

Сентябрь 2017 год

White Paper

***Производство банановых чипсов
«Banana PAPA»***

Дата: сентябрь 2017

Руководитель: Андрей Попов

Bananapapa.com

Viber, WhatsApp: + 7-904-219-96-14

E-mail: andrey2576@mail.ru

Skype: andrey2576pro

Telegram: @andreyporovgu

Для получения дополнительной информации,
пожалуйста, обращайтесь по указанным
контактам

Утверждаю: Попов А.И.

Подпись: _____

Резюме

Суть проекта создание предприятия по производству банановых чипсов в Колумбии, с последующим сбытом продукции на рынки США, Европы, России и Азии.

Необходимые инвестиции за 13 месяцев реализации проекта 4 318 000\$, так же мы закладываем 5% от стоимости проекта - это 216 000\$, на случай: изменения цен, тарифов, форс-мажорных обстоятельств, изменения законодательства, дополнительных затрат на получение юридической поддержки. Итого мы собираемся привлечь инвестиций на сумму 4 534 000\$.

Запуск производства после проведения ICO, видим для себя оптимальным решением! Подтверждаем свой Токен будущим товаром по его себестоимости! Себестоимость 1 пачки Banana Para весом 70гр (2,47oz) равна 0.40 \$! 1 наш токен равен цене пачки Banana Para в 70 гр (2,47oz) - это 0,40 \$! Вы всегда можете затребовать товар за приобретенный у нас токен с момента начала выпуска товара! Мы собираемся выпустить эквивалентное общей привлекаемой сумме инвестиций количество токенов - это 11 335 000 токен! Мощность производства позволяет производить 1 433 957 пачек по 70 гр (2,47oz) Banana Para в месяц!

| Ключевые показатели эффективности проекта | |
|---|-------------|
| Ставка дисконтирования, % | 10 |
| Период окупаемости - PP | 1,7 года |
| Внутренняя ставка доходности инвестиций - IRR | 76% |
| Чистый приведенный доход - NPV, \$. | 11580090,44 |
| Индекс прибыльности - PI | 3,68 |

Проект представлен на 22 страницах.

Содержание

| | |
|--|-----------|
| 1. Описание предприятия и отрасли | 4 |
| 1.1 Емкость рынка и перспективы продукта | 4 |
| 1.2 Почему этот товар массово еще не производился? | 5 |
| 1.3 Почему производство в Колумбии? | 5 |
| 1.4 Стадия разработки | 6 |
| 1.5 Команда | 6 |
| 1.6 Миссия компании | 7 |
| 1.7 Необходимые вложения | 7 |
| 2. Маркетинг и сбыт продукции | 7 |
| 2.1 Описание конкурентов | 7 |
| 2.2 Конкурентные преимущества и выбор конкурентной стратегии | 9 |
| 2.3 Маркетинговая стратегия | 10 |
| 2.4 Стратегии продвижения товара на рынок | 10 |
| 2.5 Система сбыта | 11 |
| 3. Производственный план | 11 |
| 3.1 Основное оборудование | 11 |
| 3.2 Прочее оборудование | 12 |
| 3.3 Основные здания и сооружения | 13 |
| 3.4 Прочие помещения | 13 |
| 3.5 Постоянные расходы на сырье, материалы и прочие | 14 |
| 3.6 Постоянные расходы на газ, электроэнергию, воду | 15 |
| 3.7 Сроки организации проекта | 16 |
| 4. Организационный план | 17 |
| 5. Финансовый план | 18 |
| 5.1 Расчет инвестиций | 18 |
| 5.2 Расчет себестоимости продукта | 18 |
| 5.3 Расчет прибыли и анализ рынков | 19 |
| 5.4 «Оптимистичный» расчет | 19 |
| 5.5 «Средний» расчет | 19 |
| 5.6 «Пессимистичный» расчет | 20 |
| 6. Риски и методы их снижения | 20 |
| 7. Оценка эффективности | 22 |
| 7.1 Оценка эффективности «Оптимистичная» | 22 |
| 7.2 Оценка эффективности «Пессимистичная» | 22 |

1. Описание предприятия, отрасли и продукта.

Суть проекта - организация производства банановых чипсов в Колумбии с последующим сбытом продукции на рынки США, Европы, России и Азии.

Сам продукт представляет собой сушеный нарезанный спелый банан (далее по тексту *Banana Para*), изготовленный из самого распространенного сорта бананов «Кавендиш» (*Banana, Cavendish*) (который мы привыкли видеть на полках в супермаркетах).

1.1 Емкость рынка и перспективы продукта.

Все чаще люди стараются сэкономить время на приготовление пищи! В результате рынок снековой продукции растет. Так же в связи с массовым ожирением, в настоящее время покупатели становятся все умнее и все больше и больше начинают думать о том, что они едят! Люди должны употреблять в пищу продукты с высоким качеством калорий, содержащие грубые волокна! Наш продукт "*Banana Para*" решает эту проблему!

Банан является самым продаваемым продуктом в сетях во всем мире. Бананы считаются здоровым продуктом питания, они содержат калий, который может понизить кровяное давление, предотвратить сердечные заболевания и уменьшить риск инсульта. На Западе бананы едят в качестве перекуса между приёмами пищи, и не удивительно, что номером один в потреблении бананов является США - это 24,6%, от всех производимых в мире бананов.

Наш же продукт является производным от банана (как по ГОСТу о сухофруктах, имеет ярко выраженный сконцентрированный вкус и аромат свежего спелого банана (исходного сырья)) и относится к снековой продукции. Емкость рынка снеков в мире составляет \$82.5 млрд в год. Самым крупным рынком снековой продукции является Северная Америка, второе и третье место поделили Юго-Восточная Азия и Западная Европа. В России емкость рынка снеков \$4,1 млрд. По данным *Euromonitor International* самым большим темпом на рынке будет развиваться сегмент фруктовых снеков, на 16% ежегодно, в течение ближайших пяти лет. Причин этому несколько: первая, что потребитель умнеет, и интерес к вопросам сохранения здоровья будет и дальше подогревать этот рынок; вторая, это рост потребительского интереса к неизвестным и экзотическим видам снеков из сухих и засахаренных фруктов.

1.2 Почему этот товар массово еще не производился?

Массово этот товар еще не производился по нескольким причинам:

1) банан не поддается машинной чистке, так как все бананы имеют разную форму, в дальнейшем мякоть спелого банана трудно нарезать автоматически, так как она менее плотная, чем у зеленого банана (сорта Platano) (крупнейшие игроки на рынке продуктов питания любят полностью автоматизированные линии производства);

2) этот продукт делается из спелых бананов, а самое страшное словосочетание в местах, где выращивают банан - это "спелый банан", так как его собирают зеленым, и появление желтых бананов говорит о потере урожая;

3) это время, массово бананы в Северной Америке, Европе, России начали продаваться только в начале 20-го века (из-за отсутствия возможности транспортировки с сохранением свежести), вследствие чего модификации продуктов питания из бананов еще не успели сильно развиться. Ежегодно собирают около 140 миллионов тонн бананов, но только небольшой процент фактического производства идет на экспорт.

1.3 Почему производство в Колумбии?

Организация производства именно в Колумбии по следующим причинам:

1) близость к сырью для производства (так как после сушки остается лишь 15% от общей массы банана, то перевозить сырое сырье менее выгодно);

2) рынок считает, что лучшие бананы производит Эквадор (из-за уникального экваториального климата), но Колумбия, граничащая с Эквадором, способна выдавать аналогичный товар по качеству, так как находится в одной климатической зоне;

3) есть местная валюта (Колумбийский песо), что благоприятно влияет на экспорт товара на внешние рынки. (В отличие от Эквадора, где местная валюта это доллар США);

4) чем теплее воздух, тем легче его высушить. (В Колумбии среднемесячные температуры +29 °C);

5) экономика Колумбии одна из самых быстрорастущих в Латинской Америке, что благоприятно сказывается на получении инвестиций;

6) близость к самому крупному потенциальному рынку (Северная Америка).

1.4 Стадия разработки.

Технологии доведены до рабочих образцов. Первые тестовые 500 пачек товара были проданы в местных сетях розничной торговли продуктами питания с наценкой 75% (по \$1,65 за пачку 70гр.). Проводили открытую дегустацию и тестовый опрос и получили только положительные отзывы и готовность повторно приобретать наш продукт. Все оборудование просчитано, усовершенствованно и конструктивно доработано под наше производство. (Эффективность сушильных камер увеличена на 176,9% (выход готового сырья в 2,77 раза больше в тех же временных затратах, при том же объеме контейнера 12x2,5x2,5м, в отличие от уже имеющегося на рынке сушильного оборудования, в результате розничная стоимость поднялась всего на 18%). Оборудование можно будет изготовить в России, а затем поставить в Колумбию и смонтировать.

1.5 Команда.

Вся команда укомплектована и готова реализовать проект от начала и до конца. В команде присутствуют:

- 1) Руководитель проекта Попов Андрей (Опыт создания розничной сети с нуля, выведения на рынок новых продуктов, разработки и оптимизации бизнес-процессов, управления персоналом);
- 2) Технолог Шелудько Елена (Опыт работы 5 лет технологом в компании №1 в России по производству снековой продукции «КДВ Групп», на заводе бренда «Три корочки» в Москве);
- 3) Экономист Проскурин Григорий (Опыт выведения новых продуктов на рынок, руководитель отдела маркетинга и сбыта в ООО «ЛАДО» г. Липецк (оптово-розничная торговля средствами индивидуальной защиты, спецодеждой, грузоподъемным оборудованием);
- 4) Инженер Дмитрий Ульянич (Опыт работы в проектировании и построении инженерных систем и оборудования);
- 5) Инженер Александр Наумов (Специалист по подключению к электрическим сетям, настройке автоматики, проектированию электроснабжения).

6) Специалист Дуван Триана (Опыт открытия филиала международной компании “BELLACOSMT S.A.S”, организация продаж на территории Колумбии интернет-магазина парфюмерии и косметики, опыт работы начальником контрольной группы по городу Богота в Департаменте охраны окружающей среды (SDA), носитель испанского и русского языков)

1.6 Миссия компании.

Создание полезного, доступного и качественного продукта, который помогает утолить чувство голода во время длительной поездки, лекции или работы, сэкономив время на приготовлении обеда.

1.7 Необходимые вложения.

Итого необходимые инвестиции за 13 месяцев реализации проекта 4318000\$.

Прибыль от вложений (См. «Оценка эффективности»):

| Ключевые показатели эффективности проекта | |
|---|-------------|
| Ставка дисконтирования, % | 10 |
| Период окупаемости - PP | 1,7 года |
| Внутренняя ставка доходности инвестиций - IRR | 76% |
| Чистый приведенный доход - NPV, \$. | 11580090,44 |
| Индекс прибыльности - PI | 3,68 |

2. Маркетинг и сбыт продукции.

2.1 Описание конкурентов.

Нашими конкурентами являются все производители снековой продукции.

Ниже приведена таблица со сравнением конкурентов по таким показателям, как:

1. Цена (конечная цена для потребителя);
2. Положительное влияние потребления продукта на здоровье;
3. Удобство потребления (остаются ли масляные пальцы, нужно ли очищать шкурки, есть ли необходимость в дополнительной воде);

4. Удобство упаковки (легко ли пачку взять с собой);
5. Качество калорий (Пять критериев: 1) способность насыщать (Satiety) — показатель того, насколько быстро калории приводят нас к ощущению сытости и как долго его сохраняют. Гликемический индекс - он характеризуется способностью углеводов повышать уровень глюкозы в крови. Чем выше гликемический индекс продукта, тем больше и быстрее повышается уровень глюкозы в крови после его употребления, тем быстрее мы снова ощущаем чувство голода. Рекомендуется исключать продукты с высоким гликемическим индексом. 2) агрессивность (Aggression) — это то, насколько калории склонны присоединяться к жировым тканям. 3) питательность (Nutrition) — по этому показателю можно узнать, сколько витаминов, минералов, основных аминокислот, основных жирных кислот организм получает от калорий. 4) эффективность (Efficiency) — показатель того, какое количество калорий может способствовать образованию жировой ткани. 5) грубые волокна (Crude fiber) — количество грубых пищевых волокон (влияют на улучшение пищеварения и способствуют выведению токсинов и шлаков из организма);
6. Отсутствие масла, соли, сахара;
7. Отсутствие искусственных добавок (усилители вкуса, красители);
8. Вкусовые качества.

Условия оценки: 1 - плохо, 2-средне, 3-хорошо.

| Наименование продукта | Сравнительные характеристики | | | | | | | | |
|-----------------------|------------------------------|-----------------------------------|--|-------------------|------------------|--------------------------------|---|-------------------|--------|
| | Цена | Положительное влияние на здоровье | Удобство потребления (масляные руки, очищать шкурки, необходимость в воде) | Удобство упаковки | Качество калорий | Отсутствие масла, соли, сахара | Отсутствие искусственных добавок (усилители вкуса, красители) | Вкусовые качества | ИТОГО: |
| Ванана Пара | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| Сухие фрукты и ягоды | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| Семечки очищенные | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Орехи очищенные | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| Орехи не очищенные | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| Сублимированные продукты | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| Семечки | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 19 |
| Засахаренные фрукты и ягоды | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 19 |
| Мюсли, фруктовые смеси | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| Сушеная рыба, мясо | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 19 |
| Сушеные водоросли | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| Попкорн | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 19 |
| Горох в глазури | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 18 |
| Хлебцы, крипсы | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18 |
| Крендельки, печенья | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 17 |
| Сухарики | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 15 |
| Чипсы картофельные | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 14 |
| Кукурузные палочки | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 14 |

Исходя из тенденции, что потребители все больше и больше начинают следить за своим здоровьем, мы видим, что рынок разворачивается в пользу полезных продуктов питания, и лидеры рынка снеков на настоящий момент (сухарики, картофельные чипсы и кукурузные палочки) остаются в конце таблицы.

2.2 Конкурентные преимущества и выбор конкурентной стратегии.

Нашим конкурентным преимуществом является:

1. Полезный продукт, полностью натуральный, большое количество грубых волокон, содержит природные витамины и микроэлементы, высокое качество калорий, в составе одно слово «Бананы» (отсутствие каких-либо добавок);
2. Доступный продукт (Цена за пачку в 70 гр. Banana Para, как у чипсов Lay's за 80гр.);
3. Вкусный продукт (концентрированный вкус спелого ароматного банана, сладость только природного происхождения).

Итог: Покупатели будут экономить свое время и деньги, получая вкусный и полезный продукт.

Вероятность ответных действий конкурентов:

- Возможность создать аналогичный продукт;

- Возможность снижения цены продаваемого товара;
- Возможность проведения различных временных акций по привлечению покупателей.

Наши ответные действия на их ответные действия:

- Занятие на старте продаж большей части рынка, проведение мощной рекламной кампании, покупатели запомнят первого, кто появился на этом рынке;
- Снижение цены товаров конкурентов не сильно повлияют на продажи нашего товара, так как наш товар находится в среднем ценовом сегменте;
- Ответ на акции конкурентов - предложения с лучшими условиями цены и качества, чем у конкурентов.

2.3 Маркетинговая стратегия.

Наша маркетинговая стратегия заключается в дифференциации от конкурентов, так как в сегменте снековой продукции такой продукт отсутствует. Ориентируемся на предложение полезного, вкусного, в среднем ценовом сегменте, продукта среди снеков.

2.4 Стратегии продвижения товара на рынок.

Стратегия сбыта - встать на полку в максимальном количестве федеральных сетей на самых перспективных рынках, одновременно запустив активную рекламу в интернете (публикация постов на самых часто-посещаемых площадках, создание и запуск вирусных рекламных роликов, размещении статей о пользе продукта).

Использовать событийный маркетинг, в том числе проведение открытых дегустаций, находясь максимально близко к потребителю. Бюджет 100 000\$, в большей части пойдет на создание контента (видео роликов, статей, слайдов, для публикации в интернете) и проведения дегустаций.

2.5 Система сбыта.

Основные федеральные сети работают с импортом на условиях Инкотерс FOB (Франко борт) или через местного дистрибьютора. Погрузка контейнера на борт 400-500\$, услуга агента 500\$ (оказывает активное содействие на всех этапах сделки, организует выпуск документов в соответствии с требованиями Заказчика. 100\$ за

контейнер при оптовой цене, в дальнейшем нужен человек в штат). Так называемые бонусы 10% (за место на полке) с оборота от оптовой цены (цены по накладной) для федеральных сетей в бюджете будут учтены. Средняя наценка в розницу в федеральных сетях на такой вид продукта 30-35%.

3. Производственный план.

Номинальная стартовая мощность производства рассчитана на обработку 22306кг свежих сырых бананов в день (это 669180кг в месяц, 8141690кг в год).

Из этого сырья на выходе получается 3345,9 кг сушеных бананов в день (это 100377 кг в месяц, 1221253,5кг в год).

Фасованного сырья в пачках по 70гр получается 47798 шт. в день (это 1433957 шт. в месяц, 17446478 шт. в год)

3.1 Основное оборудование.

Для организации непрерывного процесса производства необходимо следующее оборудование:

Сушильные камеры 8шт. (размеры каждой 12х2,5х2,5м) (4 в работе, 4 готовятся). Стоимость одной сушильной камеры 50150 \$ (Общая стоимость 401200 \$, срок изготовления 2-3 месяца) Одна сушильная камера вмещает в себя 3240 кг очищенного сырья;

Газовые котлы 8шт. RS-D200 (стоимость за штуку 2536\$ итого 20288\$);

Счетчик газовый промышленный 970\$;

Счетчики электроэнергии 200\$;

Оборудование грозозащиты и защиты от перенапряжений (350\$);

Камеры дозаривания бананов 6шт. (размеры каждой 21,4х3,31х3,39м), вместимостью 32 поддона, или 1536 коробок каждая. Стоимость одной камеры с монтажом 45000\$ (за 6шт 270000\$ срок изготовления 1,5-2 месяца);

Погрузчик на склад (стоимость 15000\$);

Рохля 4шт. по 400\$ (1600\$);

Рохля с весами и принтером 1800\$;

Фасовочно-упаковочная линия (стоимость 44000\$, срок изготовления 1,5-2 месяца), состав линии:

- фасовочно-упаковочный автомат У-03 серия 055 (производительность до 50 уп/мин)

- мультиголовочный дозатор JW-10;

- бункер-питатель;

- транспортер загрузочный;

- рама;

- транспортер для выгрузки пакетов Т-02.

- компрессор для пневмосистемы автомата.

Роликовый конвейер 405м (по 150\$ за м/п итого 60750\$);

Профессиональная мойка электрическая Karcher HDS 13/20-4 S (5492\$);

Регистрация фирмы в Колумбии 8500\$;

Международная регистрация торговой марки 5300\$.

Итого основное оборудование 835450\$.

3.2 Прочее оборудование.

Освещение: 205шт. светильников по 117\$ (23985\$)

Верстаки из нержавеющей стали 205 шт. по 380\$ (77900\$)

Лотки из нержавеющей стали 820 шт. по 15\$ (12300\$)

Ножи 200 шт. по 4\$ (800\$)

Силиконовая лопатка 100 шт по 4\$ (400\$)

Ведро пластиковое 15л по 1,5\$ 150шт (225\$)

Стулья по 27\$ за шт. 270шт (7290\$)

Флексоформы для печати на 6 цветов 520\$

Халаты медицинские 286шт по 30\$ (8580\$)

Итого прочее оборудование 132000\$.

3.3 Основные здания и сооружения.

Проектирование 7600м² по 11,5\$ за м² (87400\$)

Погрузка-разгрузка 300м², складирование 1000м² (500м² хранение до дозаривания, 500м² после), дозаривание 500м², обесшкуривание 500м², нарезка и раскладка 1000 м², сушка 500м², сборка 500м², фасовка и упаковка 1000м², укладка по коробкам 500м², укладка на складе 1000м², погрузка в контейнер 300м², административное помещение 500м² (Общая площадь 7600 м², высота потолка 5м, изготовление и монтаж технических помещений 96,6\$ за м² (734160\$), технические бетонные полы толщиной 100мм по 16\$ за м² (121600\$ на этот объем) (Итого 855760\$)

Щебень 5-20мм 147,06т по 7,23\$ за т. (1063,25\$)

Аренда спецтехники 6000\$

Керамогранит 60х60 см по 6,33\$ 7000м² (44310\$)

Плиточный клей 6034 кг по 0,21\$ (1267.14\$)

Работа по укладке плитки 3,8\$ за м², за 7000м² 26600\$.

Вентиляция (фильтры, коммуникации, монтаж) 7600м² по 1,5\$ за м², 11400\$.

Гипсокартон 2040м² по 1,46\$ за м², 2978,4\$.

Монтаж гипсокартона 2040м² по 3,85\$ за м², 7854\$.

Краска Alpina "Кухня и Ванная" 2040м² по 0,78\$ за м², 1591,2\$.

Работа по покраске 2040м² по 3,85\$ за м², 7854\$.

Итого основные здания и сооружения 1054078\$.

3.4 Прочие помещения.

Организация санузлов, раздевалок, комнат отдыха и административного персонала:

Шкафы для раздевалок по 10\$ за шт. для 360 чел (итого 3600\$)

Санузлы 16 комнат (8 женских, 8 мужских):

Бесконтактный смеситель с мойкой по 177\$ 16шт (2832\$)

Унитазы 24шт по 100\$ за шт. (2400\$)

Писсуары 8шт. по 50\$ (400\$)

Бесконтактная сушилка для рук 16шт по 55\$ (880\$)

Диспенсер для жидкого мыла по 30\$ 16шт (480\$)

Водонагреватели 16 шт. по 120\$ (1920\$)

Душевые 16шт по 135\$ (2160\$)

Холодильники для комнат отдыха 7 шт. по 260\$ (1820\$)

Компьютеры (моноблоки) 30 шт. по 400\$ (12000\$)

Компьютерные столы 30шт. по 60\$ (1800\$)

Итого прочие помещения 30292\$.

3.5 Постоянные расходы на сырье, материалы и прочие.

Основное сырье бананы, коробка в 19 кг стоит от 3 до 11 \$, для расчета берем среднюю стоимость в 7 \$, это 0,37\$ за кг. В день нужно 22306кг - это 8253,22\$ (в месяц это 247596,6\$, за 4 месяца это 990386,4\$)

Азотно-этиленовая смесь (азота 95% - этилен 5%) расход на 32 поддона 1440 литров (время инъекции примерно 50 минут), стоимость литра 0,77\$, расход в день 1108,8\$ (в месяц 33264\$, 133056\$ за 4 месяца)

Упаковочные материалы: пленка в рулоне BOPP 20мкм+BOPPметалл 20мкм, ширина 295мм, шаг печати 190мм, цена 5,5\$ за кг. Вес одного пакета примерно 2,20гр (стоимость 0,0121\$). (В месяц нужно 1433957 пачек - это 3154,71кг пленки 17350,91\$, за 4 месяца - это 69403,64\$)

Коробка картонная 4-х клапанная из Т-24, размером 500х400х250мм, цена 0,7\$, одна коробка вмещает 48 пачек чипсов, в морском 40футовом контейнере 1200 коробок (57600 пачек по 70гр.) (840\$), (в месяц 25 контейнеров 21000\$, за 4 месяца 84000\$).

Скотч с принтом по 66м по 0,75\$ за шт., на 1 коробку надо 1,5м., на контейнер в 1200 коробок нужно 1800м. (28шт 21\$) на 25 контейнеров в месяц 700шт (525\$), за 4 месяца 2100\$.

Транспортные расходы: в контейнере 1200 коробок размером 500х400х250мм в месяц нужно 25 контейнеров. Аренда контейнера 100\$ в месяц (за 25 шт) 2500\$, за 4 месяца 10000\$.

Агентские услуги 100\$ за контейнер, в месяц 2500\$, за 4 месяца 10000\$.

Погрузка контейнера на борт 400\$, в месяц 10000\$, за 4 месяца 40000\$.

Расходные средства защиты:

Перчатки латексные 1144 шт в месяц по 0,15\$ (171,6\$), за 4 месяца 686,6\$.

Медицинские маски 6150 шт в месяц по 0,02\$ (123\$), за 4 месяца 492\$.

Медицинские шапочки типа "Шарлотта" 6150шт в месяц по 0,015\$ (92,3\$), за 4 месяца 369\$.

Бахилы 6150 шт в месяц по 0,036\$ (221,4\$), за 4 месяца 885,6\$.

Нарукавники 6150 шт в месяц по 0,035 (215.25\$) за 4 месяца 861\$.

Фартуки медицинские 6150 шт в месяц по 0,038 (233.7\$) за 4 месяца 934,8\$.

Дезинфицирующие моющие средства (дезинфицировать посуду, провести уборку туалетов, дезинфицировать мусорные контейнеры, столовые и прочее) 1л концентрата дезсредств хватает до 4000м². В день нужно 4 л по 4,5\$ за литр в месяц 540\$, за 4 месяца 2160\$.

Итого постоянные расходы на сырье, материалы и прочие в месяц 336333,76\$, за 4 месяца 1345335,04\$.

3.6 Постоянные расходы на газ, электроэнергию, воду.

Потребление электроэнергии в месяц:

Мойка электрическая (10 кВт) 3600кВт в месяц,

Вентиляторы сушилок (10кВт в сумме у одной), постоянно в работе 4 шт (40кВт) 28800кВт в месяц.

Холодильники 7 шт (по 21кВт в месяц) 147кВт в месяц.

Водонагреватели 16 шт (по 1,5кВт) 5760кВт в месяц.

Светильники 205шт (по 0,4 кВт) 29520кВт в месяц.

Камеры дозаривания 6шт (по 10кВт) 43200 кВт в месяц.

Компьютеры 30шт. (0,45кВт) 9720кВт в месяц.

Газовая горелка 4 шт (0,55кВт) 1584кВт в месяц.

Итого в месяц потребление электроэнергии 122331кВт при тарифе по 0,091\$ за кВт 11132,12\$, за 4 месяца 44528,48\$.

Потребление газа в месяц:

Газовые котлы от сушилок (10м³ в час) в работе постоянно 4 шт. 28800м³ в месяц. При тарифе 0,09\$ за м³ в месяц 2592\$, за 4 месяца 10368\$.

Потребление воды и стоки:

Потребление холодной воды в месяц по нормативу 4,781м³ на 1 человека, на 250 человек 1195,25м³ в месяц.

Мойка (расход 1,3м³ в час) 285,87м³ в месяц.

Общее потребление воды в месяц 1481,12м³, при тарифе по 0,35\$ за м³ в месяц 518,39\$, за 4 месяца 2073,56\$.

Стоки в месяц 1481,12м³ по тарифу 0,31\$ за м³ в месяц 459,15\$, за 4 месяца 1836,6.

Итого постоянные расходы на газ, электроэнергию, воду в месяц 14701,66\$, за 4 месяца 58806,64\$.

3.7 Сроки организации проекта.

Выбор и согласование производственной площадки 1 месяц.

Ремонтно-строительные работы 2 месяца.

Подключение и организация всей инфраструктуры 2 месяц.

Изготовление, монтаж и пуско-наладка оборудования 4 месяца.

Итого первая продукция будет произведена через 9 месяцев после старта проекта.

Еще через месяц товар будет на полках в магазинах.

Еще через 3 месяца поступят первые деньги за реализованный товар.

Итого через 13 месяцев проект будет способен оплачивать свои постоянные издержки, а также проценты за инвестированные средства.

4. Организационный план.

Основной график работы для персонала 5 рабочих дней, через 2 выходных. Рабочее время с 8:00 до 17:00, с четырьмя перерывами по 10 минут и 1 перерывом на 60 минут. Эффективно используемое время 7 часов 20 минут. (Коэффициент 7,33).

Расчет численности персонала, исходя из затрачиваемых нормо-часов на основных этапах производства, а так же прибавка персонала для организации сменности и администраторов:

Очистка: нормативная скорость 102,342 кг в час. $22306\text{кг}/102,342*7,33=29,73\text{чел.}$ (30 человек + 1 администратор постоянно в работе). Плюс 10 человек для организации сменности и 3 администратора (начальник участка и два заместителя). (Итого 43 человека).

Нарезка: нормативная скорость 29,925 кг в час. $12960\text{кг}/29,925*7,33=59,08\text{чел.}$ (59 человек + 1 администратор постоянно в работе). Плюс 20 человек для организации сменности и 3 администратора (начальник участка и два заместителя). (Итого 82 человека).

Выкладка: нормативная скорость 23,940 кг в час. $12960/23,940*7,33=73,85$ (74 человека + 1 администратор постоянно в работе). Плюс 25 человек для организации сменности и 3 администратора (начальник участка и два заместителя). (Итого 102 человека).

Сборка: нормативная скорость 10,800кг в час. $3345,9/10,8*7,33=42,3$ (42 человека + 1 администратор постоянно в работе). Плюс 14 человек для организации сменности и 3 администратора (начальник участка и два заместителя). (Итого 59 человек)

Итого в основных цехах постоянно в работе 209 человек, а всего 286 человек.

Расчет количества грузчиков (максимальный суммарный допустимый вес для грузчика в день 7000кг):

Разгрузка на склад хранения 4 человека + 1сменный. На камеры дозаривания 4 человека + 1сменный. На обесшкуривание 4 человека + 1. На сушилки 4 человека + 1 сменный. На упаковку 4 человека + 1 сменный. На фасовку 4 человека + 1 сменный. На погрузку 4 человека + 1 сменный. На очистку сушилок и камер дозаривания 3 человека + 1 сменный. Итого постоянно в работе 31 человек, а всего 39 человек.

Инженерный персонал:

На дозаривание 3 человека + 1. На сушильные камеры 3 человека + 1. На упаковку 3 человека + 1. На фасовку 3 человека + 1. Отдел кадров 5 человек. Бухгалтера 4 человека + 1. Сбыт 5+1 человек. Договорной отдел 5 человек. Отдел маркетинга 2 человека. Директор и 2 заместителя. Итого постоянно в работе 35 человек, а всего 42 человека.

Уборщики 10 человек + 4.

Всего человек на производстве 381, из них постоянно в работе 285.

Фонд оплаты труда рассчитывается исходя из средней заработной платы в месяц 500\$ и составляет 190500\$ в месяц, за 4 месяца 762000\$.

5. Финансовый план.

5.1 Расчет инвестиций.

Полные затраты за 13 месяцев реализации проекта включают в себя:

- реклама 100000\$
 - основное оборудование 835450\$
 - прочее оборудование 132000\$
 - основные здания и сооружения 1054078\$
 - прочие помещения 30292\$
 - постоянные расходы на сырье, материалы и прочее 336333,76\$ в месяц, за 4 месяца 1345335,04\$
 - постоянные расходы на газ, электроэнергию, воду 14701,66\$ в месяц, за 4 месяца 58806,64\$
 - фонд оплаты труда 190500\$ в месяц, за 4 месяца 762000\$
- Итого необходимые инвестиции за 13 месяцев реализации проекта 4317961,68\$
(далее по тексту 4318000\$)

5.2 Расчет себестоимости продукта.

Исходя из того, что постоянные расходы в месяц составляют 541535,42\$, а производится в месяц 1433957 пачек, то себестоимость одной пачки в 70гр 0,38\$.

5.3 Расчет прибыли и анализ рынков.

Исходя из выбранной конкурентной стратегии, что цена за пачку в 70 гр. Banana Pira будет равняться цене за пачку чипсов Lay's за 80гр, рассмотрим изменение цены в федеральных сетях на различных рынках, таких как США, Европа, Россия. В США средняя цена за пачку Lay's в 80гр (2,75oz) 1,49\$, в Европе 1,05\$, в России 0,8\$.

На основании этого сделаем три расчета прибыли, назовем их «Оптимистичный», «Средний» и «Пессимистичный». Для расчета берем, что наценка на наш товар в розницу в федеральных сетях будет 35%. Будем учитывать бонусы 10% для федеральных сетей «за место на полке» с оборота от оптовой цены (цены по накладной). Основной налог на прибыль в Колумбии для корпораций 33%, но возможны и послабления до 15% в свободных экономических зонах, а так же льготное налогообложение, на затраты (инвестиции), понесенные до начала коммерческой деятельности, но расчет будем вести по-максимуму.

5.4 «Оптимистичный» расчет

Расчет прибыли в США:

$$1,49\$/135\%=X/100\%, X=1,1\$ \text{ (цена по накладной)}$$

$$1,1\$\text{-}10\%=0,99\% \text{ (вычитаем бонусы 10\%)}$$

$$0,38\$/100\%=0,99\%/X, X=260,5\%$$

Наша наценка 160,5%

$$\text{Прибыль с пачки } 0,99\$\text{-}0,38\$\text{=}0,61\$.$$

$$\text{Прибыль в месяц } 0,61\$\text{*}1433957\text{шт=}874713,77\$ \text{ (ЕБИТДА)}$$

$$\text{Прибыль в год } 10496565,24\$ \text{ (ЕБИТДА)}$$

$$\text{Прибыль после выплаты налогов в месяц } 874713,77\$\text{-}33\%\text{=}586058,22\$$$

$$\text{Прибыль после выплаты налогов в год } 10496565,24\$\text{-}33\%\text{=}7032698,71\$$$

5.5 «Средний» расчет

Расчет прибыли в Европе:

$$1,05\$/135\%=X/100\%, X=0,78\$ \text{ (цена по накладной)}$$

$$0,78\$\text{-}10\%=0,7\% \text{ (вычитаем бонусы 10\%)}$$

$$0,38\$/100\%=0,7\%/X, X=184,21\%$$

Наша наценка 84,21%

$$\text{Прибыль с пачки } 0,7\$\text{-}0,38\$\text{=}0,32\$.$$

$$\text{Прибыль в месяц } 0,32\$\text{*}1433957\text{шт=}458866,24\$ \text{ (ЕБИТДА)}$$

$$\text{Прибыль в год } 5506394,88\$ \text{ (ЕБИТДА)}$$

$$\text{Прибыль после выплаты налогов в месяц } 458866,24\$\text{-}33\%\text{=}307440,38\$$$

$$\text{Прибыль после выплаты налогов в год } 5506394,88\$\text{-}33\%\text{=}3689284,56\$$$

5.6 «Пессимистичный» расчет

Расчет прибыли в России:

$0,8\$/135\%=X/100\%$, $X=0,59\%$ (цена по накладной)

$0,59\%-10\%=0,53\%$ (вычитаем бонусы 10%)

$0,38\%/100\%=0,53\%/X$, $X=139,47\%$

Наша наценка 39,47%

Прибыль с пачки $0,53\%-0,38\%=0,15\%$.

Прибыль в месяц $0,15\%*1433957\text{шт}=215093,55\%$ (ЕБИТДА)

Прибыль в год 2581122,6\$ (ЕБИТДА)

Прибыль после выплаты налогов в месяц $215093,55\%-33\%=144112,67\%$

Прибыль после выплаты налогов в год $2581122,6\%-33\%=1729352,14\%$

Произведя расчеты, видим, что самым перспективным для нас рынком является рынок США. И на старте нужно выходить на него.

6. Риски и методы их снижения.

Разделим риски на три вида:

Коммерческие:

1. Недобросовестные действия фирм партнеров.
2. Изменение стоимости используемого сырья.
3. Рост цен на тарифы коммунальных услуг.
4. Риск изменения законодательства в Колумбии.
5. Риск объявления на рынке аналогичных более дешевых товаров.
6. Риск выхода оборудования производства из строя.
7. Риск изменения цены реализуемой продукции.
8. Реакция конкурентов (снижение цен).

Финансовые:

9. Риск неуплаты контрагентами за поставленную продукцию.
10. Выбор источников финансирования.

11. Нехватка товара на складе.

Внутрифирменные:

12. Неудовлетворенность сотрудников условиями труда и оплатой.

13. Потеря данных из-за действий персонала.

14. Некомпетентность руководства.

Методы снижения рисков:

1. Диверсификация (необходимость иметь несколько поставщиков, работающих на конкурентных условиях).
2. Заключение долгосрочных договоров с поставщиками, работать с фиксированными ценами.
3. Заключать договора с гарантиями фиксированных цен.
4. Получить гарантии от органов власти (политическая обстановка в Колумбии сейчас спокойная).
5. Мы выходим на рынок с самым высоким соотношением цена/качество.
6. Каждое оборудование имеет резерв, что дает время на решение экстренных ситуаций и восстановление.
7. У цены реализуемой продукции есть запас на уменьшение.
8. Компания готова к снижению цен конкурентами, так как наша продукция продается в среднем ценовом сегменте.
9. Вводить жесткие сроки об оплате в договорах. Контролировать исполнение обязательств контрагентами. Иметь необходимый запас денежных средств на счете, во избежание кассового разрыва.
10. Реинвестировать полученную прибыль на развитие проекта. Иметь необходимый запас средств.
11. Иметь необходимый запас товара для покупателей, рассчитывать прогнозируемые продажи.
12. Применить политику на создание условий труда выше среднего.
13. Сотрудникам необходимо создавать ежедневно резервные копии данных.

14. У руководителя есть опыт создания и управления бизнесом, он лично несет ответственность за выстраивание и контроль всех бизнес-процессов и осуществляет жесткий отбор персонала на руководящие должности.

7. Оценка эффективности

7.1 Оценка эффективности "Оптимистичная"

| Ключевые показатели эффективности проекта | |
|---|-------------|
| Ставка дисконтирования, % | 10 |
| Период окупаемости - PP | 1,7 года |
| Внутренняя ставка доходности инвестиций - IRR | 76% |
| Чистый приведенный доход - NPV, \$. | 11580090,44 |
| Индекс прибыльности - PI | 3,68 |

7.2 Оценка эффективности "Пессимистичная"

| Ключевые показатели эффективности проекта | |
|---|------------|
| Ставка дисконтирования, % | 5 |
| Период окупаемости - PP | 3,58 года |
| Внутренняя ставка доходности инвестиций - IRR | 6% |
| Чистый приведенный доход - NPV, \$ | 167 004,52 |
| Индекс прибыльности - PI | 1,039 |