МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

«ХАРЬКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»

Допускаю к защите

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**КУРСОВА РАБОТА**

Виконала

Ст. БФ 18-б групи

Мірошниченко Сн. Ю

Перевірив

Професор Лернер Ю.І

Харьков

2010

СУТЬ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

На данном этапе развития предприятия был разработан бизнес-план, для более эффективной деятельности, более высокой прибыли и более высокой конкурентоспособности.

Большие изменения произошли на предприятии, обусловлены переходом к новым рыночным отношениям, всеобщей глобализацией и интеграцией в мировое сообщество.

В условиях растущей конкуренции предприятие взяло курс на приобретение современного оборудования, внедрение новых технологий, улучшение внешнего вида продукции, ее упаковки, разработки новых видов продукции. С этой целью ведется деловое сотрудничество с зарубежными фирмами, которые поставляют оборудование, шоколад, какао, упаковочные материалы, например, новое современное оборудование получено из Чехии.

Итальянская фирма поставляет упаковку для карамели и конфет. Польская - художественные коробочки для конфет.

В тесном контакте работаем с Россией (экспорт-импорт). Работа в этом направлении продолжается.

Приятно то, что кондитерские изделия предприятия уже знают в мире. Представители предприятия участвовали в международных выставках в Италии, Франции, Германии.

Для обеспечения оперативности обработки информации, совершенствования управления деятельностью предприятия и использования аналитической информации на предприятии внедрена автоматизированная система с применением компьютерной техники.

В результате реализации инновационного проекта «Внедрение охлаждающей технологии вафельного производства» на предприятии внедрена новая охлаждающая технология, которая распространяется на все виды кондитерской продукции, способствует интенсификации процесса охлаждения и экономному расходу электроэнергии.

Основными проблемами предприятия являются неплатежи со стороны покупателей (возрастает дебиторская задолженность), рост цен на закупку основного сырья и вспомогательных материалов, экспортно-импортные операции, большое насыщение рынка кондитерскими изделиями иностранного и отечественного производства.

Тенденции развития предприятия и производимой им продукции:

1. расширение ассортимента готовой продукции путем использования новых видов фруктовых начинок для карамели;
2. разработка новых видов изделий;
3. технологическое переоснащение действующего производства;
4. повышение качества продукции путем совершенствования технологического оборудования;
5. увеличение сроков хранения продукции путем использования термоусадочной пленки или других современных материалов и упаковки продукции в среде инертных газов;
6. производство конкурентоспособной продукции за счет более-низких издержек и, следовательно, цен;
7. проведение политики гибких цен и ускорение поступления за счет этого денежных средств, максимизация прибыли;

ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ЯСЕН»

ОАО «Ясен» осуществляет торгово-производственную деятельность, относится к отрасли пищевой промышленности.

Предприятие производит кондитерские изделия, относящиеся к товарам народного потребления, занимает значимое место среди производителей указанной продукции.

Важно то, что предприятие единственное в своем регионе (области) производит для население изделия первой необходимости: конфеты, карамель, вафельные изделия, печенье. Указанные изделия поставляются красочно художественно оформленными в художественных коробках, единичной расфасовки, в завертке.

Реализация продукции в пределах области составляет до 45%. Отсюда выплывает что предприятие является весомым плательщиком местных налогов.

Объем продаж в пределах Украины достигает 50% от общего объема. Несмотря на существующие сложности, возникающие в связи с растущей конкуренцией со стороны крупных концернов, коллектив предприятия нацелен на наращивание объемов производства, расширение рынков сбыта за счет повышения конкурентоспособности изделий.

Объем производства продукции на предприятии достигает 3000т.

В 2008 году объем выручки от реализации всей продукции составил 9114 тыс. грн.. По сравнению с 2007г. рост составил 104,4% (объем выручки от реализации в 2004г. равен 8733 тыс. грн.).

В 2009 году планируется обеспечить прирост продукции на 5,6%, довести объем производства до 2300т., получить чистой прибыли около 400 тыс. грн.

Для обеспечения роста производства: закупки сырья, обновления ассортимента продукции, повышения ее качества и конкурентоспособности необходимы дополнительные средства.

Резюме предприятия

ОАО «Ясен»;

код предприятия по ЕДРПОУ - 00274443;

код по СПОДУ - 05742;

код территории по СПАТО - 1185910037;

юридический адрес:

14000, г. Чернигов, ул. Борисенка, 41 - А;

Форма собственности – коллективная;

код отрасли по ЗКГНГ – 18114.

Уставной капитал - 460,2 тыс. грн.

Основные виды деятельности - производственная, торговая.

Платежные реквизиты:

р/с 26003301830192, МФО 353456, код 00382295 «Проминвестбанк»

индивидуальный, код 003822925261.

Предприятие занимает территорию площадью 2300м2. на которой расположены:

1. карамельный цех;
2. конфетный цех;
3. бисквитный цех;
4. механическая мастерская;
5. административные помещения;
6. складские помещения (сырья и готовой продукции);
7. котельная;
8. другие сооружения;
9. цех по производству сладкой, газированной воды;
10. цех по производству минеральной воды.

Предприятие специализируется на выпуске кондитерских изделий:

1. карамели;
2. конфет глазированных и не глазированных;
3. драже;
4. печенья;
5. вафельных изделий.

Работа любого предприятия не может быть

Анализ слабых и сильных сторон фабрики показал необходимость ведение более активной работы по продвижению своей продукции на рынок путем использования рекламы, совершенствования форм работы с постоянными покупателями, а также налаживания прямых контактов с потенциальными клиентами.

ПЛАН МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Стратегия маркетинга включает комплексную систему организации производства и сбыта продукции, включающую анализ рынка, взаимодействие различных видов деятельности предприятия: планирование, ценообразование, продажу (покупку), доставку сырья, продукции (товаров) и оказание услуг, в которых существует потребность у реальных и потенциальных покупателей.

Основная цель маркетинга - обеспечение максимального объема прибыли в процессе купли-продажи, при котором удовлетворение спроса является фактором достижения цели, сохранение положения на рынке и укрепление позиций.

На предприятии создана служба маркетинга, которая является структурным подразделением аппарата управления и обеспечивает производственно-сбытовую деятельность.

Структура отдела маркетинга представлена следующей схемой:

### ***Директор предприятия***

### Начальник отдела маркетинга

Маркетолог – 3 чел.

#### Декларант – 1 чел.

### Экспедитор – 1 чел.

**Схема 1** – Структура отдела маркетинга

Для решения поставленных задач служба маркетинга взаимодействует с другими структурными подразделениями предприятия.

#### Внешняя среда

#### **Внутренняя среда**

#### Цели предприятия

#### Цели маркетинга

#### Цели анализ факторов рынка

#### Планирование товародвижения

#### Маркетинговые решения

#### Анализ и контроль

#### Система информации и управления

**Схема 2 –** структура маркетинговой деятельности предприятия

**Основная идея проекта (обзор продукции)**

ОАО «Ясен» является одним из крупнейших производителей кондитерських изделий, в Черниговской области. Предприятие производит различные виды кондитерской продукции и осуществляет торгово-производственную деятельность, относится к отрасли пищевой промышленности.

Основная идея проекта – рассмотреть возможность расширения производства, обновления ассортимента продукции, повышения ее качества и конкурентоспособности для обеспечения роста прибыли.

Кондитерские изделия относятся к продуктам первой необходимости, и спрос на них всегда был, есть и будет, поэтому есть смысл увеличения объема производства, тем более что объемы реализации продукции растут, за 2005г. рост составил 4,8 % по сравнению с 2004г.

Кондитерские изделия нашего предприятия не содержат вредных химических добавок, которых хватает в продукции других производителей кондитерских изделий, что есть несомненным плюсом для нашей продукции.

Несмотря на установление Россией ограничения (введения пошлины) на Украинские кондитерские изделия, в частности, карамель, предприятие нацелено на продолжение экспортных поставок в Россию своей продукции.

С этой целью на предприятии уже проводится работа по обновлению ассортимента выпускаемой продукции, в частности, разрабатываются новые виды карамели, содержащей шоколад (глазированные и неглазированные).

Разработаны новые виды какао-содержащих вафельных конфет.

Обновлению ассортимента подлежит 70% продукции.

Это даст возможность продолжить экспорт продукции в Россию, а также расширить рынки сбыта по Украине, так как еще есть незаполненные ниши по этим новым видам продукции.

Принятые меры позволят предприятию сохранить тенденцию к наращиванию объемов производства продукции и ее реализации.

### **Анализ потребителей и сегментация рынка**

Продукция предприятия является конкурентоспособной и пользуется спросом как на территории Украины, так и за ее пределами.

Основные потребители кондитерских изделий по Украине (области): Черниговская, Киевская, Сумская, Полтавская, Ровенская и другие. Реализация по Украине составляет около 53%. Остальная продукция экспортируется в основном в Россию.

Реализация осуществляется через посреднические организации (базы) - около 10,0%, непосредственным розничным структурам - около 20,0%, по прямым контактам с покупателями - около 70,0% (прямой сбыт).

С целью ускорения оборачиваемости средств шире применяются интенсивный сбыт продукции, но часто является неэффективным по причине неплатежеспособности мелких торговых предприятии. Влияние этого фактора усугубляется потерей этических норм бизнеса.

Независимо от времени года продукт покупается в определенных объемах, но есть достаточно серьезные скачки перед новогодними праздниками.

Сегментирование потребителей в настоящем проекте произведем по уровню доходности. В результате рынок будет разделен на следующие сегменты:

Таблица 3.2.1

Сегментация рынка потребителей кондитерских изделий

|  |  |
| --- | --- |
| **Спрос на продукцию** | **По уровню доходности** |
| **Низкий** | **Средний** | **Высокий** |
| Конфеты на развес, добавление более дешевых наполнителе, не завернутые конфеты. | Конфеты из более дорогого сырья, завернутые в привлекательные обвертки. | Элитные конфеты в коробках, с дорогим наполнителем, с качественными и привлекательными обвертками. |

Таким образом, на настоящий момент можно выделить три основные группы потребителей, которые готовы предъявить платежеспособный спрос на предлагаемые им услуги:

- группа потребителей с высоким уровнем доходности и определенными привычками;

- группа потребителей со средним уровнем доходности;

- группа потребителей с ниже среднего уровнем доходности, которая может лишь частично удовлетворить свою потребность.

**Анализ конкурентов и определение конкурентной политики**

Основными конкурентами предприятия являются:

1. концерн «АВК»;
2. Львовская кондитерская фирма «Свиточ»;
3. Одесская кондитерская фабрика; Винницкая кондитерская фабрика;
4. Киевская кондитерская фабрика;
5. Черниговская кондитерская фабрика «Стрела».

Анализ объемов производства предприятий конкурентов проводила независимая экспертная компания «Монолит». Результаты приведены в таблице 3.3.2

Таблица 3.3.2

Объемы производства предприятий конкурентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Предприятия-конкуренты** | **Объем производства, т.** | **Стороны** |
| **Сильные** | **Слабые** |
| Львовская кондитерская фирма «Свиточ» | 24444,00 | Новые технологии, оборудование, ассортимент. | Применение химических заменителей |
| Одесская кондитерская фабрика | 9707,00 |
| Винницкая кондитерская фабрика | 24095,00 |
| Киевская кондитерская фабрика | 12722,00 |

Возможности повышения конкурентоспособности предприятия - внедрение новых технологий, нового оборудования (новых линий), улучшение внешнего вида за счет упаковки, разработка новых видов продукции.

Расширение объемов продаж планируется проводить в двух направлениях:

1. за счет увеличения емкости рынка;
2. за счет наращивания производственного потенциала фабрики.

При формировании объема продаж ключевое место занимает вопрос ценообразования. Учитывая разбалансирование механизма ценообразования, значительный уровень конкуренции на предприятии применяется ценовая эластичность. Цены устанавливаются на основе соглашении между покупателями и предприятием с учетом экономических интересов. Снижение цен предопределено повышением объемов выпускаемой продукции и сокращением за счет этого издержек производства.

Как конкурентную политику лучше выбрать стратегию лидерства по издержкам. Главная задача данной стратегии – получение и поддержка величины издержек на более низком уровне, чем у конкурентов, тем самым предлагая покупателям более низкую цену.

Для проведения стратегии лидерства по издержкам необходимы следующие предпосылки:

* доступ к капиталу;
* нововведения и усовершенствование производственного процесса;
* тщательный контроль рабочей силы;
* простые в изготовлении продукты;
* система сбыта, не требующая больших издержек.

### **Выбор связи «продукт - рынок»**

Связь «продукт-рынок» определяет стратегические границы концепции маркетинга, а ориентация «продукт-рынок» лежит в основе разработки стратегического проекта.

Стратегия развития рынка. Наряду с существующими потребителями предприятие стремится к освоению новых географических регионов, новых сегментов потребителей, увеличивая объем продаж с помощью новых каналов сбыта и т. д.

Главные цели предприятия и возможные стратегии их достижения представлены в таблице 3.3.4

Таблица 3.4.3

Главные цели компании и возможные стратегии их достижения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компоненты****Бизнеса** | **Цель** | **Стратегия** |
| **Рынок** | Увеличить объем продаж. | Проникновение на другие внутренние рынки и экспорт в страны ближайшего зарубежья. |
| **Люди** | Квалифицированные работники. | Организовать специальные курсы и стажировки. |
| **Производство** | Улучшить качество продукции | Внедрение автоматизированной системы контроля |
| **Ценовая политика** | Сохранить доступный уровень цен | Провести рекламную компанию |

### **Определение маркетингового комплекса**

Компоненты маркетингового комплекса: продукт, цена, продвижение и сбыт.

#### Продукт и политика продукта

Продукция, планируемая к выпуску, обладает свойствами, выгодно отличающими ее от продукции остальных производителей, используемые предприятием натуральные продукты, и невысокая цена, позволяют положительно расположить покупателя к себе, и выступать фундаментом конкурентоспособности продукции.

В нашем проекте продукцией является широкий ассортимент кондитерских изделий, которые будут удовлетворять желание потребителей.

#### Цена и ценовая политика

Учитывая разбалансирование механизма ценообразования, значительный уровень конкуренции на предприятии применяется ценовая эластичность. Цены устанавливаются на основе соглашении между покупателями и предприятием с учетом экономических интересов. Снижение цен предопределено повышением объемов выпускаемой продукции и сокращением за счет этого издержек производства.

#### Продвижение продукта на рынок

Реклама является одной из важных составных частей маркетинга, и призвана перенести качественные характеристики товара на язык покупателя.

 Основной целью и задачей плана мероприятий рекламной компании фабрики на прогнозируемый период, является повышение спроса и стимулирование сбыта выпускаемой продукции.

Главными направлениями рекламной компании являются:

* участие в проводимых международных, региональных, республиканских специализированных универсальных выставках - ярмарках;
* рассылка брошюр, технических характеристик, анкет и рекламно-технической продукции;
* презентация продукции на базах представительств;
* размещения рекламы на страницах ведущих журналов, ориентированных на юридических лиц;
* создание телевизионного имиджа на телевидении;
* размещение рекламы в периодической печати и на транспорте;
* разработка гибкой системы скидок и кредитования для оптовых покупателей.

Анализ каналов сбыта

Каналы товародвижения продукции характеризуются следующими показателями, приведенными в таблице 4.3.5

Таблица 3.5.4

Каналы товародвижения продукции.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Потребители** | **2008г.,** **грн.** | **Удельный вес в общем объеме, %** | **2009г.****(прогноз),****грн.** | **Удельный вес в общем объеме, %** | **2010г.****(прогноз),****грн.** | **Удельный вес в общем объеме, %** |
| Торговая сеть г. Чернигова | 556021 | 6,60 | 1453200 | 15,00 | 1705105,6 | 16 |
| Фирменная торговля | 297326 | 3,50 | 875000 | 9,00 | 1278829,2 | 12 |
| Продтовары | 196689 | 2,30 | 484500 | 5,00 | 426276,4 | 4 |
| Колосок | 69245 | 0,90 | 193800 | 2,00 | 213138,2 | 2 |
| Базис | 60722 | 0,70 | 145300 | 1,50 | 213138,2 | 2 |
| Черниговская область | 905139 | 10,80 | 1600000 | 16,50 | 1811674,7 | 17 |
| По Украине | 2379825 | 28,30 | 2906430 | 30,0 | 3197073 | 30 |
| За пределы Украины | 3944093 | 46,90 | 2029870 | 21,00 | 1811674,7 | 17 |
| Всего | 8409060 | 100,00 | 9688100 | 100,00 | 10656910 | 100,00 |

Реализация продукции осуществляется через посредников организации (базы) - около 10,0%, непосредственным розничным структурам - около 20,0%, по прямым контактам с покупателями - около 70,0% (прямой сбыт).

Таблица 3.5.5

Сравнительная характеристики показателей предприятий конкурентов.

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатели, которые сравниваются** | **Сравнительная оценка с продукцией фирм-конкурентов** **(«+» - лучше, «0» - равно, «-» - хуже)** |
| **Производитель – Чернигов** | **Производитель – «Свиточ»** | **Производитель – Киев** |
| 1. Ассортимент | **0** | **+** | **0** |
| 2. Отпускная цена | **0** | **0** | **0** |
| 3. Применение натуральных продуктов | **+** | **-** | **0** |
| 4. Упаковка | **0** | **0** | **0** |
| 5. Качество | **0** | **+** | **0** |

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

При формировании производственного плана предприятие ориентируется в большей степени на рыночный спрос, а не на загрузку производственных мощностей.

Отсюда, основным документом предприятии является бюджет продаж.

Поскольку этот документ отображает будущие продажи предприятия, то он определяет и объем производства продукции и затраты различных видов ресурсов.

**Бюджет производства**

Бюджет продаж составляется на основе результатов прогноза продаж.

Прогноз продаж - это предположение будущих объемов реализации продукции или услуг.

Таблица 4.1.1

Прогнозируемый бюджет продаж

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 2009г. по кварталам | **Всего за 2009г.** | **Всего за 2010г.** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| Объем продаж, т. | 610,00 | 459,00 | 478,00 | 752,00 | 2299,00 | 2528,00 |
| Цена за единицу, тыс. грн. | 4,09 | 3,99 | 4,02 | 4,57 | 4,21 | 4,22 |
| Доход от продаж, тыс. грн. | 2497,30 | 1833,70 | 1920,10 | 3437,00 | 9688,10 | 10656,91 |

Расчет количества материалов, которые необходимо приобрести в бюджетном периоде, содержит плановый документ – бюджет приобретения материалов.

Объем закупки материалов рассчитывается по формуле:

Объем закупки материалов = производственная потребность в материалах + необходимый запас материалов на конец периода – начальный запас материалов.

Объем закупки материалов (2001г.) = 4140,00 + 849,00 – 832,00 = =4157,00тыс. грн.

Объем закупки материалов (2002г.) = 4554,00 + 933,90 – 915,20 = =4572,70тыс. грн.

Производственная потребность в материалах определяется бюджетом использования материалов (приводится ниже).

Таблица 4.1.2

Бюджет приобретения материалов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 2009г. по кварталам | **Всего за 2009г.** | **Всего за 2010г.** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| Объем производства, т. | 609,00 | 461,00 | 480,00 | 750,00 | 2300,00 | 2530,00 |
| Материальные затраты на единицу за т., тыс. грн. | 1,80 | 1,80 | 1,80 | 1,80 | — | — |
| Производственная потребность, тыс. грн. | 1096,20 | 829,80 | 864,00 | 1350,00 | 4140,00 | 4554,00 |
| Необходимый запас на конец периода, тыс. грн. | 166,00 | 173,00 | 270,00 | 240,00 | 849,00 | 933,90 |
| Общая потребность, тыс. грн. | 1262,20 | 1002,80 | 1134,00 | 1590,00 | 4989,00 | 5487,90 |
| Начальный запас, тыс. грн. | 252,00 | 180,00 | 170,00 | 230,00 | 832,00 | 915,20 |
| Объем закупки материалов, тыс. грн. | 1010,20 | 822,80 | 964,00 | 1360,00 | 4157,00 | 4572,70 |

Бюджет производства определяет запланированные номенклатуру и объем производства продукции в бюджетном периоде.

Объем производства вытекает из бюджета продаж с учетом запланированных запасов готовой продукции.

Бюджет производства приведен в таблице 4.1.3

В результате укрупненной номенклатуры продукции бюджет производства представлен в таблице 4.1.4

Таблица 4.1.3

Бюджет производства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 2009г. по кварталам | **Всего за 2009г.** | **Всего за 2010г.** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** |
| Объем продаж | 610 | 2497,3 | 459 | 1833,7 | 478 | 1920,1 | 752 | 3437,0 | 2299 | 9688,1 | 2528 | 10656,91 |
| Необходимый запас готовой продукции на конец периода | 56 | 229,3 | 40 | 159,8 | 42 | 168,7 | 70 | 319,9 | 208 | 877,7 | 229 | 965,47 |
| Всего | 666 | 2726,6 | 499 | 1993,5 | 520 | 2088,8 | 822 | 3756,9 | 2507 | 10565,8 | 2757 | 11622,38 |
| Запас готовой продукции на начало периода | 57 | 233,4 | 38 | 151,8 | 40 | 160,7 | 72 | 329,1 | 207 | 875,0 | 227,7 | 962,50 |
| Объем производства | 609 | 2493,2 | 461 | 1841,7 | 480 | 1928,1 | 750 | 3427,8 | 2300 | 9690,8 | 2529,3 | 10659,88 |

Таблица 4.1.4

Укрупненная номенклатура продукции бюджета производства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 2001г. по кварталам | **Всего за 2001г.** | **Всего за 2002г.** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** | **Вес, т.** | **Сума, тыс. грн.** |
| Карамель | 516 | 1841,8 | 400 | 1425,0 | 411 | 1465,0 | 550 | 1960,0 | 1877 | 6691,8 | 2064,2 | 8699,53 |
| Драже | 19 | 82,5 | 16 | 69,4 | 20 | 86,8 | 30 | 130,2 | 85 | 368,9 | 93,58 | 394,42 |
| Конфеты | 65 | 522,7 | 40 | 321,6 | 43 | 345,5 | 160 | 1286,3 | 308 | 2476,1 | 338,67 | 1427,36 |
| Вафельные изделия | 9 | 46,2 | 5 | 25,7 | 6 | 30,8 | 10 | 51,3 | 30 | 154,0 | 32,88 | 138,58 |
| Итого | 609 | 2493,2 | 461 | 1841,7 | 480 | 1928,1 | 750 | 3427,8 | 2300 | 9690,8 | 2529,3 | 10659,88 |

Количество и номенклатуру материалов, необходимых для выполнения производственной программы бюджетного периода, определяет бюджет использования материалов.

Стоимость материалов, необходимых для производства продукции, определяется исходя из объема производства, нормы материальных затрат на единицу продукции и метода оценки материальных запасов.

Таблица 4.1.5

Бюджет использования материалов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | 2009г. по кварталам | **Всего за 2009г.** | **Всего за 2010г.** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| Объем производства, т. | 609,00 | 461,00 | 480,00 | 750,00 | 2300 | 2530 |
| Материальные затраты на единицу за т., тыс. грн. | 1,8 | 1,80 | 1,80 | 1,80 | — | — |
| Производственная потребность, тыс. грн. | 1096,20 | 829,80 | 864,00 | 1350,00 | 140 | 4554 |
| Средневзвешенная себестоимость за т. продукции, тыс. грн. | 2,08 | 2,08 | 2,08 | 2,08 | — | — |
| Прямые затраты на производство продукции, тыс. грн. | 2280,10 | 1726,00 | 1797,10 | 2808,00 | 8611,2 | 9472,3 |

Следует отметить, что за последнее время предприятие испытывает трудности в обеспечении производства сырьевыми и иными материально-техническими ресурсами, так как основными поставщиками сырья выступают не непосредственные товаропроизводители, а посреднические коммерческие структуры, завышающие отпускные цены, что сказывается, в конечном счете на ценах реализации продукции, ее покупательской способности и финансовых результатах предприятия. Но предприятие усиленно налаживает контакты с прямыми производителями сырья, и в ближайшем будущем планирует перейти на прямые поставки.

Отдельные виды сырья, в основном это упаковочные материалы, предприятие закупает в странах ближнего и дальнего зарубежья, на что требуются валютные ресурсы.

Изделия изготавливаются в соответствии с требованиями Госстандарта ГОСТ 4570-73, 6477-88, 7060-79, 14031-68 по рецептурам и технологическим инструкциям с соблюдением санитарных правил, утвержденных в установленном порядке.

Контроль качества поступающего на переработку сырья и выпускаемой продукции производится ежедневно специалистами лаборатории, технологических служб.

Производственные помещения характеризуются следующими показателями:

Таблица 4.1.6

Характеристика производственных помещений

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Назначение и характеристика** | **Общая площадь, м2** | **Источник обеспечения** | **Готовность к эксплуатации** |
| 1. | Конфетный цех – производство конфет | 3780,00 | Собственный | Готов |
| 2. | Карамельный цех – производство карамели | 3780,00 | Собственный | готов |
| 3. | Бисквитный цех – производство печенья | 1900,00 | Собственный | готов |
| 4. | Цех драже – вафельное производство, производство драже | 1200,00 | Собственный | готов |

### **Анализ местоположения**

ОАО «Ясен» располагается в г. Чернигове по ул. Борисенка, 41 - А. Предприятие находится в областном центре. Данное месторасположение предприятия удачно сочетает близостью к рынкам сбыта, удобством для поставщиков и потребителей. В городе имеется большой резерв рабочей силы, топливо, энергия по приемлемым ценам, хорошие транспортные средства и соответствующее водоснабжение. Также город имеет хорошие транспортные пути для поставки и реализации продукции по всей территории Украины. В данном регионе ОАО «Ясен» является главным поставщиком кондитерской продукции. Все эти факторы способствуют эффективному и удачному функционировании предприятия.

## Охрана окружающей среды

В обычных условиях, характеризующихся стремительным ухудшением экологической обстановки, уменьшением запасов природных ресурсов, накоплением стрессовых факторов в основу деятельности компании все чаще кладется концепция социально-этического маркетинга. Вопросы охраны окружающей среды имеют исключительно большое значение. В процессе материального производства происходит загрязнение природных сфер различными отходами производства и вредными веществами. Экологически чистое производство становится на одно из первых мест по требованиям к предприятиям. Уменьшить загрязнения от производства и привести к минимуму – одна из целей любого предприятия. Это вызывает необходимость разработки мероприятий по охране здоровья населения и окружающей среды.

Предприятие не относится к основным источникам загрязнения атмосферы. Твердые промышленные отходы вывозятся в хранилища организованного складирования соответственно разрешению городской СЭС. Продукция, производимая на предприятии, экологически чистая и безопасность отвечает действующим нормам и правилам.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Организационная структура ОАО «Ясен» представлена ниже на схеме.

### Инспектор

ОК

Юрисконсульт

**Генеральный директор**

Транспортный отдел

Главный инженер

Директор по производству

Отдел маркетинга и менеджмента

Директор по экономике и финансам

Произво-дственный отдел

Отдел главного механика

Фирменная торговля

Бухгалте-

рия

### Лаборато-рия

Отдел главного энергетика

Склад готовой продукции

Планово-экономи-ческий отдел

Конфетный цех

Строитель-ный участок

Склад сырья

Караме-льный цех

Инженер по охране труда

Бисквитный цех

Вафельный цех

Тарный участок

### **Планирование трудовых ресурсов**

Организация труда и управление персоналом предприятия – многоплановые процессы. Они включают такие элементы, как наем работников, распределение среди них обязанностей, подготовка и переподготовка кадров, стимулирование труда, совершенствование его организации.

На производстве занято всего около 295 человек:

Таблица 5.1.1

Затраты на оплату труда рабочих и служащих

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Категории ППП** | **Кол-во.****чел.** | **Среднемесячная ЗП, грн./чел.** | **Годовые затраты на оплату труда, грн.** |
| 1.Основные рабочие, в т.ч.: | 122 | 17582,39 | 210988,68 |
| * варщик
 | 16 | 1922,56 | 23070,72 |
| * охлаждение
 | 14 | 1750,00 | 21000,00 |
| * промышленник
 | 43 | 5547,00 | 66564,00 |
| * завертка
 | 23 | 5001,81 | 60021,72 |
| * формовка
 | 26 | 3361,02 | 40332,24 |
| 2.Вспомогательные рабочие, в т.ч.: | 21 | 2150,00 | 25800,00 |
| * уборщик
 | 7 | 630,00 | 7560,00 |
| * грузчик
 | 6 | 600,00 | 7200,00 |
| * слесарь
 | 8 | 920,00 | 11040,00 |
| 3.Специалисты | 18 | 2700,00 | 32400,00 |
| 4.Руководители | 24 | 5040,00 | 60480,00 |
| **Всего:** | **185** | **27472,39** | **329668,68** |

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ

Относительно кредита, нам для осуществления проекта необходим среднесрочный кредит в сумме 936 тыс. грн. Для закупки сырья возьмем кредит в банке на 2 года под 20% годовых.

Финансовый результат предполагаемой деятельности предприятия отражает отчет о прибылях и убытках.

Таблица 6.1

Отчет о прибылях и убытках

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование показателей** | **За 2009г.****Сумма (тыс. грн.)** | **За 2010г.****Сумма (тыс. грн.)** |
| Выручка от реализации | 9688,10 | 10656,91 |
| Себестоимость продукции | 8612,80 | 9473,90 |
| Операционная прибыль | 1075,30 | 1183,01 |
| Процент по кредитам | 655,00 | 655,00 |
| Прибыль после вычета процентов | 420,30 | 528,01 |
| Внеоперационные доходы, убытки | 7,70 | 8,30 |
| Прибыль до налогообложения | 428,00 | 536,31 |
| Чистая прибыль | 299,60 | 375,42 |

Таблица 6.2

Отчет о движении наличности за двухлетний период (тыс. грн.)

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование показателя** | **Годы** |
| **2009г.** | **2010г.** |
| **Приход** |  |  |
| Получено от реализации | 9688,10 | 10656,91 |
| Внеоперационные доходы, убытки | 7,70 | 8,30 |
| Среднесрочный кредит | 936,00 | — |
| **Всего приход денежных средств** | 10631,80 | 10665,21 |
| **Расход** |  |  |
| Производственные расходы | 8611,20 | 9472,30 |
| Прочие расходы | 785,00 | 817,49 |
| **Всего расход денежных средств** | 7826,0 | 8654,81 |
| Наличие денежных средств на начало периода | 1756,00 | 2805,80 |
| Получено денежных средств | 10631,80 | 10665,21 |
| Израсходовано денежных средств | 7826,0 | 8654,81 |
| Наличие денежных средств на конец периода | 2805,80 | 2010,40 |

Таблица 6.3

Агрегированная форма баланса предприятия (тыс. грн.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статья | **На** **31.12.2008г.** | **2009 год (проект)** | **2010 год (проект)** |
| **Актив:** |  |  |  |
| 1. Основные средства и другие внеоборотные активы | 2374,00 | 2370,00 | 2366,00 |
| 2. Запасы и затраты | 1438,00 | 1727,00 | 1899,37 |
| 3. Денежные средства, расчеты и прочие активы | 1756,00 | 2805,80 | 2010,40 |
| **Баланс** | **5568,00** | **6902,80** | **6275,77** |
| **Пассивы:** |  |  |  |
| 1. Источники собственных и приравненным к ним средств | 1939,00 | 2367,00 | 2742,42 |
| 2. Долгосрочные пассивы | — | — | — |
| 3. Расчеты и другие краткосрочные пассивы | 3629,00 | 4535,80 | 3533,35 |
| **Баланс** | **5568,00** | **6902,80** | **6275,77** |
| Балансовая прибыль за последний год | — | 428,00 | 375,42 |

Теперь проанализируем безубыточность производства, тоесть определим точку, в которой поступления от продаж равны издержкам на проданную продукцию.

Зпост = 1832546,00 грн.

Цопт = 4210,00 грн./т.

Зудпер = 2947,94 грн./т.

U = 1832546,00грн. / (4210,00грн./т. – 2947,94грн./т.) = 1425,03т.

**Показатели эффективности проекта**

###### Ожидаемая прибыль предприятия

**Пр. = Vпр \* (Цр - Сп);**

где

Цр – оптовая цена единицы (тонны) продукции;

Сп – полная себестоимость единицы (тонны) продукции;

Vпр – объем реализуемой продукции.

Пр. = 2299т. \* (4210грн. – 3746,32грн.) = 1075300,00 грн.

###### Экономическая эффективность капитальных вложений

**Э = (Ц-С) / К;**

где

К – сметная стоимость объекта;

Ц – годовой объем производства в стоимостном выражении;

С – себестоимость годового объема выпуска продукции;

Э = (9688100грн. – 8612800грн.) / 2370000грн. = 0,45 грн.

###### Валовый оборот

**ВД = Vпр \* Цр;**

ВД = 2299т. \* 4210грн. = 9688100,00 тыс. грн.

###### Валовые издержки

**ВИ = Vпр \* Сп**;

ВИ= 2299т. \* 3746,32грн. = 8612789,68грн.

**Рентабельность производства**

**Урп = (сумма прибыли / валовый оборот) \* 100%;**

Урп = (1075300грн. / 9688100,00) \* 100% = 11,1%

###### Рентабельность продукции

**Урпр=(сумма прибыли/валовые издержки)\*100%;**

 Урпр = (1075300грн. / 8612789,68) \* 100% = 12,5%.

ВЫВОДЫ

В процессе выполнения курсовой работы «Бизнес-план производства кондитерских изделий» были закреплены теоретические знания и получена возможность практически оценить организационные решения по осуществлению конкретных направлений деятельности будущего предприятия при существующих организационно-экономических условиях.

Выполнение курсовой работы позволило овладеть субъективными элементами достижения предпринимательского успеха: стремление к обновлению продукции, технологии, организации управления производством, готовность идти на разумный риск, сопоставление затрат с результатами и создавать условия для успешной жизнедеятельности бизнеса предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беренс В., Хавранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций: пер. с англ. перераб. и дополн. изд. – М.: АОЗТ “Интерексперт”, 1995. – 528 с.
2. Вольфакт Хайер. Как делать бизнес в Европе. – М.: Фонд «За экономическую грамотность», 1991. – 253 с.
3. Генкин Б.М. Основы управления персоналом. – М.: Высшая школа, 1996. – 383 с.
4. Дайл. Д. Как создать предприятие. Руководство для менеджеров, вкладчиков, экономических служб. – Таллин 1991. – 101 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 738 с.
6. Пушкарук В.И. Частное предпринимательнство. – Киев. ЧП «Влад и Влада», 1996 – 100 с.
7. Руководство по подготовке бизнес-плана. Центр деловых и творческих инициатив «Мета». -–К., 1992. – 43 с.
8. Скворцов Н.Н. Как разработать бизнес-план предприятия. – К., 1994. – 96 с.
9. Шудра В.Ф. Беличко Н.Н. Как подготовить успешный бизнес-план. – К., 1997. – 100 с.
10. Бізнес-план підприємства. Методичні вказівки до курсової роботи з дисципліни “Основи бізнесу” для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання / Укл.: Сич Є.М., Гавриленко Н.І., Бутько Ю.В. – Чернігів: ЧТІ – 1998, - 53с. – Рос. мовою.
11. Економіка підприємства: Навчальній посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид.- К.: Каравела, 2005.–568 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Активы предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Актив  | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
| 1  | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи |  |  |  |
| Нематеріальні активи: |  |  |  |
| залишкова вартість | 010 | 8 | 3,1 |
| первісна вартість | 011 | 43,2 | 31,6 |
| накопичена амортизація | 012 | 35,2 | 28,5 |
| Незавершене будівництво | 020 | 248 | 167,5 |
| Основні засоби: |  |  |  |
| залишкова вартість | 030 | 8 526,1 | 11 533,8 |
| первісна вартість | 031 | 12 836,3 | 16 677,2 |
| знос | 032 | 4 310,2 | 5 143,4 |
| Довгострокові фінансові інвестиції: |  |  |  |
| які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 040 | 0 | 0 |
| інші фінансові інвестиції | 045 | 9,1 | 9,1 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 050 | 19,1 | 35 |
| Відстрочені податкові активи | 060 | 147,6 | 0 |
| Інші необоротні активи | 070 | 0 | 0 |
| **Усього за розділом I** | **080** | **8 957,9** | **11 748,5** |
| II. Оборотні активи |  |  |  |
| Запаси: |  |  |  |
| виробничі запаси | 100 | 2 411,9 | 2 507,4 |
| тварини на вирощуванніта відгодівлі | 110 | 0 | 0 |
| незавершене виробництво | 120 | 142,1 | 192,2 |
| готова продукція | 130 | 417,9 | 412,1 |
| товари | 140 | 350,4 | 365,3 |
| Векселі одержані | 150 | 0 | 0 |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги: |  |  |  |
| чиста реалізаційна вартість | 160 | 1 708,5 | 2 973,8 |
| первісна вартість | 161 | 1 730,3 | 2 987,4 |
| резерв сумнівних боргів | 162 | 21,8 | 13,6 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: |  |  |  |
| з бюджетом | 170 | 0,3 | 2,8 |
| за виданими авансами | 180 | 150 | 1 680,5 |
| з нарахованих доходів | 190 | 13,4 | 16,2 |
| із внутрішніх розрахунків | 200 | 0 | 0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 210 | 52,9 | 95 |
| Поточні фінансові інвестиції | 220 | 1 364,3 | 1 538,5 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти: |  |  |  |
| в національній валюті | 230 | 292,1 | 472,7 |
| в іноземній валюті | 240 | 152,3 | 21,2 |
| Інші оборотні активи | 250 | 76,5 | 39,3 |
| **Усього за розділом II** | **260** | **7 132,6** | **10 317** |
| III. Витрати майбутніх періодів | **270** | **0** | **87,5** |
| **Баланс** | **280** | **16 090,5** | **22 153** |

Приложение Б

Пассивы предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пасив  | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
| 1  | 2  | 3  | 4  |
| I. Власний капітал |   |   |   |
| Статутний капітал | 300 | 1 476,2 | 1 476,2 |
| Пайовий капітал | 310 | 0 | 0 |
| Додатковий вкладений капітал | 320 | 0 | 0 |
| Інший додатковий капітал | 330 | 3 749,2 | 3 613,9 |
| Резервний капітал | 340 | 370,8 | 370,8 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 350 | 6 605,4 | 9 159,3 |
| Неоплачений капітал | 360 | 0 | 0 |
| Вилучений капітал | 370 | 0,6 | 0,1 |
| **Усього за розділом I** | **380** | **12 201** | **14 620,1** |
| II. Забезпечення наступних витрат і платежів |   |   |   |
| Забезпечення виплат персоналу | 400 | 0 | 0 |
| Інші забезпечення | 410 | 0 | 2,3 |
| Цільове фінансування | 420 | 0 | 0 |
| **Усього за розділом II** | **430** | **0** | **2,3** |
| III. Довгострокові зобов'язання |   |   |   |
| Довгострокові кредити банків | 440 | 0 | 0 |
| Інші довгострокові фінансові зобов'язання | 450 | 0 | 0 |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 460 | 0 | 1,7 |
| Інші довгострокові зобов'язання | 470 | 236,4 | 0 |
| **Усього за розділом III** | **480** | **236,4** | **1,7** |
| IV. Поточні зобов'язання |   |   |   |
| Короткострокові кредити банків | 500 | 998,1 | 3 499,4 |
| Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | 510 | 300 | 236,4 |
| Векселі видані | 520 | 0 | 0 |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 530 | 1 613,3 | 3 055,9 |
| Поточні зобов'язання за розрахунками: |   |   |   |
| з одержаних авансів | 540 | 21,2 | 22 |
| з бюджетом | 550 | 379,8 | 331,9 |
| з позабюджетних платежів | 560 | 0 | 0,1 |
| зі страхування | 570 | 34,8 | 59,9 |
| з оплати праці | 580 | 256,9 | 248,8 |
| з учасниками | 590 | 14,7 | 27 |
| із внутрішніх розрахунків | 600 | 0 | 0 |
| Інші поточні зобов'язання | 610 | 34,3 | 47,5 |
| **Усього за розділом IV** | **620** | **3 653,1** | **7 528,9** |
| V. Доходи майбутніх періодів | **630** | **0** | **0** |
| **Баланс** | **640** | **16 090,5** | **22 153** |

Приложение В

Примечания

Примітки: Основнi засоби Основнi засоби вiдображенi в облiку за фактичними витратами на їх придбання, доставку, встановлення, спорудження i виготовлення, з урахуванням сум декiлькох обов"язкових дооцiнок, якi було проведено за рiшенням Кабiнету Мiнiстрiв України у зв"язку з iнфляцiєю. Первiсна вартiсть основних засобiв станом на 31.12.2003 р. складає 16677,2 тис. грн., сума нарахованого зносу становить 5143,4 тис. грн., залишкова вартiсть 11533,8 тис. грн. Iндексацiї балансової вартостi основних фондiв проводились згiдно з механiзмом та iндексами, встановленими державними органами. Загальнi для всiх пiдприємств iндекси, що були визначенi Мiнiстерством статистики, не могли привести облiкову вартiсть об"єктiв основних засобiв у вiдповiднiсть до їх реальної ринкової вартостi. Протягом 2003 року було введено в експлуатацiю основних фондiв на суму 4310,2 тис. грн. Сума нарахованої амортизацiї звiтного перiоду складає 1080,9 тис. грн. Нематерiальнi активи. Нематерiальнi активи облiковуються по групах у вiдповiдностi до вимог П(С)БО 8"Нематерiальнi активи" за первинною вартiстю. Амортизацiя на нематерiальнi активи нараховується лiнiйним методом. Срок амортизацiї нематерiальних активiв визначено в наказi по пiдприємству, але не бiльше термiну їх корисного використання, що не перевищує 20 рокiв. Переоцiнок первiсної вартостi нематерiальних активiв не проводилось. Незавершене будiвництво. До складу незавершеного будiвництва входять капiтальнi вкладення, пов"язанi зi створенням основних фондiв i становлять на кiнець звiтного перiоду 167,5 тис. грн. Загальна сума капiтальних вкладень звiтного року становить 4078,2 тис. грн. Довгостроковi фiнансовi iнвестицiї До складу довгострокових фiнансових iнвестицiй входять витрати на придбання акцiй iнших акцiонерних товариств: Торговий дiм "Українськi харчовi продукти", "Укрхарчобанку", та внески до статутних фондiв iнших пiдприємств. Довгострокових iнвестицiй по яких частка перевищує 25% та внескiв в асоцiйованi пiдприємства товариство не має. Всього вартiсть довгострокових iнвестицiй становить 9,1 тис. грн. Довгострокова дебiторська заборгованiсть Станом на 31.12.2003 року довгострокова дебiторська заборгованiсть складала 35,0 тис. грн. i складається iз позик працiвникам пiдприємства. Запаси. Запаси вiдображаються у балансi за собiвартiстю, яка визначалась у вiдповiдностi до вимог дiючого законодавства щодо органiзацiї бухгалтерського облiку, яке дiяло протягом 2003 року. Для розрахунку собiвартостi реалiзованої продукцiї, послуг використовується метод, який визначає конкретнi елементи запасiв, що фактично були використанi. Дебiторська заборгованiсть. Дебiторська заборгованiсть вiдображається за реальною вартiстю тобто з вирахуванням оцiнених сумнiвних боргiв. Загальна сума первiсної вартостi дебiторської заборгованостi за продану продукцiю на кiнець року складає 2987,4 тис. грн. Резерв сумнiвних боргiв на кiнець звiтного року становить 13,6 тис. грн. Iнша поточна дебiторська заборгованiсть складається iз заборгованостi, що не пов"язана з продажем продукцiї i становить на початок року 52,9 тис. грн, на кiнець року - 95,0 тис. грн. Грошовi кошти. Загальна сума грошових коштiв на кiнець 2003 року становить 493,9 тис. грн. В тому складi в iноземнiй валютi - 21,2 тис. грн. Станом на 31.12.2003 року обмежень щодо використання грошових коштiв не iснувало. Власний капiтал. Станом на 31.12.2003 року статутний капiтал вiдкритого акцiонерного товариства "Ясен" становив 1476,2 тис. грн. Iнший додатковий капiтал становить 3613,9 тис. грн. Вiн складається iз суми iндексацiї балансової вартостi основних засобiв . Зменшення iншого додатковогокапiталу на кiнець року на 135,3 тис. грн. пов"язане з вiднесенням на фiнансовi результати суми iндесацiї за вибулими основними засобами. Резервний фонд на 31.12.2003 року становив 370,8 тис. грн. Сума вилученого капiталу становить 0,1 тис. грн. Сума нерозподiленого прибутку на кiнець року становить 9159,3 тис. грн. Забезпечення наступних витрат i платежiв. Забезпеченя наступних витрат i платежiв складаються iз забезпечень на покриття втрат вiд браку i становлять на кiнець року 2.3 тис. грн. До складу довгострокових зобов'язань на початок року було включено iновацiйний кредит по iновацiйному договору № 25 вiд 2.09.99 року термiном погашення 5 рокiв. Фактично отримано коштiв на 611,4 тис. грн. На кiнець року заборгованiсть по кредиту складає 236,4 тис. грн. i перевкалiфiкована в поточну заборгованiсть за довгостроковими зобов"язаннями. Кредити банкiв На протязi 2003 року пiдприємство користувалось банкiвськими кредитами. Було отримано кредитiв на суму 7664,9 тис. грн. погашено - 5163,6 тис. грн. Всього сума нарахованих банкiвських процентiв за 2003 рiк становить 310,1 тис. грн. Кредиторська заборгованiсть Станом на 31.12.2003 року сума кредиторської заборгованостi Товариства за придбанi матерiальнi цiнностi та отриманi послуги складала 3055,9 тис. грн. За звiтний перiод така кредиторська заборгованiсть збiльшилась на1442,6 тис. грн. Iншi поточнi зобов'язання До складу iнших поточних зобов"язань за розрахунками входить заборгованiсть перед бюджетом, з позабюджетних платежiв, зi страхування, оплати працi та iнша кредиторська заборгованiсть, не пов"язана з отриманням товарiв, робiт, послуг.

Керівник: Ясько Анатолiй Григорович

Головний бухгалтер: Пузирна Свiтлана Сельвестрiвна