж оборудования;
4. подбор и наем персонала;



5. пуско-наладочные работы;
6. лицензирование;
7. сертификация продукции;
8. начало производства макарон.

АО «ФОНД «Даму»

## 2. Описание продукта (услуги)

В рамках настоящего проекта будет реализовываться один вид товара – макаронные изделия в ассортименте.

Макаронные изделия представляют собой высушенное пресное тесто, приготовленное из пшеничной муки и воды, отформованное в виде трубчатых или другой формы изделий, высушенных до остаточной влажности не более 13%, которые могут храниться в нормальных условиях в течение одного года без снижения показателей качества. Они могут быть выработаны также и в виде полуфабриката с остаточной влажностью 19% и со сроком реализации от 24 часов до 3 суток.

Макаронные изделия это ценный пищевой продукт, имеющий значительные преимущества перед другими:

1. продолжительное сохранение -1 год без изменения свойств;
2. быстрота и простота в приготовлении;
3. имеют высокую пищевую ценность (блюдо, приготовленное из 100 г сухих изделий - на 10% удовлетворяет необходимое для организма человека суточное количество белков и углеводов);
4. отмечено высокое усвоение питательных веществ макаронных изделий - белков и углеводов.

### 3. Программа производств

Таблица 1 – План реализации

План реализации	Номинальн ый объем	2013	2014	2015	2016
Макаронные изделия в номенклатуре	312000	50%	100%	100%	100%
Средний коэффициент производства		50%	100%	100%	100%

Таблица 2 – Объем реализации

Объемы реализации (в единицах)	2013	2014	2015	2016	Итого
Макаронные изделия в номенклатуре	1 600,0	3 200,0	3 200,0	3 200,0	<b>11 200,0</b>

Таблица – 3 Доходы от продаж

Доходы от продаж, \$	2013	2014	2015	2016	Итого
Макаронные изделия в номенклатуре	752 000	1 654 400	1 819 840	2 001 824	<b>6 228 064</b>
<b>Итого</b>	<b>752 000</b>	<b>1 654 400</b>	<b>1 819 840</b>	<b>2 001 824</b>	<b>6 228 064</b>

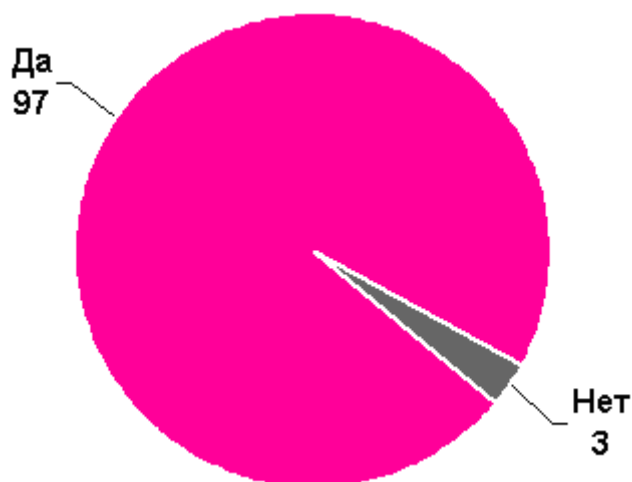
## 4. Маркетинговый план

### 4.1 Описание рынка продукции (услуг)

История возникновения макаронных изделий насчитывает многие века. Первые упоминания об изготовлении макарон дошли к нам из Египта еще с IV тысячелетия до нашей эры. Считается, что культуру изготовления макаронных изделий по миру разнесли римляне. Как известно, Рим был громадным городом, и проблема сохранения продуктов стояла крайне остро. Римляне делали яичную сырую пасту, которая тут же употреблялась в пищу - с ней тушили мясо, рыбу либо овощи. В современном виде макароны пришли к нам с востока. Считается, что в Европе макароны распространились благодаря Марко Поло, который привез их из своего очередного путешествия в Китай в 1292 году. Продукт этот считался изысканным лакомством и был доступен исключительно состоятельным людям. Большое количество сортов и видов, простота приготовления, довольно длительный срок хранения, а также хорошие вкусовые качества сделали макароны такими популярными, что ими сегодня никого не удивить. В некоторых странах макароны даже стали национальным блюдом.

В Казахстане, по результатам исследования Media Marketing Index<sup>1</sup>, проводимого компанией TNS Gallup Media Asia, макаронные изделия потребляют 97% населения (см. Диаграмму 1).

Рисунок 1 – Потребление макаронных изделий в Казахстане, %

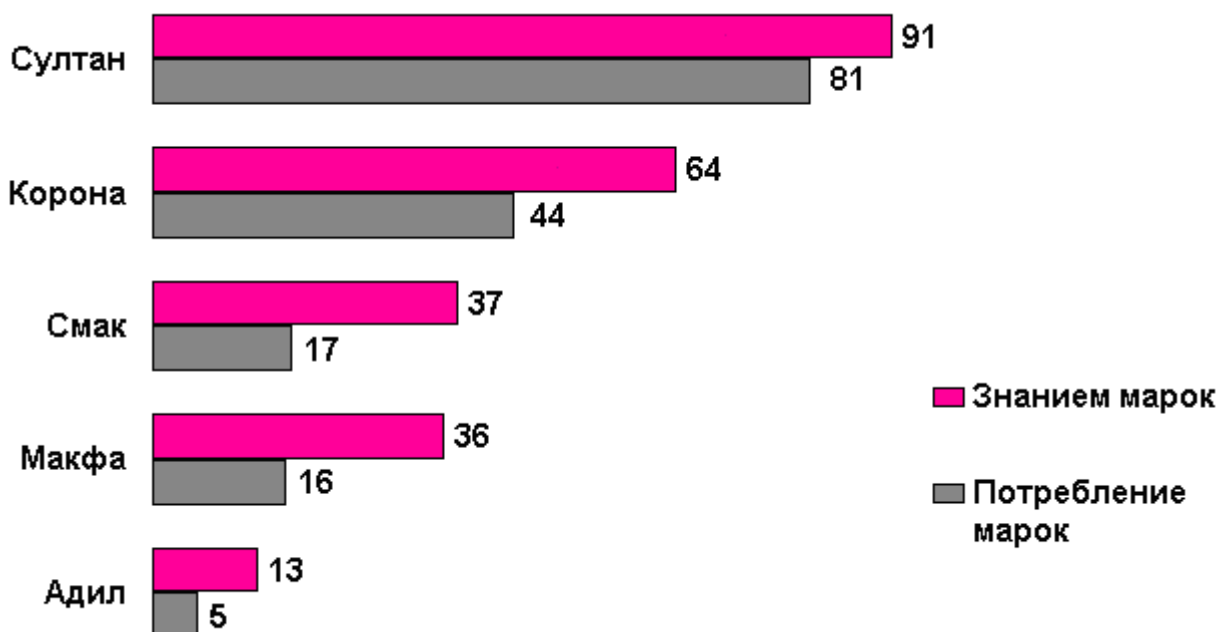


<sup>1</sup> По данным MMI - опрос проводится в 20 городах Казахстана с населением 100 тыс. и более, среди людей в возрасте от 15 лет и старше. Объем выборки составляет 3000 респондентов. Опрос проводился в сентябре 2008 года.

При анализе знания и потребления марок макаронных изделий, можно наблюдать, что с большим отрывом как по знанию, так и по потреблению лидирует продукция

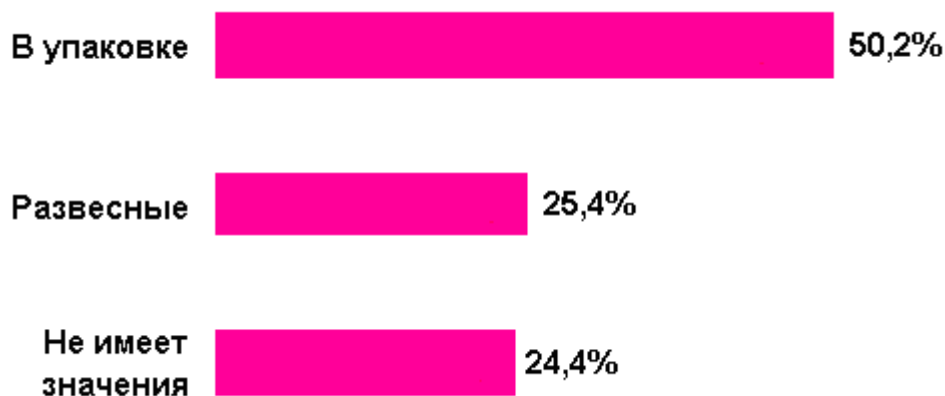
отечественного производства, представленного маркой "Султан". Данную марку знают 91% потребителей макаронных изделий. Число потребителей марки "Султан" насчитывает 81% от населения, потребляющего макароны. Замыкает пятерку лидеров марка "Адил" с процентными показателями по знанию и потреблению 13% и 5% соответственно (см. Диаграмму 2).

**Рисунок 2 – Знание и потребление марок макаронных изделий. TOP - 5, %**



Активное употребление макарон сформировало некоторые покупательские привычки среди потребителей данного товара. Например, половина потребителей предпочитают покупать макаронные изделия в упаковке. 25,4% потребителей макарон отдают предпочтение развесным макаронным изделиям. 24,8% отметили, что не имеют на этот счет принципиальных предпочтений (см. Диаграмму 3). Что касается покупательских предпочтений относительно выбора марки макаронных изделий, то большинство потребителей (55%) как правило, покупают 2-3 определенные марки. Число приверженцев одной определенной марки составляет 21,1% потребителей макарон. 23,9% составляют неустойчивые потребители, то есть те, кто не имеют стойкой приверженности к определенным маркам. Именно эта группа потребителей является наиболее привлекательной для производителей товара, так как внимание таких потребителей можно сосредоточить на какую-либо определенную марку. Причем, подавляющее большинство потребителей (82,8%) при покупке макаронных изделий большее внимание уделяют именно качеству продукта, нежели цене (17,2%).

Рисунок 3 – Предпочтения по покупке макаронных изделий, %



Широкие возможности проекта Media Marketing Index позволяют выявить не только наиболее популярные марки тех или иных товарных категорий, но и отношение потребителей к таким явлениям как реклама. В 2008 году 48,3% респондентов, потребляющих макароны, отметили, что в целом, реклама им нравится (см. Диаграмму 4), причем, наибольшее доверие вызывает именно телевизионная реклама (32,8%).

Пройдя многовековой путь совершенствования, макаронные изделия с каждым днем все больше и больше радуют нас, привнося в нашу жизнь приятные впечатления. Кроме того, принято считать, что макаронные изделия, приготовленные из муки грубого помола, снижают уровень холестерина в организме.

В данном анализе приведены данные Агентства Республики Казахстан по статистике по производству макарон, лапши, кускуса и изделий мучных аналогичных. Более детальная официальная статистика по производству *макаронных изделий* не доступна.

Производство макаронных изделий имело стабильную динамику роста за период с 2006 по 2010 гг. Среднегодовой прирост производства макаронных изделий составил 13,3% за рассматриваемый период. Наибольший прирост объема производства макаронных изделий (22,5%) отмечается в 2006 году, по сравнению с 2005 годом.

В последние годы казахстанский рынок макаронных изделий активно наполняется всевозможными видами с учетом предпочтений потребителя по упаковке (расфасовка макаронных изделий в пакеты весом 400 г, 450 г, 500 г, 750 г, 900 г, 2 кг, 5 кг, 10 кг), по видам (макароны, лапша, гнезда, сочни для «бешбармака», лазанья, каннелони и др.). В Казахстане широко представлена отечественная продукция - макароны «Султан» (г. Петропавловск), «Цесна» (г. Астана), «Корона» (г. Уральск), «ROLA» (г. Жамбылская область), «КЭММИ» (г. Павлодар) и др.. Из зарубежных производителей макаронных изделий, в основном, представлена Россия («Макфа», «Ролтон», «Galina Blanca» и др.).

География производства

Наибольший выпуск макаронных изделий в 2010 году в Казахстане обеспечили 3 региона: Северо-Казахстанская, Западно-Казахстанская и Южно-Казахстанская области. Доля производства макаронных изделий 3 областей в общереспубликанском объеме составила 55% (28%, 14% и 13%, соответственно). В Северо-Казахстанской области ведущим предприятием, производящим макаронные изделия, является АО «Султан-элеватор-мельнично-макаронный комплекс» (торговая марка «Султан»).

В Западно-Казахстанской области крупным производителем макаронных изделий является АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» (торговая марка «Корона»).

В Южно-Казахстанской области лидером по производству макаронных изделий является ТОО «Макаронная фабрика «Корона» (торговая марка «Корона»).

АО «Желаевский комбинат хлебопродуктов» и ТОО «Макаронная фабрика «Корона» входят в группу компаний «Зерновая индустрия».

#### 4.2 SWOT- анализ

Для определения возможностей и рисков активного продвижения продукции на потребительском рынке проведем SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 4 – SWOT- анализ

Сильные стороны		Слабые стороны	
выработана стратегия конкурентной борьбы	5	несбалансированные производственные мощности	3
наличие собственного производства товаров и соответствующей инфраструктуры	5	текучесть квалифицированного персонала	1
наличие современной технологии производства <b>макаронных изделий</b>	5	слабая система мотивации персонала	2
высокая квалификация управленческого персонала	5	неразвитая система управления складскими запасами	2
	5	слабая кадровая политика	1
Угрозы		Возможности	
слабое стратегическое планирование деятельности предприятия и его развития	1	эффективное использование прогрессивных производственных и маркетинговых технологий	5
существенная зависимость финансового состояния от внешних факторов	2	совершенствование качества производимого товара	4
угроза рейдерского захвата	2	увеличение номенклатуры и объема товарной продукции, услуг	5
вход на рынок более крупных компаний	2	расширение деятельности.	5

\* Количественная оценка (от 1 до 5 баллов)

#### 4.3 Стратегия маркетинга

Организовать эффективную систему реализации **макаронных изделий** во всех регионах Республики Казахстан.

Основными товарами будут: макаронные изделия в ассортименте.

Целевая группа:

Продовольственные магазины	70%
Сеть общественного питания	25%
Школы	3%
Дошкольные учреждения	2%

Разработка маркетинговой стратегии включает в себя разработку стратегий в направлении предоставляемых товаров, цен, дистрибуции и продвижения. Ниже представлены разработанные стратегии в перечисленных направлениях.

### Товарная стратегия

Основные виды товаров и предполагаемые цены на них представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Основные виды товаров

№ п/п	Наименование товара	Единица измерения	Цена реализации
1	Макаронные изделия в ассортименте.	тн	В соответствии с Прайс-листом

### Ценовая стратегия.

Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия:

1. изучение ценовой политики конкурентов;
2. использование системы скидок;
3. формирование цен с учетом покрытия издержек и действующего законодательства;
4. предоставление гибких форм оплаты – введение системы отсрочки платежа.

### Стратегия дистрибуции

Коммерческая деятельность компании должна быть ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установления с ними долгосрочных договорных связей.

### Стратегия продвижения

Достижение поставленных маркетинговых целей потребует от компании разработки и реализации комплекса мер, направленных на реализацию выбранного характера позиционирования.

В комплекс мер по продвижению услуг рекомендуется включить рекламную деятельность.

В качестве средств рекламы будут использованы:

1. Специализированные печатные издания;
2. Специализированные программы на ТВ и Радио;
3. Собственный сайт;
4. Интернет маркетинг



#### 4.4 Методы и каналы распределения. Стимулирование сбыта

Ценовая политика данного проекта соответствует высокому качеству товаров, тем самым, поддерживая положительное мнение потребителей. В этом заключается принцип позиционирования. Особое внимание следует уделить дифференциации цен, учитывая уровень господствующих среднерыночных цен на товары проекта.

Принцип ценообразования основывается на снижении издержек как постоянных, так и переменных, но не в ущерб качеству производимых товаров. В качестве ценового стимулирования будет применяться специальная программа скидок для постоянных клиентов. При необходимости будет применяться политика ценовой дискриминации.

Предприятие использует затратный метод ценообразования, но, кроме того, ориентируется на ситуацию на рынке, учитывая цены конкурентов.

Средняя отпускная цена предприятия на коротко резанные макаронные изделия составляет 60 тг/кг., а на длинно резанные – 70тг/кг. Кроме того, имеется система скидок с цены на продукцию. Используются бонусные скидки до 10% и скидки "сконто" до 5%.

Таким образом, цены на макаронные изделия останутся на уровне, чрезвычайно близком к самым низким ценам местного рынка, в то время как качество будет удовлетворять самым взыскательным вкусам.

Предлагаемый дифференцированный подход является оптимальным, поскольку в случае каких-либо изменений на рынке, **компания** может более оперативно реагировать на них.

Также для большей эффективности рекламы и укреплению имиджа необходимо иметь:

1. принадлежность к познавательному стилю;
2. ориентация на нужды клиентов и их полное удовлетворение;
3. уважительное отношение к клиенту, высокая культура
4. наличие определенного рекламного стиля и обслуживания;
5. своевременная реакция на нужды клиентов и на изменения этих нужд;
6. безупречное качество товаров, обслуживания клиентов;
7. четкое определение и полное выполнение обязательств;
8. постоянное присутствие на рынке;
9. дружеские отношения с клиентами (создание условий, которые способствуют позитивному восприятию клиентом атмосферы на предприятии);
10. работа с потенциальными клиентами;
11. напоминание о себе;
12. фирменная одежда, бэйджи;
13. эстетика, которая отвечает уровню клиентов или выше этого уровня;
14. удобная и развитая инфраструктура;
15. присутствие рекламных щитов, вывесок, знаков, указателей.
16. наличие фирменных бланков, сувениров, кульков, материалов, которые раздаются клиентам;

17. участие в выставках, презентациях;

Разработанная стратегия маркетинга позволит предприятию достичь выполнения поставленных маркетинговых целей и закрепить свое положение на рынке.

#### **Анализ каналов сбыта**

Основными каналами выпускаемой продукции являются:

1. Предприятие изготовитель → Оптовая торговля → Розничная торговля → Потребитель.
2. Предприятие изготовитель → Потребитель (фирменные магазины).
3. Предприятие изготовитель → Поставщики муки → Потребитель.

Причем по первому каналу распределения реализуется 70% продукции, а по второму – 10%, по третьему – 20%.

АО «ФОНД «Даму»

## **5. Техническое планирование**

### **5.1 Производственное помещение и помещение под склад и офис**

Для организации производства бумажных салфеток необходимо помещение площадью 350м<sup>2</sup>, включая производственное – 200м<sup>2</sup>, складское – 100м<sup>2</sup> и административно-бытовое помещение – 50 м<sup>2</sup>. В рамках проекта планируется приобретение помещений.

Производственное помещение, соответствует требованиям «Санитарных правил для предприятий по обработке» № 4416-87: обеспечено подведение коммуникаций горячего и холодного водоснабжения, канализации, освещения, вентиляции, отопления; произведена отделка стен помещений кафельной плиткой, изготовлены мозаичные полы, обеспечивающие сток в канализацию. Выделенные электрические мощности соответствуют заданным значениям. Монтаж оборудования запланирован на апрель 2013 года.

### **5.2 Производственные ресурсы**

#### **Сырье и поставки**

Основное сырье – мука, закупается в г. Костанай за счет собственных средств. А также используется дробленое сырье. Закупка муки проводится по мере необходимости, но предусмотрен обязательный трехдневный запас.

Инфраструктура производственного процесса предусматривает использование электроэнергии, питьевой воды, газа, пара. Питьевой водой технологический процесс обеспечивается из городской сети.

Парогенератор, размещенный на территории цеха, полностью обеспечивает технологический процесс паром.

Затраты электроэнергии составляют от 225 кВт/час до 250 кВт/час на 1 т. продукции в зависимости от времени года.

Упаковочные материалы, тара. Для упаковки продукции используются такие виды тары:

1. мелкая тара (упаковочная пленка и пачки-высечки);
2. крупная тара (полипропиленовые мешки, крафт-мешки и гофро-короба). Тара и

упаковка закупается периодически, по мере потребности.

Требования к сырью – хлебопекарная мука с клейковиной 26-28%, в зависимости от вида изделия.

Требования к таре: пленка, толщиной не более 40 микрон, двухслойный полипропилен с рисунком между слоями; гофро-короба, прочностью до 180 кг нагрузки; четырех слойные бумажные крафт-мешки со специальной пропиткой.

На все виды тары необходимы гигиенические заключения о пригодности ее для применения в пищевой промышленности.

Основным поставщиком сырья и тары ТОО «Мотив» г.Костанай

### **5.3 Проектирование и технология**

Производственная мощность линии длинных изделий фирмы "Buhler AG" (Швейцария) 3 200 т./год. Введение линий в эксплуатацию позволит получать продукцию высокого качества, пользующейся спросом у населения.

На производстве будет установлено 2 поточно-механизированных линий по производству резанных макаронных изделий, общей мощностью 3200 т./год.

Общая стоимость контракта по оборудованию составляет -360 тыс. долларов США

Линия фирмы "Buhler AG" (Швейцария) представляет собой современное оборудование, надежное и не сложное в эксплуатации, не требующее больших энергозатрат и большого количества персонала. В таких линиях предусмотрен электронный контроль дозаторов сырья, тесто замешивается за 30 минут с использованием глубокого вакуума. Сушка проходит за прогрессивной технологией при высоких температурах.

Такой технологический процесс дает возможность сберечь золотисто-жёлтый цвет изделия. Придаёт им прочность и стойкость при варке.

Предприятие сможет выдержать конкуренцию на рынке макаронных изделий и полностью удовлетворить спрос на них в пределах области, а также получит возможность:

1. использовать хлебопекарную муку, производимую в г. Костанай;
2. улучшить качество выпускаемой продукции;
3. выпускать ассортимент конкурентоспособной продукции;
4. улучшить условия работы;
5. механизировать и автоматизировать все технологические процессы;
6. снизить затраты на выпуск продукции;
7. полностью удовлетворить спрос покупателей.

Вспомогательные производственные площади:

- склад хранения муки;
- материальный склад.

### **О технологии производства макаронных изделий**

**Хранение муки.** Различают два способа хранения муки на складах предприятий: тарный способ, когда мука хранится в мешках, и бестарный способ, когда мука хранится в бункерах (силосах). Бестарный способ перевозки и хранения муки предпочтителен, так как при этом способе частично ликвидируется ручной труд и устраняются дополнительные потери муки, связанные с её распылом и с остатками её в опорожненных мешках и нет дополнительных расходов на ткань для изготовления мешков.

**Подготовка муки** заключается в просеивании муки, отделении от неё металломагнитной примеси, подогреве ( температура муки должна быть не менее 10°C), смешивании различных партий муки для улучшения какого-либо показателя качества одной партии за счёт другой, у которой этот показатель выше.

**Приготовление макаронного теста и выработка изделий.** В бункер тестомесителя загружают определённую порцию муки и постепенно вводят питьевую воду или воду с добавками (яйцо и др.) в соответствии с рецептурой. Тесто замешивается в течение 8-10 мин. Затем оно шнеком подаётся к матрице и продавливается через её отверстия. Выходящие из матрицы изделия с помощью встроенного вентилятора обдуваются воздухом. При достижении определённой длины изделия автоматически отрезаются и раскладываются на лоток, который помещается на стеллаж стола пресс-автомата для предварительной подсушки, а затем подаётся в сушильный шкаф.

**Сушка макаронных изделий.** В сушильный шкаф устанавливают 30 лотков, на которые укладывают по 1,5-2,0 кг макаронных изделий. Продолжительность сушки составляет от 50 до 60 минут в зависимости от вида изделий. Влажность макарон доводится до 19%. После этого производится складирование изделий в картонной таре. Сушка до остаточной влажности 13% происходит естественным путем при температуре 24-25 °С в течение 12 -15 часов в вентилируемом помещении.

**Расфасовка готовой продукции в пакеты.** Операция по расфасовки готовой продукции в полипропиленовые пакеты осуществляется на фасовочно-упаковочном полуавтомате.

#### 5.4 Программа приобретения оборудования

В следующей таблице даны технические характеристики линий (комплектов), для которых были выполнены технико-экономические расчеты.

**Таблица 6 - Технические характеристики линии**

Характеристика	Номер линии (комплекта)		
	№1	№2	№3
Производительность, кг/ч готовых изделий (остаточная влажность 13%)	30	48	74
Потребляемая/установленная мощность, кВт	9,7/18,1	18,2/34,4	19/37,7
Электропитание, В/Гц	380/50		
Занимаемая площадь, м <sup>2</sup>	14	16	16
Обслуживающий персонал, чел.	2	3	3
Пресс-автомат (модель)	М-05	М-013-01	М-015 (М-013-01М)
Кол-во сушильных шкафов С-105	1	2	3
Мукопросеиватель	МПМ-800М		
Фасовочно-упаковочное оборудование (полуавтомат)	МАКИЗ У-01		

Наиболее приемлемая линия для нашего проекта - линия №3

#### Программа приобретения оборудования

**Таблица 6 - Программа приобретения оборудования**

Название	Дата	Цена, USD	Срок
Покупка и монтаж технологического оборудования	С 01.2013	360 000,0	4 мес.

Установка оборудования запланирована на май- июнь 2013 года

Производитель оборудования: фирма "Buhler AG" (Швейцария).

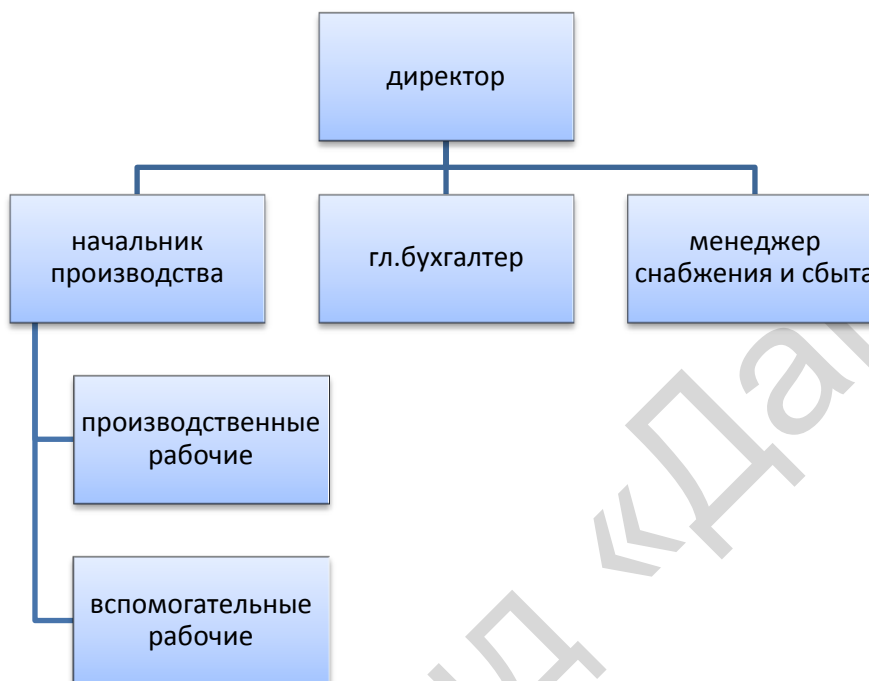
Поставщик оборудования: ТОО «Вектор» г. Алматы

АО «ФОНД «Даму»

## 6. Организация, управление и персонал

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок 2).

Рисунок 4 – Организационная структура



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий

Таблица 8 – Штатное расписание предприятия

Должность	Кол-во	Зарплата (тенге)
<b>Управление</b>		
Директор	1	150 000
Главный бухгалтер	1	120 000
Менеджер снабжения и сбыта	1	60 000
Итого	3	270 000
<b>Производство</b>		
Начальник производства	1	80 000
Первая смена производственные рабочие 1	3	60 000 / 180 000
Вторая смена производственные рабочие 2	3	60 000 / 180 000
Итого	7	480 000
<b>Вспомогательные рабочие</b>		
Разнорабочие	1	50 000
Электрик	1	60 000

Уборщица	1	50 000
Охранник	2	50 000 / 100 000
Водитель	2	80 000 / 160 000
Итого	7	440 000
Всего	17	1 190 000

С каждым работником заключаются индивидуальный трудовой договор, в котором устанавливаются их права и обязанности, расписаны внутренний распорядок рабочего дня и оснащение рабочего места.

Общий штат сотрудников будет составлять 17 человек. Предпочтение при наборе персонала будет отдаваться квалифицированным специалистам с опытом работы в данной сфере, как минимум 5 лет.

АО «ФОНД «Даму»



## 7. Реализация проекта

Прединвестиционная стадия инвестиционного проекта – до 1 квартал 2013 года.

Прединвестиционная стадия включает следующие виды деятельности:

- исследование рынков сбыта товаров, продукции, работ, услуг (далее - продукция) и их сегментов, сырьевых зон, балансов производства и потребления, определения возможных клиентов, создание клиентской базы;
- подготовку исходных данных, необходимых для выполнения финансово-экономических расчетов инвестиционного проекта;
- определение схемы и источников финансирования инвестиционного проекта;
- поиск инвесторов.

На прединвестиционной стадии принимается окончательное решение (заказчиком, инвестором и иными заинтересованными лицами) о целесообразности реализации инвестиционного проекта и разработке бизнес-плана.

Производятся изыскательные работы и подготовка проектно-сметной документации, заключение договоров поставки оборудования и реализации продукции.

Инвестиционная стадия инвестиционного проекта:

Закупку и транспортировку оборудования, строительные-монтажные работы, монтаж оборудования, пусконаладочные работы и запуск производства в эксплуатацию планируется осуществить с января 2013 года по июнь 2013 года включительно.

Эксплуатационная стадия инвестиционного проекта:

Покупка оборудования, начало функционирования завода по производству макаронных изделий запланировано с июля 2013 года. Календарный график реализации инвестиционного проекта представлен ниже

Таблица 9 – Календарный план реализации проекта

Мероприятия \ Месяц	Объем инвестиций (USD)	2013			
		1	2	3	4
Прединвестиционная стадия инвестиционного проекта					
Покупка помещения	250 000				
Закупка, транспортировка, монтаж оборудования, пусконаладочные работы	360 000				
Дислокация, набор и обучение персонала эксплуатационной службы					
Запуск производства и начало продаж	50 000				
Выход хранилища на проектную мощность					
<b>Всего</b>	<b>660 000</b>				

Курс валют: 150,0 KZT/USD

## 8. Эксплуатационные расходы

Таблица 10 – Эксплуатационные расходы

Текущие затраты в USD	2013	2014	2015	2016	2017	Итого
Прямые производственные расходы						
Расходы на материалы и комплектующие	416 000	915 200	1 006 720	1 107 392	416 000	3445 312
Зарплата основного производственного персонала	19 200	42 240	46 464	51 110	19 200	159 014
ЕСН на зарплату основного производственного персонала	4 992	10 982	12 081	13 289	4 992	41 344

АО «ФОНД «ДАМУ»

## 9. Общие и административные расходы

Таблица 11 – Общие и административные расходы

Текущие затраты в USD	2013	2014	2015	2016	Итого
<b>Общие производственные расходы</b>					
Амортизация	0	84 375	84 375	84 375	253 125
<b>Административные расходы</b>					
Зарплата административного персонала	21 600	23 760	26 136	28 750	100 246
ЕСН на зарплату административного персонала	5 616	6 178	6 795	7 475	26 064
<b>Итого: затраты в отчете о прибылях и убытках</b>					
<b>Итого: затраты в отчете о прибылях и убытках</b>	<b>444 609</b>	<b>1 026 590</b>	<b>1 120 812</b>	<b>1 224 456</b>	<b>3 816 468</b>
<b>Итого: оплата текущих расходов</b>					
<b>Итого: оплата текущих расходов</b>	<b>489 181</b>	<b>1 040 273</b>	<b>1 144 300</b>	<b>1 258 730</b>	<b>3 932 483</b>

## **10. Потребность в капитале и финансирование**

### **10.1 Общая финансовая характеристика проекта**

В настоящем бизнес-плане анализируются финансовые результаты хозяйственной деятельности за 4 года при использовании привлекаемых заемных средств в сумме 660 000 USD.

Единицей расчета Инвестиционного анализа принята иностранная валюта – USD (доллар США) Курс: KZT/USD - 150, 00

Инвестиционный анализ проводился на компьютере, и является профессиональным программным продуктом, поэтому результаты расчетов представляет собой совокупность согласованных друг с другом таблиц, отражающих различные финансовые и экономические характеристики проекта, являясь финансово-экономической моделью данного Инвестиционного Проекта. В разделе приводятся таблицы финансового моделирования проекта с комментариями и пояснениями к ним.

### **10.2 Общие предпосылки и допущения финансового плана**

Проект рассчитывался исходя из следующих условий кредитования:

1. сумма кредита – 660 000 USD.;
2. годовая ставка вознаграждения – 14%;
3. расчетный срок жизни проекта – 4 года;
4. погашение основного долга предусматривается ежемесячно равными долями, с учетом льготного периода – 1 год.

В финансовом плане все расчеты проведены с учетом следующих предпосылок и допущений:

1. за основу расчетов по ставкам налогов и нормативов была взята нормы Налогового Кодекса;
2. в качестве интервала планирования принят проектный период – 4 года, представленный в поквартальной разбивке в первый год.
3. экономические и финансовые расчеты настоящего проекта произведены в постоянных ценах, сложившихся на момент составления настоящего бизнес-плана.
4. способ расчета предполагает пропорциональное увеличение затрат и доходов за счет инфляционных процессов

При построении модели использовались «Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», а также методика ЮНИДО (Комитет по промышленному развитию при ООН), модифицированная с учетом специфики проекта.

**Таблица 12 – Объем капитальных вложений проекта**

№	Наименование	Цена, USD	Сумма, USD
1	Покупка помещения	250 000	250 000
2	Приобретение и монтаж оборудования и автотранспорта	360 000	360 000
3	Пополнение оборотных средств	50 000	50 000
	<b>Всего</b>	<b>660 000</b>	<b>660 000</b>

**Таблица 13 – Условия и график погашения кредита**

Кредиты	2013	2014	2015	2016	Итого
Валюта кредита	\$	\$	\$	\$	\$
Годовая процентная ставка	14%	14%	14%	14%	
Поступление денег от кредита	660 000	0	0	0	660 000
Погашение основного долга	0	110 000	220 000	330 000	660 000
Выплаченные проценты	0	92 400	77 000	46 200	215 600
Задолженность на конец текущего периода	660 000	550 000	330 000	0	0
Итого: Поступления от кредитов	660 000	0	0	0	660 000
Итого: Погашение кредитов	0	110 000	220 000	330 000	660 000
Итого: Выплата процентов	0	92 400	77 000	46 200	215 600
Итого: Задолженность по кредитам	660 000	550 000	330 000	0	0
Справка: Остаток средств на счете	223 986	567 592	785 164	963 660	

Финансовый план содержит три наиболее важных формы:

- отчет о прибылях и убытках;
- отчет о движении наличности;
- баланс предприятия.

Данные в отчете о прибылях и убытках представлены 4 года. Он отражает операционную деятельность предприятия за определенный период времени, т.е. отражает покрытие производственных затрат доходами от реализации макаронных изделий и определяет объем полученной прибыли

**Таблица 14 – Отчет о прибылях и убытках**

Отчет о прибылях и убытках	2013	2014	2015	2016	Итого
Выручка (нетто)	671 429	1 477 143	1 624 857	1 787 343	5 560 771
себестоимость проданных товаров	444 609	1 026 590	1 120 812	1 224 456	3 816 468
материалы и комплектующие	371 429	817 143	898 857	988 743	3 076 171
оплата труда	58 080	99 264	109 190	120 109	386 644
налоги, относимые на текущие	15 101	25 809	28 390	31 228	100 527

затраты					
производственные расходы	0	84 375	84 375	84 375	253 125
амортизация	0	84 375	84 375	84 375	253 125
Валовая прибыль	226 819	450 552	504 045	562 887	1 744 304
Прибыль (от продаж)	226 819	450 552	504 045	562 887	1 744 304
налоги, относимые на финансовые результаты	0	5 161	9 492	7 833	22 486
проценты к уплате	0	92 400	77 000	46 200	215 600
прибыль до налогообложения	226 819	352 991	417 553	508 855	1 506 218
налог на прибыль	45 364	70 598	83 511	101 771	301 244
<b>чистая прибыль (убыток)</b>	<b>181 455</b>	<b>282 393</b>	<b>334 042</b>	<b>407 084</b>	<b>1 204 974</b>
нераспределенная прибыль	181 455	282 393	334 042	407 084	1 204 974
то же, нарастающим итогом	181 455	463 848	797 890	1 204 974	

Отчет о движении наличности используется для определения текущего остатка денежных средств на расчетном счете предприятия. Этот остаток формируется за счет прихода денежных средств и расхода денежных средств (затрат на производство продукции и услуг, общих издержек предприятия, затрат на инвестиции, обслуживание и погашение займов, выплаты дивидендов, налоговых и др. выплат).

**Таблица 15 – Отчет о движении денежных средств**

Отчет о движении денежных средств	2013	2014	2015	2016	Итого
Поступления от продаж	752 000	1654 400	1 819 840	2 001 824	6 228 064
Затраты на материалы и комплектующие	-416 000	-915 200	-1 006 720	-1 107 392	-3 445 312
Зарплата	-58 080	-99 264	-109 190	-120 109	-386 644
Налоги	-96 465	-110 054	-208 512	-236 664	-651 695
Выплата процентов по кредитам	0	-92 400	-77 000	-46 200	-215 600
<b>Денежные потоки от операционной деятельности</b>	<b>-617 470</b>	<b>16 124</b>	<b>19 154</b>	<b>17 038</b>	<b>-565 153</b>
Инвестиции в здания и сооружения	-250 000	0	0	0	-250 000
Инвестиции в оборудование и другие активы	-360 000	0	0	0	-360 000
Оплата расходов будущих периодов	-50 000	0	0	0	-50 000
Инвестиции в оборотный капитал	42 530	16 124	19 154	17 038	94 847
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	41 416	34 916	24 443	25 995	-2 138 229
Поступления кредитов	660 000	0	0	0	660 000
Возврат кредитов	0	-110 000	-220 000	-330 000	-660 000
Денежные потоки от финансовой деятельности	<b>660 000</b>	<b>-110 000</b>	<b>-220 000</b>	<b>-330 000</b>	0
<b>Суммарный денежный поток за период</b>	<b>223 986</b>	<b>343 607</b>	<b>217 571</b>	<b>178 497</b>	<b>963 660</b>
Денежные средства на конец периода	223 986	567 592	785 164	963 660	

**Таблица 16 – Баланс**

Баланс	2013	2014	2015	2016
	233 498	587 820	807 414	988 135

Деньги				
НДС на приобретенные товары	70 714	0	0	0
Расходы будущих периодов	0	35 714	26 786	17 857
<b>Суммарные оборотные активы</b>	<b>304 212</b>	<b>623 534</b>	<b>834 199</b>	<b>1 005 992</b>
Постоянные активы	0	469 196	393 750	318 304
здания и сооружения	0	212 054	200 893	189 732
оборудование и прочие активы	0	257 143	192 857	128 571
Незавершенные капиталовложения	589 286	0	0	0
<b>Суммарные внеоборотные активы</b>	<b>589 286</b>	<b>469 196</b>	<b>393 750</b>	<b>318 304</b>
<b>Итого активов</b>	<b>893 498</b>	<b>1 092 731</b>	<b>1 227 949</b>	<b>1 324 296</b>
Расчеты с бюджетом	49 622	74 746	95 509	114 317
Расчеты с персоналом	2 420	4 136	4 550	5 005
<b>Суммарные краткосрочные обязательства</b>	<b>52 042</b>	<b>78 882</b>	<b>100 059</b>	<b>119 322</b>
Долгосрочные обязательства	<b>660 000</b>	<b>550 000</b>	<b>330 000</b>	<b>0</b>
Нераспределенная прибыль	181 455	463 848	797 890	1 204 974
<b>Суммарный собственный капитал</b>	<b>181 455</b>	<b>463 848</b>	<b>797 890</b>	<b>1 204 974</b>
<b>Итого пассивов</b>	<b>893 498</b>	<b>1 092 731</b>	<b>1 227 949</b>	<b>1 324 296</b>
Контроль сходимости баланса	0	0	0	0

**Таблица 17 – Показатели финансовой состоятельности**

<b>Показатели финансовой состоятельности</b>	<b>Ед.из м.</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Рентабельность активов	%	20,3%	28,4%	28,8%	31,9%
Рентабельность собственного капитала	%	100,0%	87,5%	52,9%	40,7%
Рентабельность постоянных активов	%	30,8%	53,4%	77,4%	114,3%
Текущие затраты к выручке от реализации	%	66,2%	69,5%	69,0%	68,5%
Прибыльность продаж	%	27,0%	19,1%	20,6%	22,8%
Рентабельность по балансовой прибыли	%	51%	34%	37%	42%
Рентабельность по чистой прибыли	%	41%	28%	30%	33%
Оборачиваемость активов	разы	0,75	1,49	1,40	1,40
Оборачиваемость собственного капитала	разы	3,70	4,58	2,58	1,78
Оборачиваемость постоянных активов	разы	1,14	2,79	3,77	5,02
Период сбора дебиторской задолженности	дн.	-	-	-	-
Коэффициент общей	разы	5,85	7,90	8,34	8,43

ликвидности						
Коэффициент срочной ликвидности	разы	4,49	7,45	8,07	8,28	
Коэффициент абсолютной ликвидности	разы	4,49	7,45	8,07	8,28	
Чистый оборотный капитал	\$	252 170	544 652	734 140	886 671	
Коэффициент общей платежеспособности	разы	0,20	0,42	0,65	0,91	
Коэффициент автономии	разы	0,25	0,74	1,86	10,10	
Доля долгосрочных кредитов в валюте баланса	%	74%	50%	27%	0%	
Общий коэффициент покрытия долга	разы	-	2,70	1,73	1,47	
Покрытие процентов по кредитам	разы	-	4,82	6,42	12,01	

Таблица 18 – Эффективность инвестиций

Эффективность инвестиций		2013	2014	2015	2016
Валюта расчетов	1				
Годовая ставка дисконтирования:	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Денежные потоки от операционной деятельности	да	181 455	437 482	418 417	491 459
за исключением процентов по кредитам	да	0	92 400	77 000	46 200
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	да	-617 470	16 124	19 154	17 038
Чистый денежный поток		-436 014	546 007	514 571	554 697
Дисконтированный чистый денежный поток		-396 377	451 245	386 605	378 865
Дисконтированный поток нарастающим итогом		-396 377	54 869	441 473	820 339
Простой срок окупаемости	1,80				
Чистая приведенная стоимость (NPV)	<b>820 339</b>				
Дисконтированный срок окупаемости (PBP)	<b>1,88</b>				
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	<b>110,2%</b>				
Норма доходности полных инвестиционных затрат	157,2%				
Модифицированная IRR (MIRR)	<b>45,6%</b>				
Средневзвешенная стоимость капитала	10%				
Ставка дисконтирования инвестиционных затрат	10%				



## 11. Эффективность проекта

Таблица 19 – Показатели деятельности бизнеса

Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Объем продаж с нарастающим итогом	6 228 064
Чистая стоимость денежных потоков (NPV)	<b>805 493</b>
Чистая прибыль с нарастающим итогом	1 204 974

Таблица 20 – Финансовый анализ

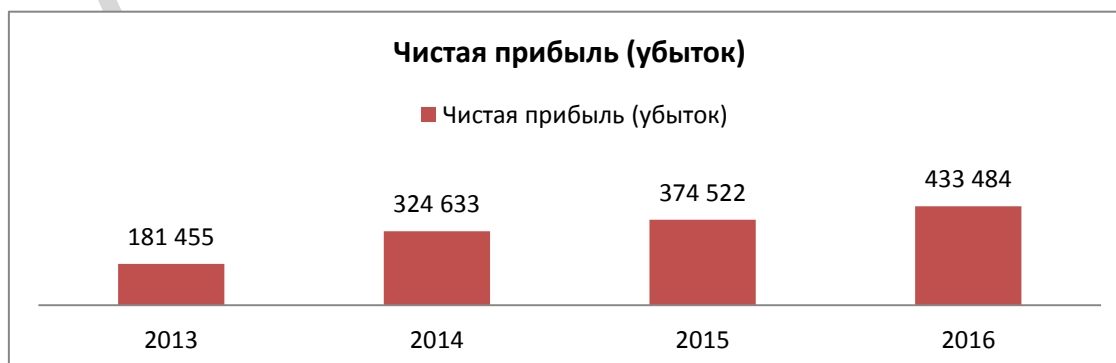
Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Рентабельность активов (отношение чистой прибыли к стоимости активов)	32.7 %
Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к сумм собственного капитала.)	39.5 %
Прибыльность продаж (отношение чистой прибыли к выручке нетто)	24.3%

Таблица 21 – Инвестиционный анализ

Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Объем инвестиций	660 000
Ставка дисконта	10%
Простой срок окупаемости	1,80 года
Дисконтированный срок окупаемости	1,88 года
Стоимость создаваемого бизнеса (NPV)	805 493
Внутренняя норма доходности (IRR, доходность эквивалентных инвестиций)	109.1 %
Модифицированная IRR (MIRR)	45,2%

Дисконтированный денежный поток сохраняет положительное значение, что свидетельствует об осуществимости проекта. Значение накопленного дисконтированного денежного потока за прогнозный период достигает 805 493 USD (данные на конец 2016 года). Чистая прибыль уже в 2013 году составляет 181 455 USD.

Рисунок 5 – Чистая прибыль



Внутренняя норма доходности (MIRR) находится на высоком уровне и составляет 45,2 % годовых. Это обусловлено высокой рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов, которые позволяют генерировать большую величину денежного потока, при относительно низком уровне инвестиционных затрат.

Период окупаемости проекта без учета дисконтирования - 1,80 года, а с учетом дисконтирования – 1,88 года, что является достаточно высоким показателем эффективности проект

**Рисунок 6 – Окупаемость проекта**



Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего проекта позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах реализации, капитальных вложениях, ценах на готовую продукцию и производственных издержках проект является надежным и рентабельным.

Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для упрочения позиций предприятия на рынке по основным показателям, получения и увеличения в дальнейшем объемов чистой прибыли.

Проведенное маркетинговое исследование показывает наличие благоприятных тенденций развития рынка, что позволит Инициатору проекта реализовать его в кратчайшие сроки и достичь планируемых показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Проведенные финансовые расчеты по проекту, анализ полученных значений показателей коммерческой эффективности инвестиций для проекта позволяют охарактеризовать проект как высокодоходный, с умеренным уровнем риска, высокой рентабельностью текущей деятельности и низким сроком окупаемости

Таким образом, проект эффективен, рентабелен, окупается в достаточно короткий срок и может рассматриваться как выгодное размещение инвестиций.

Проект является коммерчески привлекательным предприятием для всех его участников.

### **Оценка риска и страхование**

Данный проект может быть подвержен таким видам риска:

1. Рыночный риск. Постоянное улучшение качества выпускаемой продукции, рекламная компания, установка новой линии – позволят расширить ассортимент и увеличить долю рынка.
2. Внешний риск. Вероятность негативного воздействия внешних факторов, таких как: недобросовестная конкуренция, экономический кризис в стране и другие.
3. Политический риск. Изменение законодательства может значительно повлиять на деятельность предприятия.
4. Ресурсный риск. Неурожай зерновых может значительно поднять цены на сырье и повлечь за собой убытки.

АО «ФОНД»

## 12. Социально-экономическое и экологическое воздействие

### 12.1 Социально-экономические аспекты проекта

Эффект от реализации данного проекта на социальную сферу отражается следующими показателями:

1. Количество создаваемых рабочих мест – 17;
  2. Удовлетворение спроса потребителей – через предоставление продуктов проекта;
- Налоги и платежи в фонды –651 695 USD

Таблица 22 – Налоги и платежи в фонды

Вид налога		2013	2014	2015	2016	Итого
<b>Налог на добавленную стоимость</b>						
ставка	12%					
период уплаты	30					
НДС полученный		80 571	177 257	194 983	214 481	667 293
НДС уплаченный		115 286	98 057	107 863	118 649	439 855
Платежи НДС в бюджет (или возврат из бюджета)		<b>36 000</b>	<b>8 486</b>	<b>87 120</b>	<b>95 832</b>	<b>227 438</b>
<b>Налоги, относимые на текущие затраты</b>						
Начисления на заработную плату		<b>15 101</b>	<b>25 809</b>	<b>28 390</b>	<b>31 228</b>	<b>100 527</b>
<b>Налоги, относимые на финансовые результаты</b>						
Налог на имущество		<b>3 983</b>	<b>7 430</b>	<b>6 359</b>	<b>5 289</b>	<b>23 061</b>
<b>Налог на прибыль</b>						
ставка	20%	20%	20%	20%	20%	
период уплаты	365					
Начисленный налог на прибыль		<b>45 364</b>	<b>70 598</b>	<b>83 511</b>	<b>101 771</b>	<b>301 244</b>
<b>Суммарные налоговые выплаты</b>		<b>96 465</b>	<b>110 054</b>	<b>208 512</b>	<b>236 664</b>	<b>651 695</b>

### 12.2 Экологические аспекты

На всех этапах реализации проекта (прединвестиционного, инвестиционного и эксплуатационного) вредное воздействие на окружающую среду отсутствует, поэтому отсутствует необходимость разработки и внедрения природоохранных мероприятий.