

Поддержка и развитие кредитования коммерческих банков в России с малым бизнесом

Шмаков Д.А.

ЛФ РАНХиГС, Россия, Липецк, e-mail: Dimakichmas@gmail.com

Рассматривается ведущая роль поддержка и развитие кредитования коммерческих банков в России с малым бизнесом. Выделены основные проблемы развития коммерческих банков и малого бизнеса. Разработаны рекомендации по кредитованию бизнеса коммерческими банками.

Ключевые слова: бизнес, кредитование, инновации, коммерческие банки.

Support and development of lending to commercial banks in Russia with small businesses

Shmakov D.A.

LF RANEPА, Russia, Lipetsk, e-mail: Dimakichmas@gmail.com

The leading role of support and development of lending to commercial banks in Russia with small businesses is considered. The main problems of the development of commercial banks and small businesses are highlighted. Recommendations for business lending by commercial banks have been developed.

Keywords:

business, lending, innovation, commercial banks.

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. РЕЗЮМЕ</u>	3
<u>2. ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ В ОТРАСЛИ</u>	4
<u>3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА БИЗНЕСА</u>	5
<u>4. АНАЛИЗ РЫНКА</u>	6
<u>5. ПЛАН МАРКЕТИНГА</u>	9
<u>6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН</u>	10
<u>7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН</u>	18
<u>8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН</u>	19
<u>9. РИСКИ И СТРАХОВАНИЕ</u>	22

РЕЗЮМЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Цель данного проекта – организация сыроварни производительностью 500 кг/сутки.

Плавленный сыр — молочный продукт, получаемый в результате переработки обычного сыра или творога.

Плавленный сыр вырабатывается из сыров для плавления, творога, масла и других молочных продуктов с добавлением специй, насыщенных растительных жиров и наполнителей путём плавления сырной массы при температуре 75-95 °С в присутствии добавок — солей-плавителей (цитраты и фосфаты натрия и калия).

Изготавливаемые сорта плавленого сыра:

– Натуральный плавленный сыр

Место расположения – г. Липецк.

Проект отличается низкими инвестиционными затратами и имеет высокую инвестиционную привлекательность

Срок окупаемости (PP), мес	3
Первоначальные инвестиции, руб.	1 604 830
Чистая прибыль, руб.	9 401 178
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	9 961 069

Высокий спрос на продукцию предприятия обусловлен продуктовым эмбарго, введенным в отношении западных поставщиков продуктов питания, в том числе различных видов сыра.

В настоящее время по проекту:

- проведены работы по подготовке помещений, в которых будет располагаться производство;
- проведен анализ рынка сыров;
- проведены переговоры с фирмой-поставщиком оборудования и сырья;
- проведен анализ эффективности проекта и подготовлен бизнес-план его реализации.

Стоимость оборудования составляет руб. 1 334 000

Размер необходимого кредита составляет руб. 1 800 000

ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

СОВРЕМЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПЛАВЛЕНОГО СЫРА

На протяжении последних трех лет в России наблюдается подъем производства плавленого сыра. В 2019 году в России было произведено 132713,3 тонн плавленого сыра, что на 18,7% больше объема производства предыдущего года.

Лидером производства плавленого сыра от общего произведенного объема за 2019 год стал Центральный федеральный округ с долей около 73,2%.

В период 2017-2020 гг. средние цены производителей на плавленый сыр выросли на 25,2%, с 164 358,8 руб./тонн. до 205 773,2 руб./тонн. Наибольшее увеличение средних цен производителей произошло в 2019 году, тогда темп прироста составил 10,3%

Средняя цена производителей на плавленый сыр в 2020 году выросла на 9,9% к уровню прошлого года и составила 205 773,2 руб./тонн.

Средняя розничная цена на плавленые сыры в 2020 году выросла на 6,0% к уровню прошлого года и составила 422,6 руб./кг.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА БИЗНЕСА

Производство плавяных сыров как бизнес привлекает инвесторов по нескольким причинам: в отличие от твердых сортов, технология изготовления здесь проста, для реализации бизнес-идеи не требуется сложное и дорогое оборудование, многочисленный персонал и большие производственные площади.

Остро стоит вопрос высокой конкуренции и сбыта готовой продукции. Новичкам бывает непросто завоевать своего покупателя и полки городских супермаркетов, но эти проблемы актуальны для любого вида пищевого производства.

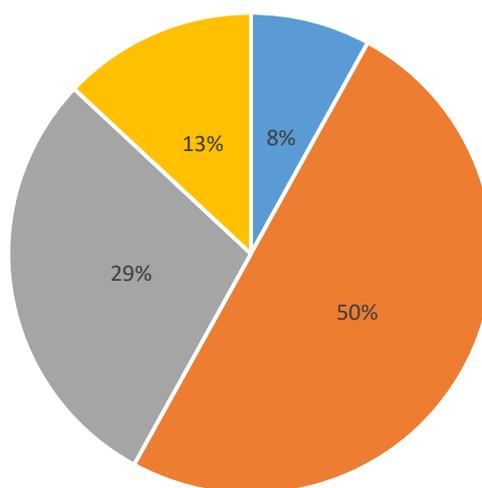
Качественней плавяный сыр пользуется высоким спросом. Он полезный и почти полностью усваивается, а доступная цена делает этот продукт широко востребованным.

Классифицируются плавяные сыры:

1. По форме выпуска (ломтики, в тубах, колбасные, пастообразные).
2. По вкусовым свойствам (сладкие, острые, нейтральные).
3. По наличию/отсутствию добавок (специи, ароматизаторы, орехи, сухофрукты, пряности)
4. По составу (натуральные, порошковые).

Одиноко лежащий на полке холодильника плавяный сырок "Дружба" – известнейший студенческий стереотип эпохи советского времени. Несмотря на всю иронию, вкладываемую в эту фразу, плавяный сыр по-прежнему популярен у россиян. И хотя в прошедшем году лишь 8% жителей нашей страны покупали этот продукт каждый день, 50% делали это 3–4 раза в неделю, а еще около 30% – 1–2 раза в неделю

Частота покупки плавяных сыров.



■ Каждый день ■ 3-4 раза в неделю ■ 1-2 раза в неделю ■ 2-3 в месяц

АНАЛИЗ РЫНКА

В отношении компаний-производителей отечественный рынок плавленого сыра повторяет картину, сложившуюся ранее на рынке молочных продуктов: высокий уровень присутствия множества местных (региональных) производителей – их насчитывается более 150, – постепенно вытесняемых в регионах компаниями национального масштаба. В то же время, несмотря на общее историческое сходство с молочным рынком, консолидации на рынке плавленых сыров не происходит: крупные игроки предпочитают вытеснять мелких при помощи узнаваемой брэндированной продукции стабильного качества и увеличения объемов производства. В число "вытесняющих" входят компании, постепенно, но неуклонно наращивающие долю рынка, такие как Valio Ltd. (Финляндия, торговая марка Viola), Hochland AG (Германия, ТМ Hochland), Lactalis Group (Франция, ТМ President), а также столичные производители ЗАО "Московский завод плавленых сыров "Карат" и ОАО "Вимм-Билль-Данн Продукты питания".

Продукция Valio пока продолжает лидировать: марка Viola знакома всем покупателям плавленых сыров, а доля финского концерна в общем объеме продаж составляет около 20% в стоимостном выражении (рис. 2, 3). Столь высокий показатель продаж может быть связан с так называемой привычкой потребления сыра Viola, сформировавшейся еще в советские годы.



**Доля ведущих игроков рынка общем объеме продаж,
в стоимости выражения процента**

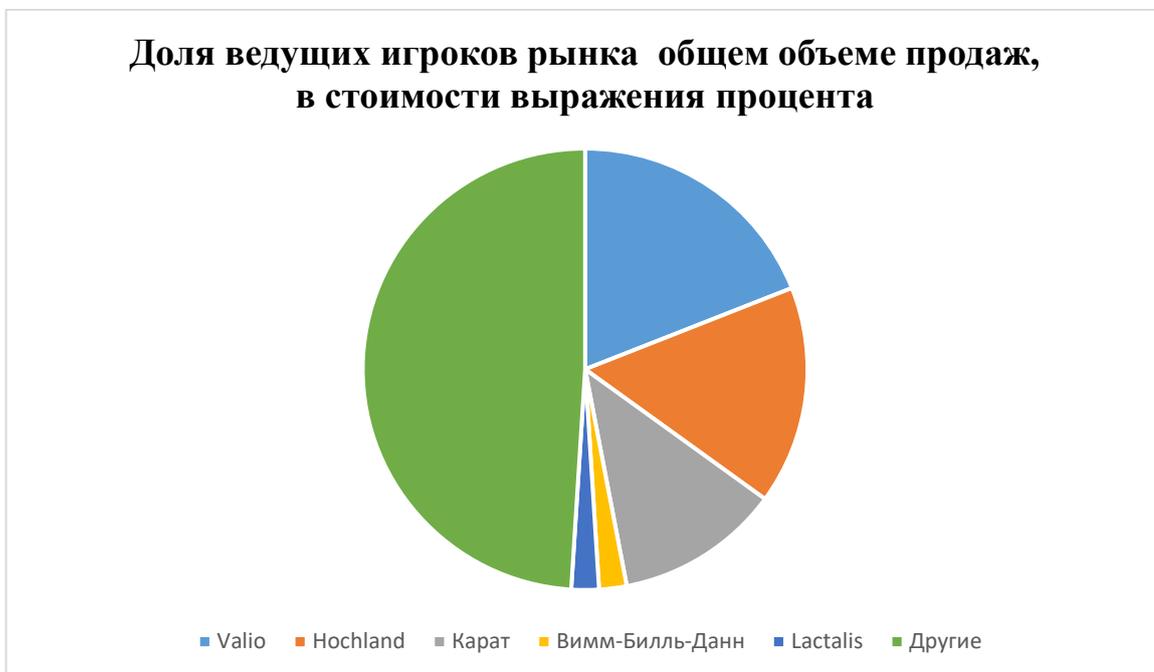


Таблица 1 – Анализ конкурентов Российского сыра

Объект	Цена	Безопасность	Натуральность	Внешний вид	Вкусовые качества
Valio	5	8	7	8	7
Hochland	6	8	7	9	8
Карат	8	8	6	7	6
Чизмэн	9	8	9	6	8

«Valio Российский»

Производитель: ООО «Аллгой», по заказу Valio

Состав: молоко нормализованное пастеризованное, бактериальная закваска мезофильных и термофильных молочнокислых микроорганизмов, соль, агент антислеживающий E536, молоко свертывающий ферментный препарат животного происхождения (сычужный фермент), комплексная пищевая добавка (краситель аннато, регулятор кислотности E524), уплотнитель хлорид кальция, ферментный препарат животного происхождения лизоцин (содержит консервант E202, продукты переработки яиц).

Его описывали так: сыр с горчинкой, вкус сливочно-молочный, имеет странный привкус, похож на плавленый. И несколько человек были в восторге от сыра, они написали: молочный, полный, живой вкус, отличный сыр.

Цена: 797 руб/кг

Сыр «Hochland»

Производитель: *Головная организация:* HOCHLAND Holding GmbH & Co. KG *Дочерние компании:* ООО «Hochland Russland»

Состав: сыр полутвердый, масло сливочное, молоко сухое цельное и/или обезжиренное, белок молочный, регулятор кислотности (E330), эмульгаторы (E331, E450, E452), соль поваренная пищевая, вода питьевая.

Его описывают так: Одним из лучших аналогов, который имеет вкусовые ощущения легкой сладости и послевкусия кислинки. Многие взрослые люди его сравнивают с советским плавленым сыром «Дружба», который напоминает студенческие годы. Из недостатков отмечают не удобное вскрытие упаковки из-за сильного клея на бортах.

Цена: 700 руб/кг

Сыр «Карат»

Производитель: Московский завод плавленых сыров ОАО «Карат»

Состав: сыр, сливки, масло сливочное, восстановленная молочная сыворотка, загустители - E1422, E407, камедь целлюлозы, ксантановая камедь, эмульгаторы E339 и E450, творог, молоко сухое обезжиренное, молочный белок, соль пищевая, регулятор кислотности - лимонная кислота, консервант - сорбат калия, ароматизатор.

Его описывают так: Качественная упаковка, хорошие сладкие сыры карамель, шоколад, сливочные по вкусу напоминает отдаленно сыр Пармезан. Так же некоторые отмечают, что его можно использовать для выпечки.

Из недостатков - плохая попытка воспроизведения советского аналога сыра «Дружба», состав компонента E339 (нарушение усвоения кальция в организме).

Цена: 530 руб/кг

«ЧИЗМЭН Российский»

Производитель: ИП «ЧИЗМЭН»

Состав: молоко пастеризованное, бактериальная закваска мезофильных молочнокислых микроорганизмов, молокосвертывающий ферментный препарат животного происхождения, соль поваренная пищевая, хлористый кальций, пищевой краситель аннато.

Сыр имеет слегка плотную структуру, приятный сметанный привкус, ощущается приятная сырная кислинка.

Цена: 320 руб/кг

ПЛАН МАРКЕТИНГА

Стратегия продвижения товара на рынок

Целевая аудитория нашего производства это - мужчины и женщины, средним уровнем дохода (от 15 000 рублей в месяц). Как следствие, в качестве канала сбыта будут использоваться розничные несетевые магазины продуктов питания, расположенные в жилых зонах города.

Для продвижения товара будут использоваться:

- 1) реклама на заднем стекле муниципальных автобусов;
- 2) разработка профиля и настройка рекламы в instagram.

Расчет затрат на продвижение товара на рынок

Таблица 1 - Расчет затрат на продвижение товара на рынок

Наименование	Цена за 1 ед.	Количество												Стоимость, тыс. руб.											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. На муниципальных автобусах (заднее стекло)	2820	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Instagram	150	30	29	30	31	30	31	30	31	30	31	30	31	4,5	5,8	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6
Итого:														18,6	5,8	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,6
														Итого за год : 68 700руб.											

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Техническая карта производства плавленого сыра.

1. Учет сырья отбракованных или некондиционных твердых сыров (избавление от порченных элементов сырья).

1.1. Некондиционные твердые сыры сначала моют.

1.2. Избавляют при необходимости от пленок и парафина.

1.3. Возможно замачивание в молочной сыворотке.

2. Измельчение сырья (состав: сыр твердый, масло сливочное).

3. Процесс смешивания и создание однородной массы с помощью миксера (состав: сырная масса, молоко, вода, вкусовой наполнитель).

4. Запекание при 75-95 °C с добавлением солей-плавителей (соли лимонной, калиевой, натриевой кислоты).

5. Дозревание (1,5-2,5 часа).



ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЛАВЛЕННЫХ СЫРКОВ



Технические характеристики вакуумного миксера-гомогенизатора для термизации и измельчения продуктов УМТИ-СИ. (объем - 50л, 100л, 150л, 300л, 420л, 700л, 1000л и по согласованию)

Наименование		СИ-50	СИ-150	СИ-300	СИ-420	СИ-700	СИ-1000
Геометрический объем, л		50	150	300	420	700	1000
Рабочий объем, л		40	130	250	350	600	
Частота вращения, об/мин	мешалки	0—35 (плавная регулировка)					
	ротора	0—3000 (плавная регулировка)					
Мощность привода, кВт	мешалки	0,75	1,8	2,2	3	4	
	ротора	7,5	22	30	37	45	53
Температура нагрева продукта, °С		110					
Давление в рабочем объеме чаши, МПа		—0,04...+0,1					
Параметры пара, подаваемого в рубашку	Давление, МПа	0,3					
	Температура, °С	140					
	Расход, кг/час	20	60	80	100	120	140

Для расширения производимой продукции линия может быть доукомплектована копильными камерами, чтобы изготавливать копченые плавленые сыры.

Стратегия развития производства

Для развития нашего небольшого сыродельного производства была выбрана стратегия, ориентированная на плавленый сыр в виде пасты в пластиковых контейнерах с высокими потребительскими свойствами. Для старта мы выбрали одни из самых популярных вкусов (грибной, паприка, чили, сливочный) плавленых сыров. В дальнейшем мы планируем покупку дополнительной сыроварни, открытие собственного магазина, а также постепенное расширение производства, которое будет включать в себя производство таких видов плавленых сыров :

- Колбасные;
- Ломтики;
- Треугольники;

План капитальных вложений

Таблица 1 – План капитальных вложений на 2021 г.

Наименование	Цена, руб.	Количество	Стоимость, руб.	Дата оплаты
Установка УМГИ-СИ-300	1 250 000	1	1 250 000	01.01.2021
Дозатор ножной (шприц-дозатор) DF-50	39 000	1	39 000	01.01.2021
Сетчатый контейнер на колесах КС 02 (В*Ш*Г) 920x1200x700мм	12 950	2	25 900	01.01.2021
Стол разделочный СР-2/1000/600-СП-О	4 155	6	24 930	01.01.2021
Камера склад 0°С...+10°С	45 000	1	45 000	01.01.2021
Ведро 500 мл. пластиковое с крышкой и ручкой	9	20 000	180 000	01.01.2021
Ремонт/Монтаж	40 000	1	40 000	01.01.2021
Итого			1 604 830	

Расчет амортизационных отчислений

Таблица 2 – Расчет амортизационных отчислений за 2021 г.

Наименование	Цена, руб.	Количество	Стоимость, руб.	Срок полезного использования, лет	Сумма амортизации, руб.
Установка УМТИ-СИ-300	1 250 000	1	1 250 000	10	125 000
Итого:			1 250 000		10 416,6

Таким образом, в 2021 году размер амортизации составит 1250000 руб., а амортизационные отчисления каждый месяц будут равны 10416,6 руб.

Расчет переменных издержек за 2021 г. (на 1 замес- 250кг готовой продукции)

Таблица 4 – Плавленный сыр

Наименование	Количество	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Сыр твердый некондиционный	150 кг.	85 р/кг	12 750
Сливочное масло	30 кг.	340 р/кг	10 200
Молоко	82,5 л.	35 р/л	2 887,5
Вода	49,5 л.	15 р/л	742,5
Сода	5,1 кг.	957 р/мешок	195,2
Лимонная кислота	3,9 кг.	110 р/кг	429
Добавки (грибы, паприка, чили,)	6 кг.	90 р/кг	540
Итого:			27 744,2

На 1 кг – 110,98 руб.

Расчет переменных издержек за 2021 г.

Таблица 5 – Расчет переменных издержек за 2021 г.

Наим-е	Затраты за 1 уп.	Количество, тыс уп.												Стоимость ,тыс.руб.											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Сыр плавленный сливочный 500 гр. (1 уп)	65	1,2	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	78	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5
Сыр плавленный со вкусом грибы, 500 гр. (1 уп)	65	1,2	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	78	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5
Сыр плавленный со вкусом паприка, 500 гр. (1 уп)	65	1,2	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	78	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5
Сыр плавленный со вкусом чили, 500 гр. (1 уп)	65	1,2	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	3,7	78	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5	240,5
Итого														312	962	962	962	962	962	962	962	962	962	962	962
Итого год																									10894

Расчет объема продаж за 2021 г.

Таблица 6 – Расчет объема продаж за 2021 г.

Наим-е	Цена за 1 уп.	Количество, тыс.уп.												Стоимость ,тыс.руб.											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Сыр плавленый сливочный 500 гр. (1 уп)	160 р.	1,25	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Сыр плавленый со вкусом грибы, 500 гр. (1 уп)	160 р.	1,25	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Сыр плавленый со вкусом паприка, 500 гр. (1 уп)	160 р.	1,25	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Сыр плавленый со вкусом чили, 500 гр. (1 уп)	160 р.	1,25	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Итого за год														800	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400	2400
Итого год		27200																							

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Организационная стратегия

Для организации сыроварни необходимо иметь следующий персонал:

- Разнорабочий (4 человека);
- Технолог (1 человек)

Организовывать работу сыроварни будет сам ИП, который отвечает за качество сырья, поиск поставщиков и покупателей и за все организационные моменты. В дальнейшем можно нанять директора или заместителя для передачи части дел.

Также ИП обязан выплатить за себя Социальные отчисления на сумму: 40874р.

Всю непосредственную работу по производству сыра будут выполнять рабочие. Важно, чтобы они имели медицинские книжки, были опрятны и аккуратны. Уборка будет осуществляться также силами рабочего персонала.

Режим работы

На предприятие будет использоваться сменный график работы 2/2. по 12 часов.

Режим работы сотрудников будет с 8.00 до 20.00 по будням с перерывом в 30 минут.

Таблица 7 – Заработная плата рабочих.

Должность	Количество	З/п в месяц	С/о в месяц	З/п в год	С/о в год	Сумма в месяц	Сумма в год
Технолог	1	40000	12000	480000	144000	52000	624000
Разнорабочий	4	80000	24000	960000	288000	104000	1248000
Итого:		120000	36000	1440000	432000	156000	1872000

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Финансовая стратегия

Для нормального функционирования предприятия необходимы заемные средства в размере 1 800 000 руб. Для этого необходимо взять кредит в банке под 13% годовых сроком на 3 года.

Плановый отчет о финансовых результатах

Расчет результатов финансово-хозяйственной деятельности:

ЧП=ВП-ЗПТР-КВ—Ам-Пост.И-Пер.И-(з/п+с/о)-% по кредиту-Налоги

ЧП за 2021 г. = 9 961 069 руб.

Расчет платежей по кредиту

Сумма: 1 800 000руб.

Срок кредита: 36мес.

Ставка: 13%

Ежемесячные выплаты: 60 649 руб.

План движения денежных средств

Таблица 1 - План движения денежных средств

Наименование	0	1			2			3			4		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
На начало периода приток денежных ср-в	0	154296	127505	984964	1842273	2699432	3556741	4413900	5271209	6128368	6985677	7842836	8700145
1.ВП	0	800000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000	2400000
2.Кредит	1800000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.СС	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σ притока	1800000	954296	2527505	3384964	4242273	5099432	5956741	6813900	7671209	8528368	9385677	10242836	11100145
Отток ден-ых ср-в													
1.ЗПТР	0	18600	5800	4500	4650	4500	4650	4500	4650	4500	4650	4500	4650
2.КВ	1604830	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.Пост.И	0	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542	95542
4.Пер.И	0	312 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000	962 000
5.З/п+с/о	40874	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000	156 000
6.Платежи по кредиту	0	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649	60649
7.Налоги	0	40 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
8.Прочие	0	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000	144000
Σ оттока	1645704	826791	1542541	1542691	1542841	1542691	1542841	1542691	1542841	1542691	1542841	1542691	1542841
На конец периода приток денежных ср-в	154296	127505	984964	1842273	2699432	3556741	4413900	5271209	6128368	6985677	7842836	8700145	9557304

Расчет точки безубыточности в натуральном эквиваленте:

$TБУ = \text{Пост.И} / (\text{Цен.р} - \text{Пер.И}) = 95500 / (160 - 65) = 1000$ штук

$1000 * 160 = 160\ 000р$

При валовом доходе 160 000р предприятие выйдет в ноль.

Ставка дисконтирования :

$WACC = 13 * 1800000 / 1800000 = 13\%$

Таблица 2 – Денежные потоки

Показатель	0	1	2	3	4	5
	Приток					
Выручка	0	27200000	27200000	27200000	27200000	27200000
Амортизация	0	125000,00	125000,00	125000,00	125000,00	125000,00
	Отток					
Инвестиционные затраты	1800000	0	0	0	0	0
Операционные расходы	0	13981204	13981204	13981204	13981204	13981204
% по кредиту	0	727788	727788	727788	0,00	0,00
Налоги	0	1360000	1360000	1360000	1360000,00	1360000,00
Чистый ДП	-1800000	11256008	11256008	11256008	11983796	11983796
Накопленный ДП	-1800000,00	9456008	20712016	31968024	43951820	55935616
Wacc	13%					
		9961069,03	8815105,33	7800978,17	7349886,52	6504324,35
NPV=	38631363,40					
PP=	0,19146537					

РИСКИ И СТРАХОВАНИЕ

В данной деятельности существует несколько основных факторов риска.

Вид риска	Меры минимизации риска
1. Отсутствие собственной базы по производству сыра	<ul style="list-style-type: none">– заключения долгосрочных контактов с поставщиками, которые прошли проверку качества;– создание в дальнейшем собственной базы по производству сыра.
2. Не сбыт необходимого количества продукции	<ul style="list-style-type: none">– продажи товаров частным лицам в собственных магазинах и в торговые сети;– продажи через интернет-магазин.– Продажи на ярмарках
3. Качество товара	<ul style="list-style-type: none">– использование только качественного сырья;– использование современного оборудования;– строгий контроль за технологическим процессом.