

БІЗНЕС ПЛАН

М'ЯСО-МОЛОЧНА ФЕРМА



Травень, 2018

УГОДА ПРО КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ

Даний матеріал є власністю автора.

Права на розміщення у мережі інтернет, розповсюдження, продаж, демонстрацію належать виключно платформі www.proinb.com

Незаконне використання чи продаж цього документу є порушенням закону України «Про авторське право і суміжні права».

ЗМІСТ

ЗМІСТ	3
РЕЗЮМЕ	4
1. ОПИС ПРОЕКТУ	6
1.1. АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОЕКТУ	6
1.2. ЦІЛІ ТА ЗАДАЧІ ПРОЕКТУ	7
1.3. МІСЦЕ РОЗТАШУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.4. КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ УСПІХУ	8
2. АНАЛІЗ РИНКУ	10
2.1. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ	10
2.2. ІМПОРТ І ЕКСПОРТ М'ЯСА ТА МОЛОКА ВРХ	18
2.3. ОПИС ПРОДУКТУ	21
2.4. КОНКУРЕНТНИЙ АНАЛІЗ	24
2.5. АНАЛІЗ СПОЖИВАЧІВ	27
2.6. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ	27
3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН	29
3.1. ЦІЛІ МАРКЕТИНГУ	29
3.2. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ	29
3.3. ПРОГНОЗНИЙ ПЛАН ПРОДАЖІВ ПО ПРОЕКТУ	30
3.4. SWOT-АНАЛІЗ	35
4. ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН	37
4.1. ТРАНСПОРТНІ ШЛЯХИ, НАЯВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЙ	37
4.2. БІОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВЕДЕННЯ ВРХ	37
4.3. БІЛЬШІСТЬ І ОБЛАДНАННЯ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	38
5. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН	40
5.1. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ГОСПОДАРСТВА	40
5.2. ПОТРЕБА У ТРУДОВИХ РЕСУРСАХ, ЇХ ВАРТІСТЬ	40
6. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПЛАН ПРОЕКТУ	42
6.1. СТРУКТУРА ІНВЕСТИЦІЙНИХ ВИТРАТ	42
6.2. ГРАФІК ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТУ	42
7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН	43
7.1. ПРОГНОЗ ПОСТІЙНИХ ВИТРАТ	43
7.2. ПРОГНОЗ ЗМІННИХ ВИТРАТ	43
7.3. АМОРТИЗАЦІЯ	44
7.4. ПОДАТКИ	46
7.5. ПРОГНОЗ ПРИБУТКУ І ЗБИТКІВ	47
7.6. ПРОГНОЗ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	48
8. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	52
8.1. ОЦІНКА ПРОЕКТУ, ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ І СПРЯМОВАНІСТЬ	52
8.2. ПЕРІОД ОКУПНОСТІ ПРОЕКТУ (РВ)	54
8.3. ЧИСТА ПРИВЕДЕНА ВАРТІСТЬ (NPV)	54
8.4. ДИСКОНТОВАНИЙ ПЕРІОД ОКУПНОСТІ (DPV)	54
8.5. ВНУТРІШНЯ НОРМА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ (IRR)	55
8.6 ІНДЕКС ДОХІДНОСТІ (PI)	55
8.7. ТОЧКА БЕЗЗБИТКОВОСТІ	56
9. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ	57
9.1. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ	57
ДОДАТКИ	58

РЕЗЮМЕ

КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ

Проектом передбачено створення м'ясо-молочної ферми, яка буде розташована в Калинівському районі Вінницької області. На фермі буде одночасно утримуватися близько 1 000 дорослих корів. Зараз у власності ініціатора проекту перебуває земельна ділянка площею 50 га.

Будівництво та облаштування перших ангарів для тварин планується завершити до кінця 3 кварталу 2018 року, після чого ферма буде здана в експлуатацію.

Здійснення проекту дозволить:

- + отримати прибуток від діяльності компанії;
- + задовольнити існуючий і стимулювати додатковий попит на продукцію ферми (яловичина, молоко, шкури);

АКТУАЛЬНІСТЬ

На даний час технологічне тваринництво, а зокрема розведення великої рогатої худоби, вважається перспективною сферою діяльності.

Телята і корови досить невибагливі до їжі і умов утримання. Вартість м'яса знаходиться на високому рівні завдяки його відмінним смаковим якостям, хорошій засвоюваності і дієтичним властивостям.

ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

Горизонт планування - 10 років, з поквартальною деталізацією (40 кварталів).

ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ ПРОЕКТУ, ПОТРЕБА В ІНВЕСТИЦІЯХ

Для реалізації проекту необхідно 1 472 000 євро, розподіл інвестицій див. у таб. 1.

Таблиця 1. Інвестиції

№	Джерела фінансування Проекту	Всього, євро	К.авт, %
1	Кошти ініціатора	500 000	33,97%
2	Кошти інвестора	972 000	66,03%
	Прямі інвестиції в проект	1 472 000	100,00%
1	Кредит на основні засоби	0	
2	Кредит на оборотні засоби	0	
	Кредитні кошти	0	0,00%
-	Всього	1 472 000	

№	Інвестиції	Всього, євро
	Прямі інвестиції	
1	Будівництво ангарів для тварин (2 од.)	300 000
2	Будівництво приміщень складів (1 од.)	50 000
3	Будівництво адміністративних і технічних будівель	50 000

4	Купівля телят на початковому етапі	392 000
5	Купівля трактора, авто для перевезення тварин, дрібної складської техніки	120 000
7	Підготовка та навчання команди	10 000
8	Непередбачені витрати початкового періоду	50 000
-	Всього прямих інвестицій і кредиту	972 000
Інвестиції ініціатора		
1	Земельна ділянка 50 га	500 000
-	Всього прямих інвестицій	500 000
Покриття витрат до виходу в точку беззбитковості		
	Кредит на покриття початкового етапу (оборотні)	0
-	Всього	1 472 000

ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ПРОЕКТУ

Прогнозна сума інвестицій – 1 472 000 євро.

Термін окупності – 000 місяця.

Дисконтований термін окупності – 000 місяця.

Проведений нижче фінансово-економічний аналіз проекту свідчить про його достатню ефективність, а також про наявність значного «запасу міцності».

Таблиця 2. Показники ефективності проекту

Показник	Одиниця виміру	Значення
Дисконтований період окупності (Discount payback period) - DPP	місяців	
Період окупності (Payback period) - PP	місяців	
Проектний період (Project period) - PP	місяців	
Чиста приведена вартість Проекту (Net Present Value) - NPV	євро	
Внутрішня ставка прибутковості (Internal rate of return) - IRR	%	
Індекс прибутковості вкладень (Profitability index) - PI	од.	
Рентабельність продажів (Return On Sales, Net Profit Margin) - ROS	%	
Рентабельність інвестицій (Return on investment) - ROI	%	
Рентабельність по EBITDA		
Рентабельність по EBIT		

ВИСНОВКИ НА ОСНОВІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПОКАЗНИКІВ

Проект генерує необхідний рівень доходів, має значний запас міцності, вкладення в нього є обґрунтованими і економічно вигідними. Проект можна класифікувати як прибутковий і ефективний з невисоким рівнем ризиків, перспективний для розвитку.

1. ОПИС ПРОЕКТУ

1.1. Актуальність проекту

Розведення великої рогатої худоби (ВРХ) є однією з провідних галузей тваринництва, що обумовлено великою роллю, яку відіграє молоко і яловичина в харчуванні людини, а також рядом біологічних особливостей ВРХ. Крім молока і м'яса, від ВРХ отримують шкури, що йдуть на виготовлення технічних виробів.

Велика рогата худоба краще, ніж інші види тварин, перетравлює корми з високим вмістом клітковини, добре акліматизується, її розводять на всіх континентах.

Станом на початок 2018 р. найпоширенішим в Україні сегментом тваринництва є розведення корів. При цьому в Україні, як і в багатьох інших країнах, м'ясна складова цього бізнесу – виробництво яловичини – це, частіше за все, лише додатковий продукт тваринництва. В той час як пріоритетом у розведенні ВРХ є молочний напрям. Вирощуванням м'ясних порід в Україні займаються рідше, тому що такий вид бізнесу не приносить моментального прибутку через великий цикл життя тварин та високий обсяг витрат на догляд за ними. Відносна рідкість такого м'яса впливає на рівень цін на нього: яловичина дорожче свинини і курятини.



Рис. 1. Ціни на готову продукцію в одному із ресторанів Києва

Через низьку купівельну спроможність населення попит на яловичину в Україні досить стриманий. Часто м'ясо ВРХ використовується для виробництва ковбасних виробів. Внаслідок недостатньо високої культури споживання яловичини в Україні існує лише незначна кількість підприємств, що займаються відгодівлею м'ясних порід худоби. З огляду на цей фактор, розширення географії експорту змогло б спонукати українські підприємства до нарощування обсягів виробництва яловичини.



Рис. 2. Ціни на яловичину в країнах ЄС

Вищевикладене підтверджує, що ринкова ніша, пов'язана з реалізацією яловичини, ненасичена. Створюване підприємство дозволить частково задовольнити існуючий попит на м'ясну продукцію на ринку України і створити новий попит на неї. А регулярні поставки продукції забезпечать досягнення високих показників ефективності. Крім того, варто розвивати експортний напрям реалізації продукції, оскільки за кордоном культура споживання яловичини досягла більш високого рівня.

1.2. Цілі та задачі проекту

Ідея проекту полягає в будівництві і організації роботи ферми з виробництва яловичини, молока і шкур.

Цілями проекту є:

- ✚ задоволення попиту на продукцію ферми на ринку України;
- ✚ вихід на міжнародні ринки (в першу чергу, Закавказзя та Середньої Азії);
- ✚ отримання прибутку від діяльності;
- ✚ створення нових робочих місць при реалізації проекту;
- ✚ створення нових потоків надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Основними завданнями проекту є:

1. Розробка і опис шляхів організації фермерського господарства.
2. Визначення місця компанії на ринку (ринкової ніші).
3. Опис товарів, які підприємство буде реалізовувати.
4. Аналіз доцільності створення господарства з точки зору рентабельності і прибутковості.
5. Проведення аналізу ризиків та можливих загроз проекту як в даний момент часу, так і в майбутньому.

1.3. Місце розташування підприємства

Фермерське господарство планується облаштувати на території Калинівського району Вінницької області.

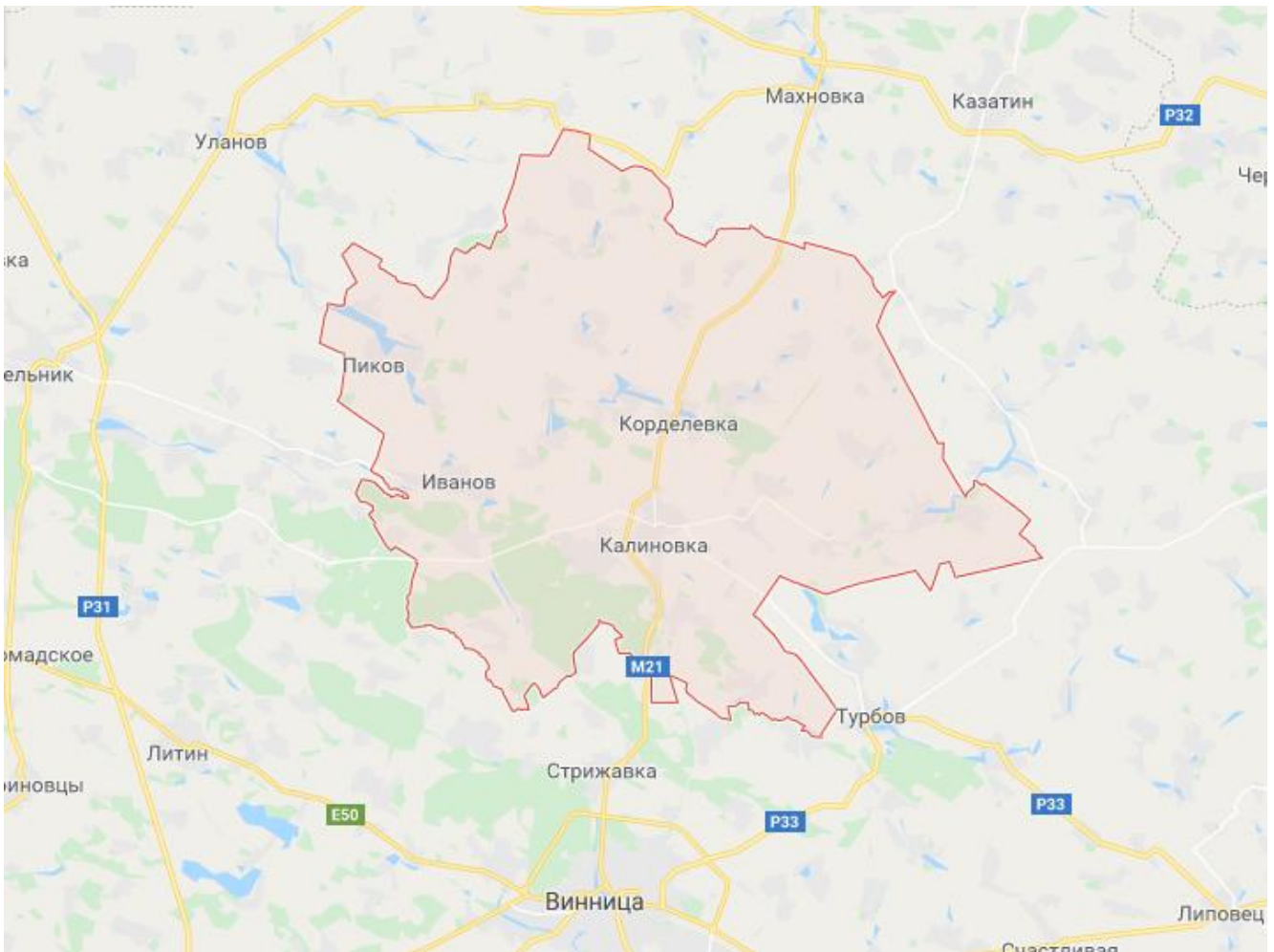


Рис. 3. Місце розташування підприємства

Земельна ділянка, яка вже є в наявності, площею 50 га дозволяє облаштувати на фермі ангари для тварин, майданчики для вигулу, складське приміщення.

1.4. Ключові фактори успіху

Ключові фактори успіху – це обмежена кількість областей діяльності, досягнення позитивних результатів в яких гарантує успіх у конкурентній боротьбі компанії або підрозділу. Тобто це ті області або фактори, на яких слід зосередити увагу, щоб домогтися успіху.

Ключові фактори успіху даної бізнес-моделі наведені в таб. 3:

Таблиця 3. Ключові фактори успіху (КФУ)

Якість товару	Висока якість усього асортименту продукції ферми забезпечить попит і відповідно запланований дохід підприємства.
Комплексність підходу	Комплексний підхід до ведення бізнесу означає планування доходів і витрат з урахуванням виробничих можливостей фірми, попиту на її продукцію, а також державних дотацій на утримання ВРХ, на будівництво виробничих приміщень та придбання спеціальної техніки.

<i>Постійна готовність</i>	Кваліфікований персонал підприємства завжди повинен бути готовим до виникнення форс-мажорних обставин різного роду (пожежа, перебої електропостачання, хвороба тварин і т.п.).
<i>Показова технологічність</i>	На підприємстві слід дотримуватися передових технологій утримання та вирощування великої рогатої худоби та необхідних санітарних норм.

Таким чином, ключових факторів успіху не так вже й багато, а комплексна взаємодія цих факторів між собою забезпечує успіх підприємства в конкурентній боротьбі.

2. АНАЛІЗ РИНКУ

2.1. Аналіз динаміки та тенденцій ринку

Ринок м'яса ВРХ в Україні

В українському агросекторі за значимістю для економіки тваринництво знаходиться на другому місці. Ситуація на м'ясному ринку України постійно змінюється. На ринок м'яса і м'ясних виробів впливають багато чинників:

- собівартість виробництва;
- торговельні обмеження;
- зміна курсу валюти;
- коливання споживчого попиту.

Варто відзначити, що поголів'я ВРХ в Україні за останні 10 років зменшилася на 630 тис. і в 2017 р. склало 2 108,9 тис. Середній темп скорочення поголів'я – 4% на рік. Варто зауважити, що найбільше голів ВРХ було зосереджено в особистих фермерських господарствах, що становить 66,4% від загальної кількості тварин¹.

Однією з причин скорочення поголів'я є те, що часто фермери віддають перевагу вирощуванню інших тварин. Оскільки народжуваність на одну корову становить близько 1,3 на рік, в той час як, наприклад, свиноматка може приносити до 25 поросят на рік. Скорочення відбувалося через несприятливу ринкову кон'юнктуру, тому що економіка виробництва пов'язана з ситуацією на ринку молока. Близько 90% виробництва яловичини в країні забезпечують молочні ферми².



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

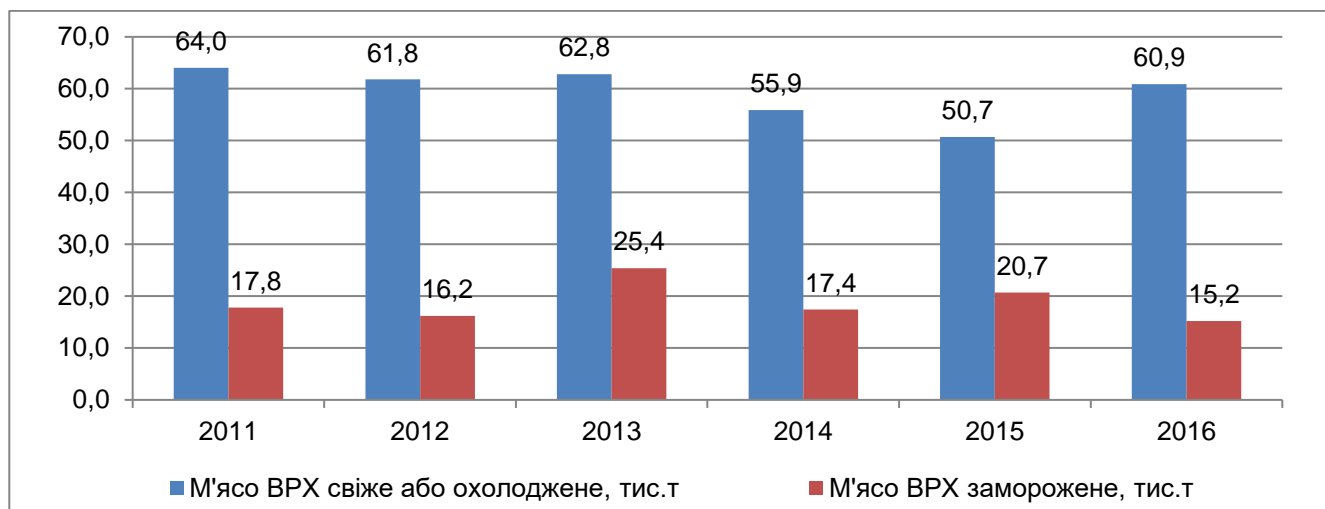
Рис. 4. Кількість корів в Україні на 1 січня, тис. голів

Кількість ВРХ скорочується через великі витрати на утримання молодняка і скасування податкових пільг для сільськогосподарських виробників. До того ж, до 2018 р. були відсутні державні дотації, за допомогою яких фермерським господарствам компенсувалася б частину витрат на утримання ВРХ.

¹ Джерело, <http://agroportal.ua/publishing/analitika/perspektivy-ukrainskogo-rynka-govyadiny/#>

² Джерело: <https://biz.censor.net.ua/r3055129>

Як наслідок, селяни були змушені віддати частину ВРХ на забій. Почасти, цим можна пояснити різке зростання виробництва свіжого або охолодженого м'яса ВРХ в 2016 р в порівнянні з попередніми двома роками.



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 5. Динаміка виробництва м'яса ВРХ, тис. т

Для зміни негативної тенденції в галузі вирощування ВРХ уряд вжив заходів у вигляді державних дотацій. Так, дотація на утримання корів буде надаватися двічі на рік на безповоротній основі суб'єктам господарювання (юридичним особам) за кожен наявну на 1 січня і 1 липня поточного року корову в розмірі 1,5 тис. грн на одну голову, двома рівними частинами по 750 грн за півріччя. Це передбачено порядком розподілу 6,3 млрд грн для агросектору.

Крім того, передбачена дотація на молодняк ВРХ, який на момент подачі вперше відповідних документів досяг певного віку, у розмірі:

- 300 грн за голову – за молодняк віком від 1 до 5 місяців;
- 1 000 грн за голову – за молодняк віком від 5 до 9 місяців;
- 2 500 грн за голову – за молодняк віком від 9 до 12 місяців.

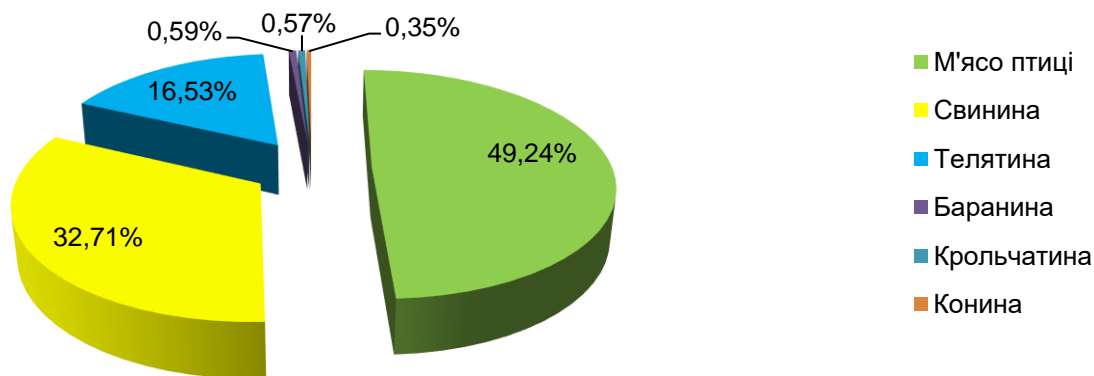
Надалі бюджетна дотація за молодняк, що народився в господарствах фізичних осіб, виплачується за збереження молодняку в розмірі:

- 700 грн за наступні 4 місяці утримання молодняку у віці від 5 до 9 місяців;
- 1500 грн за наступні 4 місяці утримання молодняку у віці від 9 до 12 місяців³.

Крім того, стимулом для нарощування поголів'я великої рогатої худоби в Україні може стати отримання дозволу на ввезення телятини і яловичини в країни ЄС. Відповідна перевірка м'яса ВРХ запланована Європейською комісією на 2018 р.

Якщо говорити про структуру споживання м'яса різних видів в Україні, то телятина і яловичина займають третє місце – в сукупності на них припадає 16,53% від загальної маси.

³ Джерело: Українська аграрна конфедерація, <http://agroconf.org/content/dotaciyi-na-utrimannya-vrh-skladut-15-tis-grn-na-golovu>.



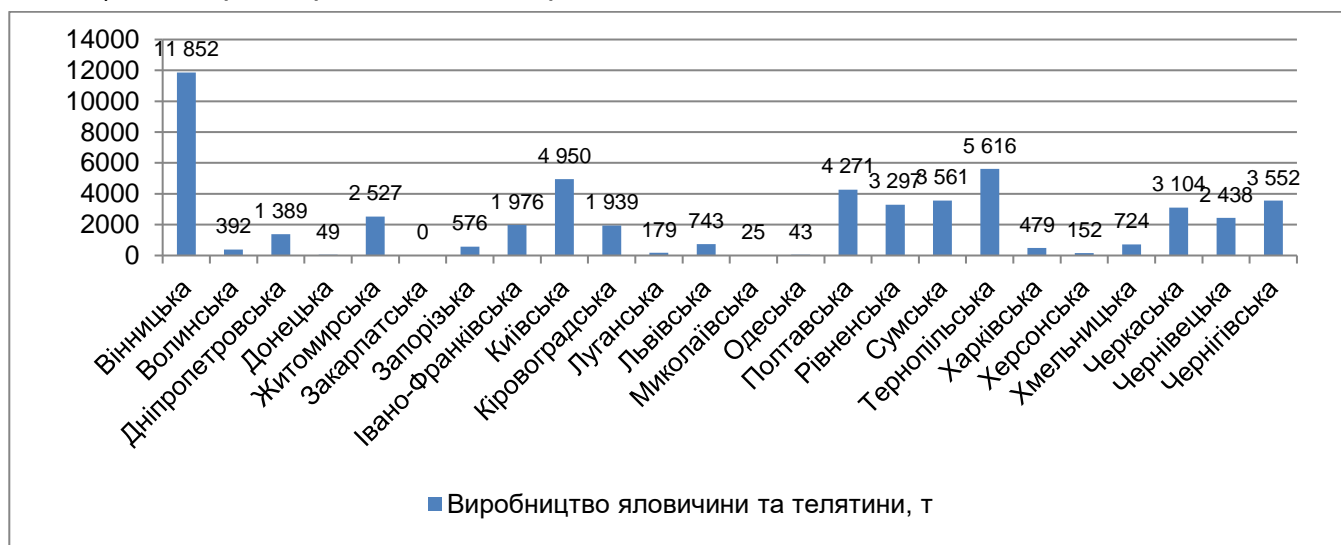
Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 6. Виробництво м'яса в Україні

Дослідження, що проводилися в кінці 3 кварталу 2017 р показали, що споживання всього м'яса на душу населення в Україні становить 35,6 кг на рік. А на яловичину із загальної маси припадає 5,9 кг на людину. Для порівняння: це менше, ніж рівень споживання в Білорусі, Російській Федерації або навіть країнах Африки

Якщо говорити про регіональну структуру виробництва м'яса ВРХ в Україні, то безперечним лідером в цьому відношенні є Вінницька область. Цьому сприяють:

- 1) Природно-географічна зона – лісостеп: рівнинна місцевість, яка найкращим чином підходить для пасовищ.
- 2) Оптимальна кількість опадів, що сприяє вирощуванню трав'яних кормів для худоби.
- 3) Скупчення м'ясо- і молокопереробних підприємств – споживачів продукції ферм.
- 4) Розташування в центрі України, що дозволяє реалізовувати продукцію в інші регіони з оптимальними витратами на транспортування. Відносна близькість до столиці – м. Києва.
- 5) Багаторічні традиції і досвід розведення ВРХ.



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 7. Об'єми виробництва яловичини та телятини у 2017 р. за областями, т

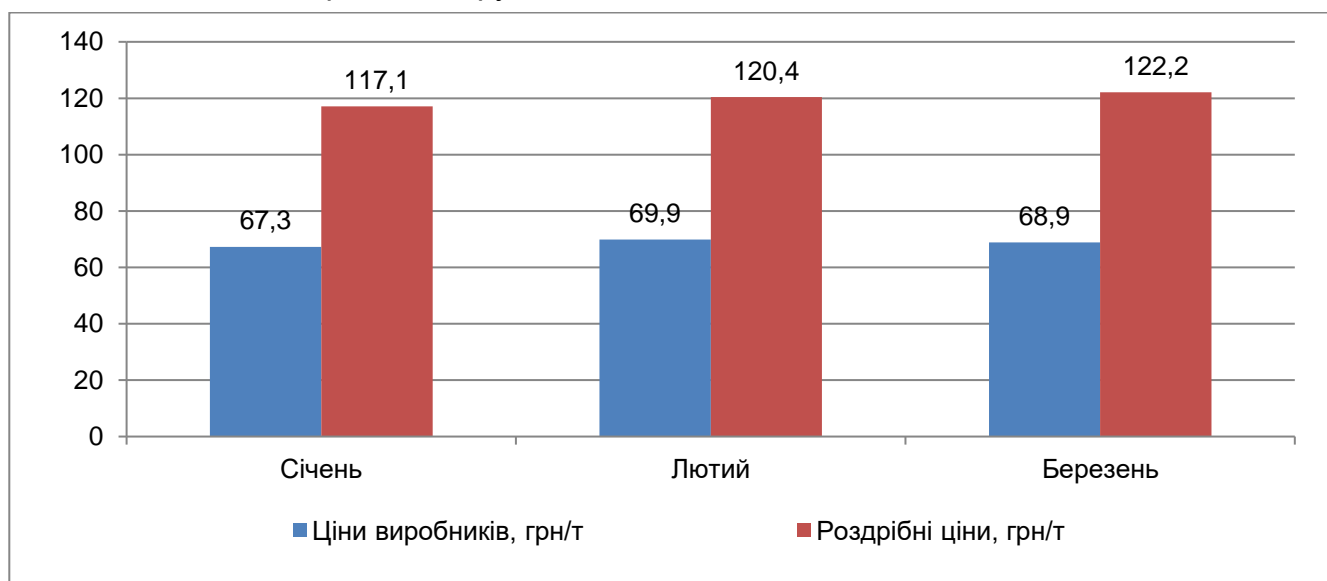
Що стосується цін на м'ясо ВРХ, то згідно з даними Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки», протягом минулого року найбільше подорожчала яловичина. Роздрібні ціни на неї з грудня 2016 р. до грудня 2017 р. виросли в середньому по Україні на 34,8-38,5%. Якщо в кінці 2016 р. кілограм тазостегнової частини яловичини коштувала 68,40 грн, то в грудні 2017 року – вже 92,18 грн/ г. Роздрібні ціни на яловичину без кістки за рік зросли з 85,02 грн/кг до 117,77 грн/кг в грудні 2017 р.⁴

За оцінками вчених Інституту аграрної економіки, **тенденція зростання цін на м'ясо в 2018 р. збережеться і до кінця року досягне близько 160 грн/кг.**

Зокрема, з огляду на заплановане урядом підвищення з другого кварталу цього року мінімального рівня заробітної плати до 4 200 грн, існує ймовірність повторення ситуації 2017 р.

Тоді – в умовах високого попиту на продовольство – темпи зростання роздрібних цін на м'ясо були близькі до темпів зростання середньої заробітної плати громадян, нагадала експерт. Зокрема, в минулому році роздрібна ціна на м'ясо зросла в середньому на 30,4-46,1%. У той же час середня заробітна плата з січня по листопад 2017 р. збільшилася з 6 008 грн до 7 479 грн, тобто на 24,5%.

Потрібно зауважити, що зростання йде також по місяцях – найвищі ціни встановлюються з вересня по грудень.



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 8. Рівень цін на м'ясо ВРХ в Україні в I кварталі 2018 р., грн/т

Згідно з даними Державної служби статистики України, середня ціна виробників на м'ясо ВРХ в березні 2018 р. склала 68,9 грн/кг, а середня роздрібна ціна – 122,2 грн/кг. Зокрема, середня роздрібна ціна на м'ясо ВРХ у Вінницькій області в березні 2018 р. склала 115,34 грн/кг.

⁴ Джерело: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», <http://www.iae.org.ua/>

Ринок молока в Україні

Молоко є універсальним природним продуктом, який містить практично всі корисні речовини і вітаміни, і є основним джерелом білка.

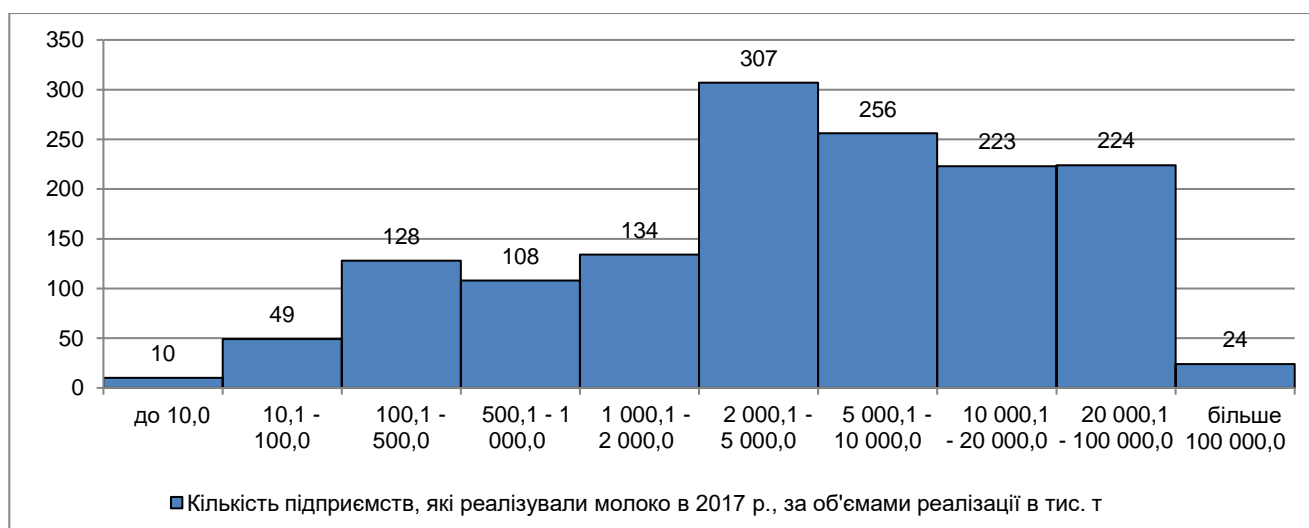
Незважаючи на всі корисні властивості цього продукту, виробництво молока в Україні скорочується, починаючи з 2014 р. Багато в чому це пояснюється тимчасовою окупацією східних областей України і анексією Криму.



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 9. Динаміка виробництва молока в Україні, тис. т⁵

Як стверджують експерти, за останні 5 років спостерігається позитивна тенденція збільшення виробництва молока в індустріальних секторах, за рахунок чого вже третій рік на переробку надходить більше питомої ваги молока індустріального, ніж молока від населення⁶.



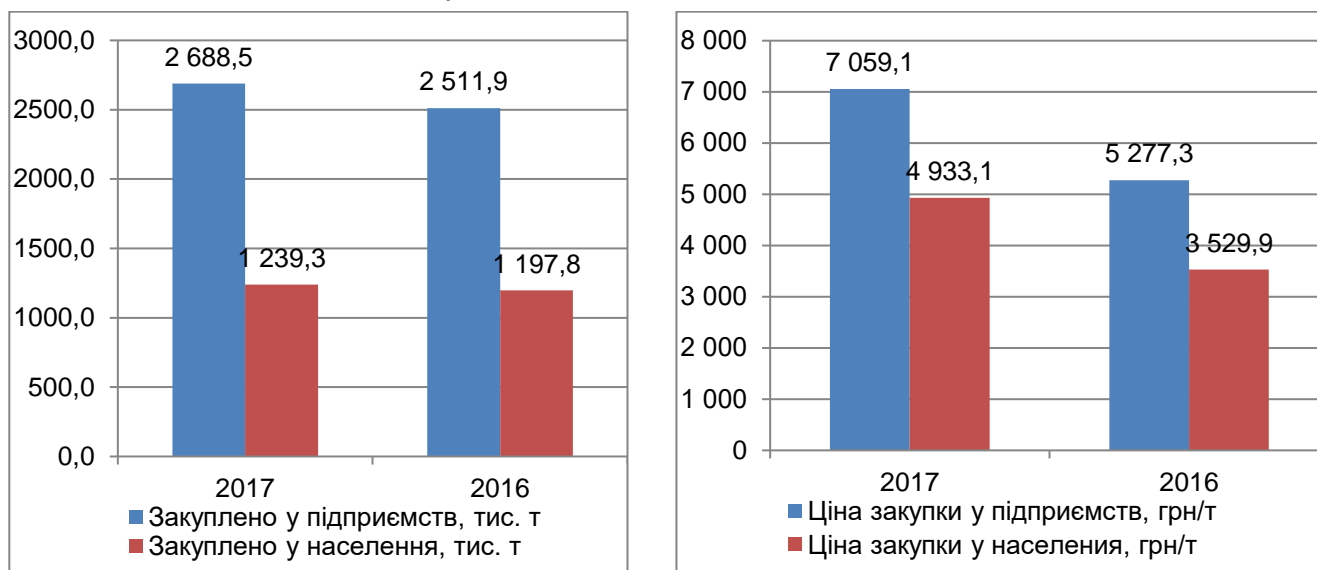
Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 10. Кількість підприємств, які реалізували молоко в 2017 г. по об'ємам реалізації в тис. грн

⁵ Общее поступление молока без пересчета на базовую жирность

⁶ Источник: Информационное агентство УНИАН, <https://economics.unian.net/agro/2272369-v-ukraine-sokraschaetsya-proizvodstvo-moloka.html>

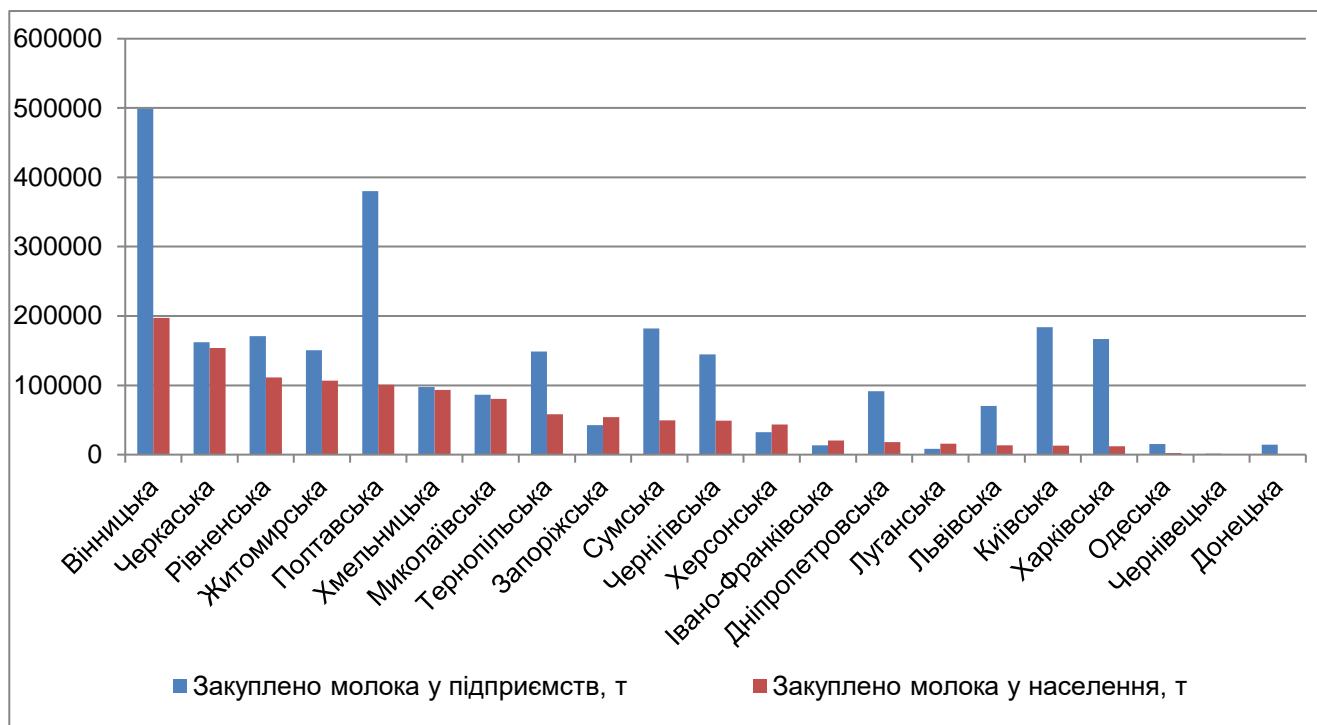
За даними, Державної служби статистики України, молокопереробні підприємства закупили у населення 1 239,3 тис. т сирого молока у 2017 р., що на 3,5% більше, ніж у 2016 р. У той же час у фермерських підприємств було закуплено 2 688,5 тис. т молока, що на 7% більше, ніж в 2016 р.



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 11. Объем и цены закупки молока для переработки промышленными предприятиями⁷

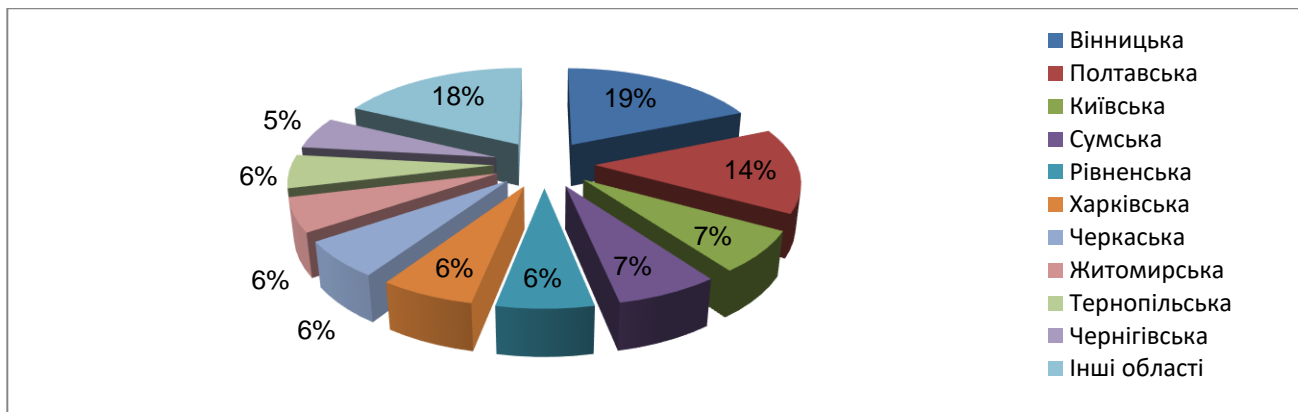
Гораздо больше выросли закупочные цены на сырое молоко. Так, цена на закупку молока у населения в 2017 г. выросла на 40% и составила 4 933,1 грн/т. В то же время цена на закупку молока у предприятий выросла на 34% и достигла 7 059,1 грн/т.



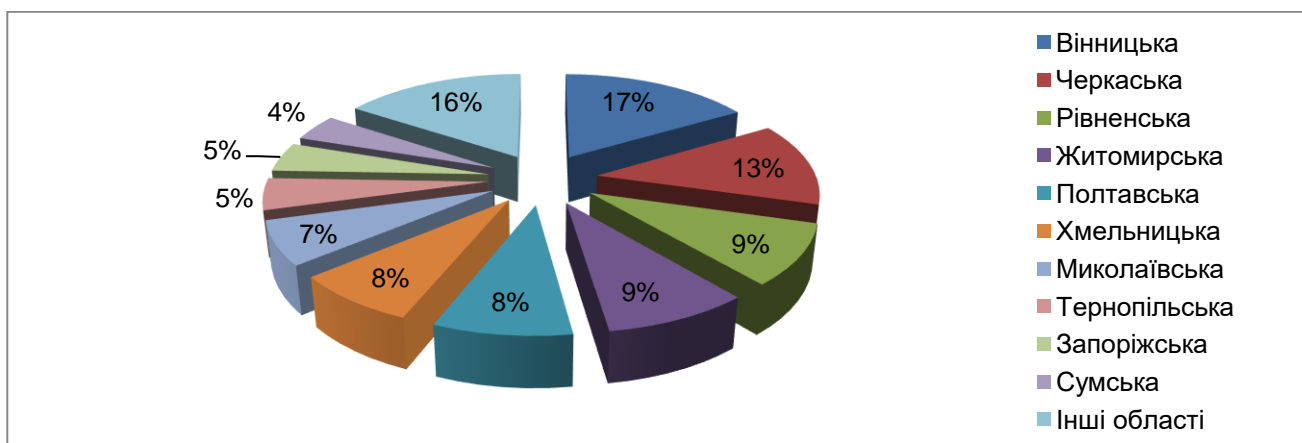
Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 12. Об'єм закупівлі молока у підприємств та населення за регіонами, т

⁷ Надходження молока в перерахунку на молоко коров'яче встановленої базової жирності – 3,4%.



а) закупівля у підприємств



б) закупівля у населення

Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

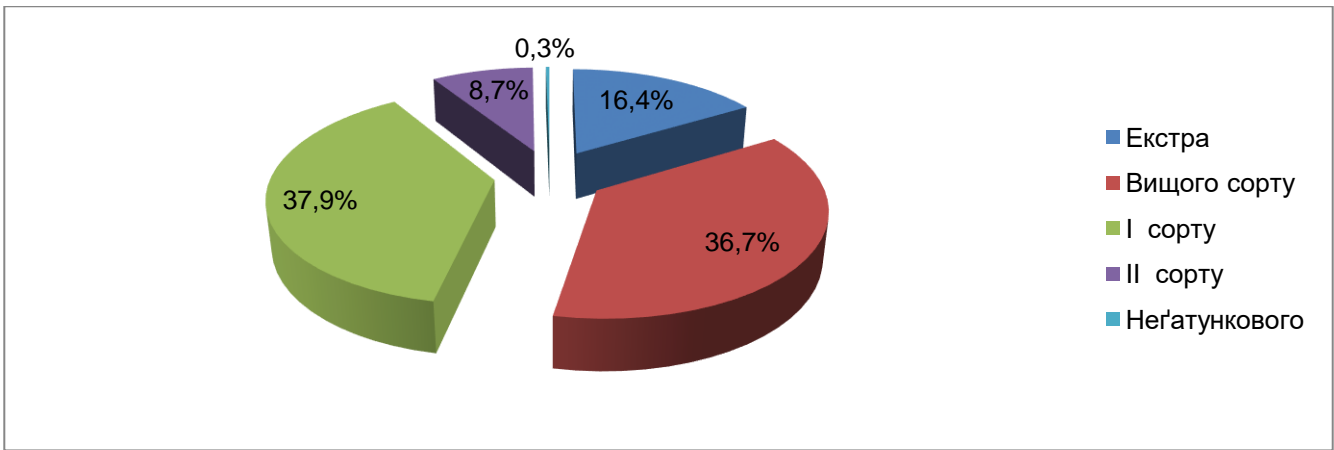
Рис. 13. Структура закупівлі молока за областями, %

Як бачимо, Вінницька область є лідером за кількістю закупівель сирого молока обробними підприємствами: у населення було закуплено 197 158 т молока, що становить 17% від загальноукраїнського показника; у підприємств було закуплено 498 599 т, що становить 19% від загальноукраїнського показника.

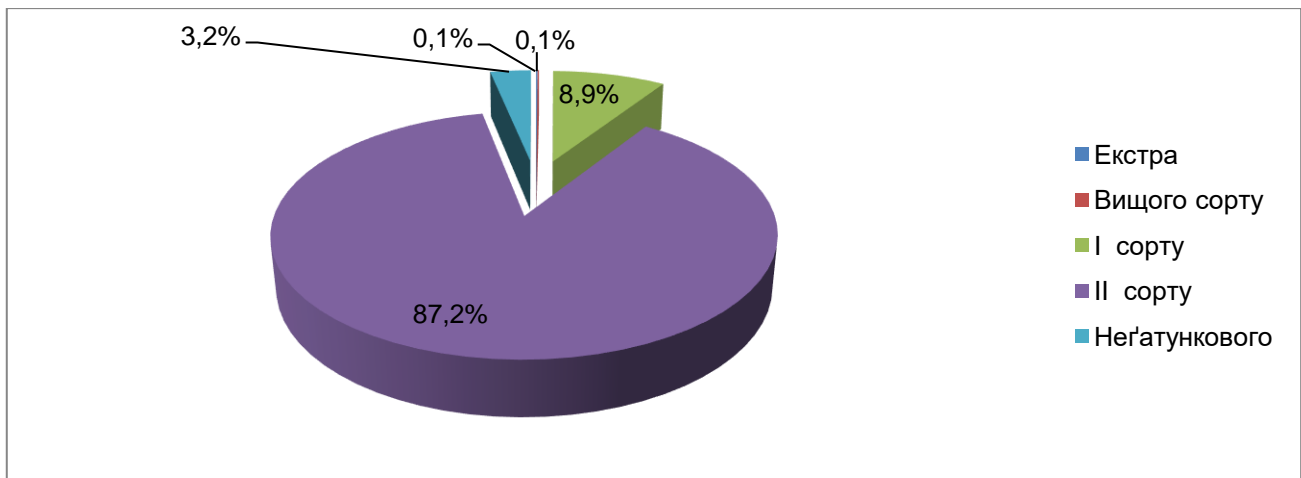
Як бачимо, у структурі закупівель у населення превалює молоко вищого і I сорту, в той час як у структурі закупівель у населення переважна більшість припадає на молоко II сорту. Це пояснює різницю між ціною закупівлі молока у населення і ціною закупівлі молока у підприємств.

При цьому масова частка жиру в молоці, закупленого у підприємств, становить 3,61%, а масова частка білка – 3,08%. У молоці, закупленого у населення, масова частка жиру складає 3,51%, а масова частка білка – 2,95%.

Позитивним фактором є те, що в структурі закупівель молока за якістю поступово збільшується частка екстра-класу.



а) закупівля у підприємств



б) закупівля у населення

Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 14. Структура закупівель за якістю сирого молока в 2017 г., %

Важливим є те, що для виконання Угоди про асоціацію з ЄС з 1 липня 2018 року Україна перейде на європейські стандарти якості молочної продукції. Вони допускають присутність на полицях магазинів молочної продукції тільки трьох видів: екстра-класу, вищого і першого класу. Те молоко, яке поставляють жителі українських сіл, в основній масі відноситься до другого сорту, і тепер його можуть приймати виключно для виробництва кормів для тварин.

Це означає, що населенню буде заборонено торгувати своєю продукцією і поставляти її на молочні заводи. Якщо на добробуті жителів українських сіл це позначиться негативно, то для створюваного підприємства це, швидше за все, позитивний фактор, оскільки з ринку піде постачальник більш дешевого молока, ніж молоко, вироблене на фермах.

2.2. Імпорт і експорт м'яса та молока ВРХ

Імпорт та експорт м'яса ВРХ

Україна за підсумками 2017 р. експортувала 41,88 тис. т свіжого та замороженого м'яса ВРХ, що на 19,38% більше показника в 2016 р. (35,09 тис. т). Про це свідчать дані Державної статистичної служби України. При цьому Україна експортувала 12,32 тис. т свіжої або охолодженої яловичини (2016 р. – 15,94 тис. т) і 29,55 тис. т замороженої яловичини (2016 р. – 19,15 тис. т).

Свіже або охолоджене м'ясо ВРХ експортували в 41 країну світу. Найбільшими споживачами українського продукту є такі країни: Білорусь (12 221,45 т або 28 129,33 тис. євро), Азербайджан (44,17 т або 89,72 тис. євро), Молдова (28,28 т або 52 тис. євро) і Туреччина (20,27 т або 79,4 тис. євро). На інші 37 країн в сукупності припадає 9,68 т. Середня ціна такого м'яса склала 2,30 євро / кг.

Таблиця 4. Експорт свіжого (охолодженого) м'яса ВРХ із України, 2017 р.




Загальна маса		Загальна вартість	Вартість 1 кг
12 221,45 т	Білорусь 	28 129,33 тис. євро	2,30 євро
44,17 т	Азербайджан 	89,72 тис. євро	
28,28 т	Молдова 	52,0 тис. євро	
20,27 т	Туреччина 	79,4 тис. євро	
9,68 т	Інші країни	41,08 тис. євро	

Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Заморожене м'ясо ВРХ експортували в 42 країни світу. Найбільшу кількість було реалізовано в Азербайджан (на 17,79 млн євро), Казахстан (на 16,39 млн євро) і Білорусь (на 15,49 млн євро). Експорт в ці країни склав 7,61 тис. т, 6,55 тис. т і 5,61 тис.

т замороженої яловичини відповідно. В інші 38 країн було експортовано 7,36 тис. т на суму 18,56 млн євро. Середня ціна експортованого м'яса склала 2,55 євро/кг.

Таблиця 5. Експорт замороженого м'яса ВРХ з України до країн світу в 2017 р.

Загальна маса		Загальна вартість	Вартість 1 кг
7,61 тис. т	Азербайджан 	17 790,95 тис. євро	2,55 євро
6,55 тис. т	Казахстан 	16 386,98 тис. євро	
5,61 тис. т	Білорусь 	15 494,03 тис. євро	
2,42 тис. т	Ірак 	7 064,29 тис. євро	
7,36 тис. т	Інші країни	18 575,59 тис. євро	


Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Не випадково більшість експорту яловичини припадає саме на країни Закавказзя, Середньої і Малої Азії, оскільки домінуючою релігією в них є іслам. Як відомо, ця релігія забороняє споживання свинини, тому мусульмани замінюють її іншими видами м'яса, в т.ч. яловичиною і телятиною. Але для експорту м'яса в арабо-мусульманські країни українським виробникам потрібно отримати сертифікат якості продукції. Найпрестижнішим для цього регіону є сертифікат халяль.

Що стосується країн ЄС, то для України поки-що не встановлена квота на ввезення яловичини. Але на 2018 р. запланована перевірка яловичини вітчизняного виробництва Європейською комісією, за результатами якої буде прийнято рішення про дозвіл експорту на територію ЄС. В цілому у світі споживання яловичини зростає в середньому на 2% в рік.

Експорт свіжого або охолодженого м'яса ВРХ з України значно перевищує імпорт. Так, в 2017 р. всього 230,51 т м'яса такого виду було імпортовано в країну. Основним імпортером свіжої та охолодженої яловичини в 2017 р. є Білорусь (на 338,26 тис. євро), яка поставила в Україну 156,87 т (68,05% від загального обсягу) продукції. Середня ціна такого м'яса склала 4,64 євро / кг.



Таблиця 6. Імпорт свіжого та охолодженого м'яса ВРХ в Україні у 2017 р.

Загальна маса		Загальна вартість	Вартість 1 кг
156,87 т	Білорусь 	338,26 тис. євро	4,64 євро
56,31 т	США 	572,95 тис. євро	
17,33 т	Інші країни	158,57 тис. євро	

Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Україна імпортувала заморожене м'ясо ВРХ з 9 країн світу. Середня ціна 1 кг такого м'яса склала 3,00 євро.

Таблиця 7. Імпорт замороженого м'яса ВРХ в Україні в 2017 р.

Загальна маса		Загальна вартість	Вартість 1 кг
427,37 т	Литва 	338,26 тис. євро	3,00 євро
383,88 т	Польща 	572,95 тис. євро	
149,64 т	Інші країни	448,34 тис. євро	


Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Як бачимо, експорт м'яса ВРХ перевищує його імпорт, що свідчить про попит на такий продукт за кордоном. Це може стати стимулом для вітчизняних підприємств для нарощування потужності виробництва. З іншого боку, ціни на імпорту яловичину значно перевищують ціни вітчизняних виробників на внутрішньому ринку країни (див. п. «Опис продукту»). Тому продукція створюваної ферми буде виглядати більш привабливо для українського виробника завдяки ціновому фактору – вартість м'яса будуть закладені менші витрати на транспортування. До того ж, в ціну на продукцію вітчизняної ферми не буде включено ввізне мито, яке збільшує ціну на імпортне м'ясо.

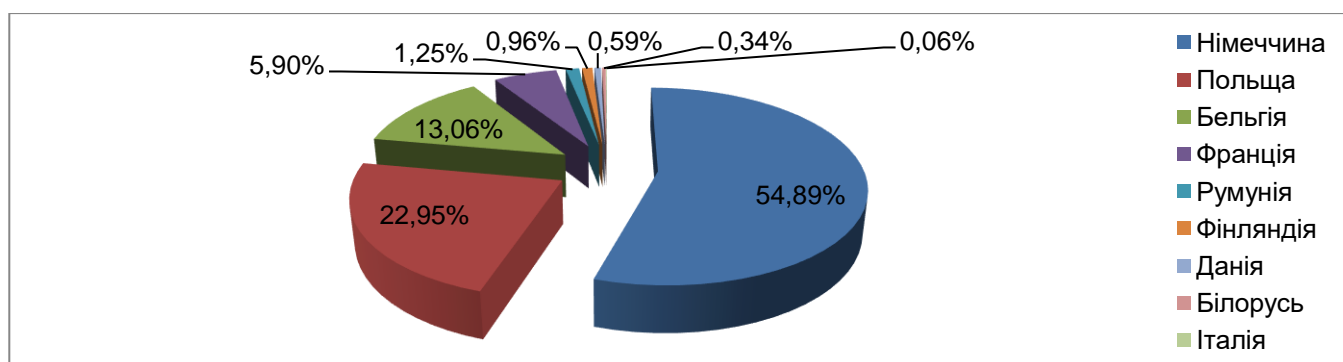
Експорт та імпорт молока

Україна в 2017 р. експортувала 14,06 тис. т молока на суму 8 572,91 тис. євро до 55 країн світу. Найбільшими споживачами за кордоном стали такі країни як Молдова, Катар і Грузія, на які припало близько 87% всього експорту.

Таблиця 8. Експорт молока в 2017 р. з України до країн світу

Загальна маса		Загальна вартість	Вартість 1 кг
5,60 тис. т	Молдова 	2 630,09 тис. євро	0,61 євро
4,59 тис. т	Катар 	2 739,04 тис. євро	
2,06 тис. т	Грузія 	1 568,78 тис. євро	
1,81 тис. т	Інші країни	1 635,00 тис. євро	

Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>



Джерело: Державна служба статистики України, <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рис. 15. Структура імпорту молока в Україні

Виходячи з даних, представлених на рисунку вище, молоко в Україну імпортується тільки з країн ЄС та Білорусі. Оскільки з 1 липня 2018 року в Україні до молочної продукції будуть застосовуватися стандарти ЄС, вітчизняні виробники зможуть конкурувати за якістю з європейськими постачальниками молока.

2.3. Опис продукту

Перелік продукції компанії в порядку пріоритетності можна представити таким чином:

- основний продукт створюваної ферми – м'ясо ВРХ, а саме **яловичина**.
- другим за значимістю джерелом доходів ферми буде **реалізація сирого молока**.
- додатковою продукцією ферми стануть **шкура телят і корів**, а також **технічне м'ясо**.

Існує два основні підходи до класифікації м'яса ВРХ: за віком тварини і за способом розробки туші. За критерієм віку тварини, з якого отримано м'ясо, розрізняють телятину і яловичину. Більшість експертів вважають, що **телятина** – це м'ясо молодняка ВРХ від 14 днів до трьох місяців. Це м'ясо вважається дієтичним. **Яловичина** – це м'ясо дорослої великої рогатої худоби і молодняка від трьох місяців. Оскільки на створюваній фермі тварин будуть віддавати на забій у віці 6 місяців, їх м'ясо відноситься до класу яловичини.

За способом оброблення туші виділяють такі різновиди м'яса ВРХ:

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| 1. Шия | 8. Крайка |
| 2. Ребра | 9. Очеревина, фланк |
| 3. Грудинка | 10. Лопатка |
| 4. Товстий край, корейка на кістці | 11. Огузок, стегно |
| 5. Тонкий край, коротке філе | 12. Пашина |
| 6. Оковалок | 13. Кострець |
| 7. Вирізка | 14. Гомілка |

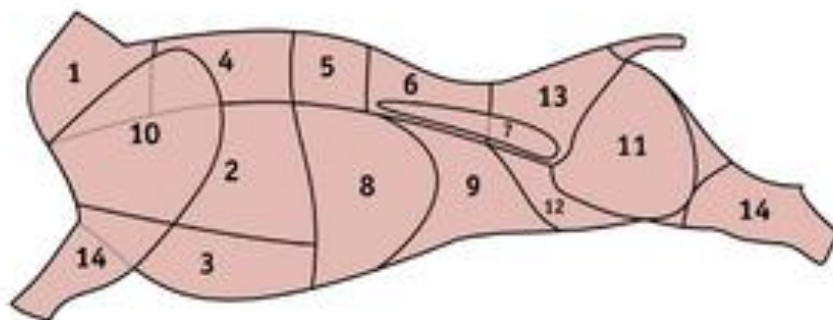








Рис. 16. Різновиди м'яса ВРХ за способом оброблення туші

Вартість різних частин туші ВРХ на внутрішньому ринку України представлена в таблиці нижче.

Таблиця 9. Вартість яловичини і субпродуктів в Україні

Сорт м'яса		Вартість*
Вирізка		≈ 380 грн

Биток		≈ 230 грн
М'якоть		≈ 207 грн
Ошийок		≈ 148 грн
Гуляш		≈ 132 грн
Печінка		≈ 119 грн

Фарш		≈ 114 грн
Грудинка		≈ 88 грн

Джерело: інтернет-супермаркет <https://rozetka.com.ua>. Вартість станом на 03.05.2018

Технічне м'ясо – м'ясо, яке після ветеринарної перевірки використовується для промислової переробки для харчових цілей.

2.4. Конкурентний аналіз

Згідно з даними Державної служби статистики України, рентабельність підприємств, що займаються виробництвом м'яса ВРХ, щорічно падає через високу вартість кормів і ветеринарного обслуговування. Крім того, для більшості підприємств, які утримують ВРХ, характерний молочний напрямок. Тому на ринку залишилося небагато підприємств, що виробляють продукцію м'ясного напрямку. Крім того, на внутрішньому ринку України можна зустріти продукцію закордонного походження (див. п. 2.2. *Імпорт і експорт м'яса і молока ВРХ*). Незважаючи на невелику кількість гравців на ринку, конкуренція на них досить висока, але лідерами є вітчизняні виробники.



Найбільшими виробниками яловичини в Україні є наступні (див. таблицю нижче). Варто відзначити, що найбільші 20 підприємств з виробництва яловичини забезпечують 58% обсягів виробництва. Незважаючи на те, що внутрішній ринок ще далекий від насичення, галузь є експортноорієнтованою, чим і пояснюється значна – на рівні 24-28% – частка замороженої продукції у виробництві.

Важливо відзначити, що м'ясо-молочні ферми поширені менше, ніж молочні ферми. Найчастіше вони включені до складу великих українських агрохолдингів і є першою ланкою в повному технологічному циклі з виробництва м'ясопродуктів таких підприємств (див. таблицю нижче).

Таблиця 10. Відомості про конкурентів у м'ясному напрямку діяльності

<p>1. «Миронівський хлібопродукт». ТМ «Сертифікований ангус» Сайт: http://angus.com.ua/</p> 	<p>ТМ «Сертифікований Ангус» – це торгова марка, під якою на ринку представлена делікатесна яловичина, яка проводиться виключно з бичків особливої м'ясної породи абердин-ангус. Продукцію під ТМ «Сертифікований Ангус» виробляє одне з найбільших агропромислових підприємств України СГТОВ «Дружба народів». Крім того, це єдине в Україні господарство, яке вирощує таку породу бичків. Комплекс з відгодівлі ВРХ складає 30 тис. голів.</p> <p>ТМ «Сертифікований Ангус», що з'явилася на ринку України 2 серпня 2004 р., пропонує своїм споживачам 11 найменувань продукції, зокрема різні види стейків, ростбїф, м'ясо для запікання і тушіння. Яловичина продається тільки охолодженою в спеціальній вакуумній упаковці.</p> <p><i>Частка агрохолдингу «Миронівський хлібопродукт» на ринку всього м'яса в Україні – близько 40%.</i></p>
<p>2. Агрохолдинг «Агро-овен» Сайт: http://agrooven.com.ua/</p> 	<p>Галузь скотарства в корпорації представлена двома племінними заводами по розведенню м'ясної худоби (українська м'ясна і сіра українська породи), а також племінним репродуктором світлої аквітанської породи (с. Кільчень Магдалинівського району Дніпропетровської області). Агрохолдинг реалізує яловичину через власну торговельну марку «Будинок м'яса».</p> <p><i>Частка агрохолдингу «Агро-Овен» на ринку всього м'яса в Україні – 4,6%.</i></p>
<p>3. Агрохолдинг «Глобино» Сайт: http://ua.globino.ua/</p> 	<p>В структурі агрохолдингу «Глобино» м'ясомолочний напрямок представлений ТОВ «НВП» Глобинський м'ясо-молочний комплекс ». Серед поголів'я ВРХ, окрім корів, налічується 250 бичків, яких вирощують для подальшої здачі на «Глобинський м'ясокомбінат». Бичків утримують «холодним» методом під відкритим небом, що дозволяє мінімізувати витрати при дотриманні хороших показників приросту. Комплекс знаходиться в Глобинському районі Полтавської області.</p> <p><i>Частка агрохолдингу «Глобино» на ринку всього м'яса в Україні – 2,9%.</i></p>

Таблиця 11. Відомості про конкурентів у молочному напрямі діяльності

1	ТОВ «Агрофірма „Україна-О“» с. Каташин, Чечельницький р-н, Вінницька обл.	<i>Загальне поголів'я, голів:</i>	700
		<i>Дійне стадо, голів:</i>	239
		<i>Середній добовий надій на корову, кг:</i>	15
		<i>Порода:</i>	українська червоно- і чорно-ряба голштинізована
		<i>Кількість доїнь на день:</i>	3
			
2.	ТОВ «Устя» с. Устя, Бершадський р-н, Вінницька обл.	<i>Загальне поголів'я, голів:</i>	901
		<i>Дійне стадо, голів:</i>	369
		<i>Середній добовий надій на корову, кг:</i>	17,7
		<i>Порода:</i>	голштинізований симентап
		<i>Кількість доїнь на день:</i>	2
			
	АКПП «Золотанова» с. Балабанівка, Оратівський р-н, Вінницька обл.	<i>Загальне поголів'я, голів:</i>	638
		<i>Дійне стадо, голів:</i>	210
		<i>Середній добовий надій на корову, кг:</i>	13
		<i>Порода:</i>	голштинська
		<i>Кількість доїнь на день:</i>	3
			

Джерело: <http://milku.info>

2.5. Аналіз споживачів

Оскільки фермерське господарство буде реалізовувати продукцію трьох видів – м'ясо, молоко і шкури, слід виділити три групи споживачів продукції:

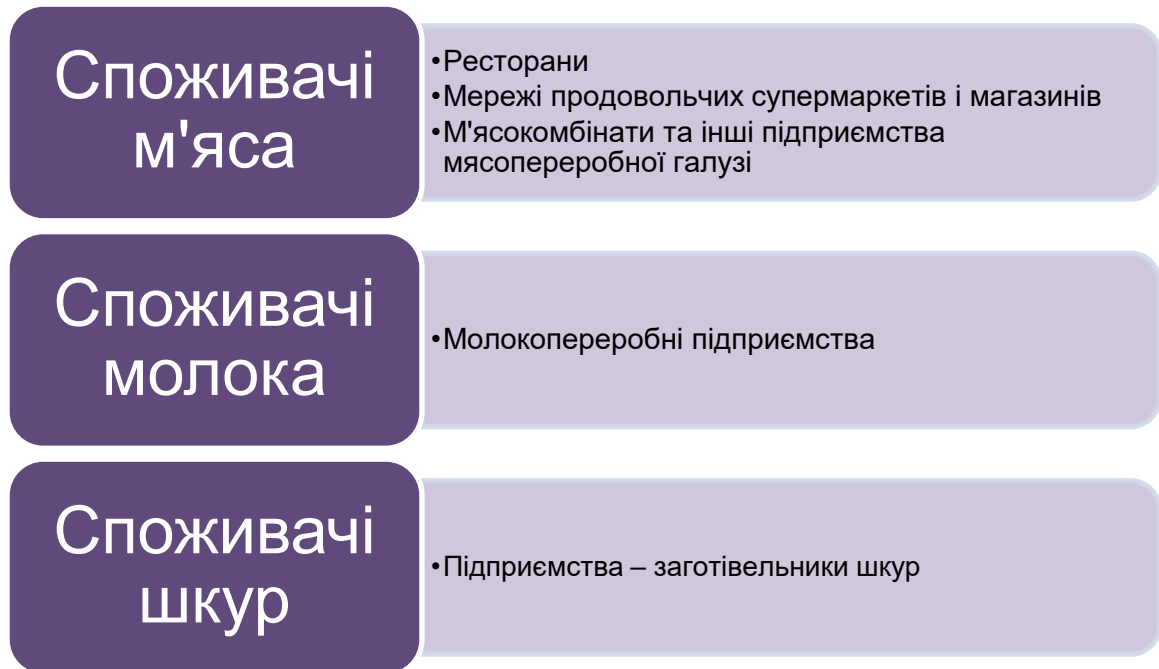


Рис. 17. Споживачі товарів фермерського господарства

Портрет українського споживача м'яса

М'ясо вживають всі категорії населення. У споживача є вибір між вітчизняними та зарубіжними виробниками. При купівлі м'яса український споживач орієнтується на **співвідношення ціна-якість**. Занадто **низька ціна відлякує** покупця, адже він вважає такий товар недостатньо якісним або зіпсованим. У той же час ринок елітної м'ясної продукції до кінця не сформувався. Постійні коливання курсу валют і низький рівень зарплат не дають здійснювати дорогі покупки. Тому українці вважають за краще купувати продукцію **середнього цінового сегменту**. Основні місця покупок – це супермаркети та ринки.

Рідкісні і дорогі сорти м'яса закупають ресторани, які ретельно стежать за якістю своєї продукції. У високому ціновому сегменті **популярним стає еком'ясо**. Його споживачі хочуть знати, що тварина жила в сприятливих умовах, харчувалася натуральною їжею і росла без допомоги гормональних препаратів.

2.6. Перспективи розвитку ринку

Українське тваринництво впродовж останніх років знаходилося в затяжному кризовому стані, що спричинено рядом факторів. До них можна віднести і фінансовий колапс 2008-2009 рр., після якого далеко не всі виробники змогли знову стати на ноги; і скасування пільгового податкового режиму; і закриття російського ринку. Незважаючи

на всі перешкоди, галузь починає демонструвати хороші показники. За оцінками експертів, в 2017 р. ринок української яловичини не продемонстрував жодних негативних змін. Крім того, є всі передумови для розвитку.

М'ясне скотарство має багато переваг в порівнянні з молочним. По-перше, цей вид виробництва не настільки витратний (на 8-10 разів менше) в аспекті закупівель необхідного обладнання та чисельності штату. По-друге, концентрація кормів також може бути меншою. По-третє, побічні продукти м'ясного тваринництва можна використовувати в переробних галузях. Окрему увагу варто звернути на енергоефективність, адже навіть при обмежених можливостях енергоспоживання м'ясного скотарства на 60% нижче, ніж молочного.

Однак є й мінуси. Наприклад, не всі виробники розуміють тонкощі технологічного процесу. Це призводить до ряду проблем, починаючи від неправильного годування ВРХ та закінчуючи неправильним забоєм. Як результат – низький рівень якості м'яса.

Однією з перешкод для відкриття і розвитку бізнесу є дорогі кредити. Не кожен товаровиробник може отримати довгострокові позики за відносно невеликим ставками. В результаті фермери намагаються максимально компенсувати збитки від виробництва й економити, а не інвестувати у модернізацію ферм, кормових комплексів і сінокосів. Викликом стало і скасування спеціального режиму повернення ПДВ для аграрного сектору. У свою чергу, держава запустила систему прямих дотацій замість спецрежиму.

Ще одним складним питанням є пошук ринків збуту. Після закриття російського ринку деякі виробники змогли переорієнтуватися на експорт, здебільшого в Азію і на Близький Схід. Великим досягненням стало нещодавнє підписання Протоколу про поставки української яловичини в Китай – один з найбільших імпортерів м'яса. Варто також відзначити, що невеликі фермерські господарства, які є виробниками м'яса, часто не повністю відповідають нормам і вимогам якості.

3. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

3.1. Цілі маркетингу

Головна мета маркетингу полягає в успішному просуванні товарів і послуг на ринку і отримання максимального прибутку, при цьому для її досягнення можуть використовуватися найрізноманітніші інструменти. Тому правильне визначення цілей маркетингу дозволить підприємству набагато швидше і з меншими фінансовими витратами досягти успіху.

Можна виділити наступні цілі маркетингу:

✚ **Ринкові цілі:** виявлення нових перспективних ринків збуту продукції або завоювання значної частки вже існуючого ринку, вивчення наявної продукції, вироблення стратегії виходу товару на ринок.

✚ **Маркетингові цілі:** створення сприятливого іміджу компанії, зростання обсягу продажів, значне збільшення прибутку, а також отримання переваги в конкурентній боротьбі.

✚ **Керуючі цілі:** вдосконалення внутрішньої інфраструктури, а саме: грамотне управління, висока кваліфікація співробітників, новітні технології виробництва і т.п.

✚ **Забезпечуючі цілі:** формування правильної цінової політики, вдосконалення якості товару, стимулювання зростання продажів завдяки успішній рекламній компанії, визначення потреби населення в тому чи іншому товарі і т.д.

Цільовий комплекс маркетингу буде спрямований на:

- ✚ отримання прибутку як головна мета бізнесу;
- ✚ завоювання істотної частки ринку яловичини і молока в Україні;
- ✚ досягнення доступної ціни на покупку яловичини для споживачів;
- ✚ розвиток торговельної марки;
- ✚ вихід на міжнародні ринки в наступні періоди реалізації проекту.

Для залучення клієнтів, а також для формування і збільшення прибутку компанії необхідно розробити і прийняти заходи з ефективного просування.

3.2. Маркетингова стратегія

1. **Продуктова стратегія компанії** – поставки високоякісного м'яса і молока ВРХ. Така продуктова стратегія компанії покладена в основу бізнесу, адже ринок яловичини в Україні не насичений, а продукція, яку пропонують супермаркети, не завжди високої якості. Підприємство планує зосередитися, насамперед, на вирощуванні ВРХ, дотриманні технологій догляду за ним, збалансованій годівлі, санітарних нормах забою і зберігання м'яса. Всі ці заходи в значній мірі вплинуть на якість яловичини і молока і допоможуть отримати товар високого класу.

2. **Цінова стратегія компанії** – вартість яловичини буде вище середньоринкової завдяки високій якості м'яса і досить раннього віку тварин, з яких буде отримуватися м'ясо (6 місяців).

3. Канали продажу підприємства диверсифіковані, тому що націлені на різних споживачів.

Підприємство буде орієнтуватися саме на сегмент ринку B2B. B2B (з англ. Business to business – бізнес для бізнесу) – надання послуг, виконання робіт або виробництво і продаж товарів юридичними особами (фізичними особами-підприємцями) не для кінцевого споживача, а для інших компаній, тобто для іншого бізнесу⁸.

Тому основними каналами продажів м'яса і молока є:

- прямі продажі в ресторани;
- договори з мережами продуктових магазинів;
- договори з м'ясо- та молокопереробними підприємствами;
- замовлення від оптових покупців на ринках;
- ярмарки;
- участь у виставках.

Основні канали продажу шкур:

- оптові компанії – заготівельники шкур.

4. Рекламна стратегія компанії

Оскільки одним з основних каналів продажів є прямі продажі – договори з ресторанами, магазинами і переробними підприємствами – створюваному підприємству потрібно працювати над іміджем і репутацією. З покупці могли не тільки оцінити високий рівень фермерського господарства, але і на місці домовитися про співпрацю. Цією метою планується проводити дні «відкритих дверей» на фермі, щоб потенційні

3.3. Прогнозний план продажів по проекту

Проектом передбачено кілька видів джерел отримання доходів компанії:

1. Дохід від продажу м'яса.
2. Дохід від продажу сирого молока.
3. Дохід від продажу шкур.

1. Дохід від продажу м'яса

Підприємство планує реалізовувати м'яса двох видів:

- ✚ яловичина, ціна продажу – 4,05 євро/кг;
- ✚ технічне м'ясо, ціна продажу – 3,15 євро/кг.

2. Дохід від продажу сирого молока

- ✚ Ціна продажу – 0,35 євро/л.

3. Дохід від продажу шкур

- ✚ Шкури телят, ціна продажу – 80 євро/од.
- ✚ Шкури корів, ціна продажу – 250 євро/од.

⁸ Джил Конрат «Продажи большим компаниям». — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

Таблиця 12. Прогнозний план виробництва і реалізації продукції в 1-3-й роки діяльності

Категорія	Од. вим.	1	2	3
Корів у материнському стаді				
Купівля телят:				
Купівля теличок у віці 3 міс.				
Купівля бичків у віці 3 міс.				
Купівля теличок 6 міс.				
Купівля бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Кількість тварин від 12 до 15 міс.				
Кількість тварин від 15 до 18 міс.				
Кількість тварин від 18 до 21 міс.				
Кількість тварин від 21 до 24 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Телята, що народилися в стаді:				
Корів, які народили в стаді, % від молочного стада				
Корів, які народили				
Вивід корів зі стада (втрати при пологах)				
Кількість телят молочних, які народилися у стаді				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Всього тварин на фермі				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Бичків на м'ясо				
% теличок на м'ясо				
Теличок на м'ясо				
Отримано яловичини				
Отримано технічного м'яса з виведених корів				
Отримано молока				
Отримано шкур телят				
Отримано шкур корів				
Витрати на ветеринарію				
Витрати на годування телят 3 міс.				
Витрати на годування телят 6 міс.				
Витрати на годування телят від 6 до 9 міс.				
Витрати на годування телят від 9 до 12 міс.				
Витрати на годування тварин від 12 міс.				
Витрати на забій				
Витрати на електроенергію				

Таблиця 13. Прогнозний план виробництва і реалізації продукції в 4-6-й роки діяльності

Категорія	Од. вим.	4	5	6
Корів у материнському стаді				
Купівля телят:				
Купівля теличок у віці 3 міс.				
Купівля бичків у віці 3 міс.				
Купівля теличок 6 міс.				
Купівля бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Кількість тварин від 12 до 15 міс.				
Кількість тварин від 15 до 18 міс.				
Кількість тварин від 18 до 21 міс.				
Кількість тварин від 21 до 24 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Телята, що народилися в стаді:				
Корів, які народили в стаді, % від молочного стада				
Корів, які народили				
Вивід корів зі стада (втрати при пологах)				
Кількість телят молочних, які народилися у стаді				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Всього тварин на фермі				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Бичків на м'ясо				
% теличок на м'ясо				
Теличок на м'ясо				
Отримано яловичини				
Отримано технічного м'яса з виведених корів				
Отримано молока				
Отримано шкур телят				
Отримано шкур корів				
Витрати на ветеринарію				
Витрати на годування телят 3 міс.				
Витрати на годування телят 6 міс.				
Витрати на годування телят від 6 до 9 міс.				
Витрати на годування телят від 9 до 12 міс.				
Витрати на годування тварин від 12 міс.				
Витрати на забій				
Витрати на електроенергію				

Таблиця 14. Прогнозний план виробництва і реалізації продукції в 7-9-й роки діяльності

Категорія	Од. вим.	7	8	9
Корів у материнському стаді				
Купівля телят:				
Купівля теличок у віці 3 міс.				
Купівля бичків у віці 3 міс.				
Купівля теличок 6 міс.				
Купівля бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Кількість тварин від 12 до 15 міс.				
Кількість тварин від 15 до 18 міс.				
Кількість тварин від 18 до 21 міс.				
Кількість тварин від 21 до 24 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Телята, що народилися в стаді:				
Корів, які народили в стаді, % від молочного стада				
Корів, які народили				
Вивід корів зі стада (втрати при пологах)				
Кількість телят молочних, які народилися у стаді				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо				
Всього тварин на фермі				
Кількість теличок 3 міс.				
Кількість бичків 3 міс.				
Кількість теличок 6 міс.				
Кількість бичків 6 міс.				
Кількість теличок від 6 до 9 міс.				
Кількість теличок від 9 до 12 міс.				
Кількість тварин від 12 міс.				
Бичків на м'ясо				
% теличок на м'ясо				
Теличок на м'ясо				
Отримано яловичини				
Отримано технічного м'яса з виведених корів				
Отримано молока				
Отримано шкур телят				
Отримано шкур корів				
Витрати на ветеринарію				
Витрати на годування телят 3 міс.				
Витрати на годування телят 6 міс.				
Витрати на годування телят від 6 до 9 міс.				
Витрати на годування телят від 9 до 12 міс.				
Витрати на годування тварин від 12 міс.				
Витрати на забій				
Витрати на електроенергію				

Таблиця 15. Прогнозний план виробництва і реалізації продукції в 10-й роки діяльності

Категорія					
Корів у материнському стаді					
Купівля телят:					
Купівля теличок у віці 3 міс.					
Купівля бичків у віці 3 міс.					
Купівля теличок 6 міс.					
Купівля бичків 6 міс.					
Кількість теличок від 6 до 9 міс.					
Кількість теличок від 9 до 12 міс.					
Кількість тварин від 12 міс.					
Кількість тварин від 12 до 15 міс.					
Кількість тварин від 15 до 18 міс.					
Кількість тварин від 18 до 21 міс.					
Кількість тварин від 21 до 24 міс.					
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо					
Телята, що народилися в стаді:					
Корів, які народили в стаді, % від молочного стада					
Корів, які народили					
Вивід корів зі стада (втрати при пологах)					
Кількість телят молочних, які народилися у стаді					
Кількість теличок 3 міс.					
Кількість бичків 3 міс.					
Кількість теличок 6 міс.					
Кількість бичків 6 міс.					
Кількість теличок від 6 до 9 міс.					
Кількість теличок від 9 до 12 міс.					
Кількість тварин від 12 міс.					
Із них корів від 24 міс. переведено в мат. стадо					
Всього тварин на фермі					
Кількість теличок 3 міс.					
Кількість бичків 3 міс.					
Кількість теличок 6 міс.					
Кількість бичків 6 міс.					
Кількість теличок від 6 до 9 міс.					
Кількість теличок від 9 до 12 міс.					
Кількість тварин від 12 міс.					
Бичків на м'ясо					
% теличок на м'ясо					
Теличок на м'ясо					
Отримано яловичини					
Отримано технічного м'яса з виведених корів					
Отримано молока					
Отримано шкур телят					
Отримано шкур корів					
Витрати на ветеринарію					
Витрати на годування телят 3 міс.					
Витрати на годування телят 6 міс.					
Витрати на годування телят від 6 до 9 міс.					
Витрати на годування телят від 9 до 12 міс.					
Витрати на годування тварин від 12 міс.					
Витрати на забій					
Витрати на електроенергію					

3.4. SWOT-аналіз

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища (SWOT-аналіз)

SWOT-аналіз:

- ✚ S – strength – сила,
- ✚ W – weakness – слабкість,
- ✚ O – opportunity – можливість,
- ✚ T – threat – загроза.

Застосовуваний для аналізу метод SWOT є досить широким визнаним підходом, що дозволяє провести одночасне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища. Застосовуючи метод SWOT, вдається встановити лінії зв'язку між сильними і слабкими сторонами, які притаманні організації, і зовнішніми загрозами і можливостями.

Сила компанії – це те, в чому підприємство досягло успіхів або якась особливість, що надає їй додаткові можливості. Сила може полягати в навичках, значному досвіді, організаційних ресурсах чи конкурентних можливостях, досягненнях, які дають підприємству переваги на ринку (наприклад, кращий товар, досконала технологія, краще обслуговування клієнтів, велика впізнаваність товарної марки). Сила може також бути результатом створення альянсу або об'єднання з партнером, що має досвід або потенційні можливості для посилення конкурентоспроможності підприємства.

Слабкість – це відсутність чогось важливого для функціонування підприємства або те, що їй не вдається (в порівнянні з іншими), або щось, що ставить її в несприятливі умови. Слабка сторона, в залежності від того, наскільки вона важлива в конкурентній боротьбі, може зробити підприємство вразливим, а може і не зробити.

Можливості – це ті події або фактори зовнішнього середовища, існування яких дуже позитивно позначилося на стані підприємства, його фінансового та конкурентному становищі. Настання цих подій необхідно всіляко сприяти.

Загрози – це ті події або фактори зовнішнього середовища, настання яких було б небажано для підприємства. Ці події самим негативним чином можуть вплинути на стан підприємства, тому необхідно вжити всіх можливих заходів для запобігання цих подій або, принаймні, пом'якшити результат їх настання.

Внутрішні фактори		
Позитивні	S – сила	W – слабкість
	O – можливості	T – загрози
Зовнішні фактори		

Негативні

4. ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН

4.1. Транспортні шляхи, наявність комунікацій

Майбутня ферма з вирощування ВРХ буде розташовуватися в межах Калинівського району Вінницької області. По Калинівському району проходить дорога міжнародного значення М-21. Вона бере початок у місті Житомир, проходить через Бердичів, Калинівку, Вінницю, Жмеринку і закінчується на прикордонному пункті «Могилів-Подільський» на державному кордоні з Молдовою, далі продовжується в бік міста Бельці. Всі необхідні комунікації є.



Рис. 18. Карта місцевості

Вигідність розташування майбутньої ферми пояснюється наступними факторами:

- ✚ Розташування недалеко від обласного центру Вінницької області.
- ✚ Є можливість наймати працівників в м. Калинівка або з довколишніх сіл.
- ✚ Розвинена транспортна інфраструктура.
- ✚ Під'їзні дороги асфальтовані.
- ✚ Поруч знаходяться об'єкти аграрного сектора, які є джерелом кормів.

Не було знайдено факторів місця розташування, які негативно могли б вплинути на майбутню ферму.

4.2. Біологічні особливості розведення ВРХ

При плануванні кількості тварин на фермі необхідно враховувати біологічні особливості ВРХ.

Таблиця 16. Біологічні особливості розведення ВРХ

Характеристика	Опис особливостей
Термін вагітності	
Вік корови при першому отеленні	
Падіж телят:	
Падіж корів:	
Втрати дорослих корів при пологах	
Середня маса дорослої корови	
Відсоток виходу туші дорослої корови	
Середня маса 6-місячного бичка:	
Середня маса 6-місячної телиці:	
Відсоток виходу туші теляти:	
Надій молока на 1 корову в рік:	
Вік виведення корови зі стада	

4.3. Більшість і обладнання фермерського господарства

Земельна ділянка в 50 га дозволить побудувати:

- ✚ 2 ангари стійлового типу для утримання та відгодівлі тварин;
- ✚ майданчики для вигулу тварин;
- ✚ складські приміщення для зберігання сіна для тварин;
- ✚ гаражі для техніки;
- ✚ адміністративна будівля.

Територія у кожного ангара буде облаштована для вигулу тварин і огорожена парканом.

Ангари з тваринами мають свої особливості:

- ✚ в зимовий період ангари не вимагають опалення;
- ✚ внутрішнє облаштування ангарів буде зроблено з використанням кращих технологій по догляду за тваринами; підлога буде залита спеціальним розчином, який після застигання стане ще й кормовим столом для тварин;
- ✚ система водопостачання питною водою для тварин взимку має технологію підігріву;
- ✚ ангари мають вікна, тому в приміщенні буде достатньо світла і вентиляції повітря;
- ✚ в ангарах для співробітників, які працюватимуть з поголів'ям, буде встановлено «чистий режим»: передбачена видача спецодягу і бахіл;
- ✚ всі ці заходи спрямовані на запобігання рознесенню хвороб і утримання коефіцієнта падежу тварин на мінімальному рівні.



Рис. 19. 3D модель одного ангару ферми

Підприємство планує закупити необхідну техніку:

- трактор;
- автомобіль для перевезення тварин;
- іншу дрібну складську техніку (навантажувачі, рокли і т.п.).

5. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН

5.1. Організаційна структура господарства

Діяльність даного підприємства побудована на лінійній організаційній структурі. Це проста ієрархічна структура управління, яка складається з керівника і декількох підлеглих працівників. Лінійна структура особливо ефективна на невеликих підприємствах з одним або декількома видами діяльності.

Організаційна структура підприємства наведена на рис. 20.

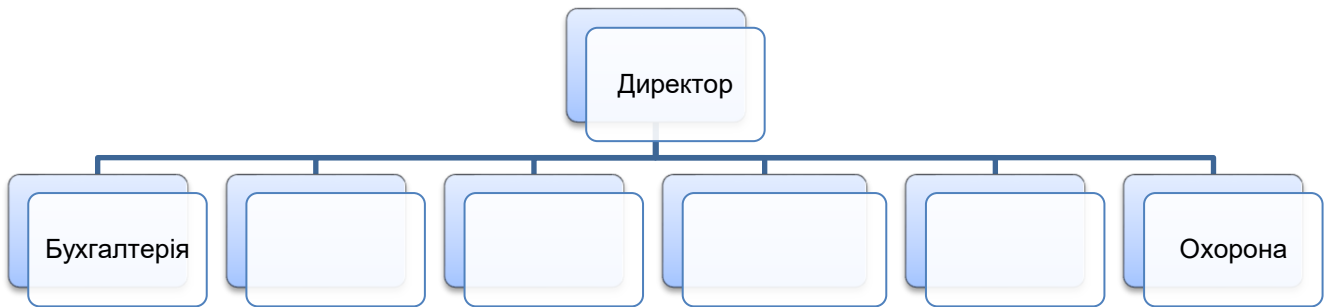


Рис. 20. Організаційна структура підприємства

5.2. Потреба у трудових ресурсах, їх вартість

Організаційна структура підприємства передбачає поступове збільшення кількості працівників з 14 (на початку діяльності) до 16 (з п'ятого року роботи). За рахунок сучасних автоматизованих систем (вигодовування, транспортування, охорони тощо), а також завдяки продуманій схемі виробництва потреба в трудових ресурсах скорочується в кілька разів у порівнянні із застарілими фермами.

Таблиця 17. Персонал і фонд заробітної плати в 1-2-й роки роботи

№	Посада	Кількість людей на зміні	Кількість змін	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, люд./міс.	У тому числі:			ЄСВ, євро	Всього ЗП, євро./міс.	Соціальні платежі по ЗП, євро./міс.	Фонд затрат на ЗП, євро./міс.	Всього ЗП, євро/рік	Соціальні платежі по ЗП, євро/рік	Фонд витрат на ЗП, євро/рік
						ПДФО, євро	Військовий збір, євро	ЗП без відрахувань, євро							
	Адміністрація														
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
-															

Таблиця 18. Персонал і фонд заробітної плати з 3-го року роботи

№	Посада	Кількість людей на зміні	Кількість змін	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, люд./міс.	У тому числі:			ЄСВ, євро	Всього ЗП, євро./міс.	Соціальні платежі по ЗП, євро./міс.	Фонд затрат на ЗП, євро./міс.	Всього ЗП, євро/рік	Соціальні платежі по ЗП, євро/рік	Фонд витрат на ЗП, євро/рік
						ПДФО, євро	Військовий збір, євро	ЗП без відрахувань, євро							
	Адміністрація														
1	Директор (менеджер проєкту)														
2	Бухгалтер														
3	Менеджер закупівель/продажів														
4	Ветеринар-зоотехнік														
5	Робітник ферми														
6	Робітник складу / карщик														
7	Водій-механік														
8	Охоронець														
-	Всього														

Таблиця 19. Персонал і фонд заробітної плати з 5-го року роботи

6. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПЛАН ПРОЕКТУ

6.1. Структура інвестиційних витрат

Проект передбачається реалізувати за рахунок коштів ініціатора й інвестора. Розподіл інвестицій представлено в таблиці 20:

Таблиця 20. Інвестиції

№	Джерела фінансування Проекту	Всього, євро	К.авт, %
1	Кошти ініціатора		
2	Кошти інвестора		
	Прямі інвестиції в проект		
1	Кредит на основні засоби		
2	Кредит на оборотні засоби		
	Кредитні кошти		
-	Всього		

№	Інвестиції	Всього, євро
	Прямі інвестиції	
1	Будівництво ангарів для тварин (2 од.)	
2	Будівництво приміщень складів (1 од.)	
3	Будівництво адміністративних і технічних будівель	
4	Купівля телят на початковому етапі	
5	Купівля трактора, авто для перевезення тварин, дрібної складської техніки	
7	Підготовка та навчання команди	
8	Непередбачені витрати початкового періоду	
-	Всього прямих інвестицій і кредиту	
	Інвестиції ініціатора	
1	Земельна ділянка 50 га	
-	Всього прямих інвестицій	
	Покриття витрат до виходу в точку беззбитковості	
	Кредит на покриття початкового етапу (оборотні)	
-	Всього	

6.2. Графік фінансування проекту

Вартість етапів реалізації проекту представлена в таблиці 21.

Таблиця 21. Графік фінансування і реалізації проекту

7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

7.1. Прогноз постійних витрат

У даній бізнес-моделі передбачені наступні щомісячні постійні витрати:

Фонд заробітної плати – від 00000000 євро у квартал (в залежності від кількості працівників, яка збільшується з п'ятого року роботи).

Комунальні платежі (не технологічні – освітлення адмінбудівлі і прохідних, зв'язок і т.п.) – до 200 євро у квартал.

Маркетинг і просування ТМ – 0000000000 євро у квартал.

Непередбачені витрати – від 000000000000 євро у квартал.

7.2. Прогноз змінних витрат

Прогнозовані щомісячні змінні витрати:

Витрати на годування – від 0000000000 євро у квартал. На цей показник впливає кількість телят і корів, а також вартість годування:

- 12 євро / квартал на одне теля до 3 місяців;
- 25 євро / квартал на одне теля від 3 до 6 місяців;
- 30 євро / квартал на одне теля від 6 до 9 місяців;
- 35 євро / квартал на одне теля від 9 до 12 місяців;
- 40 євро / квартал на одне теля від 1 року.

Витрати на електроенергію – від 80 до 932 євро в квартал (виходячи з кількості всіх тварин на фермі і вартості електроенергії на 1 тварину в розмірі 0,2 євро).

Витрати на ветеринарію – від 400 до 4 662 євро в квартал (виходячи з кількості всіх тварин на фермі і кварталних витрат на ветеринарні заходи в розмірі 1 євро на 1 тварину).

Витрати на ремонт і оновлення техніки – до 1 000 євро у квартал.

Витрати на забій – від 277 до 1 052 євро у квартал (починаючи з другого кварталу роботи проекту і виходячи з вартості забою на одну тварину в розмірі 4 євро).

Витрати на будівництво нових ангарів для тварин – 150 000 євро в 17 кварталах реалізації проекту.

Страхування тварин – від 1 318 до 11 403 євро, що виплачуються на початку кожного нового року роботи проекту, починаючи з третього. На цей показник впливає кількість дорослих корів і вартість страхування однієї корови в розмірі 7 євро).

7.3. Амортизація

Основні засоби, що використовуються в операційній діяльності підприємства, втрачають свою вартість через фізичний знос і моральне старіння.

Знос (або амортизація) є однією зі складових собівартості товарів, але не є причиною відтоку реальних грошей. Найбільшого поширення набув механізм лінійної амортизації, коли річна норма амортизації встановлюється, виходячи з терміну служби обладнання.

Первісна вартість основних засобів – це вартість, за якою кошти були придбані або оприбутковані на баланс підприємства. Балансова вартість або залишкова вартість = Первісна вартість – Нарахований знос.

Амортизаційні відрахування в розрахунках прийняті відповідно до нормативних значень. В основу розрахунку покладено вартість виробничого обладнання, яке буде закуплено при організації ферми.

Обрано лінійний метод амортизації. При розрахунку амортизації були використані положення Податкового кодексу України.

Таблиця 22. Розрахунок амортизації (з помісячною деталізацією)

нерухомість

Вихідні дані	
Вартість основних засобів	
Період амортизації, років	
Період амортизації, місяців	
Сума амортизації за рік, євро.	

Період	на рік												Всього амортизації, євро	Залишкова вартість, євро	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Початкова вартість ОЗ															
Амортизація (щомісячна)															
Знос (накопичений)															
Залишкова вартість ОЗ															
Загальна вартість амортизаційних відрахувань															

техніка і виробниче обладнання

Вихідні дані	
Вартість основних засобів	
Період амортизації, років	
Період амортизації, місяців	
Сума амортизації за рік, євро.	

Період	на рік												Всього амортизації, євро	Залишкова вартість, євро	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Початкова вартість ОЗ															
Амортизація (щомісячна)															
Знос (накопичений)															
Залишкова вартість ОЗ															
Загальна вартість амортизаційних відрахувань															

7.4. Податки

Організаційно-правова форма власності підприємства – товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) на загальній системі оподаткування.

При загальній системі податком обкладається прибуток господарства (доходи за вирахуванням витрат). У 2018 р. ставка податку на прибуток становить 18%.

ТОВ, як роботодавець, зобов'язується платити єдиний соціальний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) за співробітників. Сума ЄСВ розраховується як добуток розміру нарахованої місячної заробітної плати та ставки ЄСВ. Ставка ЄСВ у 2018 р. становить 22% від заробітної плати.

7.5. Прогноз прибутку і збитків

Рис. 21. Формування прибутку по проекту

* більш детально з розрахунками можна ознайомитися в електронному форматі

7.6. Прогноз руху грошових коштів

Таблиця 23. Надходження і витрати 1-4 років роботи

Показник	1 рік проекту				2 рік проекту				3 рік проекту				4 рік проекту			
Дохід																
Дохід від продажу яловичини																
Дохід від продажу технічного м'яса																
Дохід від продажу молока																
Дохід від продажу шкур телят																
Дохід від продажу шкур корів																
Загальний дохід з ПДВ																
ПДВ																
Всього чистий дохід, євро																
Постійні витрати																
Фонд заробітної платні																
Комунальні платежі (не технологічні)																
Маркетинг і просування ТМ																
Непередбачені витрати																
Всього постійних витрат																
Змінні витрати																
Витрати на годування																
Витрати на електроенергію																
Витрати на ветеринарію																
Витрати на ремонт і оновлення техніки																
Витрати на забій																
Побудова нових ангарів для тварин																
Страхування тварин																
Всього змінних витрат																
Всього витрат, євро																
Державні дотації																
На молодняк ВРХ на момент подачі заяви на надання дотації																
На утримання молодняку від 5 до 9 місяців																
На утримання молодняку від 9 до 12 місяців																
На утримання корів старше 12 місяців																
На будівництво виробничих приміщень, % від вартості																
На спец. техніку, % від вартості																
Державні дотації																
Амортизація																
Прибуток до оподаткування																
Податок на прибуток																
Чистий прибуток																
Відсотки за кредитом																
Повернення кредиту																
Прибуток після виплати кредиту																
Накопичений прибуток																
Накопичений прибуток після виплати кредиту																
Чистий грошовий потік																
Грошовий потік (консолідований)																
ЕВІТДА																
ЕВІТ																
Рентабельність по ЕВІТДА																
Рентабельність по ЕВІТ																

Таблиця 24. Надходження і витрати 5-7 років роботи

Показник	5 рік проекту			6 рік проекту			7 рік проекту		
Дохід									
Дохід від продажу яловичини									
Дохід від продажу технічного м'яса									
Дохід від продажу молока									
Дохід від продажу шкур телят									
Дохід від продажу шкур корів									
Загальний дохід з ПДВ									
ПДВ	20%								
Всього чистий дохід, євро									
Постійні витрати									
Фонд заробітної платні									
Комунальні платежі (не технологічні)									
Маркетинг і просування ТМ									
Непередбачені витрати									
Всього постійних витрат									
Змінні витрати									
Витрати на годування									
Витрати на електроенергію									
Витрати на ветеринарію									
Витрати на ремонт і оновлення техніки									
Витрати на забій									
Побудова нових ангарів для тварин									
Страховання тварин									
Всього змінних витрат									
Всього витрат, євро									
Державні дотації									
На молодняк ВРХ на момент подачі заяви на надання дотації									
На утримання молодняку від 5 до 9 місяців									
На утримання молодняку від 9 до 12 місяців									
На утримання корів старше 12 місяців									
На будівництво виробничих приміщень, % від вартості									
На спец. техніку, % від вартості									
Державні дотації									
Амортизація									
Прибуток до оподаткування									
Податок на прибуток	18%								
Чистий прибуток									
Відсотки за кредитом									
Повернення кредиту									
Прибуток після виплати кредиту									
Накопичений прибуток									
Накопичений прибуток після виплати кредиту									
Чистий грошовий потік									
Грошовий потік (консолідований)									
ЕВІТДА									
ЕВІТ									
Рентабельність по ЕВІТДА									
Рентабельність по ЕВІТ									

Таблиця 25. Надходження і витрати 8-10 років роботи

Показник	8 рік проекту			9 рік проекту			10 рік проекту		
Дохід									
Дохід від продажу яловичини									
Дохід від продажу технічного м'яса									
Дохід від продажу молока									
Дохід від продажу шкур телят									
Дохід від продажу шкур корів									
Загальний дохід з ПДВ									
ПДВ	20%								
Всього чистий дохід, євро									
Постійні витрати									
Фонд заробітної платні									
Комунальні платежі (не технологічні)									
Маркетинг і просування ТМ									
Непередбачені витрати									
Всього постійних витрат									
Змінні витрати									
Витрати на годування									
Витрати на електроенергію									
Витрати на ветеринарію									
Витрати на ремонт і оновлення техніки									
Витрати на забій									
Побудова нових ангарів для тварин									
Страховання тварин									
Всього змінних витрат									
Всього витрат, євро									
Державні дотації									
На молодняк ВРХ на момент подачі заяви на надання дотації									
На утримання молодняка від 5 до 9 місяців									
На утримання молодняка від 9 до 12 місяців									
На утримання корів старше 12 місяців									
На будівництво виробничих приміщень, % від вартості									
На спец. техніку, % від вартості									
Державні дотації									
Амортизація									
Прибуток до оподаткування									
Податок на прибуток	18%								
Чистий прибуток									
Відсотки за кредитом									
Повернення кредиту									
Прибуток після виплати кредиту									
Накопичений прибуток									
Накопичений прибуток після виплати кредиту									
Чистий грошовий потік									
Грошовий потік (консолідований)									
ЕВІТДА									
ЕВІТ									
Рентабельність по ЕВІТДА									
Рентабельність по ЕВІТ									

Таблиця 26. Консолідований прогноз діяльності на перші 10 років роботи

Показник	Прогноз										Всього
	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік	6 рік	7 рік	8 рік	9 рік	10 рік	
Дохід											
Дохід від продажу яловичини											
Дохід від продажу технічного м'яса											
Дохід від продажу молока											
Дохід від продажу шкур телят											
Дохід від продажу шкур корів											
Загальний дохід з ПДВ											
ПДВ											
Всього чистий дохід, євро											
Постійні витрати											
Фонд заробітної платні											
Комунальні платежі (не технологічні)											
Маркетинг і просування ТМ											
Непередбачені витрати											
Всього постійних витрат											
Змінні витрати											
Витрати на годування											
Витрати на електроенергію											
Витрати на ветеринарію											
Витрати на ремонт і оновлення техніки											
Витрати на забій											
Побудова нових ангарів для тварин											
Страхування тварин											
Всього змінних витрат											
Всього витрат, євро											
Прибуток											
Державні дотації											
Амортизація											
Прибуток до оподаткування											
Податок на прибуток											
Чистий прибуток											
Відсотки за кредитом											
Повернення кредиту											
Прибуток після виплати кредиту											
Чистий грошовий потік											
Грошовий потік (консолідований)											
Накопичений прибуток											
Накопичений прибуток після виплати кредиту											
ЕВІТДА											
ЕВІТ											
Рентабельність ЕВІТДА											
Рентабельність ЕВІТ											

8. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ

8.1. Оцінка проекту, його ефективність і спрямованість

Оцінка ефективності створення підприємства, що є предметом даного бізнес-плану, а також здатність бізнесу генерувати прибуток оцінені відповідно до міжнародної практики за групою показників, серед яких основними є: чиста поточна вартість (NPV), внутрішня норма прибутковості (IRR) і дисконтований період окупності (DPP). В цьому бізнес-плані оцінюється загальна ефективність інвестування в проект (комерційна ефективність) з урахуванням того, що джерело фінансування – власні кошти ініціатора і залучені кошти. Фактор часу врахований за допомогою дисконтування підсумкових грошових потоків за ставкою дисконту 9,9%.

Виконаний розрахунок фінансового плану показує, що при своєчасному отриманні необхідних коштів і організації робіт за проектом відповідно до розрахункових термінів капіталовкладення окупляться протягом терміну проекту. Запропонований проект забезпечує досягнення високих економічних показників діяльності.

Таблиця 27. Основні показники проекту

Показник	Одиниця виміру	Значення
Дисконтований період окупності (Discount payback period) - DPP	місяців	
Період окупності (Payback period) - PP	місяців	
Проектний період (Project period) - PP	місяців	
Чиста приведена вартість Проекту (Net Present Value) - NPV	євро	
Внутрішня ставка прибутковості (Internal rate of return) - IRR	%	
Індекс прибутковості вкладень (Profitability index) - PI	од.	
Рентабельність продажів (Return On Sales, Net Profit Margin) - ROS	%	
Рентабельність інвестицій (Return on investment) - ROI	%	
Рентабельність по EBITDA		
Рентабельність по EBIT		

Період розрахунку інтегральних показників – 40 кварталів (10 років).

Ставка дисконтування

Визначення ставки дисконтування здійснювалося з урахуванням наступних факторів:

По долару Євро = безризикова ставка або ставка короткострокового депонування в доларах Євро (річних) ($\approx 3,5\%$) + інші ризики.

Таблиця 28. Розрахунок безризикової ставки

Період	Значення, %
вересень 2016	1,8
жовтень 2016	3,0
листопад 2016	3,0
грудень 2016	5,0
січень 2017	3,0
лютий 2017	5,5
березень 2017	2,0
квітень 2017	4,5
травень 2017	2,0
червень 2017	5,0
липень 2017	5,0
серпень 2017	2,0
Середнє	3,5

Таблиця 29. Розрахунок інших ризиків

Вид ризику	Рівень ризику					Визначення максимального ризику (рівень ризику 5)
	1	2	3	4	5	
Ризик інвестування						
Державна гарантія повернення інвестицій		1,00				немає
Обсяги інвестицій		1,00				Середні фінансові вкладення
Темпи інфляції		1,00				Середні темпи інфляції
Кредитна політика банків		1,00				Підприємство частково залежить від кредитних коштів
Кількість спостережень	0,00	4,00	0,00	0,00	0,00	
Зважена сума	0,00	8,00	0,00	0,00	0,00	
Сума зважених	8,00					
Кількість чинників	4,00					
Середньозважена величина	2,00					
Розмір компанії						
Монополії	1,00					Конкуренція незначна
Частка ринку	1,00					Велика частка ринку
Кількість спостережень	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Зважена сума	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Сума зважених	2,00					
Кількість чинників	2,00					
Середньозважена величина	1,00					
Територіальна і виробнича диверсифікація						
Філії представництва	1,00					Відсутні
Гнучкі технологічні лінії		1,00				Гнучкість проекту
Робота на різних сегментах ринку	1,00					диверсифікований дохід
Асортимент продукції	1,00					Широкого вжитку
Кількість спостережень	3,00	1,00	0,00	0,00	0,00	
Зважена сума	3,00	2,00	0,00	0,00	0,00	
Сума зважених	5,00					
Кількість чинників	4,00					
Середньозважена величина	1,25					
Диверсифікація клієнтури						
Число споживачів продукції	1,00					Широке коло споживачів
Питома вага продажу різним споживачам	1,00					Нема різниці
Кількість спостережень	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Зважена сума	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Сума зважених	2,00					
Кількість чинників	2,00					
Середньозважена величина	1,00					
Якість управління						
Ключова фігура	1,00					немає
Стратегія маркетингу	1,00					
Фінансова структура		1,00				задовільна
ретроспективна прогнозованість	1,00					задовільна
Мотивація	1,00					висока
Кількість спостережень	4,00	1,00	0,00	0,00	0,00	
Зважена сума	4,00	2,00	0,00	0,00	0,00	
Сума зважених	6,00					
Кількість чинників	5,00					
Середньозважена величина	1,20					
Разом ризики	6,45					

Ставка дисконту складає $6,4 + 3,5 = 9,9\%$.

8.2. Період окупності проекту (PB)

PB – термін (період) окупності. PB показує, через який термін повністю повернуться (окупляться) грошові кошти, за рахунок яких фінансується проект. Дохід від використання в проекті може бути отриманий тільки після завершення періоду окупності. Номінальний період окупності говорить підприємству про те, що повністю розрахуватися за залученими коштами раніше, ніж через PB, не вдасться.

Значення PB за проектом – 86,6 місяця.

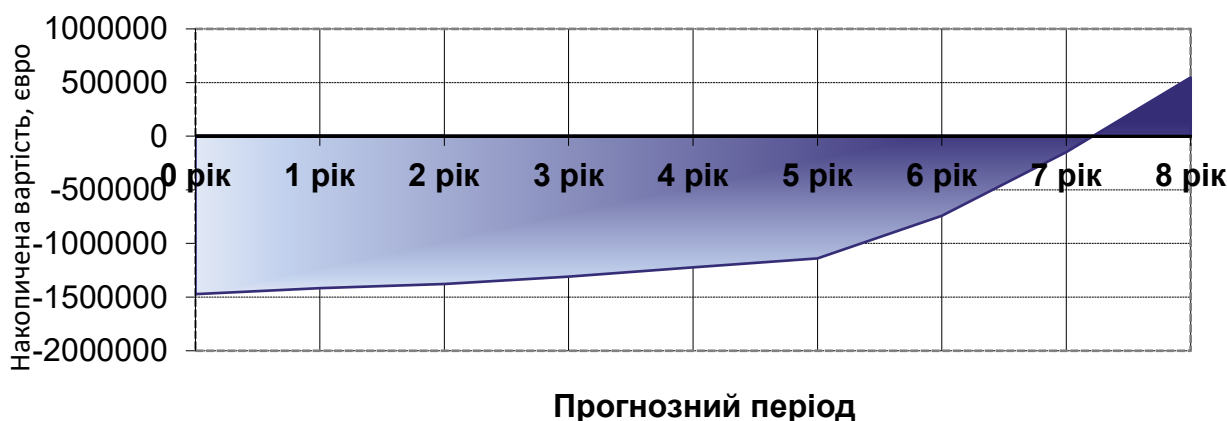


Рис. 22. Графік окупності проекту

8.3. Чиста приведена вартість (NPV)

Показник чистої приведеної вартості (NPV) – це абсолютна величина доходу від реалізації проекту з урахуванням очікуваної зміни вартості грошей. Обов'язковою умовою реалізації проекту є невід'ємне значення NPV.

Розрахунок показника:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}} - Investments$$

де Investments – початкові інвестиції;

CF_t – чистий грошовий потік за місяць t;

r – місячна ставка дисконтування; при річній ставці 9,9%.

NPV – чиста приведена вартість.

У розрахунковому проекті чиста приведена вартість (NPV) за основною валютою (євро) становить 265 918. Показник є позитивним, чим підтверджує ефективність інвестиційного проекту.

8.4. Дисконтований період окупності (DPB)

DPB – термін окупності з урахуванням дисконтування. Він показує, скільки часу буде потрібно для того, щоб прибутковість від використання грошових коштів в проекті виявилася рівною прибутковості при альтернативному вкладенні коштів.

Дисконтований період окупності проекту становить 109,6 місяця.

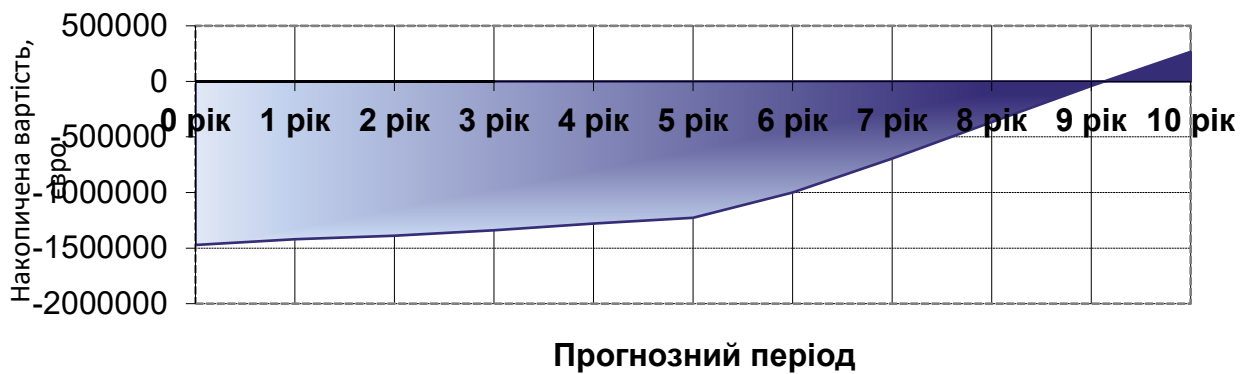


Рис. 23. Графік дисконтованого терміну окупності проекту

8.5. Внутрішня норма рентабельності (IRR)

Проект вважається прийнятним, якщо розраховане значення IRR не нижче необхідної норми рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою компанії.

Розрахунок показника:

$$\sum \frac{CF_t}{(1 + IRR)^{t-1}} - Investments = 0$$

де Investments – початкові інвестиції;

CF_t – чистий грошовий потік місяця t;

IRR – внутрішня норма рентабельності.

У розробленому проекті розраховане значення IRR за основною валютою (євро) становить 12,4%. Показник свідчить про наявність необхідної норми рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою компанії і підтверджує ефективність інвестиційного проекту.

8.6 Індекс дохідності (PI)

Показник індексу прибутковості (PI) демонструє відносну величину прибутковості проекту. Він визначає суму прибутку на одиницю інвестиційних коштів. Обов'язкові умови реалізації проекту – індекс прибутковості повинен бути більше 1.

Розрахунок показника:

$$PI = \frac{\sum \frac{CF_t}{(1 + r)^{t-1}}}{Investments}$$

де Investments – початкові інвестиції;

CF_t – чистий грошовий потік місяця t;

r – місячна ставка дисконтування;

PI – індекс дохідності.

У розрахунковому проекті індекс прибутковості (PI) по основній валюті (євро) становить 1,18. Показник більше 1, що підтверджує ефективність інвестиційного

проекту. Інтерпретувати показник можна наступним чином: одна інвестована грошова одиниця приносить додатковий дохід, покриваючи при цьому інвестовану грошову одиницю.

8.7. Точка беззбитковості

Аналіз беззбитковості підприємства зводиться до визначення мінімального обсягу реалізації товару (при стабільних постійних витратах), при якому господарство може, з одного боку, забезпечити беззбиткову операційну діяльність у плановому періоді, з іншого – створити умови для самофінансування.

Точка беззбитковості характеризує обсяг продажу товару, при якому прибуток підприємства дорівнює нулю, тобто виручка від продажу товарів відповідає витратам на їх виготовлення. Точку беззбитковості називають також точкою «порогового» прибутку або точкою рівноваги.

Точка беззбитковості проекту досягається при пропорційному 15% завантаженні підприємства.

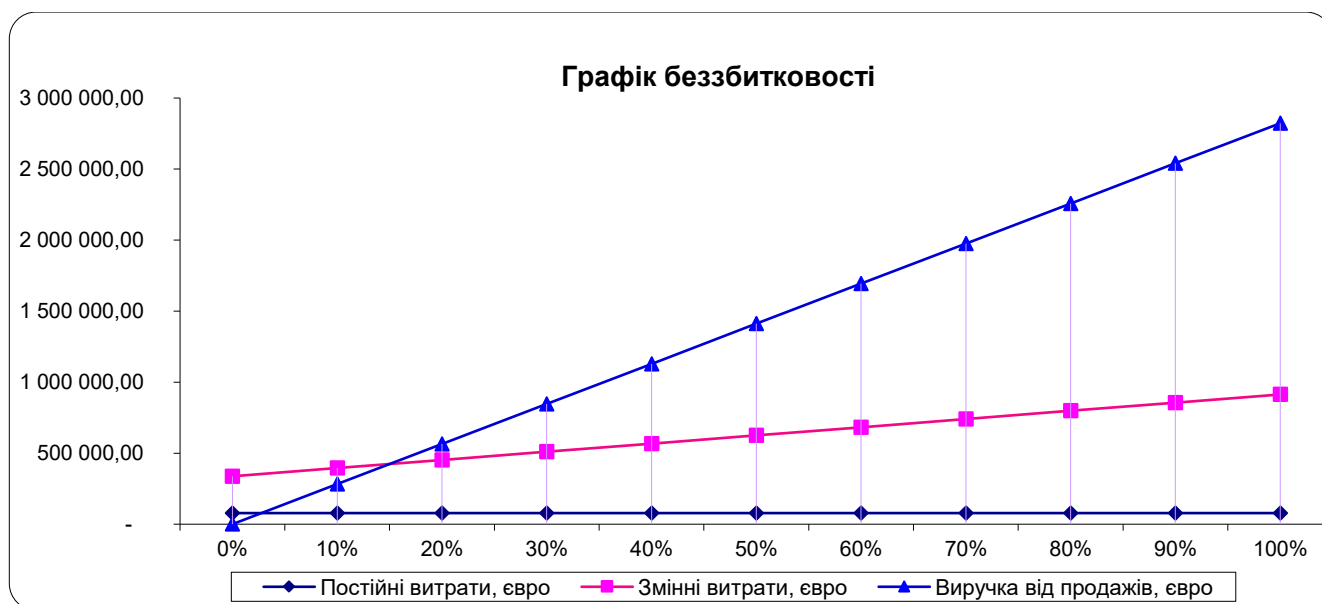


Рис. 24. Розрахунок точки беззбитковості

9. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ

9.1. Аналіз можливостей мінімізації ризиків

Розглянемо основні причини, які можуть вплинути на ступінь ризику даного бізнесу. Всі ризики умовно можна розділити на 2 групи:

Таблиця 30. Технологічні ризики

№	Ризик	Оцінка ймовірності	Дії для мінімізації ризику	Механізм страхування
1				
2				
3				
4				

Таблиця 31. Економічні ризики

№	Ризик	Оцінка ймовірності	Дії для мінімізації ризику	Механізм страхування
1				
2				
3				

ДОДАТКИ