Бизнес-план

Акционерного общества закрытого типа

"УНИВЕРСАЛ"

Составлен

 студентом ФТС

 3 курс, 1группа

 Евстифеев Н. В.

г. Ильичевск*Содержание*

 стр.

1. Краткие выводы 3

2. Продукты производства и реализация 4

3. Цели и стратегия 5

4. Рынок сбыта 5

5. Конкуренты 6

6, План маркетинга 6

7. План производства 7

8. Организация и управление 8

9. Юридический план 9

10, Финансовый план 9

11. Программа инвестирования 12

12. Программа уменьшения рисков 13

*1. Краткие выводы.*

Акционерное общество "Универсал" представляет собой коллективную собственность 177 акционеров, состоящую из складских помещений, 11-ти торговых точек и 4-х производственных подразделений (убойного, мучного, кондитерского цехов и ресторана).

Единая организационная структура обществ на основе акционерной формы управления позволяет обеспечивать максимальную концентрацию усилий по увеличению товарооборота и снижению производственных и сбытовых затрат, для получения стабильной прибыли.

ЗАО "Универсал" официально зарегистрировано 9 декабря 2000 года, обеспечив при этом сосредоточение высококвалифицированных специалистов в области торговли, менеджмента и финансов, а также по переработке с/х продукции, уверенных в успехе начинаемого дела и способных обеспечить этот успех.

Такая уверенность базируется на том, что:

1. предлагаемые в производство и к реализации продукты питания входят в сумму наиболее употребляемых украинскими потребителями: это мясные и овощные консервы, кондитерские и мучные изделия, продукты мясопереработки и пр;
2. преимущество предлагаемых продуктов по сравнению с реализуемыми на сегодняшнем рынке города будет то, что они будут экономически выгодными: экологически чистыми, произведенные по новейшим технологиям в оригинальной упаковке и на отечественном сырье;
3. конкуренты, импортирующие аналогичные продукты питания в Украину, а также отечественные предприятия не могут обеспечить полное удовлетворение рыночной потребности в данных продуктах питания из-за огромных производственных площадей и отсутствия торговых площадей, а также из-за значительных транспортных и таможенных издержек. Все это приводит к недоступной для большинства покупателей цену реализации продукта. Появление отечественных конкурентов возможно, однако, это требует длительного периода времени организации данного вида работ (более 3-х лет), что позволит АО "Универсал" уже занять прочные позиции на рынке сбыта;
4. в основу всей работы АО положен принцип, обеспечивающий единство торговли, снабжения и переработки с/х сырья.

Как результат этих условий АО "Универсал" полагает, что оно имеет уникальную возможность произвести и поставить на рынки города высококачественные продукты питания по привлекательной цене и "захватить" долю рынка города более чем на 30% в течении 3-х лет. Для реализации данного проекта необходимы средства в сумме 100.000 дол. США, в т.ч. 65.200 дол. США в качестве инвестиций на покупку необходимого производственного оборудования. Планируемый срок возврата инвестиций – 3 года, с выплатой 9% годовых.

Уже в начале 2004 года планируется получение прибыли в размере 1.330.000 гривен. Средний уровень рентабельности ЗАО "Универсал" за 2004-2007 годы составит 35%, а валовой доход в 2007 году будет равен 3.204.000 гривен.

*2. Продукты производства и реализация.*

Ежегодный объем реализации продуктов питания постоянно увеличивается, что связанно с особенностями национальной украинской кухни, а также с появлением новых продуктов питания, в результате открытости экономики и росту интернациональных связей.

Настоящий проект предлагает производство, продажу колбасных изделий в ассортименте, изделий в виде полуфабрикатов из мяса, вяленных, копченых и полукопченных мясных изделий, изготовление мясных и овощных консервантов, производство кондитерских изделий (печенья и пирожные в ассортименте). Все продукты экологически чистые, имеющие рецептурные разновидности и обладающие следующими преимуществами перед теми, что имеются или импортируются в Украину:

1. ассортиментные разновидности одного и того же продукта питания и их витаминная сбалансированность позволяет максимально полно удовлетворить вкусы потребителей, а также обеспечивать диетическое питание;
2. высокое качество производимых продуктов питания обеспечивается использованием экологически чистого сырья для их производства, применением новейших технологий по переработке с/х продуктов, а также упаковке и хранение готовой продукции;
3. доступная цена реализации, которая составляет 90% от уровня цены конкурентов;
4. оригинальная упаковка с рецептурой изготовления, с подробным изложением применяемых кулинарных и прочих рецептов.

Благоприятные климатические условия юга Украины, где планируется переработка выращиваемых с/х продуктов, усовершенствованная технология производства, хранение и изготовление готовой продукции на основе нового производственного оборудования позволяет утверждать, что предлагаемые рынку продукты будут иметь не только высокое качество, доступную цену, но и устойчивый спрос потребителей.

1. *Цели и стратегия.*

Важнейшие цели и стратегия АО "Универсал" на ближайшие 3 года следующие:

|  |  |
| --- | --- |
| Цель | Стратегия |
| Получение ежегодной валовой прибыли не менее 35% производственных затрат | Совершенствование технологий производства, применение дешевой пластмассовой упаковки, маркетинговые мероприятия |
| Обеспечение рынка сбыта собственной продукции и "захват" доли рынка города не менее 30% в течении 3-х лет | Высокое качество товара, наличие её разновидностей, доступные цены, красочность и оригинальность упаковки |
| Систематическое повышение качества | Внедрение системы контроля качества на всех стадиях техпроцесса переработки с/х продукции и её хранения на складе предприятия |

1. *Рынок сбыта*

Повышение существующего жизненного уровня населения Украины, ожидаемое в следствие проведения экономических реформ, несомненно приведет к дальнейшему росту производимых в АО "Универсал" продуктов питания. Об этом свидетельствует и опыт экономического развития других стран.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о наличии растущего рынка сбыта в Украине.

Реально оценивая наши возможности, мы планируем довести к 3 годам работы АО "Универсал" выпуск консервов из с/х продукции, макаронных и кондитерских изделий, которые потеснили бы наших конкурентов и импортеров подобной продукции, планируем обеспечить их высокое качество и доступность в цене. Начать реализацию данных товаров не только в ближайших регионах, прилегающих к городу, но и экспортировать продукты в страны ближнего зарубежья.

Предлагаемая цена реализации готовой продукции на 10 - 15% ниже цены конкурентов и способна обеспечить постоянно растущий спрос потребителей. Постоянному росту спроса будет способствовать также принципиально новый вид красочных упаковок с рецептами, размещенными на упаковке, отличительной чертой продукции будет высшее качество, превосходящее конкурентов.

1. *План маркетинга.*

Принимая решение об организации на базе АО "Универсал" мини-пекарни, устройство макаронной линии, организации мини-консервно-колбасного цеха и мини-пивзавода, на территории города, были изучены и проанализированы основные группы конкурентов. Среди них:

1. Оптовые и мелкооптовые поставщики этих продуктов из Украины, стран восточной и западной Европы.
2. Импортные производители предлагают на рынке продукты, которые хотя и отличаются более красочной упаковкой и хорошей рекламой, однако имеют более высокую цену, рассчитанную на категорию высокооплачиваемых потребителей. Качество товаров не всегда соответствует высокой цене реализации: просроченные сроки годности товара, применение канцерогенных вкусовых и цветовых добавок и консервантов.

Отечественные предприятия, производители и реализаторы аналогичных продуктов уступают импортным по красочности упаковки, вкусовым качествам.

Сила позиции АО "Универсал" в борьбе за место на рынке продовольственных товаров и безалкогольных напитков в следующем:

1. Уровень низких цен делает предлагаемые нами продукты доступными для средне и низкооплачиваемых потребителей, которые составляют 90% платежеспособного населения Украины.
2. Сбалансированность состава продуктов, новейшие и уникальные технологии, экологически чистое сырье позволяет применять эти продукты для диетического и детского питания.
3. Гибкость технологического производства позволяет мгновенно реагировать на изменение запросов потребителей.
4. *План маркетинга.*

Основным пунктом сбыта выпускаемых продуктов питания будет являться внутренний рынок Украины с последующим выходом на рынок стран ближнего зарубежья.



Основным каналом распределения выпускаемой продукции будет двухуровневый канал:

Для этого канала распределение 70% производимых продуктов будет реализовываться через фирменные торговые точки и магазины АО "Универсал". Планируется с 4-го года производства указанных продуктов питания 15% от общего объема продаж – экспортировать в страны ближнего зарубежья.



Кроме этого, имея разветвленную сеть предприятий общественного питания 30% производимых продуктов будут реализовываться через них. Это выражается схемой распределения:

Таким образом, через 3 года после начала производства данных продуктов питания АО "Универсал" формирует систему их сбыта. Основными потребителями предлагаемых продуктов будут низко и среднеоплачиваемые слои населения Украины (т.е. 85-90% платежеспособных потребителей), что обеспечивается доступностью цены данных продуктов питания, жители Одесской, Винницкой, Николаевской, Кировоградской, Запорожской области и Автономной республики Крым. Для оптовых покупателей планом маркетинга предусматривается предоставление скидок.

Ежегодно 13-20% производственных затрат будет направляться на проведение маркетинговых мероприятий, в т.ч. на рекламную компанию и участие в выставках. Все это поможет привлечь покупателя и поможет завоевать его доверие.

Стимулирование продаж будет производится по типу – большее количество купленного товара – большая скидка при покупке.

Запросы наших потребителей мы всегда будем видеть в:

1. самом высоком качестве
2. доступности в цене
3. широком ассортименте
4. постоянном наличии продуктов питания на прилавках магазинов

Понимая, что покупательский спрос на наши продукты будет иметь постоянный характер, весь план маркетинговых мероприятий и их активность разработан с учетом этого, немаловажного фактора.

Осуществление предлагаемого плана маркетинговых мероприятий позволит реализовать наши планы и ежегодно получать 35% валовой прибыли и занять прочные позиции на рынке сбыта продуктов питания.

1. *План производства.*

АО "Универсал" расположено в г. Ильичевске, Одесской области – в регионе, традиционно занимающемся производством и переработкой с/х продукции.

Благоприятные климатические условия региона позволяют выращивать также и любую живность, а близость к перерабатывающему объекту позволит сократить затраты на транспортировку, а значит сохранить качество сырья до его переработки.

Переработка мяса будет осуществляться на уже действующем предприятии. Проектная мощность мини-консервно-колбасного цеха – 400 кг мяса в смену или 20 т готового продукта в год при продолжительности смены 8 часов.

Мини-пекарня за смену будет производить 400 кг хлеба, производительность макаронной линии составит 240 кг за смену. Производительность мини-пивзавода составит 100 л в смену.

В основу плана производства положен принцип создания единого организационно-технологического цикла. Для достижения этой цели планируется приобретение:

1. макаронной линии
2. оборудование для:
3. мини-пекарни
4. колбасного цеха
5. пивзавода
6. овощеперерабатывающего комплекса.

За рассматриваемый период работы объем валового дохода возрастет с 130.000 гривен в 2000 году до 3.204.000 гривен в 2004 году.

1. *Организация и управление.*

АО "Универсал" – коллективное предприятие, объединяющее в одной организационной структуре различные звенья единой цепи от доставки до переработки с/х продукции.

Руководство АО состоит из 3 человек.

1. Евстифеев Николай Владимирович – президент, 1980 года рождения, студент ОГМУ.
2. Кравчинский Денис Владимирович – директор АО, 1981 года рождения, студент ОГМУ.
3. Голобокова Наталья Сергеевна – заместитель директора по коммерческой части. Долгое время работала в аналогичной должности комбината общественного питания города. Имеет прочные связи с поставщиками и транспортными организациями.
4. *Юридический план.*

Организационной формой данного предприятия является акционерное общество закрытого типа. Уставной фонд ЗАО "Универсал" составляет 1.589.000 гривен, представленный 177 акциями по 8.977 гривен каждая.

Акционерная форма собственности, создающая материальную заинтересованность работников в результатах своего труда и позволяющая охватить все организационно-технологические единицы производственной цепи, в наибольшей степени соответствует задачам АО "Универсал" – производство и размещение высококачественных продуктов питания по доступной цене, что позволит в течении 3 лет освоить рынок города не менее чем на 30%.

1. *Финансовый план.*

Для характеристики финансовых результатов деятельности АО "Универсал" представлены следующие пять форм:

1. Отчет о прибылях и убытках за 2000 год (табл. 1);
2. Балансовый отчет за 2000 год (табл. 2);
3. План о прибылях на 2001 год (табл. 3);
4. План о прибылях на 2002-2004 года (табл. 4);
5. Анализ эффективности проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| **Отчет о прибыли за 2000 год**  | (тыс. грн.) |
| 1. Объем годовой реализации | - | 1.430 |
| 2. Себестоимость реализованной продукции | - | 1.300 |
| в т.ч. оплаченные проценты | - | 89 |
| 3. Операционная прибыль (стр.1 – стр.2) | - | 130 |
| 4. Прочие доходы | - | 4 |
| 5. НДС (0,1667) | - | 45 |
| 6. Прибыль до налогообложения | - | 134 |
| (стр.3 – стр.4) | - | 89 |
| 7. Налог (30%) | - | 27 |
| 8. Прибыль после налогообложения | - | 62 |
| 9. Оплаченные дивиденды | - | 62 |
| 10. Нераспределенная прибыль | - | - |

**Балансовый отчет за 2000 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Активы |  |  | Пассивы |  |  |
| 1. Текущие активы – всего  | - | 483 | 1. Текущие обязательства | - | 308 |
| - денежные средства | - | 1 | - кредиторская задолженность | - | 142 |
| - дебиторская задолженность | - | 190 | - налоги | - | 0 |
| - товарные запасы | - | 280 | - дивиденды | - | 0 |
| - незаконченное производство | - | 12 | - другие | - | 163 |
| - другое | - | 0 |  |  |  |
| 2. Основные активы – всего | - | 688 | 2. Долгосрочные обязательства | - | 163 |
| в т.ч. полная стоимость | - | 689 | - долгосрочные кредиты | - | 163 |
| износ ОС | - | 181 | - неоплачиваемые налоги  | - | 0 |
|  |  |  | 3. Акционерный капитал | - | 700 |
|  |  |  | - привилегированные акции | - | 0 |
|  |  |  | - простые акции | - | 700 |
| Всего | - | 1.171 | Всего | - | 1.171 |

|  |  |
| --- | --- |
| **план о прибылях на 2001 год** | (тыс. грн.) |
| 1. Объем годовой реализации | - | 1.461 |
| 2. Себестоимость реализованной продукции | - | 1.328 |
| 3. Операционная прибыль (стр.1 – стр.2) | - | 133 |
| 4. Налог на добавленную стоимость (0,16667) | - | 22 |
| 5. Прибыль до налогообложения (стр.3 – стр.4) | - | 111 |
| 6. Налог на прибыль (30%) | - | 33 |
| 7. Прибыль после налогообложения | - | 78 |

**План о прибылях и убытках АО "Универсал" на 2002 - 2004 год** (тыс. грн.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2002 г. | 2003 г. | 2004 г. |
| 1. Объем годовой реализации | 3515 | 5676 | 9183 |
| 2. Себестоимость реализованной продукции | 2288 | 3695 | 5979 |
| 3. Операционная прибыль | 1227 | 1981 | 3204 |
| 4. Налог на добавленную стоимость | 204 | 330 | 534 |
| 5. Прибыль до налогообложения | 1033 | 1651 | 2670 |
| 6. Налог на прибыль | 307 | 495 | 802 |
| 7. Прибыль после налогообложения | 716 | 1156 | 1868 |

1. Прибыльность проекта

1.1.Рентабельность активов предприятия

Рассчитывается как отношение прибыли после налогообложения к величине активов



1. Рентабельность капитала

1.3. Рентабельность акционерного капитала



1. Маржа прибыльности



. Эффективность проекта.

2.1. Коэффициент оборота чистых активов.



2.2. Коэффициент оборота запасов



1. Коэффициент количества дней в запасах



. Ликвидность (платежеспособность)

1. Текущий коэффициент





3.2. Коэффициент быстрой ликвидности (т.е. трансформация активов в денежные средства)



3.3.

1. Структура капитала

4.1. Коэффициент задолженности к акционерному капиталу



1. Покрытие процентов



*11. Программа инвестирования*

Как следует из данных, приведенных в предыдущем разделе бизнес плана, для организации запланированных работ АО "Универсал" необходимо получение краткосрочного коммерческого кредита под закупку сырья и производственного оборудования в сумме 71.550 гривен на период 2 года 4 месяца или 119.300 гривен на период 2 года 9 месяцев в качестве инвестиций. Инвестиции будут возвращены инвестору в указанные периоды с выплатой 9% годовых.

Расходы предприятия на приобретение оборудования.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | 1-й вариант | 2-й вариант |
| Оборудования | производительность | стоимость | производительность | стоимость |
| 1. Мини-пекарня | 400 кг в смену | 10.300 | 2400 кг в смену | 23.100 |
| 2. Макаронная линия и кондитерский цех | 30 кг в час | 9.250 | 1200 кг в час | 24.200 |
| 3. Мини-консервно-колбасный, убойный цех | \* | 20.000 | \* | 20.000 |
| 4. Мини-пивзавод, кафе "Бистро" | 100 л в смену | 24.000 | 1000 л в смену | 44.000 |
| 5. Оборудование супермаркета (витрины, кондитерские и морозильные камеры) | \* | 8.000 | \* | 8.000 |
| ИТОГО |  | 71.550 |  | 119.300 |
| Годовая экономия | 1-й год | 18.800 |  | 25.300 |
|  | 2- й год | 39.400 |  | 50.800 |
|  | 3- й год | 40.700 |  | 60.000 |
| Период возврата инвестиций | 2 года 4 месяца | 2 года 9 месяцев |

1. *программа уменьшения рисков.*

При подготовке раздела бизнес-плана нами была проанализирована возможность возникновения нескольких критических ситуаций, которые могут иметь отрицательное воздействие на наш бизнес. Среди них: рыночный риск, риск потери имущества, риск потери времени, риск неисполнения обязательств.

Разработанная нами программа защиты рисков, представленная ниже, не включает мероприятий по защите от риска капитальных вложений и политического риска. Эти риски связаны между собой и не зависят от деятельности руководства АО. В то же время, мы считаем, что направление и тенденция экономического развития Украины приведут к снижению темпов инфляции и к стабилизации экономики и политики страны, что создаст благоприятную обстановку для развития предпринимательства.

Рыночный риск (отсутствие рынка) – постоянное улучшение качества продуктов питания, совершенствование ассортиментного и рецептурного состава, рекламная компания и другие маркетинговые мероприятия позволят обеспечить рост рынка сбыта продуктов.

Риск потери имущества (пожар, кража) – предприятия по переработке и его склады снабжены системой пожарной и охранной сигнализации. Заключен договор со специальной службой вневедомственной охраны г. Ильичевск, цеха и склады снабжены противопожарным оборудованием.

Риск потери времени (отсутствие сырья, несвоевременная доставка продуктов, остановка производства из-за поломки оборудования). Обязанностью отдела снабжения является сбор информации и заключение договоров на поставку продуктов в необходимом количестве и качестве. Производственным отделом будет разработан и строго соблюдаться график профилактического ремонта оборудования, что позволит избежать его аварийных поломок и незапланированных остановок производства.

Риск неисполнения обязательств – высокое качество продуктов питания, строгий контроль за экологической чистотой всех его компонентов, хорошая организация производства позволит нам выполнить свои обязательства перед покупателями, строго выдерживать сроки поставки готовой продукции в фирменные магазины и недопускать его отсутствия на прилавках.

Проанализировав все возможные риски, руководство АО пришло к выводу о необходимости покупки одного страхового полиса по защите от потери имущества, а именно от потери производственного оборудования. Стоимость покупки такого страхового полиса составит 2% от стоимости оборудования или 2.400 гривен.

Остальные риски будут компенсированы мероприятиями по предотвращению потерь.