

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

ВОЛЧКОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСЕЕВНА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС - ПЛАНА СОЗДАНИЯ ЦЕХА ПОЛУФАБРИКАТОВ
для ООО «ОлВи»

Студент



(А.А. Волчкова)

Руководитель

(И.А. Леута)

Консультанты:

Нормоконтроль

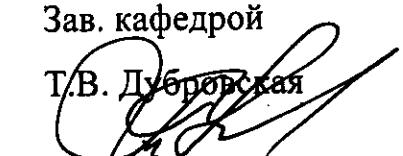


(В.А. Петлина)

Допускается к защите

Зав. кафедрой

Т.В. Дубровская

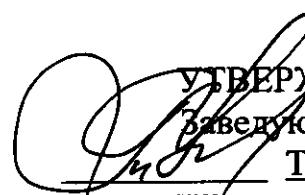

«16» 02 2017 г.

Красноярск - 2017

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Т.В. Дубровская
подпись И.О. Фамилия
«7» декабря 2016г.

ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу

Студенту Волчковой Анастасии Алексеевне
направления 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Финансовый менеджмент»
1. Тема работы Разработка бизнес плана создания цеха полуфабрикатов для
ООО «ОлВи»
Утверждена: приказом по институту от 7 декабря 2016№ 146/1-УО
2. Срок сдачи работы 10 февраля 2017 г.

3. Содержание пояснительной записи Введение. 1.Сущность и актуальность
разработки бизнес плана. 2.Экономическая оценка деятельности
ООО «ОлВи». 3.Разработка бизнес плана ООО «ОлВи». Заключение. Список
использованных источников. Приложения .

4. Консультанты по разделам работы В.А.Петлина

5. График выполнения

Введение, 1 глава -07.12.16 - 17.01.17

2 глава - 07.12.16 - 17.01.17

3 глава - заключение - 07.12.16-10.02.17

Подготовка доклада, презентации, защиты ВКР 10.02.17-28.02.17

Дата выдачи задания «7» декабря 2017 г.

Руководитель выпускной
квалификационной работы

подпись


И.О. Фамилия

Задание принял к исполнению

подпись


И.О. Фамилия

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) 92 с., иллюстраций 8, таблиц 36, источников 33, приложений 4.

БИЗНЕС-ПЛАН, БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ, РЫНОК СБЫТА, ДОХОДНОСТЬ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЛАН МАРКЕТИНГА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ЭФФЕКТ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОТРЕБИТЕЛИ.

Цель работы - разработать бизнес-план для предприятия ООО «ОлВи».

Метод исследования – аналитический, опытно-статистический методы, метод сравнения.

Проведена оценка экономической деятельности предприятия, на основании выявленных проблем разработан бизнес-план для предприятия, назначением которого является расширение сферы деятельности предприятия и в соответствии повышение доходности и прибыльности предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1 СУЩНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	6
1.1 Понятие и сущность бизнес-плана.....	6
1.2 Цель, задачи и функции бизнес-плана.....	8
1.3 Виды бизнес-планов.....	10
1.4 Требования к структуре и содержанию бизнес-плана.....	13
1.5 Виды эффекта от реализации бизнес-плана.....	21
2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОЛВИ»....	24
2.1 Общие сведения об ООО «ОлВи».....	24
2.2 Бизнес-анализ деятельности ООО «ОлВи».....	27
2.3 Анализ финансового состояния ООО «ОлВи».....	34
2.4 Исследование и анализ рынка рыбных полуфабрикатов г.Красноярска.....	50
3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ООО «ОЛВИ».....	57
3.1 Разработка бизнес-плана.....	57
3.2 Оценка экономической и социально-бюджетной эффективности проекта.....	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	87
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	90
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	93

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования, заключается в том, что современная экономическая ситуация, связанная с переходом к рыночным отношениям, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Планирование необходимо любому предприятию, которое намеревается предпринимать какое-то действие в будущем. Предприятия вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Для достижения победы в любом начинании, нужно тщательным образом взвешивать каждое принятное решение. Подобным образом происходит и в области предпринимательства. Получить желаемый результат с минимальными рисками потери вложенных средств поможет тщательно проработанный документ – бизнес-план.

Таким образом, целью бакалаврской работы является разработка бизнес-плана для предприятия ООО «ОлВи».

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие задачи:

- изучить сущность и актуальность разработки бизнес-плана;
- провести экономическую оценку деятельности исследуемого предприятия;
- разработать бизнес-план для исследуемого предприятия и провести оценку его эффективности.

Объектом исследования является торговое предприятие г. Красноярск – ООО «ОлВи».

Предметом исследования - бизнес-план как детальное обоснование концепции, предназначеннной для реализации предпринимательской идеи.

При выполнении настоящей работы были использованы специальные литературно-справочные источники: финансовые справочники, учебники, учебные пособия и т. д.

1 СУЩНОСТЬ И АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Понятие и сущность бизнес-плана

Бизнес планирование – это составление вероятностной модели развития бизнеса на определенный промежуток времени. Бизнес планирование подразумевает под собой анализ текущего положения дел в данном бизнесе, анализ организационной структуры предприятия, а также технологии производства или оказания услуг, анализ налогового окружения бизнеса, прогноз ситуации на рынке труда, анализ конкурентоспособности бизнеса, прогноз ситуации на рынке сбыта готовой продукции (услуг) и так далее. На основании данного анализа строится экономическая модель бизнеса, в которой описываются прогнозные доходы и расходы, окупаемость первоначальных вложений, планируемая рентабельность и другие экономические показатели бизнеса[4, с. 16].

Получить желаемый результат с минимальными рисками потери вложенных средств поможет тщательно проработанный документ – бизнес-план.

Бизнес-план – это всестороннее обоснование проекта и среды, в которой он реализуется, а также оценка эффективности методов управления, способствующих достижению поставленных целей[25, с. 43].

Под бизнес-планом также понимается экономическая программа пошагового выполнения бизнес-операций на этапе внедрения нового проекта. Документ содержит главные моменты будущего коммерческого предприятия: его сферу деятельности, перечень выпускаемой продукции или услуг, рыночную стратегию хозяйствования, маркетинговую политику, предполагаемый уровень рентабельности производства[24, с. 108].

Таким образом бизнес-план – это экономическая программа эффективного управления предприятием, которая включает конкретные меры по развитию производства и продаж конкурентоспособной продукции, а также

выработку рыночной стратегии хозяйствования, обеспечивающую их эффективную реализацию. Анализ экономической ситуации и выбор рациональных и выгодных для предприятия вариантов решения хозяйственных задач характеризует процесс составления бизнес-плана. Конечной его целью является формирование комплексной системы развития производства, за счет вложения капитала в деятельность, способную приносить максимальную прибыль.

Сущность бизнес-плана состоит в том, что он раскрывает экономические отношения по поводу вложения капитала и осуществления денежных затрат и организует их в направлении обеспечения устойчивой работы предприятия и бесперебойного выпуска продукции.

Бизнес-план как прогноз развития производства и обоснования новых видов хозяйственной деятельности предприятия на перспективу предназначен в первую очередь директору и менеджерам структурных подразделений для принятия обоснованных и экономически выгодных решений[28, с. 12].

Сущность бизнес-плана предприятия определяется тремя важными элементами[16, с. 91]:

- анализ состояния предприятия и его место на рынке;
- осознание планируемого уровня, который необходимо достичь с помощью составляемого документа;
- разработка эффективных и действенных мероприятий для достижения поставленных целей.

Бизнес-план в рамках предприятия является как руководством к действию, так и планово-контролирующим инструментом для менеджмента. Каждое подразделение разрабатывает на основе бизнес-плана предприятия свою стратегию, свои специфические цели, планы и мероприятия.

Таким образом, бизнес план обобщает анализ возможностей для начала или расширения бизнеса в конкретной ситуации и дает четкое представление о том, каким образом менеджмент компании намерен использовать этот потенциал.

1.2 Цель, задачи и функции бизнес-плана

Главная цель бизнес-плана – это краткосрочное или долгосрочное планирование хозяйственно-финансовой деятельности предприятия согласно рыночному спросу и способности задействования необходимых ресурсов.

На практике можно выделить пять основных целей бизнес плана[19, с. 62]:

Первая цель бизнес плана - это использование его для разработки стратегии бизнеса, что является жизненно необходимым в период создания предприятия, а также при выработке новых направлений деятельности.

Вторая цель - планирование. Планирование позволяет оценить возможности развития направления деятельности, а также - контролировать процессы внутри компании.

Третьей целью бизнес плана является привлечение денежных средств - ссуды, кредиты. В современных условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект, однако получить кредит непросто. Главная причина заключается в развивающейся практике невозврата кредитов. Большинство финансовых учреждений сегодня уже не довольствуются балансом и расчетом прибылей и убытков, как это было раньше. Они ориентируются на перспективу экономического успеха предприятий на рынках сбыта. В частности, если речь идет о крупных инвестиционных проектах (инвестиции по приобретению или продаже промышленного оборудования, созданию pilotных установок на основе патентов и т. д.), требующих структурированного финансирования без предварительного представления просчетов, невозможно получить подтверждения на предоставление капитала. Финансирование проектов с привлечением специализированных финансовых учреждений, таких, как Немецкое общество инвестиций и развития (DEG) и Банк по реконструкции (KfW) в Германии или Европейский банк реконструкции и развития (EBRD) в Лондоне, Международная финансовая корпорация (IFC), Всемирный банк

(International Bank for Reconstruction and Development / IBRD) и европейская программа TACIS, требует тщательного и систематического заполнения анкет и вопросников в соответствующем бизнес-плане проекта.

Четвертая цель. Привлечение потенциальных партнеров, которые пожелают вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них технологию. Решение вопроса о предоставлении капитала, ресурсов или технологии возможно лишь при наличии плана бизнеса, отражающего курс развития компании на определенный период времени.

Пятая цель бизнес плана - это инструмент контроля и управления, с помощью которого возможно оценить фактические результаты деятельности за определенный период,

Бизнес-план нужен для решения следующих задач [17, с. 559]:

- сформулировать главную цель проекта, его стратегическое направление, спрогнозировать развитие событий в краткосрочном и долгосрочном периодах;
- определить сегменты рынка, приемлемые для продукции предприятия, и целевую аудиторию потребителей;
- оценить конкурентоспособность предприятия, основываясь на показателях доли целевого рынка или его сегмента;
- разработать ассортиментную политику и охарактеризовать показатели предполагаемой продукции и услуг;
- рассчитать допустимую величину потенциальных затрат производственной и непроизводственной направленности;
- определить тактику маркетинговой политики в сфере ценообразования, эффективности стимулирования сбыта, анализ освоенных сегментов рынка и потенциальной целевой аудитории;
- оценить оптимальное соотношение реальных возможностей предприятия и поставленные к реализации цели.

Бизнес-план – это документ, который является хорошей опорой не только на первоначальном этапе планирования нового проекта, но и во время

дельнейшей реализации бизнес-идей.

Помимо решения задач на этапе прединвестиционного планирования, на бизнес-план возложены конкретные функции[20, с. 32]:

- бизнес-план используется для оценки фактических показателей деятельности предприятия за конкретный период в сравнении с запланированными;
- является инструментом реализации основных стратегических направлений предприятия;
- разработка ведущих концепций ведения бизнес-процессов;
- выступает инструментом привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

1.3 Виды бизнес-планов

При разработке и написании бизнес-планов определенного вида указывается вид и цель деятельности, процесс открытия предприятия, предполагаемые доходы и расходы, анализ эффективности, факторы, влияющие на его ведение и развитие. При этом необходимо учитывать особенности выбранной сферы деятельности и направления будущего предприятия.

Основными видами планирования являются внутренний и внешний бизнес-планы.

Перед составлением соответствующего плана в первую очередь нужно определиться, для каких целей он предназначен, кто будет его читать и изучать. В зависимости от назначения и использования бизнес-планы составляются с учетом того, что нужно отразить, на что обратить внимание в конкретном виде документа, а чего целесообразно при этом избежать. Поэтому по своему содержанию они могут различаться, иметь свои нюансы, у каждого из них есть своя специфика, формулировки и особенности написания.

Вследствие этого бизнес-планы могут разделяться на несколько видов, каждый из которых служит для определенной цели. Например, для привлечения

инвестиций, получения кредита или для поиска партнеров. В каждом из видов таких деловых бумаг стоит обратить особое внимание на интересы, характерные особенности и психологические стороны тех, кому именно предназначается данный бизнес-план[7, с. 84].

Внутренний бизнес-план.

Внутренние бизнес-планы («для себя») предназначены исключительно для использования внутри предприятия и имеют несколько целей:

– Во-первых, описать и проанализировать реально существующее положение дел в компании. Такой план не должен скрывать никаких недостатков или тонкостей, не сглаживать острых углов и противоречий в работе компании. В нем показываются и анализируются все трудности, изъяны и недочеты, которые необходимо исправлять и с которыми нужно бороться всем работникам фирмы.

– Во-вторых, доказать степень реальности достижения целей, качественных или количественных уровней, намеченных в определенной бизнес-идее или проекте.

– В-третьих, показать руководству целесообразность возможного реформирования или реорганизации работы структурных подразделений или всей компании в целом для достижения намеченных результатов.

Для того чтобы лучше представлять возможные потребности в материальных, финансовых и трудовых ресурсах, составляется производственный план, или бизнес-план производства. В нем определяются возможные источники получения и эффективность использования уже имеющихся ресурсов.

При разработке бизнес-плана маркетинга особое внимание обращается на аналитический обзор рынка продукции или услуг, наличие конкуренции, планирование и разработку рекламных кампаний, вопросы ценообразования, а также способы и методы изучения потребительского спроса. На основе такого плана можно рассчитать затраты на маркетинг.

В корпоративном бизнес-плане подводятся и оцениваются результаты

работы компании за определенный период. На основе полученных данных осуществляется планирование перспективных путей ее развития и совершенствования деятельности как отдельных подразделений, так и всей компании. Составление корпоративного бизнес-плана представляет собой наиболее сложный для разработки вид бизнес-планирования.

Данный вид бизнес-плана в основном требуется руководству компании для информации, анализа, принятия решений, выстраивания стратегии текущей деятельности и дальнейшего развития предприятия.

Внешний бизнес-план.

Внешний бизнес-план несколько похож на некую «рекламу» бизнес-идеи или уже существующего предприятия, хотя и обязан быть в должной мере правдоподобным.

Необходимость составления инвестиционного бизнес-плана (плана развития) появляется при поиске инвесторов для привлечения финансовых вложений, кредитных организаций для получения кредитов на максимально выгодных условиях при реализации бизнес-идеи, а также для дальнейшего развития уже существующего бизнеса. При намерении владельца продать свой бизнес для возможных покупателей тоже необходимо разработать и представить соответствующий бизнес-план.

Для защиты перед инвесторами и доказательства эффективности вложения средств в инвестиционном бизнес-плане описываются возможности расширения, развития и перспективы бизнеса, повышения объемов продаж и масштабов поставок, методы улучшения качества и увеличения ассортимента или перечня услуг, способы привлечения новых клиентов, покупателей, потребителей и пользователей. Очень важно указать пути скорейшего возврата финансовых вложений и объективная оценка сроков получения реальной прибыли. Для банков необходимо доказать свою платежеспособность, наличие надежного поручителя или ликвидного залога.

Бизнес-план на получение гранта. Данный документ направлен на возможность получения займа, субсидии или другой финансовой помощи из

госбюджета или любого благотворительного фонда. Поэтому рекомендуется осветить, что реализация проекта просто необходима для развития города или региона, что проект внесет огромную лепту в развитие науки, техники и т.п. Помощь является безвозмездной, поэтому бизнес-план должен быть простым и искренним, чтобы сразу открылась цель проекта и его задача. При составлении бизнес-плана данного вида также рекомендуется основной упор сделать на резюме, потому что именно его досконально будут изучать при распределении грантов.

Очень часто внутренний бизнес-план (или их совокупность) после определенной доработки может преобразовываться во внешний (официальный) и представляться для ознакомления всем заинтересованным лицам.

Целей для разработок и, соответственно, видов бизнес-планов может быть несколько, основная же стратегическая цель - увеличение прибыли и получение дополнительного дохода путем совершенствования работы компании различными методами, способами и приемами.

При открытии своего дела, когда потенциальный владелец бизнеса излагает свои бизнес-идеи кредиторам или инвесторам в виде бизнес-плана, он сам начинает глубже и основательней понимать сущность и перспективы своего будущего бизнеса.

1.4 Требования к структуре и содержанию бизнес-плана

Универсальной и едино правильной структуры бизнес-плана не существует, однако выделяется несколько мировых методик: UNIDO; ЕБРР; BFMGroup; KPMG[8, с. 1151].

Структура бизнес-плана, в соответствии с этими стандартами, весьма схожа, и выглядит следующим образом[10, с. 77]:

1) Титульный лист – на нем указываются основные реквизиты: название компании, ее адрес, имена учредителей, суть и стоимость проекта.

2) Вводная часть (резюме) – краткий обзор всего бизнес-плана.

3) Анализ отрасли: текущие данные, перспективы развития, имеющиеся конкуренты и потенциальные покупатели.

4) Предлагаемый продукт (новый товар или услуга).

5) Производственный план – оборудование, его производительность и предполагаемый объем производства.

6) Маркетинговый план – способы продвижения товара, возможная цена и спрос на него.

7) Организационный план – структура предприятия, форма собственности, состав руководящего звена.

8) Финансовый план – отображение главных финансовых показателей и расчетов.

9) Оценка рисков – выделение всех возможных угроз на пути реализации идеи, а также основных способов их преодоления.

10) Приложения.

Конкретное содержание этих разделов определяется в зависимости от требований инвестора, используемой методики и специфики самого проекта. Какую структуру выбрать, решает сам предприниматель. Однако некоторые инвесторы (в основном зарубежные) требуют, чтобы бизнес-план был написан именно в соответствии с одной из перечисленных методик. В этом случае стоит готовить документ, ориентируясь уже на пожелания инвестора.

Ниже представлена схема состава бизнес-плана, а далее дается характеристика его разделов (см. рис. 1.1).

Титульный лист бизнес плана.

Структура бизнес плана, титульный лист его всегда открывает, на нем должно быть отражено название проекта, для которого создан бизнес план.

Кроме этого он отражает, это:

- организацию, которая выполняет проект;
- где располагается компания или производство;
- контактные данные, как найти руководителей организации;
- кто разрабатывал проект его фамилия и имя, Ф.И.О. руководителя

организации;

- для инвесторов на титульный лист выносятся финансовые показатели компании: необходимая сумма вложений, когда окупятся поступления в компанию, какая рентабельность производства.

Меморандум защищенности.



Рис. 1.1 - Типовая структура бизнес-плана [19, с. 47]

Этот раздел призван защитить права авторов проекта, которые разрабатывали состав и структуру бизнес плана, его могут разместить на титульном листе, когда он короткий, или на следующем листе после титульной страницы. Задача меморандума, это предупреждение, что человек читающий бизнес план имеет отношение к конфиденциальной информации, и несет ответственность о нераспространении полученной информации, если на то не будет разрешение авторов. В меморандуме может отражаться запрет на

изготовление копий материала, а также передачи его для ознакомления еще кому ни будь.

Специалисты рекомендуют отражать меморандум примерно в представленном виде, это:

«Материал, в котором изложен бизнес-план компании, представляется для изучения в рамках конфиденциального прочтения с целью получения дополнительных средств на реализацию проекта, он не может передаваться третьему лицу, его нельзя копировать, делать дубликаты.

Если представленный материал развития компании отраженный бизнес планом не вызвал вашего интереса участия в развитии предприятия просьба вернуть его обратно».

Резюме бизнес плана.

Типовая структура бизнес плана всегда имеет резюме, в котором отражена общая информация о проекте, которая носит рекламного вида стиль написания. Задача этого раздела привлечь с первых страниц внимание тех лиц для кого писался бизнес план, ведь начальное впечатление важно, он влияет на решение инвестора участвовать в проекте или нет.

Резюме в кратком изложении представляет весь бизнес план, обычно его пишут после составления основного документа, но размещают после меморандума безопасности, оно имеет следующую структуру, это:

- для чего был создан проект, какие задачи решает, его цели;
- какое для реализации проекта есть обеспечение ресурсами;
- каким способом идея бизнес плана реализуется;
- предложенная продукция в проекте имеет, какую уникальность, полезность для общества, а также насколько представляемая услуга востребована;
- какое количество денег надо для реализации проекта;
- какой есть прогноз продаж будущей продукции;
- в какое время произойдет возврат заемных денег;
- какая эффективность бизнес идеи отраженной в плане действий.

Приветствуется простое написание резюме понятными словами, без специфических терминов, лаконично изложив основную мысль бизнес плана. Этот раздел, по мнению специалистов не должен быть больше двух листов формата А-4.

Цель проекта.

Структура бизнес плана, содержание разделов бизнес плана должны полностью раскрыть цель проекта, для которого он написан, после резюме отражается полностью в раскрытом виде поставленные цели для проекта.

Необходимо раскрыть какие технологии применяются для получения продукции, которая будет после реализации проекта представлена на рынке, а именно:

- необходимо больше внимания уделить не техническому решению изготовления продукции, а ее характеристикам, какая польза от нее населению;
- весь технологический процесс раскрывается подробно в приложении к бизнес-плану;
- надо указать на особенность изготавливаемой продукции или предоставляемых услуг, которые выполняются с применением новых технологий.

Рекомендуется в разделе цели проекта указать наличие патента на изготовление этой продукции или же права автора на изобретение, что защищает выпускаемую продукцию от конкурентов, часто применяются эксклюзивные право на продвижение определенного бренда.

Аналитический раздел.

Сущность и структура бизнес плана не может обойтись без раздела, в котором отражается проведенный анализ предпринимательской деятельности в выбранной нише производства на конкретный момент времени, и перспектива выпуска новой продукции.

В этом разделе важно показать, что предприниматель правильно понимает все особенности предпринимательства в собственном деле, что ему знакомы способы борьбы с конкурентами.

Желательно в разделе указать региональных конкурентов по выпуску одинаковой продукции, а также указать какие новинки появились на рынке, показать слабые позиции выпускаемой конкурентами продукции, а также остановиться и на положительных моментах новой продукции. Надо конкретно в разделе дать ответ, для какой группы населения выпускается ваша продукция, для которой написан бизнес план.

Какое положение в нише занимает бизнес.

Структура бизнес плана, резюме которого находится на второй позиции, предполагает следующим разделом сделать анализ собственной деятельности на региональном рынке товаров.

Здесь надо раскрыть следующие вопросы, это:

- что производит компания, для какой группы потребителя;
- какая форма организации производства;
- какие финансовые показатели имеет предприятие;
- где расположено производство, собственные мощности или арендованные площади, требуется ремонт или нет;
- от каких внешних факторов зависит производство: сезонность или временной фактор.

Этот раздел важен для организации нового предпринимательского дела, в нем нужно указать опыт работы в предполагаемом бизнесе. Если предварительная договоренность с партнерами о поставках сырьевой базы, это нужно указать. Задача раздела в убеждении потенциального инвестора выделить денег.

Описание продукции, услуги.

Структура бизнес плана, это возможность показать, какую продукцию вы выпускаете и для чего вы предпринимаете определенные действия. В описании продукции надо широко указать полезность продукции для потребителей, какие особенности ее позиционируют в выгодном свете перед конкурентами.

В этом разделе можно разместить, фотографии всех ракурсов товара с лучшей стороны, а также снабдить технической документацией, а именно, это:

- как называется продукция;
- где она применяется и ее полезные качества;
- описание краткое для основных характеристик товара;
- какие показатели продукции имеют преимущество перед конкурентами;
- есть ли патент на выпуск товара;
- необходим ли на товар сертификат;
- какое влияние продукция и ее выпуск производят на окружающую среду, насколько она безопасна для потребителя;
- в какой упаковке и как будет доставляться товар;
- какие сервисы предусматриваются в обслуживании покупок, и какие гарантии на товар дает производитель;
- как можно утилизировать отработанную продукцию.

Маркетинг продукции.

Бизнес план обязательно должен включать раздел маркетинговых действий, в котором отражается стратегия компании на рынке сбыта продукции. Надо расписать в разделе мероприятия продажи продукции, показать, что продукция будет пользоваться спросом, и она востребована группой покупателей, это:

- покупательской цепочкой от опта до конкретного клиента;
- какие предъявляются качественные требования к товару, как организован контроль на производстве;
- есть для планируемой продукции региональные конкуренты, показать сильные стороны вашего товара или услуги;
- какую долю рынка после выпуска продукции вы можете освоить;
- какая стратегия разработана для привлечения покупателей: реклама, акции, другие мероприятия.

Производство продукции.

Характеристика разделов бизнес плана подводит потенциального

инвестора к пониманию производства продукции. В этом разделе подробно описывает процесс изготовления продукции, на каком оборудовании, где находится предприятие выпускающее товар.

Необходимо отразить, это:

- если проект имеет цель организации нового предприятия – весь производственный цикл его работы;
- когда продукция выпускается с помощью субподряда, надо указать, где находятся ваши партнеры, полную информацию о них, раскрыть на схемах весь собственный производственный процесс.

В разделе отражаются траты на предполагаемый сбыт продукции, калькуляция и сметы, выглядит он так, это:

- технологии, применяемые в работе для выпуска продукции;
- нужны ли еще дополнительные мощности для развития и выпуска нового товара;
- какие меры принимаются для сохранности внешнего мира предприятия;
- нужно ли расширение штатного состава коллектива;
- показать характеристики применяемого в работе оборудования;
- откуда берется сырье для выпуска продукции;
- показать субподрядчиков, их долю в выпуске продукции;
- сколько сейчас проводится текущих трат и как на производство;
- какая себестоимость планируемой продукции.

Кратко о других разделах бизнес плана.

Цели и структура бизнес плана предлагает около 13 разделов, но это не значить, что он должен выглядеть как диссертация.

Кратко опишем другие разделы плана действий для предпринимателя, это:

1) Когда будет раскрыт раздел производство, надо за ним сделать раздел с указанием документов подтверждающим законность выпуска продукции, документы, имеющие нормативные показатели, показать на графике временной

интервал реализации товара.

2) Финансовый раздел, в котором подробно отражается, сколько планируется производить продукции, за какую цену она реализуется, какая прибыль будет получена предприятием. Важно надо указать за которое время предприятие достигнет точки без убыточности. Надо показать собственные источники финансирования проекта, откуда предполагается взять дополнительные денежные поступления. Необходимо показать всю эффективность работы предприятия схематично раздел выглядит следующим образом, это:

- отчеты предприятия о расходах и доходах;
- какие налоговые отчисления проводятся руководством компании;
- какое движение происходит с денежными средствами на предприятии;
- балансовый отчет;
- обосновать необходимость внешнего вложения средств;
- какие траты понесет предприятие на обслуживание заемных денег.

3) Риски. В этом разделе надо раскрыть возможные риски в процессе производства продукции или ее реализации, которые невозможно предусмотреть изначально. Указать какие меры будут приняты, и какую стратегию изберет компания для преодоления этих трудностей.

4) Приложения бизнес плана. Приложения к бизнес-плану включают в себя необходимую дополнительную и справочную документацию.

Таким образом, бизнес-план – это документ, содержащий детально изложенную стратегию и тактику будущей деятельности предприятия. Он является основополагающим документом для управленческого звена предприятия, а также для лиц, заинтересованных в успешной реализации предпринимательской идеи (бизнес-идеи).

1.5 Виды эффекта от реализации проекта

Среди многообразия видов эффективности проектов также можно

выделить такие как[11, с. 819]:

- Экономическая эффективность – показывает соотношение затрат на реализацию проекта и его результатов в соответствии с интересами и целями участников проекта в денежном эквиваленте;
- Экологическая эффективность проекта – отражает соответствие затрат и результатов с точки зрения государства и общества;
- Социальная эффективность – здесь отображено соответствие затрат и общественных результатов рассматриваемого проекта целям и социальным интересам его участников;
- Показатели социально-экономической эффективности проекта отражают эффективность данного проекта с точки зрения интересов всего общества, с тем обстоятельством, что оно несет все затраты, которые связаны с выполнением проекта. Эти показатели отражают целесообразность расходования ресурсов на осуществление конкретно данного проекта. Однако следует признать, что основным методом оценки социальной эффективности проекта остается экспертный метод.
- Научно-технический эффект состоит в развитии научных, технических и технологических отраслей в процессе инновационной деятельности. Это результат реализации производственных инноваций. Он может быть оценен через ожидаемый экономический эффект и определен посредством оценочных балльных показателей, учитывающих новизну, уровень изобретения и практическую применимость. Он выражается в создании научно-технической продукции (прирост научной информации) в процессе научно-исследовательской деятельности. Измеряемые научно-технические показатели инновационной деятельности дают возможность отразить экономическую эффективность и значимость проведенных НИОКР.
- Бюджетная эффективность инновационно-инвестиционного проекта оценивается по заказу органов государственного и/или регионального управления. В соответствии с данными требованиями можно определить бюджетную эффективность для бюджетов разных уровней или

консолидированного бюджета.

Бюджетная эффективность инновационно-инвестиционного проекта оценивается через сопоставление объема необходимых инвестиций из средств какого-либо бюджетного фонда в наш инвестиционный проект и совокупной доходности федерального бюджета, а также возникающих благодаря реализации инновационно-инвестиционного проекта экономии в расходах бюджетов различных уровней. Если инвестиции предоставляются за счет средств Фонда государственной поддержки как государственные гарантии, здесь они рассматриваются в качестве оттоков средств бюджетного Фонда, учитываются платежи по исполнению такой гарантии исходя из обеспеченного ею обязательства.

Оценку экономической (коммерческой) эффективности проектов производят с помощью следующих показателей:

- срок окупаемости,
- реальная ценность (стоимость) проекта,
- внутренняя норма доходности,
- рентабельность инвестиций.

Принятие решений об эффективности проекта обосновывается в зависимости от целей, преследуемых разработчиком данного проекта. Тогда полученные в результате расчетов показатели разделяются по их значимости в конкретной ситуации.

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ОЛВИ»

2.1 Общие сведения об ООО «ОлВи»

2.1.1 Местоположение и организационно-правовая форма предприятия

ООО «ОлВи» (Красноярский край; ИНН 2465103891) зарегистрировано 5 сентября 2006 года регистрирующим органом Инспекция Федеральной налоговой службы по Советскому району г. Красноярска.

Уставный капитал компании по состоянию на 1 января 2017 года - 51000 руб.

Тип собственности ООО «ОлВи» - Общества с ограниченной ответственностью.

Форма собственности ООО «ОлВи» - Частная собственность.

Основные виды деятельности ООО «ОлВи»: розничная торговля рыбой и морепродуктами (52.23.1), розничная торговля консервами из рыбы и морепродуктов (52.23.2), розничная торговля прочими пищевыми продуктами, не включенными в другие группировки (52.27.39).

Местонахождение предприятия ООО «ОлВи»: г. Красноярск, ул. Октябрьская 2а.

Учредителем предприятия ООО «ОлВи» является гражданка Российской Федерации Зарипова Ольга Викторовна.

Зарипова Ольга Викторовна изначально была просто частным предпринимателем, со временем бизнес стал расширяться, штат работников увеличился и принято было решение о перерегистрации фирмы в ООО.

Главная миссия компании ООО «ОлВи» – повышение уровня обеспеченности жителей города Красноярска и Красноярского края в целом высококачественными рыбными продуктами независимо от уровня их дохода, завоевание лидерских позиций в данной отрасли.

2.1.2 Структура предприятия

Организационная структура предприятия ООО «ОлВи» приведена на рис. 2.1.

Численность персонала ООО «ОлВи» определяется исходя из функциональной целесообразности; общая численность работающих, согласно штатному расписанию на 01.01.2017 г. составляла 17 человек (см. табл. 2.1).

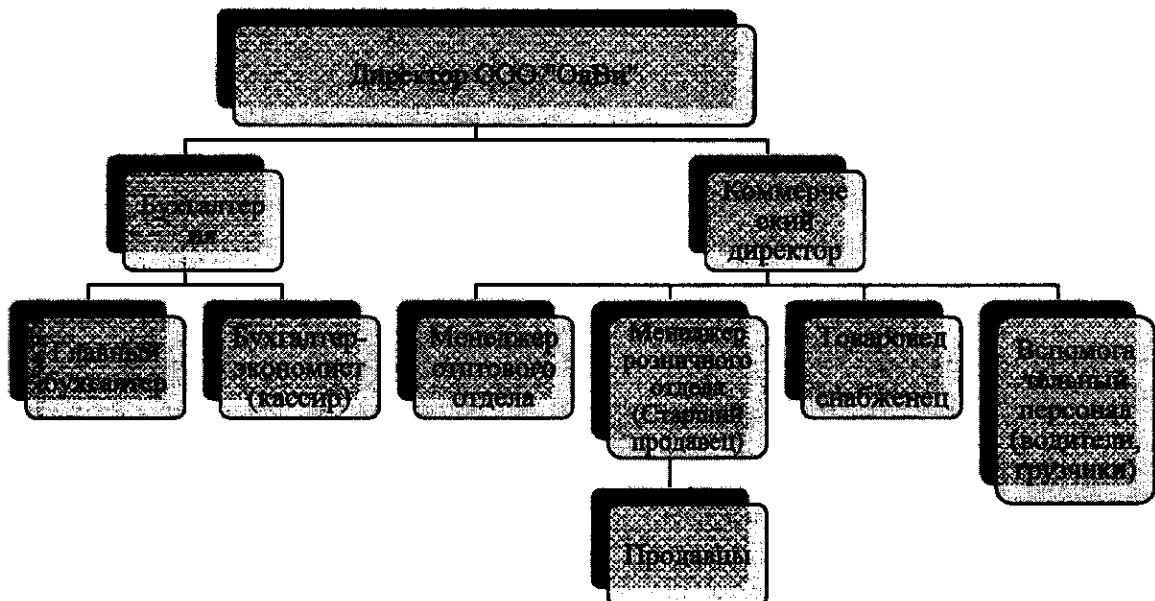


Рис. 2.1 – Организационная структура управления ООО «ОлВи»

Таблица 2.1

Численность персонала ООО «ОлВи» на 01.01.2017 г.

Должность	Количество человек
1	2
Административно-управленческий персонал, всего	3
Директор	1
Коммерческий директор	1
Главный бухгалтер	1
Специалисты, всего	2
Бухгалтер-экономист	1
Товаровед-снабженец	1
Торговый персонал, всего	10
Менеджер оптового отдела	2

Окончание таблицы 2.1

1	2
Менеджер розничного отдела (старший продавец)	2
Продавцы	6
Вспомогательный персонал	2
Водители	1
Грузчики	1
Итого	17

По данным табл. 2.1 видно, что наибольший удельный вес в структуре персонала по категориям занимает торговый персонал ООО «ОлВи» с удельным весом - 58,8% (10 чел.) от общей численности работников, это менеджеры оптового и розничного отдела, а также продавцы. Удельный вес административно-управленческого персонала ООО «ОлВи» составляет 17,6% (3 чел.), наименьший удельный вес занимают специалисты – 11,7% (2 чел.), это бухгалтер-экономист и товаровед, и вспомогательный персонал (2 чел.), это водители-экспедиторы и грузчики.

У каждого работника предприятия ООО «ОлВи» есть свои должностные обязанности. Руководство деятельностью предприятия ООО «ОлВи» осуществляют директор. Вопросы найма и увольнения, формы, системы и размеры оплаты труда, а также другие виды доходов работников решаются также директором предприятия ООО «ОлВи» самостоятельно на основе законодательства Российской Федерации.

Правильно подобранный, сплоченный, квалифицированный коллектив является основной составляющей успех предприятия. Именно от людей, работающих на предприятии ООО «ОлВи», зависит, будет ли предприятие процветать или закроется. Только люди, обладающие большим запасом энергии, желающие добиться высоких результатов, сделать карьеру и иметь достойный уровень жизни, а также имеющие современный взгляд на поставленные цели, обладающие умением предвидеть ситуацию, способны сделать предприятие ООО «ОлВи» прибыльным.

2.2 Бизнес-анализ деятельности ООО «ОлВи»

2.2.1 Анализ внешней среды предприятия

К внешней среде предприятия ООО «ОлВи» были отнесены: поставщики, потребители, конкуренты, каналы сбыта. Проанализируем их.

Потребителями рыбной продукции, реализуемой предприятием ООО «ОлВи» в основном являются жители г. Красноярска и Красноярского края.

От того, откуда на предприятие ООО «ОлВи» попадает рыба, зависит не только ее качество, но и спрос.

У предприятия ООО «ОлВи» несколько основных поставщиков рыбных товаров, с которыми заключены договора поставки и наложены коммерческие отношения (см. таблица 2.2).

Таблица 2.2

Основные поставщики ООО «ОлВи»

Категория рыбной продукции	Поставщик
1. Живая рыба, речная рыба	ООО «Малат», ООО «Руслов» (рыбные хозяйства «Руслов»), ОАО «Назаровское рыбное хозяйство».
2. Икра	ООО «Мореани» (икра в ж/б), ООО ТТК «Глобал» (икра весовая), ООО «Северная рыба»
3. Морепродукты	ООО «Азия», ООО «КРАС ТРЭЙД», ООО «Весна», ЗАО «Партнер-Альянс»
4. Копченая рыба	ООО «КрасРыба» (холодного и горячего копчения)
5. Свежемороженая рыба	ООО «Продовольственные рыбные ресурсы», ООО «РыбПром», ООО «Северная рыба», ООО «Альянс», ООО «ТАЙМЫРРЫБКОМПАНИ», ООО «Красноярская рыбная компания».

В результате изменения системы поставок, указанных в таблице 2.2 поставщиков продукции на предприятие ООО «ОлВи», на предприятии представлен достаточно широкий ассортимент рыбной продукции.

На рынке рыбной продукции г.Красноярска и Красноярского края конкуренция достаточно высокая, как в розничном, так и в оптовом сегменте.

Для анализа конкурентов, мною были выбраны три основных конкурентов:

- 1) ИП Филиппов А.В. (магазин «Дары Севера», Красноярск, Енисейский тракт, 10 км, ст.2\4).
- 2) ООО «Компас» (г. Красноярск, просп. Красноярский Рабочий, д. 51).
- 3) Торговая фирма ООО «Сибфоркт» (г. Красноярск, ул. Ленина, д. 21, оф. 34).

Анализ конкурентов и конкуренции на рынке г. Красноярска ООО «ОлВи» представим в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Анализ конкурентов и конкуренции на рынке г. Красноярска предприятия ООО «ОлВи»

Факторы конкурентоспособности	Конкурирующие торговые организации			ООО «ОлВи»
	ИП Филиппов А.В. («Дары Севера»)	ООО «Компас»	Торговая фирма ООО «Сибфоркт»	
1	2	3	4	5
1. Имидж предприятия	3	3	4	2
1. Месторасположение предприятия	4	3	5	3
2. Ассортимент рыбной продукции	4	2	5	3
3. Качество рыбной продукции	5	3	4	5
5. Методы стимулирования	0	1	5	3
6. Средства рекламных коммуникаций	1	0	4	2
7. Режим работы и его соответствие требованиям покупателей	5	5	4	4

Окончание таблицы 2.3

1	2	3	4	5
8. Соответствие потребностям покупателей	5	3	4	3
9. Уровень культуры обслуживания	3	3	4	4
10. Форма продажи или каналы сбыта	2	3	4	3
Всего	31	26	42	32

При полученных данных в таблице 2.3, можно сказать, что у ООО «ОлВи» имеются два главных конкурента: Торговая фирма ООО «Сибфоркт» и ИП Филиппов А.В. («Дары Севера»). ООО «ОлВи» уступает этим предприятиям по ряду параметров. В частности:

- ассортимент (на предприятии ООО «ОлВи» отсутствуют такие рыбные товары как: вяленая рыба, соленая рыба, пресервы, рыбные полуфабрикаты и т.п.);
- методы стимулирования продаж;
- средства рекламных коммуникаций.

Так же из расчетов конкурентоспособности в таблице 2.3, можно сказать, что конкурентоспособность предприятия ООО «ОлВи», примерно на уровне конкурентоспособности других действующих в г. Красноярск торговых организаций, реализующие рыбную продукцию.

В ООО «ОлВи» используют в своей деятельности два основных канала сбыта:

- 1) через собственную розничную точку напрямую потребителям рыбной продукции г. Красноярск;
- 2) через собственный оптовый отдел оптовым покупателям (рестораны, кафе, крупные продуктовые сети и т.п.).

На рис. 2.2 отразим удельный вес каждого канала сбыта в общем объеме продаж ООО «ОлВи» в 2014-2016 году.

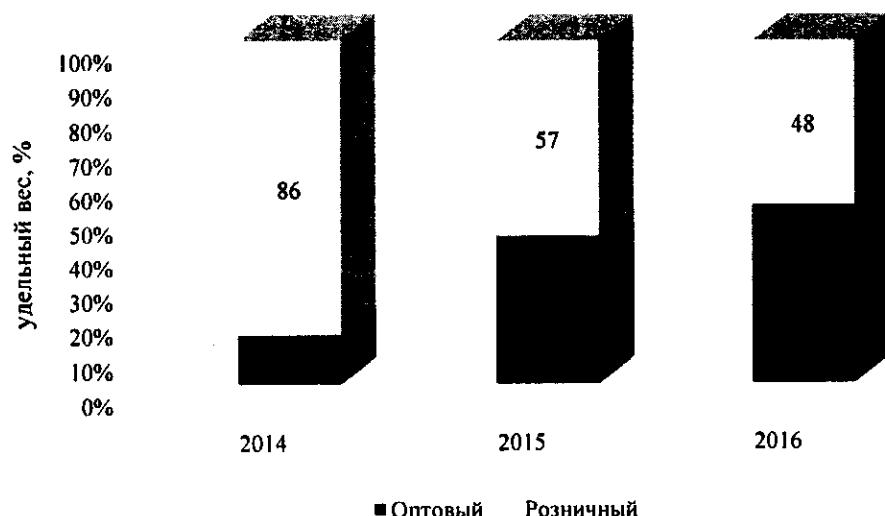


Рис. 2.2 – Структура продаж ООО «ОлВи» в 2014-2016 гг

По данным представленным на рис. 2.2 видно, что в 2014 году удельный вес оптового канала сбыта составлял всего 14%, так как основным видом деятельности предприятия в данном периоде являлось – розничная торговля, в 2015 году предприятие ООО «ОлВи» также, как и в 2014 году больше всего реализовывало свою продукцию через собственную торговую точку (57%), а в 2016 году ситуация изменилась, т.е. предприятие стало больше уделять внимание оптовому сбыту своей продукции.

Таким образом, сделаем у ООО «ОлВи» хорошо организованы каналы сбыта. Показателем эффективности работы в данном случае является бесперебойная доставка продукции от производителя к конечному потребителю.

2.2.2 Анализ ассортимента продукции

В результате изменения системы поставок ООО «ОлВи», в магазине представлен достаточно широкий ассортимент рыбных продуктов. У ООО «ОлВи» ассортимент представлен 6 основными товарными группами (см. табл. 2.4).

Таблица 2.4

Ассортимент реализуемой продукции ООО «ОлВи»

Товарная категория	Ассортимент	Объем товарной категории, кг	Удельный вес товарной категории в общем объеме, %
1. Живая рыба	карп, осетр, рак живой, сом, стерлядь, толстолобик	61,2	9,0
2. Икра ж/б	икра весовая, икра нельмы, икра омуля, икра хариуса	13,6	2,0
3. Копченая рыба	балык чира, муксун х/к, нерка х/к, омуль х/к, филе кеты х/к, филе масляной х/к, филе семги х/к, филе форели х/к	81,6	12,0
4. Морепродукты	гребешок с/м, каракатица с/м, королевские креветки с/м, крабовое мясо натуральное, креветки 70/90 с/м, креветки тигровые 16/20 с/м, лобстер (Омар) с/м, мидии, мидии очищенные с/м, морской коктейль с/м	122,4	18,0
5. Речная рыба	ленок с/м, карась охл., карп с/м, муксун с/м, налим с/м, нельма с/м, нельма с/м мелкая, омуль с/м, пелядь с/м, плотва (Сорога), сиг с/м, сиг с/м Енисейский, сом с/м, стерлядь, судак с/м, таймень, тугунок м/с, туруханка, филе осетра, хариус, чир с/м, щука	68,0	10,0
6. Свежемороженая рыба	голец с/м, горбуша с/м, дорада с/м, кальмар тушка, кальмар филе п/ф морож.(фасов), камбала б/г, кета ПСГ, кижуч с/м, корюшка с\м, минтай бг 25-30, молоки, нерка с/м, палтус, сельдь, семга 7-8, семга с/м 2-3, семга с/м 6-7 охл, семга с/м 7-9, скумбрия с/м, терпуг 400-600, филе масленой с/м, филе минтая с/м, филе сайды, филе судака с/м, филе тилапии, филе трески с/м, треска, форель 1,8-2,7, форель 4,6-5,6, форель 0,9-1,8, форель непотрошеная охлажденная, форель речная, чавыча с/м.	333,2	49,0
Всего	x	680,0	100,0

Структура ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе. Данные по структуре ассортимента рыбных товаров, реализуемых ООО «ОлВи», по видам представлены на рис. 2.4.

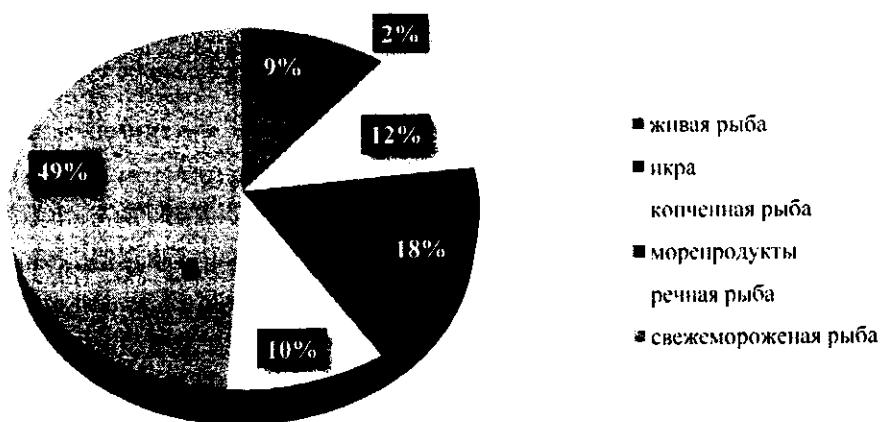


Рис. 2.3 – Структура ассортимента реализованных рыбных продуктов ООО «ОлВи» в 2016 году

По данным представленным на рис. 2.3 видно, что в структуре ассортимента рыбных товаров, реализуемых ООО «ОлВи» в 2016 году занимает категория «Свежемороженая рыба» с удельным весом – 49%, наименьший удельный вес занимает товарная категория «Икра», с удельным весом – 2%.

ООО «ОлВи» самостоятельно отслеживает качество рыбных товаров в постоянном режиме, что позволяет предприятию занимать высокие конкурентные позиции позиции на рынке г. Красноярска.

Управление ассортиментной политикой ООО «ОлВи» организовано по упрощенной схеме. Управлением ассортиментной политикой на предприятии занят товаровед, совместно с руководителем предприятия.

Необходимо отметить, что формирование ассортимента на предприятии ООО «ОлВи» требует совершенствования, так как при прогнозировании объемов продаж по ассортиментным группам используются упрощенные

методы, не учитывающие множества факторов, в результате прогноз является излишне оптимистичными. Неточность прогнозирования сказывается на ухудшении управления товарными запасами и снижении эффективности их использования.

Далее, проведем анализ финансового состояния предприятия по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности ООО «ОлВи» за 2015-2016 гг..

2.2.3 Анализ технико-экономического состояния предприятия

Проведем технико-экономический анализ деятельности ООО «ОлВи» за период 2014-2016 года по данным финансовой отчетности организации.

Исходные данные для анализа приведены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Данные для технико-экономического анализа и оценки деятельности ООО «ОлВи» за 2014-2016 гг.

Показатели	Абсолютные величины			Отклонения (+/-)		Темп роста, %	
	2014	2015	2016	2015/ 2014	2016/ 2015	2015/ 2014	2016/ 2015
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка (продажи), тыс. руб.	5912	22117	23143	16205	1026	274,1	4,6
Себестоимость продаж, тыс. руб.	4387	15504	16596	11117	1092	253,4	7,0
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	368	685	1664	317	979	86,1	142,9
Чистая прибыль, тыс. руб.	217	275	899	58	624	26,7	226,9
Среднесписочная численность персонала, чел.	12	16	17	4	1	33,3	6,3
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	2592	4416	5712	1824	1296	70,4	29,3

Окончание таблицы 2.5

1	2	3	4	5	6	7	8
Производительность труда, тыс. руб./чел.	493	1382	1361	890	-21	180,6	-1,5
Рентабельность продаж, %	6,2	3,1	7,2	-3,1	4,1	x	x
Рентабельность деятельности (по чистой прибыли), %	3,7	1,2	3,9	-2,4	2,6	x	x

Как видно из данных таблицы 2.5, выручка предприятия в исследуемом периоде имеет тенденцию к увеличению, так выручка ООО «ОлВи» в 2014 году составляла 5912 тыс. руб., в 2015 году по отношению к 2014 году выручка организации возросла почти в 3,5 раза или на 16205 тыс. руб., а в 2016 году по отношению к 2015 году темп роста выручки ООО «ОлВи» снизился и составил 4,6%, в целом выручка от продаж товаров, продукции, работ и услуг составила 23143 тыс. руб., что на 1026 тыс. руб. больше аналогичного периода 2015 года. Выручка предприятия ООО «ОлВи» в 2015 году по отношению к 2014 году возросла в основном за счет того, что в данном периоде предприятие стало активно развивать оптовый канал сбыта своей рыбной продукции, а также за счет расширения ассортимента, т.е. в 2015 году на предприятие были введены такие товарные группы как: копченная рыба, икра и существенно расширился ассортимент в такой товарной группе как «Свежемороженая рыба».

2.3 Анализ финансового состояния ООО «ОлВи»

2.3.1 Оценка имущественного положения и структуры капитала предприятия

Анализ финансового состояния предприятия рекомендуется начинать с оценки его имущественного положения и структуры капитала предприятия, для этого был проведен горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса.

Таблица 2.6

Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ОлВи»
за 2015-2016 гг.

Группировка столбцов баланса	2015год	2016год	Абс. откл., ±	Темп прироста	Структура, % к итогу баланса		
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	%	2015	2016	откл., ±
Актив							
1 Основные средства	3931	4034	103	2,6	47,1	41,4	-5,7
2 Итого внеоборотных активов (1 раздел баланса)	3931	4034	103	2,6	47,1	41,4	-5,7
3 Запасы	3279	3737	458	14,0	39,3	38,4	-0,9
4 Дебиторская задолженность	1124	1963	839	74,6	13,5	20,1	6,7
5 Денежные средства и денежные эквиваленты	12	10	-2	-16,7	0,1	0,1	0,0
6 Итого оборотных средств (2 раздел баланса)	4415	5710	1295	29,3	52,9	58,6	5,7
Пассив							
7 Капитал и резервы	2877	3776	899	31,2	34,5	38,8	4,3
8 Краткосрочные обязательства (займы и кредиты)	1976	1062	-914	-46,3	23,7	10,9	-12,8
9 Кредиторская задолженность	3493	4906	1413	40,5	41,9	50,3	8,5
10 Итого краткосрочных обязательств (5 раздел баланса)	5469	5968	499	9,1	65,5	61,2	-4,3
11 Баланс	8346	9744	1398	16,8	100,0	100,0	0,0

Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ОлВи» за период 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.6.

По данным таблицы 2.6 видно, что общая стоимость имущества предприятия ООО «ОлВи», включая деньги и средства в расчетах, за анализируемый период возросла на 16,8% и составила в 2016 году 9744 тыс.

руб. Положительная динамика наблюдалась по итогам и первого, и второго разделов баланса. Вместе с тем более быстрыми темпами увеличились оборотные активы, сумма которых в 2016 г. составила 5710 тыс. руб. Прирост составил 1295 тыс. руб., или 29,3%. Наиболее существенно увеличилась дебиторская задолженность, прирост составил 839 тыс. руб., или 74,6%, при росте выручки от продаж в данном периоде на 4,6%. (табл. 2.3). Такая ситуация говорит либо о неплатежеспособности дебиторов, либо организация заключает договора о товарном кредите менее благоприятных для себя условиях.

Увеличение стоимости активов предприятия, в частности основных средств, является положительным моментом, поскольку позволит увеличить объем выпускаемой продукции.

Опережение темпа роста запасов (14,0%) на темп роста выручки (4,6%) в анализируемом периоде также показывает о снижении эффективности использования материальных ценностей, либо о повышении цен на них.

Необходимо отметить, что за анализируемый период снизились и абсолютно ликвидные активы - денежные средства. Снижение составило на 2,0 тыс. руб., или 16,7%. Но в тоже время, если учитывать инфляцию за 2016 год, которая составляла 5,38%, то ООО «ОлВи» принимает меры к уменьшению величины денежных средств для сохранения их от инфляции, т.е. быстрее конвертирует их в материальные оборотные или основные средства.

Собственный капитал предприятия увеличился значительно - на 31,2%, или на 899 тыс. руб. Наиболее существенную долю внесла нераспределенная прибыль, рост которой составил 326,9%, что свидетельствует об эффективности не только деятельности организации, но и дивидендной политики собственников. В целом увеличение собственного капитала позволяет снизить финансовую зависимость организации от внешних кредиторов.

Долгосрочные обязательства в анализируемом периоде у ООО «ОлВи» отсутствовали. Это свидетельствует об отсутствии финансовой зависимости предприятия от внешних кредиторов. То есть организация увеличивает финансирование активов за счет собственных средств.

Краткосрочные обязательства выросли на 499,0 тыс. руб., или на 9,1%, а кредиторская задолженность увеличилась на 1413 тыс. руб., или на 40,5%. Если сравнить темп роста кредиторской задолженности с темпом роста выручки (4,6%), то получается, что предприятие нерационально пользуется своими ресурсами.

Анализ показателей структурной динамики выявил следующую тенденцию: прирост имущества был обеспечен за счет увеличения оборотных активов, на 29,3%, тогда как внеоборотные активы увеличились всего на 2,6%.

Ключевой показатель первого этапа анализа финансового состояния предприятия - сопоставление темпов роста объема продаж с темпами роста объема совокупных активов. Если первый показатель выше второго, то можно сделать вывод, что предприятие правильно, рационально использует активы.

В 2016 году темп роста продаж ООО «ОлВи» составлял 4,6%, а активов – 16,8%, что свидетельствует о нерациональном использовании активов.

Вертикальный анализ бухгалтерского баланса позволит рассмотреть изменение структуры активов и пассивов предприятия.

За анализируемый период доля внеоборотных активов ООО «ОлВи» снизилась на 5,7%. Доля оборотных активов увеличилась на 5,7%. Увеличение удельного веса оборотных активов способствует мобилизации активов и ускорению оборачиваемости средств организации и рассматривается положительно.

Доля собственного капитала увеличилась на 4,3%, в основном за счет нераспределенной прибыли, что показывает повышение эффективности деятельности организации, так как увеличение удельного веса собственного капитала в общей величине капитала способствует росту финансовой устойчивости предприятия.

За анализируемый период снизились и обязательства организации. Однако доля краткосрочных займов и кредитов снизила на 12,8%, а доля кредиторской задолженности возросла на 8,5%.

Преобладание краткосрочных заимствований повышает риск утраты финансовой устойчивости, долгосрочных - снижает. Оптимальное соотношение в структуре капитала 60% заемного и 40% собственного.

2.3.2 Оценка ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия

Проведем анализ платежеспособности ООО «ОлВи» и оценку ликвидности активов.

Группировка активов по степени ликвидности и пассивов – по срочности выплат позволит провести анализа и оценку уровня ликвидности организации.

Результаты расчетов платежеспособности ООО «ОлВи» за 2014-2016 года приведены в таблице 2.7.

Таблица 2.7

Группировка активов и пассивов баланса ООО «ОлВи» за 2014-2016 гг.

Актив	2014 год	2015 год	2016 год	Пассив	2014 год	2015 год	2016 год	излишек (+) или недостаток (-) активов на погашение обязательств		
								2014 г	2015 г	2016 г
A1	335	12	10	П1	2469	3493	4905	-2134	-3481	-4895
A2	712	1124	1963	П2	883	1976	1062	-171	-852	901
A3	3286	3279	3737	П3	0	0	0	3286	3279	3737
A4	1744	3931	4034	П4	2725	2877	3777	-981	1054	257

Баланс неликвиден, так как наблюдается платежеспособный недостаток по первой и второй группе ликвидности активов.

Ликвидность организации определяется и с помощью ряда финансовых коэффициентов, различающихся набором ликвидных средств, рассматриваемых в качестве покрытия краткосрочных обязательств. Результаты расчетов

относительных показателей ликвидности ООО «ОлВи» представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8

Результаты расчетов коэффициента ликвидности ООО «ОлВи» в 2014-2016 гг.

Показатель	Нормативное значение (ориентир)	2014 год	2015 год	2016 год	Динамика в % или отклонение	
					2015/2014 гг	2016/2015 гг
1 Коэффициент абсолютной ликвидности	≤ 0,2-0,5	0,100	0,002	0,002	-0,098	-0,001
2 Коэффициент критической (быстрой) ликвидности	от 0,7-0,8 до 1,5	0,3	0,2	0,3	-0,1	0,1
3 Коэффициент текущей ликвидности	1,5-2,5	1,3	0,8	1,0	-0,5	0,2

Расчеты в таблице 2.8 показывают, что в обоих периодах все значения коэффициента ликвидности ООО «ОлВи» ниже ориентировочного. В 2014 году только 10,0% краткосрочных обязательств покрывался абсолютно ликвидными активами, а в 2015 и в 2016 годах только 0,2%. За анализируемый период данный коэффициент значительно уменьшился в основном за счет снижения денежных средств, когда темп роста краткосрочных обязательств составил 4,2%, а денежных средств -16,7%.

Также в анализируемых периодах коэффициент быстрой ликвидности ниже его нормативной величины. В анализируемом периоде уровень платежеспособности ООО «ОлВи» близок нижнему значению ориентира.

За анализируемый период коэффициент текущей ликвидности также ниже ориентировочного значения. Стоимость запасов почти в 5 раз больше наиболее ликвидных активов. Доля запасов в оборотных активах составляет

75,8, 74,3 и 65,4% соответственно. Такая ситуация снижает уровень ликвидности и платежеспособности ООО «ОлВи».

Таким образом, основной причиной низкого значения данных коэффициентов могут быть просроченная дебиторская задолженность, сверхнормативные запасы, необоснованное вложение денежных средств в финансовые активы, увеличение краткосрочных обязательств. Все это могло привести к снижению поступления денежных средств и к снижению платежеспособности организации.

Можно допустить, что у ООО «ОлВи» в отчетном периоде будут проблемы с выплатой его обязательств.

Нормативное значение коэффициента текущей платежеспособности равно 1. По расчетам видна отрицательная тенденция снижения указанного коэффициента ООО «ОлВи», а именно в период 2014-2016 годах сумма платежных средств недостаточно для покрытия кредиторской задолженности, но при этом в 2016 году данный коэффициент увеличился на 0,04 п.п.

Расчеты показывают, что ООО «ОлВи» в 2014 году могла покрыть разницу между дебиторской и кредиторской задолженности только на 19,0%, а в 2015 и в 2016 годах ситуация значительно ухудшилась, на 1% и на 0,3% в 2016 году.

Далее, проведем анализ платежеспособности ООО «ОлВи» на основе данных таблицы 2.9. Прогнозируется, что 60% дебиторской задолженности будут обязательно погашены в срок.

Заметим, что на основании только этих показателей безошибочно оценить финансовое состояние организации нельзя, так как данный процесс очень сложный и для полной его характеристики недостаточно двух-трех показателей.

Таким образом, ООО «ОлВи» в период 2014-2016 годах с учетом дополнительных данных о величине возврата дебиторской задолженности не может покрыть свои краткосрочные обязательства наиболее ликвидными активами.

Таблица 2.9

Информационные данные для анализа платежеспособности ООО «ОлВи»

Показатели	Абсолютные величины, тыс.руб.			Отклонения(+/-), тыс.руб.		Темп прироста, %	
	2014 год	2015 год	2016 год	2015/ 2014	2016/ 2015	2015/ 2014	2016/ 2015
Запасы	3286	3279	3737	-7	458	-0,2	14,0
Дебиторская задолженность	712	1124	1963	412	839	57,9	74,6
Денежные средства	335	12	10	-323	-2	-96,4	-16,7
Итого оборотные активы	4333	4415	5710	82	1295	1,9	29,3
Краткосрочные займы и кредиты	883	1976	1062	1093	-914	123,8	-46,3
Кредиторская задолженность	2469	3493	4905	1024	1412	41,5	40,4
Итого краткосрочные обязательства	3352	5469	5697	2117	228	63,2	4,2

Коэффициенты удельного веса материальных производственных запасов ООО «ОлВи» составляли: в 2014 году – 0,98, в 2015 году – 0,60, в 2016 году – 0,66.

Таким образом, удельный вес запасов ООО «ОлВи» за 2016 год по сравнению с 2015 годом увеличился на 6,0%, причиной такой ситуации может являться: сверхнормативный запас материальных ценностей; повышение цен на производственные запасы; неэффективное использовании материальных запасов. Такая ситуация снижает уровень ликвидности и платежеспособности организации.

Таким образом, ООО «ОлВи» по всем рассчитанным показателям и проведённому анализу в 2014-2016 годах являлась неплатежеспособной.

Проведем анализ финансовой устойчивости ООО «ОлВи» по структуре капитала, для этого используем финансовые коэффициенты, результаты рассчитанных коэффициентов приведены в таблице 2.10.

Таблица 2.10

Рассчитанные коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость
ООО «ОлВи» по структуре капитала за 2014-2016 гг

Показатели	Рассчитанные коэффициенты			Отклонения (+/-)	
	2014 год	2015 год	2016 год	2015/ 2014 гг	2016/ 2015 гг
Коэффициенты автономии (финансовой независимости)	0,45	0,34	0,39	-0,11	0,05
Коэффициенты автономии (коэффициент финансирования)	3,09	1,46	3,56	-1,63	2,1
Коэффициент финансовой зависимости	0,15	0,24	0,11	0,09	-0,13
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,36	-0,37	-0,07	-0,73	0,3
Коэффициент финансовой устойчивости	1,56	0,73	0,94	-0,83	0,21
Коэффициент структуры заемного капитала	0	0	0	0	0
Коэффициент финансового риска	1,23	1,90	1,51	0,67	-0,39
Индекс постоянного актива	0,64	1,37	1,07	0,73	-0,3

Анализ данных таблицы 2.10 показывает, что коэффициент автономии (финансовой независимости) в 2015 году по отношению к 2014 году имеет тенденцию к снижению - доля собственного капитала снижается в валюте баланса, а в 2016 году по отношению к 2015 году незначительно возраст, соответственно доля собственного капитала ООО «ОлВи» возросла в валюте баланса. Несмотря на это, доля собственного капитала на в течении анализируемого периода достаточно высока и составляла 45,0, 34,0 и 39,0% соответственно. Поэтому финансовую устойчивость ООО «ОлВи» можно признать высокой.

Коэффициенты автономии (коэффициент финансирования) за анализируемый период также, то снижается, то повышается. В 2014 году на каждый один руб. заемного капитала приходил 3,09 руб. собственного капитала, в 2015 году – 1,46 руб., а в 2016 году -3,56 руб.

Финансовая зависимость ООО «ОлВи» в 2015 году по отношению к 2014 году повысилась на 9%, а в 2016 году по отношению к 2015 году понизилась на

13,0%. В 2014 году кредиты и займы в валюте баланса составляли 15%, в 2015 году – 24,0%, а в 2016 году - 14%. Причина - опережение темпа роста заемного капитала темпу роста имущества организации в 2015 году и наоборот в 2016 году, опережение темпа роста имущества организации темпу роста заемного капитала.

Значительное сокращение в 2015 году по отношению к 2014 году собственных оборотных средств (2035 тыс. руб.), коэффициент маневренности собственных оборотных средств организации в 2015 году снизился на 73,0%, а в 2016 году по отношению к 2015 году увеличение собственных оборотных средств организации (+797 тыс. руб.) позволило коэффициенту маневренности увеличиться на 30,0%.

Расчеты показывают, что в 2014 году внеоборотные активы были полностью сформированы за счет собственного капитала торгового предприятия, а 56,0% собственного капитала были направлены на финансирование текущей деятельности организации (собственные оборотные средства).

В 2015 и в 2016 году доля внеоборотных активов в собственном капитале снизилась. Это означает сокращение финансирования оборотных активов собственными оборотными средствами, что снижает финансовую устойчивость организации.

ООО «ОлВи» в анализируемом периоде не привлекало в свою деятельности дополнительные краткосрочные кредиты и займы, что естественно снижает долговую нагрузку организации.

В анализируемом периоде коэффициент финансового риска у ООО «ОлВи» достаточно высок и составлял: в 2014 году – 123,0%, в 2015 году – 190,0% и в 2016 году – 151,0%. В 2015 году по отношению к 2014 году финансовый риск увеличился на 67,0% за счет увеличения доли краткосрочных обязательств, а в 2016 году по отношению к 2015 году снизился на 39,0%. Такая ситуация также влияет на финансовую устойчивость организации.

Индекс постоянного актива - обратный показатель коэффициента финансовой устойчивости и также свидетельствует о повышении доли внеоборотных активов в собственном капитале с 64,0 до 107,0%.

Таким образом, финансовая устойчивость по относительным показателям в анализируемом периоде имеет тенденцию к снижению, финансовый риск является достаточно высоким. У ООО «ОлВи» нет собственных оборотных средств, что существенно ухудшает его финансовое состояние.

Далее, проведем оценку финансовой устойчивости ООО «ОлВи» по обеспеченности запасов источниками их формирования.

Одним из обобщающих показателей финансовой устойчивости, является сравнение финансовых средств, направленных организацией на формирование материально-производственных запасов и достаточности финансовых источников этих средств.

Исходная информация для определения типа финансовой устойчивости ООО «ОлВи» в 2014-2016 годах приведена в таблице 2.11

Расчеты показали, что за анализируемый период собственные оборотные средства ООО «ОлВи» в 2015 году по отношению к 2014 году снизились на 2035 тыс. руб. или на 207,4%, а в 2016 году по отношению к 2015 году увеличилась на 797 тыс. руб., и составили -257 тыс. руб. Это связано с тем, что в 2016 году по отношению к 2015 году собственный капитал ТП увеличился на 31,3%, а внеоборотные активы - на 2,6%. Увеличение собственных оборотных средств положительно влияет на финансовую устойчивость организации, но при этом наблюдается отрицательная величина собственных оборотных средств у ТП.

При данном типе финансовой ситуации сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств.

Таблица 2.11

Исходная информация для определения типа финансовой устойчивости ООО «ОлВи» в 2014-2016 гг.

Показатели	Абсолютные величины, тыс.руб.			Отклонения (+/-), тыс.руб.		Темп прироста, %	
	2014 год	2015 год	2016 год	2015/2014	2016/2015	2015/2014	2016/2015
Источники собственных средств	2725	2877	3777	152	900	5,6	31,3
Внеоборотные активы	1744	3931	4034	2187	103	125,4	2,6
Наличие собственных оборотных средств для формирования запасов и затрат	981	-1054	-257	-2035	797	-207,4	-75,6
Долгосрочные кредиты и займы	0	0	0	0	0	0,0	0,0
Источники собственных средств, скорректированные на величину долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат	981	-1054	-257	-2035	797	-207,4	-75,6
Краткосрочные обязательства	3352	5469	5697	2117	228	63,2	4,2
Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат	4333	4415	5440	82	1025	1,9	23,2
Медленно реализуемые активы (величина затрат и запасов, обращающихся в активе)	3286	3279	3737	-7	458	-0,2	14,0
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств формирования запасов и затрат	-2305	-4333	-3994	-2028	339	88,0	-7,8
Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных и долгосрочных заемных источников для формирования запасов и затрат	-2305	-4333	-3994	-2028	339	88,0	-7,8
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат	1047	1136	1703	89	567	8,5	49,9
Трехкомпонентный показатель финансовой устойчивости: ($x_1; x_2; x_3$)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	x	x	x	x

Таким образом, по данным таблицы 2.11 видно, что в анализируемом периоде ООО «ОлВи» имеет неустойчивое финансовое состояние, но в исследуемом периоде практически может финансировать текущую деятельность обычными источниками финансирования. При использовании только наиболее «мягких» статей кредиторской задолженности недостаток составлял 2305 тыс. руб., 4333 тыс. руб. и 3994 тыс. руб. соответственно. Для покрытия данного недостатка используется и кредиторская задолженность. У организации достаточный финансовый запас, о чем свидетельствуют увеличение выручки и рост нераспределенной прибыли.

Таким образом можно сделать общий вывод о платежеспособности и финансовой устойчивости ООО «ОлВи»:

- 1) за анализируемый период коэффициенты ликвидности не соответствуют их нормативным ограничением, т.е. оборотные активы недостаточны для покрытия краткосрочных обязательств;
- 2) недостаточность наиболее ликвидных активов отрицательно отражается на показателе текущей платежеспособности, текущей платежной готовности и на коэффициенте чистой выручки;
- 3) у организации за анализируемый период не имеет достаточно собственных средств в виде накопленной прибыли и амортизации для покрытия расходов по капитальным затратам, для формирования дивидендного фонда и пополнения оборотных средств организации.
- 4) организация по всем рассчитанным показателям в анализируемом периоде являлась неплатежеспособной;
- 5) в анализируемом периоде ООО «ОлВи» имеет неустойчивое финансовое состояние, но в исследуемом периоде практически может финансировать текущую деятельность обычными источниками финансирования, при данном типе финансовой ситуации сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств.

2.3.3 Оценка прибыли и рентабельности предприятия

Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «ОлВи» за период 2015-2016 гг. представлен в таблице 2.12.

Таблица 2.12

Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «ОлВи» за 2015-2016 гг.

Показатель	2015 год	2016 год	Абс. откл., ±	Темп прироста	Структура, % к выручке		
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	%	2015 год	2016 год	откл., ±
1 Выручка	22117	23143	1026	4,6	100,0	100,0	0,0
2 Себестоимость продаж	15504	16596	1092	7,0	70,1	71,7	1,6
3 Коммерческие расходы	6613	0	-6613	-100,0	29,9	0,0	-29,9
4 Прибыль (убыток) от продаж	685	6547	5862	в 6,5 раз	3,1	28,3	25,2
5 Прочие доходы	75	212	137	182,7	0,3	0,9	0,6
6 Прочие расходы	203	5860	5657	в 28 раз	0,9	25,3	24,4
7 Прибыль (убыток) до налогообложения	557	899	342	61,4	2,5	3,9	-1,4
8 Прочее	282	0	-282	-100,0	1,3	0,0	-1,3
10 Чистая прибыль	275	899	624	226,9	1,2	3,9	2,6

Как видно из данных таблицы 2.12, выручка предприятия в исследуемом периоде имеет тенденцию к увеличению, так выручка ООО «ОлВи» в 2016 году по отношению к 2015 году выручка предприятия возросла на 1026 тыс. руб., темп роста выручки составил 4,6%, в целом выручка от продаж товаров, продукции, работ и услуг составила 23143 тыс. руб.

Динамика роста выручки ООО «ОлВи» за 2014-2016 годы наглядно представлена на рисунке 2.4.

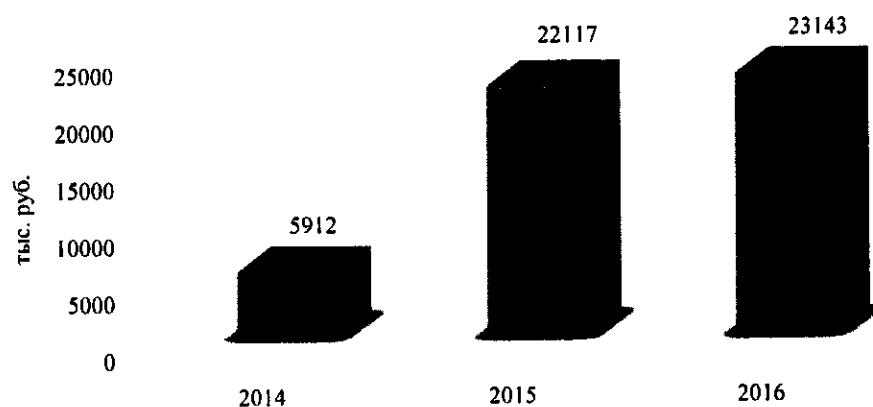


Рис. 2.4 – Динамика выручки ООО «ОлВи» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

На рис. 2.4 видно, что выручка ООО «ОлВи» в 2014 году составляла 5912 тыс. руб., в 2015 году по отношению к 2014 году выручка организации возросла почти в 3,5 раза или на 16205 тыс. руб.

Выручка предприятия ООО «ОлВи» в 2015 году по отношению к 2014 году возросла в основном за счет того, что в данном периоде предприятие стало активно развивать оптовый канал сбыта своей рыбной продукции, а также за счет расширения ассортимента, т.е. в 2015 году на предприятие были введены такие товарные группы как: копченная рыба, икра и существенно расширился ассортимент в такой товарной группе как «Свежемороженая рыба», т.е. если ранее на предприятии в товарной группе «Свежемороженая рыба» присутствовало от 10 до 15 наименований рыбы, то в 2015 году уже 33 наименований, что было обусловлено увеличением спроса.

Себестоимость продаж также, как и выручка ООО «ОлВи» возрастает, доля себестоимости (затратоемкость) в выручке организации в анализируемом периоде составляла – 70,0% и 72,0% соответственно.

Прибыль от продаж и чистая прибыль ООО «ОлВи» в анализируемом периоде возрастает большими темпами, чем выручка предприятия.

Прибыль от продаж ООО «ОлВи» в 2016 году по отношению к 2015 году возросла в 6,5 раз или на 5862 тыс. руб. и в 2015 году составляла – 6547 тыс. руб.

Рост прибыли от продаж предприятия в 2016 году обусловлен в первую очередь снижением коммерческих расходов предприятия.

Чистая прибыль ООО «ОлВи» в 2015 году по отношению к 2014 году возросла на 624 тыс. руб. или на 226,9%, и чистая прибыль организации в 2016 году составляла – 899 тыс. руб.



Рис. 2.5 – Динамика прибыльности ООО «ОлВи» за 2014-2016 гг., тыс. руб.

Рост чистой прибыли организации в 2016 году обусловлен в первую очередь увеличением прибыли от продаж, снижением прочих расходов организации и увеличением прочих доходов организации.

Из сказанного можно сделать следующие выводы:

- 1) основная деятельность предприятия приносит положительный экономический эффект;
- 2) необходимо пересмотреть политику привлечения заемных средств из-за увеличения расходов на их обслуживание;
- 3) участие в других организациях является эффективным;
- 4) операционная деятельность предприятия прибыльна.

К наиболее важным показателям оценки эффективности хозяйственной деятельности организации относится – рентабельность (эффективность использования ресурсов).

Показатели рентабельности ООО «ОлВи» за период 2015-2016 гг. представлены в таблице 2.13.

Таблица 2.13

Показатели рентабельности ООО «ОлВи» за период 2015-2016 гг., %

Показатели	2015 год	2016 год	Абсолют. изменения, +/-
Рентабельность активов по чистой прибыли	3,3	9,2	5,9
Рентабельность оборотных активов	6,2	15,7	9,5
Рентабельность продаж	1,2	3,9	2,6
Рентабельность затрат	1,8	5,4	3,6
Рентабельность собственного капитала	9,6	23,8	14,2

Анализ данных расчетов показывает о росте рентабельности по всем позициям. За этот период темп роста чистой прибыли составил 226,9%.

Таким образом, можно сделать вывод, что организация ООО «ОлВи» за 2016 год повысило уровень эффективности своей деятельности.

Необходимо отметить, что уровень рентабельности затрат и продаж, несмотря на их рост, все равно остается низким.

В целом можно сделать вывод, что ООО «ОлВи» в анализируемом периоде действует эффективно, на что указывает рост выручки и прибыльности организации, отрицательным момент можем обозначить рост себестоимости продаж, темп роста которого превышает темп роста выручки, но при этом это указывает на стабильность деятельности предприятия, с одной стороны, и на отсутствие тенденций к увеличению прибыли за счет снижения доли себестоимости в выручке. Следовательно, единственный способ увеличения прибыльности деятельности ООО «ОлВи» - это наращивать объемы продаж организации по основной деятельности, а также сокращению расходов.

2.4 Исследование и анализ рынка рыбных полуфабрикатов г. Красноярск

Для исследования, взят рынок рыбных полуфабрикатов (замороженных) г. Красноярска и Красноярского края, это рыбный фарш, формовой рыбный

полуфабрикат и крабовые палочки.

В настоящий момент рынок рыбных полуфабрикатов в г. Красноярске является не насыщенным. С увеличением доходов возрастает ассортимент потребляемой рыбы и рыбных продуктов, а также рыбных полуфабрикатов.

Ведущие позиции среди компаний г. Красноярска и Красноярского края по производству рыбных полуфабрикатов занимают: ООО «ЭкоТаймыр» (Красноярск) (рыбные котлеты), ООО «Гарпун» (г. Красноярск) (формовой рыбный полуфабрикат: котлеты, биточки, зразы и т.п.), ООО «КапРос» (г. Кемерово) (формовой рыбный полуфабрикат: котлеты, биточки, тефтели и т.п.), ООО «КрасТрейд» (Красноярск) (рыбный фарш), ООО «РыбПром» (Красноярск) (рыбный фарш).

Также можно выделить компании по производству рыбных полуфабрикатов торговые марки которых присутствуют на рынке г. Красноярска, это ООО «Дары Моря» (г. Москва) (формовой рыбный полуфабрикат: котлеты, крабовые палочки и пр.), ООО «Айсберг» (г. Челябинск) (котлеты кальмаровые в панировке, котлеты рыбные «Золотая рыбка», лосось в сыре, нагетсы рыбные, пельмени рыбные в ассортименте, пельмени из лосося, ромштекс рыбный, треугольники кальмаровые в панировке и пр.).

ООО «Вкусные регионы» (Приморский край) (большой ассортимент рыбных пельменей и прочих рыбных полуфабрикатов).

Компания Вичюнай (ViciunajGroup) (Литва, представители в г. Москва) (Бренд Vici: продукция из крабового мяса, это крабовые палочки и другие изделия из «крабового мяса»: крабовые клешни, крабовая колбаса, «снежный краб»). Также на рынке г. Красноярска присутствуют такие бренды как «Крабовые палочки PLT» и ESV A, «Морская планета», «Морячек» и «Водный мир». Отметим, что производителей крабового мяса, крабовых палочек и пр. похожей продукции на рынке г. Красноярска и Красноярского края нет. Производством сурими (так называется рыбный фарш для производства

крабовых палочек) в России занимается лишь несколько компаний, поэтому основным поставщиком сырья является Китай.

Вот уже несколько лет рынок рыбы и морепродуктов в России остается одним из самых динамичных. До начала мирового финансового кризиса, на рынке наблюдался рост потребления рыбы во всех видах и категориях, в особенности рыбы, прошедшей переработку, а также увеличение потребления морепродуктов, что связано с ростом благосостояния, пропагандой здорового образа жизни, увеличением популярности кафе и ресторанов как мест проведения досуга.

Объемы потребления рыбы и морепродуктов как в России, так в г. Красноярске стабильно увеличиваются, но, несмотря на это, в списке основных продуктов питания красноярцев рыба и рыбопродукты занимают нижние позиции. Тенденция к здоровому образу жизни привела к смещению спроса с замороженных продуктов в сторону охлажденных.

На рис. 2.6 представлена структура рынка рыбных полуфабрикатов г. Красноярска в 2016 году.

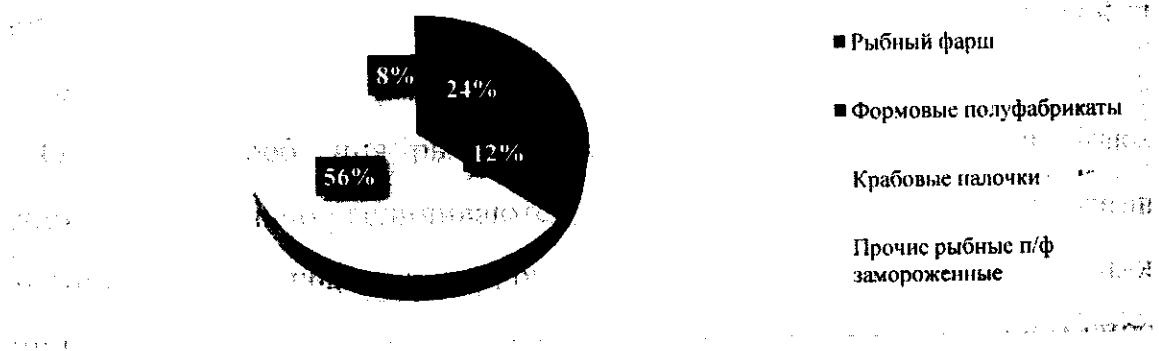


Рис. 2.6 - Представлена структура рынка рыбных полуфабрикатов г. Красноярска в 2016 году (по данным маркетингового исследования основных игроков рынка)

В г. Красноярске предпочтение отдается продукции местных предприятий, так как довольно часто их цена, даже на продукцию высокого

ценового сегмента, ниже (при совершении покупки ценовой фактор в России находится на первых позициях).

Красноярские производители работают над новыми технологиями обработки продуктов, разрабатывают оригинальные рецептуры и упаковку, расширяют ассортимент, продумывают вопросы хранения и транспортировки товаров.

По данным на рис. 2.6 видно, что категория крабовых палочек демонстрирует стабильный спрос со стороны потребителей г. Красноярск, а при дальнейшем развитии системы общественного питания и отделов кулинарии рост будет продолжаться.

Крабовые палочки реализуются практически во всех типах торговых точек, а рыбный фарш возможно приобрести преимущественно в специализированных рыбных магазинах и супермаркетах с большим ассортиментом рыбной продукции. Формовые рыбные полуфабрикаты (котлеты, пельмени, зразы и пр.), а также рыбный фарш в большей степени пользуются спросом в местах общественного питания (рестораны, кафе и пр.) и в супермаркетах; готовые вторые блюда из рыбы можно приобрести преимущественно в супермаркетах.

При этом основными факторами выбора рыбных полуфабрикатов являются:

- Вкусовые свойства – 67%;
- Удобство приготовления – 29%;
- Широкий ассортимент продукции – 3%;
- Доступность по цене – 1%.

Раньше основное значение при выборе покупки имела стоимость, а сейчас потребитель обращает внимание на соотношение цена/качество, отдавая предпочтение более качественному продукту. По интенсивности потребления рыбных полуфабрикатов, эксперты судят об уровне благосостояния населения. Они отмечают, что реализация данного вида продуктов продолжает расти, и это связано с ростом доходов населения и повышением его уровня жизни.

Как правило, потребители (31%) выбирают уже известный им продукт, благодаря личному опыту или по рекламной информации. Кроме того, за 2015-2016 гг. наметилась тенденция снижения уровня потребления весовой продукции и рост потребления упакованной продукции, что обусловлено более высоким уровнем доверия к таким торговым маркам, а также весомый вклад вносит привлекательная упаковка товара и его стоимость, поэтому укрепляются позиции розничных сетей как производителей рыбных полуфабрикатов. Дизайн этикетки и дизайн упаковки все чаще становятся решающими факторами при выборе потребителем той или иной продукции. Поэтому разработка дизайна этикетки и упаковки занимает важное место в процессе выпуска продукции отечественными производителями. Дизайн этикетки становится все более изощренным, неординарный и оригинальным.

Напряженный современный образ жизни красноярцев определяет следующую тенденцию частоты потребления: 24% потребителей – приобретает рыбные полуфабрикаты 2-3 раза в неделю и чаще, 21% - минимум раз в неделю, 55% - 2 или 3 раза в месяц. Отсюда следует, что рыбные полуфабрикаты еще достаточно мало пользуются спросом у современного потребителя и не являются привычным семейным продуктом питания.

Судя по темпам развития рынка г. Красноярска и Красноярского края, можно с уверенностью утверждать, что рынок молод и еще не завершил своего формирования. Сегодня данный рынок расширяется практически лишь за счет небольших производственных компаний, а также региональных компаний. Появление на рынке новых крупных компаний-производителей, по мнению экспертов, не предвидится.

Рост и развитие рынка обеспечивается в основном благодаря таким факторам как изменение стиля и ритма жизни потребителей, растущий спрос на продукцию быстрого приготовления и улучшение качества производимой продукции.

Кроме того, развитие рынка определяется такими факторами:

- смена рациона питания аудитории;

- ускоренный ритм жизни населения города, увеличение количества работающих женщин;
- рост материальной обеспеченности населения;
- популярность и доступность бытовой микроволновой печи;
- развитие технологий хранения и переработки, появление нового вида упаковки - вакуумной тары.

За последние три года доля активных потребителей на рынке рыбных полуфабрикатов вырос более чем на 15%. Уровень производства за 2016 г. выросло в среднем на 15,5%. Постоянно возрастающий спрос на рыбные полуфабрикаты обеспечивается также за счет постоянно расширяющегося ассортимента продукции и повышения ее качества.

За последних год производство рыбных полуфабрикатов увеличилось и составило около 50% от общего производства, крабовые палочки составили – 21%, формовые – 26,4%, другие виды – менее 3%.

Объем производства рыбных полуфабрикатов на красноярском рынке увеличился в 2016 г. на 10% по сравнению с предыдущим годом.

Главная проблема производителей рыбных полуфабрикатов – это сырьевая база, а точнее ее значительное уменьшение и соответствующий рост цен на сырье.

Кроме того, в список проблем, тормозящих развитие отрасли входят:

- невысокое качество рыбы в Красноярске;
- проблемные поставки рыбы, рыбного фарша и сурими из-за рубежа;
- отсутствие современного передового оборудования и технологий производства рыбных полуфабрикатов;
- сложность вхождения в сети супермаркетов.

Исходя из всего вышеизложенного, можно уверенно утверждать, что на текущий момент производство формовых рыбных полуфабрикатов является перспективным и будет иметь гарантированный спрос.

Таким образом, анализ рынка замороженных рыбных полуфабрикатов показал, что производство рыбных полуфабрикатов является перспективным направлением и позволит расширить ассортимент продукции ООО «ОлВи».

3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СОЗДАНИЯ ЦЕХА ПОЛУФАБРИКАТОВ ООО «ОЛВИ»

3.1 Разработка бизнес-плана цеха полуфабрикатов

Целью разработки данного проекта является организация открытия цеха формовых рыбных полуфабрикатов среднего и премиум ценового класса в городе Красноярск для торгового предприятия ООО «ОлВи».

3.1.1 Описание продукции

Рыбные полуфабрикаты – доступный продукт питания, простой в приготовлении и одновременно полезный. Поскольку любые виды рыбы обладают высокой пищевой ценностью и множеством полезных свойств, изделия из рыбы обрели огромную популярность.

Самыми известными и распространенными видами рыбных полуфабрикатов являются:

- 1) Рыбное филе – очищенная от костей и выпотрошенная рыба, без головы, разрезанная вдоль;
- 2) Рыбный фарш – предварительно обработанное и измельченное рыбное филе;
- 3) Формовой рыбный полуфабрикат – определенной формы продукт из рыбного фарша или филе, приправленный специями (котлеты, рыбные палочки, биточки, зразы и пр.)
- 4) Рыба спецразделки – рыба без головы, очищенная от чешуи, плавников и выпотрошенная;
- 5) Стейки – куски рыбного филе или крупной очищенной рыбы шириной около 3 см, нарезанную поперек;
- 6) Порционные полуфабрикаты – рыбные куски или тушки весом до 0,5 кг.

Упомянутые выше продукты питания подвергаются глубокой заморозке. К ассортименту рыбных полуфабрикатов также относят крабовые палочки, рыбные пельмени, рулеты, суповые наборы, шашлыки, зельцы, студни.

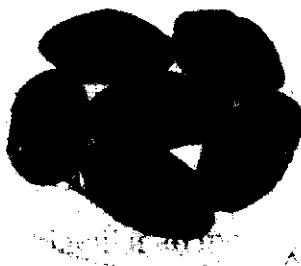
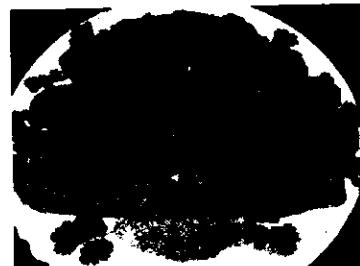
В перечень можно добавить и охлажденную, замороженную, жареную, вареную, соленую или маринованную рыбу. Мелкую рыбу используют зачастую в жареном виде, тогда как осетровые продаются отварные. Для запекания применяют абсолютно любую рыбу. Сельдь и скумбрию чаще всего солят.

На начальном этапе проекта цех по производству рыбных полуфабрикатов будет производить рыбные котлеты.

Выпускаемая продукция (рыбные котлеты) будет ориентирована на два класса «Средний» с ценой реализации 128-175 рублей и «Премиум» с ценой реализации свыше 500 рублей (см. табл. 3.1).

Таблица 3.1

Ассортимент выпускаемой продукции по проекту

Наименование продукции	Бренд
1. Рыбные котлеты среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и др. видов рыб бюджетной цены)	Рыбные котлеты «Аппетитные» 
2. Рыбные котлеты премиум класса (из фарша осетра, ценных пород рыб)	Рыбные котлеты «Изыск» 

Технологическая схема производства рыбных котлет представлена в приложении 3.

Условно процесс изготовления формовых рыбных полуфабрикатов (в нашем случае котлет) можно разделить на следующие этапы:

- замороженное сырье (готовый рыбный фарш или замороженная рыба), поступающее в цех, измельчается в соответствующем оборудовании;
- полученный фарш смешивается с водой и различными специями, а также могут применяться и другие продукты в зависимости от назначения получаемой смеси;
- для однородности массы, она направляется в устройство для размешивания фарша;
- в формовое оборудование загружается полученная смесь, в результате чего продукт получает необходимую форму, а также взвешивается, чтобы все элементы имели приблизительно один вес;
- готовые рыбные полуфабрикаты панируются и обрабатываются в другом оборудовании;
- так как изделия будут поступать в магазины в замороженном виде, то они отправляются в технику, где происходит их шоковая заморозка;
- далее продукты упаковываются и хранятся в морозильных камерах до транспортировки покупателям.

3.1.2 План маркетинга

Организация сбыта продукции.

Потребителями рыбных полуфабрикатов (котлет среднего ценового класса) могут быть пункты общественного питания, закусочные, кафе и бары, а также население г. Красноярска, а потребителями рыбных полуфабрикатов (котлет премиум класса) могут быть посетители ресторанов, а также гурманы из числа населения г. Красноярска.

За счет сбыта на местном рынке можно существенно снизить цену за продукт из-за отсутствия расходов, иногда значительных, на транспортировку. Реализованную в технологической линии продукцию следует продавать непосредственно в месте производства, а именно в г. Красноярске. При работе над бизнес-планом по производству и сбыту рыбной продукции была произведена оценка рынка сбыта формовых рыбных котлет в Красноярском крае и за его пределами. Результаты опроса специалистов представлены в табл.3.2.

Таблица 3.2

Оценка рынка сбыта рыбных формовых п/ф (котлет)

Оцениваемые показатели	г. Красноярск	Красноярский край	Города в радиусе 400км от. г. Красноярска	Рынки сбыта за 1000км (Республика Хакасия, Кемеровская область и т.п.)
Уровень спроса - котлеты среднего класса - котлеты премиум класса	высокий высокий	высокий средний	очень высокий средний	очень высокий средний
Степень удов. спроса	средняя	низкая	низкая	низкая
Уровень конкуренции	низкий	низкий	высокий	высокий
Доля населения, готового купить - котлеты среднего класса - котлеты премиум класса	50% 60%	50% 50%	60% 45%	60% 40%

После освоения рынка сбыта г. Красноярска и Красноярского края возможен выход на региональные уровни рынков сбыта, уделяя особое внимание тем регионам, где рыбная промышленность, как таковая, отсутствует, однако имеется спрос населения на данный вид продукции.

В качестве пунктов сбыта будет выступать собственная сеть магазинов предприятия ООО «ОлВи», заключение договоров с оптовыми базами, предприятиями и пунктами общественного питания. Сбыт будет осуществляется по прямым договорам с предприятиями и договорам с оптовыми базами г. Красноярска.

Ценообразование.

Согласно данных мониторинга оптовых цен на формовые рыбные п/ф по Красноярскому краю в среднем составляет – 173,7 руб. за 1 кг. продукции среднего класса (бюджетный вариант) и 946,7 руб. за 1 кг продукции премиум класса (см. табл. 3.3).

Таблица 3.3

Оптовые цены на формовые рыбные п/ф (котлеты) производителей по Красноярскому краю

Производители	Цена за 1 кг продукции среднего класса, руб.	Цена за 1 кг продукции премиум класса, руб.
ООО «ЭкоТаймыр» г. Красноярск	145,0	750,0
ТД «Сибирская рыба» г. Красноярск	180,0	-
ООО «Гарпун» г. Новосибирск	194,0	1200,0
ООО «Дары Моря» г. Новосибирск	176,0	890,0
Средняя цена	173,7	946,7

Для конкурентного преимущества на начальном этапе открытия цеха и для безубыточного производства будут установлены следующие оптовые цены на продукцию:

1) рыбные котлеты среднего класса – 150,0 руб. за 1 кг.

2) рыбные котлеты премиум класса – 540,0 руб. за 1 кг.

и розничные цены (реализация через собственный магазин предприятия ООО «ОлВи»):

1) рыбные котлеты среднего класса – 175,0 руб. за 1 кг.

2) рыбные котлеты премиум класса – 650,0 руб. за 1 кг.

Виды продукции проектируемого цеха по производству рыбных п/ф и цена сбыта на готовую продукцию представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4

Виды продукции и ценовая политика

Вид продукта	Единица объема	Удельный вес в производстве	Стоимость 1 кг. (оптовая цена), руб.	Стоимость 1 кг. (розничная цена), руб.
1. Котлеты рыбные среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и пр.)	кг	85%	150,0	175,0
2. Котлеты рыбные премиум класса (из фарша осетра)	кг	15%	540,0	650,0

Согласно техническим характеристикам оборудования (см. прил. 4), а также плану производства, проектируемый цех сможет выпускать 600 кг готовой продукции в день при 75% загрузки оборудования (см. табл. 3.5).

Таблица 3.5

План производства по проекту

Вид продукта	Удельный вес в производстве	Объем производства в день, кг.	Объем производства в месяц (в среднем 22 рабочих дня), кг.	Объем производства в год, кг.
1. Котлеты рыбные среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и пр.)	85%	510	11220	134640
2. Котлеты рыбные премиум класса (из фарша осетра)	15%	90	1980	23760
Всего	100%	600	13200	158400

Таким образом, по данным табл. 3.5 видно, что проектируемый цех по производству рыбных полуфабрикатов сможет производить около 13,2 тн продукции в месяц.

Готовую продукцию необходимо реализовать, так как целью данного проекта, является получение высокого дохода на вложенный капитал, его полная окупаемость. С этой целью необходимо ускорить продажу произведенной продукции, а также повысить объем реализации. С этой целью наметим план первостепенных мероприятий маркетинга. Этот план в первую очередь предусматривает следующие пункты:

- 1) тестирование рынка г. Красноярска, Красноярского края и относительно крупных близлежащих городов и регионов (Кемеровская область, Республика Хакасия, Новосибирская область и пр.) посредством продажи пробных партий продукции в небольших количествах по минимально возможным ценам;
- 2) подписание договоров с оптовыми базами г. Красноярска и Красноярского края, а также с предприятиями Кемеровской области, Республики Хакасия, Новосибирской области на поставку готовой продукции;
- 3) подписание договоров с предприятиями общественного питания (рестораны, кафе, столовые и др.) г. Красноярска и Красноярского края, а также с предприятиями Кемеровской области, Республики Хакасия, Новосибирской области на поставку готовой продукции;
- 4) развертывание рекламной деятельности с ориентацией на конкурентов (реклама на телевидении, радио, в фирменных магазинах, проведение дней рыбной продукции);
- 5) создание и наращивание структуры эффективных торгово-посреднических объектов;
- 6) популяризация рыбных продуктов в целом и рыбных фаршевых продуктов в частности, основной упор при этом делая на отечественное производство продукции;

Все вышеперечисленные мероприятия по маркетингу позволяют значительно расширить возможные рынки сбыта, увеличить объемы продаж произведенной продукции, ускорить процесс продажи произведенной продукции, исключая возможность залеживания товара на складах и образования недопустимо больших количеств нереализованной продукции.

Объем реализации продукции (выручка) на планируемый период представлен в табл. 3.6. Данный план продаж продукции проектируемого цеха приведен из следующих соображений:

- 1) 90% произведенной продукции будет реализовываться по оптовым ценам;
- 2) 5% произведенной продукции будет реализовывать через собственный магазин предприятия (в розницу);
- 3) 5% произведенной продукции будет реализовываться с 15% скидкой от оптовой цены.

Таблица 3.6

Прогноз реализации продукции по проекту согласно плану производства

Вид продукта	Объем продаж в месяц, кг.	Объем продаж в год, кг.	Стоимость, 1 кг, руб.	Выручка в месяц, руб.	Выручка в год, руб.
1	2	3	4	5	6
Опт					
1. Котлеты рыбные среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и пр.)	10098	121176	150	1514700	18176400
2. Котлеты рыбные премиум класса (из фарша осетра)	1782	21384	540	962280	11547360
Розница					
1. Котлеты рыбные среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и пр.)	561	6732	175	98175	1178100

Окончание таблицы 3.6

1	2	3	4	5	6
2. Котлеты рыбные премиум класса (из фарша осетра)	99	1188	650	64350	772200
Со скидкой 15%					
1. Котлеты рыбные среднего класса (из фарша минтая, хека, судака и пр.)	561	6732	127,5	71527,5	858330
2. Котлеты рыбные премиум класса (из фарша осетра)	99	1188	459	45441	545292
Всего	13200	158400	x	2756473,5	33077682

Таким образом, по данным табл. 3.6 видно, что прогнозируется реализации произведенной продукции проектируемого цеха в первый год реализации проекта в размере 33 млн. руб. в год и более.

При сохранении тенденций развития данного рынка, а именно прирост и потребления в размере от 10% (на второй год), проектируемый цех достигнет объемов реализации около 36,3 млн. руб. в год и более (без развития производства).

3.1.3 Организационный план

Цех по производству рыбных полуфабрикатов будет организован на базе торгового предприятия ООО «ОлВи» г. Красноярск (оптовая и розничная продажа рыбных продуктов).

Так как предприятия ООО «ОлВи» является торговым предприятием, ему для организации производства рыбных полуфабрикатов необходимо будет открыть дополнительный вид деятельности (ОКВЭД – 10.20.1 «Переработка и консервирование рыбы»).

Также необходимо будет разработать нормативную документацию (ГОСТ, ТУ) и получить декларации и сертификаты соответствия.

Планируется, что на первоначальном этапе, цех по производству формовых рыбных полуфабрикатов будет работать в 1 смену, с 8 часовым рабочим днем, 5 дневная рабочая неделя. С 8.00 до 17.00.

Для организации цеха потребуется помещение площадью от 150 кв.м. (высота потолков 3,5 метра), в нем необходимо разместить линию (3 отделения), склад готовой продукции, бытовые помещения для персонала.

Требование к помещению:

1) Помещения должно соответствовать требованиям СанПиН 2.3.4.551-96.

2) Наличие в помещение водоснабжения и канализации.

3) Электричество 380 В.

4) Удобный подъезд для транспорта.

Для того чтобы наладить производство формовых рыбных полуфабрикатов как бизнес, необходимо нанять в штат квалифицированных работников. На таком предприятии невозможно обойтись без опытного технолога, поскольку от этого напрямую зависит качество выпускаемой продукции.

Количество работников составляет 5 человек без учета руководства, менеджеров и торговых представителей (для такой небольшой компании все перечисленные функции будет выполнять директор, бухгалтер и менеджеры предприятия ООО «ОлВи») (см. табл. 3.7).

Таблица 3.7

Затраты на оплату труда работников цеха

Должность	Кол-во сотрудников	Оклад, руб.	Итого в месяц, руб.	Страховые взносы, руб. (30,2%)	Всего ФОТ в год, руб.
1	2	3	4	5	6
1. Технолог	1	25000	25000	7500	390000
2. Формовщик	2	18000	36000	10800	561600
3. Контролер	1	15000	15000	4500	234000

Окончание таблицы 3.7

1	2	3	4	5	6
4. Упаковщик	1	15000	15000	4500	234000
Всего	5	73000	91000	27300	1419600

Как было написано выше в расчете участвует только исполнительный персонал цеха полуфабрикатов, в табл. 3.7 представлены наименования должностей, количество работников, а также сумма их заработной платы (заработка плата является усредненным значением по Красноярскому краю).

Итого, с учетом социальных отчислений в Российской Федерации (~30,2%), фонд оплаты труда составит 1 419 600 рублей в год.

При планировании организации цеха необходимо проанализировать наличие сырьевой базы по Красноярскому краю, а также закупочные цены на рыбную продукцию.

С поставщиками сырья необходимо заключить договора на поставку продукции, в которых необходимо прописать требования к качеству сырья, количество, условия оплаты, наличие отсрочки, способ доставки.

С поставщиками следует заключить договор на оптовые поставки сырья – так получится минимизировать расходы. В договоре прописываются все требования, которым должны соответствовать все компоненты.

Поскольку планируется запустить предприятие в сфере пищевой промышленности, то продукция проектируемого цеха в обязательном порядке должны пройти сертификацию качества.

3.1.4 Производственный план

Цех по производству формовых рыбных п/ф ООО «ОлВи» будет находиться по адресу: г. Красноярск, ул. Профсоюзов д.10, данное помещение будет взято предприятием в аренду на долгосрочной основе, указанный цех соответствует необходимым требованиям по площади и коммуникациям, необходимо будет только произвести ремонт в данном цеху.

Расчет площади для организации производства формовых рыбных п/ф произведен в табл. 3.8.

Таблица 3.8

Определение площади по проекту

Помещение	Площадь, кв. м.
1. Производственное помещение	100,0
2. Склад сырья	20,0
3. Склад готовой продукции	25,0
4. Административное помещение	5,0
Итого	150,0

Требуемую площадь предполагается взять в аренду, так как для покупки данного помещения требуется огромные капитальные вложения.

Арендная плата включает плату за пользование полезной площадью. Арендная плата составляет – 380 рублей за 1 кв. м.

Арендная плата в месяц = $150 * 380 = 57\,000$ руб.

Арендная плата в год = $57\,000 * 12 = 684\,000$ руб.

Определим потребность в оборудовании и хозяйственных принадлежностей.

Затраты на транспортировку и установку оборудования включены в стоимость оборудования (см. табл. 3.9).

Таблица 3.9

Потребность в основных средствах (оборудование)

Потребность в основных средствах	Количество, шт.	Цена за ед., руб.	Стоимость, руб.
1	2	3	4
1. Микроволновый дефростер AMW	1	69740	69740

Окончание таблицы 3.9

1	2	3	4
2. Волчок-мешалка МВ 130 фирмы «Кремер-Гребе»	1	74360	74360
3. Котлетный автомат АКМ-40	1	189760	189760
4. Панировочный автомат типа РУ 400 фирмы «Коппенс»	1	128405	128405
5. Туннельный скороморозильный аппарат АСТА-30	1	56800	56800
6. Упаковочный полуавтомат А1-ФУБ	1	36400	36400
7. Морозильная камера для готовой продукции (камера холодильная (низкотемпературная) МПКС-033НТ-12)	2	57630	115260
8. Камера холодильная КХН-5,94 (100 мм.) для хранения сырья	1	174631	174631
9. Чебурашки	4	14000	56000
10. Лотки пластиковые	10	300	3000
11. Весы электронные	2	20000	40000
12. Спицы	10	3000	30000
13. Пластиковые поддоны	100	100	10000
14. Ножи разделочные	10	1500	15000
15. Столы разделочные	2	15000	30000
16. Рохля	1	20000	20000
Итого	148	x	1049356

Сумма амортизационных отчислений определяется как произведение стоимости оборудования и нормы амортизации. Норма амортизации определяется как отношение 1 к сроку службы оборудования (в годах) (см. табл. 3.10).

Таблица 3.10

Расчет амортизационных отчислений

Наименование основных средств	Способ начисления амортизации	Первоначальная, руб.	Срок полезного использования, лет	Сумма амортизации в месяц, руб.
1	2	3	4	5
1. Микроволновый дефростер AMW	линейный	69740	10	581,2

Окончание таблицы 3.10

1	2	3	4	5
2. Волчок-мешалка МВ 130 фирмы «Кремер-Гребе»	линейный	74360	10	619,7
3. Котлетный автомат АКМ-40	линейный	189760	10	1581,3
4. Панировочный автомат типа PU 400 фирмы «Коппенс»	линейный	128405	5	2140,1
5. Туннельный скороморозильный аппарат АСТА-30	линейный	56800	5	946,7
6. Упаковочный полуавтомат А1-ФУБ	линейный	36400	5	606,7
7. Морозильная камера для готовой продукции (камера холодильная (низкотемпературная) МПКС-033НТ-12)	линейный	115260	5	1921,0
8. Камера холодильная КХН-5,94 (100 мм.) для хранения сырья	линейный	174631	5	2910,5
Итого:	x	845356	x	11307,1

Так же необходимо будет начислять сумму амортизационных отчислений. Способ начисления амортизации линейный.

Определим потребность в сырье и материалах, согласно плану производства (см. табл. 3.5 п. 3.1.4 «План маркетинга»). Для этого, рассчитаем сырьевую себестоимость продукции по рецептограм (см. табл. 3.11-3.12).

Таблица 3.11

Затраты на сырье для котлет рыбных (среднего класса)

Наименование ингредиента	Масса сырья, кг	Отходы, %	Выход полуфабриката, кг	Цена сырья за кг, руб.	Сумма, руб.
1	2	3	4	5	6
Минтай мороженый	124,4	56,6	54	96	11942,4

Окончание таблицы 3.11

1	2	3	4	5	6
Хлеб белый 72%-ный	24	0	24	15	360
Вода питьевая	13,3	0	13,3	10	133
Сухари белые панировочные	5	0	5	18	90
Масло сливочное	1	0	1	189	189
Соль	2,7	0	0	10	27
Лук репчатый	1	41	1,7	22	22
Перец молотый горький	0,045	0	0,045	90	4,05
Итого	171,445	x	99,0	x	12767,5
Технологические потери	x	71,4	x	x	x
Итого выход п/ф	x	x	100,0	x	x
Сыревая себестоимость 100 кг.					12767,5
Сыревая себестоимость 1 кг.					127,7

Таким образом расходы сырья на 1 килограмм рыбных котлет (среднего класса) составляет 127,7 рублей.

Таблица 3.12

Затраты сырья для котлет рыбных (из фарша осетра) (премиум класса)

Наименование ингредиента	Масса сырья, кг	Отходы, %	Выход полуфабриката, кг	Цена сырья за кг, руб.	Сумма, руб.
1	2	3	4	5	6
Фарш осетра мороженый	82,10	26,95	60,00	495	40639,5
Хлеб белый 72%-ный	15,40	0,00	15,40	15	231
Вода питьевая	11,50	0,00	11,50	10	115
Сухари белые панировочные	5,00	0,00	5,00	18	90
Масло сливочное	1,00	0,00	1,00	189	189
Яйца	4,00	0,00	4,00	60	240
Соль	1,00	0,00	1,00	10	10
Лук репчатый	3,20	42,00	2,00	22	70,4

Окончание таблицы 3.12

1	2	3	4	5	6
Перец молотый горький	0,05	0,00	0,05	90	4,5
Итого	123,25	68,95	100,0	x	41589,4
Технологические потери	23,30	x	x	x	x
Итого выход п/ф	x	x	100,00	x	x
Сыревая себестоимость 100 кг.					41589,4
Сыревая себестоимость 1 кг.					415,9

Таким образом, расходы сырья на 1 килограмм рыбных котлет (премиум класса) составляет 415,9 рублей.

Часто в рецептуру для удешевления конечного продукта добавляют не только натуральные компоненты, но и искусственные – ароматизаторы, консерванты, красители. ООО «ОлВи» собирается предлагать потребителям только качественный продукт, поэтому от их использования предприятие откажется.

В табл. 3.13 представлен расчет в потребности сырья и материалах по проектируемому цеху.

К материалам относится – упаковка. Продукция будет фасоваться по: 1 кг (для розницы), 5 кг и 10 кг. Продукция премиум класса будет фасоваться только по 1 кг.

Таблица 3.13

Потребность в сырье и материалах и затраты на них (на день)

Сырье и материалы 1	Необходимое кол-во, (согласно плану производства) 2	Цена сырья и материала, руб. 3	Затраты всего, руб. 4
Сырье			
Минтай мороженый	634,44	96	60906,24
Фарш осетра	73,89	495	36575,55
Хлеб белый 72%-ный	126,08	15	1891,20

Окончание таблицы 3.13

1	2	3	4
Вода питьевая	79,36	10	793,60
Сухари белые панировочные	32,00	18	576,00
Масло сливочное	6,40	189	1209,60
Яйца	12,80	60	768,00
Соль	11,84	10	118,40
Лук репчатый	13,44	22	295,68
Перец молотый горький	0,30	90	27,36
Итого:	990,55	x	103161,63
Материалы			
Упаковка по 1 кг (лоток, пакет)	141	1,5	211,50
Упаковка 5 кг	279	1,2	334,80
Упаковка 10 кг	180	3,0	540,00
Итого:	x	x	1086,30
ВСЕГО ЗАТРАТ	x	x	104248

Таким образом, по данным табл. 3.13 видно, что для бесперебойного производства, необходим запас сырья, для проекта принят 10 дней.

3.1.5 Налогообложение

В качестве системы налогообложения для проектируемого цеха по производству рыбных полуфабрикатов ООО «ОлВи» выбрана упрощенная система налогообложения (УСН).

Упрощенная система налогообложения - один из специальных налоговых режимов для малого бизнеса. Упрощенная система налогообложения для ООО «ОлВи» характеризуется уменьшением уплаты налогов и более простым порядком ведения отчетности. Т. е. применение УСН позволяет существенно снизить налоговую и административную нагрузку на предприятие.

УСН освобождает организации от ряда налогов, заменяя их единым налогом. УСН для ООО в 2017 году отменяет следующие налоги:

- налог на прибыль;
- НДС (кроме таможенного);

– налог на имущество (кроме объектов, налоговая база по которым определяется по их кадастровой стоимости).

Объектом налогообложения выбрано «доходы минус расходы» (ставка 15%).

При реализации проекта, будут соблюдены все условия для применения данного режима налогообложения.

Помимо единого налога по УСН предприятие ООО «ОлВи» обязано уплачивать все предусмотренные законом зарплатные налоги.

Предприятие обязано уплачивать страховые взносы на работников во внебюджетные фонды.

Тарифы страховых взносов на 2017 год:

- 1) В ПФР на обязательное пенсионное страхование – 22%.
- 2) в ФСС на страхование на случай временной нетрудоспособности и материнства (ВНиМ) – 2,9%, а также взносы на страхование от несчастных случаев на производстве (взносы по «травме») – 0,2%.
- 3) В ФФОМС на ОМС – 5,1%.

Итого в год = 30,2%.

ООО «ОлВи» также является налоговым агентом и обязано уплачивать НДФЛ с заработной платы работников (13%).

Таким образом, в табл. 3.14 представлены налоги и страховые взносы во внебюджетные фонды ООО «ОлВи» (согласно расчетам по проекту).

Таблица 3.14

Налоги и страховые взносы по проекту

Вид платежа	Сумма в год, руб.
1	2
Единый налог (УСН-15%)	549 504
Страховые взносы во внебюджетные фонды на работников всего:	329 784
ПФР (22%)	240 240
ФСС (2,9%)	31 668

Окончание таблицы 3.14

1	2
ФСС (0,2%)	2 184
ФФОМС (5,1%)	55 692
НДФЛ с з/п (13%)	141 960

Таким образом, общая сумма налоговых платежей в год составит – 691 464 руб. Общая сумма отчислений во внебюджетные фонды составит – 329 784 руб.

3.1.6 Финансовый план.

Рассчитаем суммарные расходы по проекту (см. табл. 3.15).

Таблица 3.15
Единовременные затраты (капитальные работы) по проекту

Статья затрат	Сумма, руб.
1	2
1. Регистрация ОКВЭД, разработка нормативной документации (ГОСТ, ТУ), получение декларации и сертификата соответствия	50000
2. Заключение договора аренды (аванс за 1 мес.)	57000
3. Покупка и установка оборудования	1049356
4. Ремонт помещения	350000
5. Закупка сырья на 1 мес. + страховой запас (10 дней)	1042480
6. Закупка упаковочных материалов (запас на 30 дней)	17280
7. Затраты на спец. Одежду персонала	40000
8. Непредвиденные расходы	43884
Всего	2 650 000

По данным табл. 3.15 видно, что предприятию ООО «ОлВи» для открытия цеха по производству рыбных полуфабрикатов потребуется инвестировать около 2,65 млн. руб.

В табл. 3.16, представлены текущие затраты по проекту.

Таблица 3.16

Текущие (постоянные) затраты по проекту (на 2018 год)

Статья затрат	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
1. Аренда	57000	684000
2. ФОТ (фонд оплаты труда персонала)	91000	1092000
3. Отчисления во внебюджетные фонды (30,2%)	27482	329784
4. Сырье (согласно требуемому производству)	2 293 456	27521472
5. Транспортные расходы	12660	151920
6. Маркетинговые затраты (реклама, продвижение сбыта)	5000	60000
7. Услуги связи и интернет	2800	33600
8. Электроэнергия	3331	39972
9. Водоснабжение	3460	41520
10. Представительские расходы	2500	30000
11. Офисные расходы (канц. товары и пр.)	1500	18000
12. Страховой резерв для различных непредвиденных расходов	3500	42000
Всего текущие затраты	2 503 689	30 044 268

Указанные затраты в табл. 3.16 будут включены в полную себестоимость продукции. Как видим по данным табл. 3.16 при полной загрузке цеха, текущие затраты предприятия составят примерно 2 503 689 руб. в месяц или 30 044 268 руб. в год.

Источники финансирования предприятия характеризуются следующими соображениями: есть возможность взять кредит в банке сроком на 24 месяца на сумму 2,65 млн. руб. под 12,8% годовых. Проценты за кредит должны выплачиваться каждый месяц, начиная с первого месяца. Погашение кредита будет производиться ежемесячно равными долями. Величина процентов по кредиту рассчитывается исходя из остатка задолженности на начало месяца. Условия предоставления кредита и схема выплаты основного долга и выплат по кредиту представлены в табл. 3.17.

Таблица 3.17

Условия предоставления кредита по проекту

Условия предоставления кредита	Значение
Название кредита	Инвестиционный
Срок предоставления (мес.)	24
Годовая процентная ставка, %	12,8
Отсрочка по выплате основного долга (лет, месяцев)	до 12 месяцев
Периодичность погашения основного долга/процентов	Ежемесячно/ Ежемесячно
Дополнительные условия (указать)	Поручительство/залог оборудования
Банк предоставляющий кредит	ВТБ24
Метод расчета процентной ставки	Аннуитет (равные платежи)
Сумма кредита, руб.	2 650 000
Общая стоимость (после выплаты кредита), руб.	3 025 018,73
Переплата за пользование кредитом, руб.	375 018,73

Таким образом, при сумме кредита в размере 2 650 000 руб., и процентной ставке годовых – 12,8%, сроком на 24 месяца, ежемесячный платеж ООО «ОлВи» составит 126 042,44 руб.

На рис. 3.1 представлена схема выплаты основного долга и выплат по кредиту ООО «ОлВи»

№	Остаток по кредиту	Погашение долга	Проценты	Другие платежи	Ежемесячный платеж
1	2650000.00	207938.56	28608.77		236747.33
2	2442061.44	210199.11	29548.22		236747.33
3	2231862.33	212484.22	24263.10		236747.33
4	2010378.10	214794.19	21953.13		236747.33
5	1804653.90	217129.26	19518.05		236747.33
6	1587454.62	219489.74	17257.59		236747.33
7	1367964.88	221875.87	14871.46		236747.33
8	1146089.01	224287.93	12459.40		236747.33
9	921801.08	226726.21	10021.11		236747.32
10	695074.86	229191.00	7556.32		236747.33
11	465883.85	231662.59	5064.73		236747.33
12	234201.25	234201.25	2546.06		236747.31
Всего		2650000.00		0.00	2840967.94
Переплата за пользование кредитом					
Общая стоимость покупки (после выплаты кредита)					
Удорожание покупки					
Эффективная процентная ставка					

Рис. 3.1 Схема выплаты основного долга и выплат по кредиту
ООО «ОлВи»

Таблица 3.18

Прогнозные денежные потоки проекта и его финансовые показатели на 2018 год, тыс. руб.

79
Окончание таблицы 3.18

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Валовая прибыль (прибыль от продаж)	252,8	252,8	252,8	3033,4										
Выплаты по кредитам, всего	126,0	126,0	126,0	1512,5										
Прибыль до налогобложения	126,7	126,7	126,7	1520,9										
Налоговые отчисления УСН (15%)	0,0	0,0	0,0	0,0	151,7	0,0	0,0	0,0	0,0	151,7	0,0	0,0	0,0	151,7
Чистая прибыль	126,7	126,7	126,7	-25,0	126,7	126,7	126,7	-25,0	126,7	126,7	126,7	126,7	-25,0	1065,8
Чистая прибыль нарастающим итогом	126,7	253,5	380,2	355,3	482,0	608,8	735,5	710,5	837,3	964,0	1090,8	1065,8	1065,8	

Таким образом, в первый год реализации проекта, ООО «ОлВи» сможет получить чистую прибыль в размере 1065,8 тыс. руб.

Прогнозные денежные потоки проекта и его финансовые показатели на 2019 год (по кварталам), представлены в табл. 3.19.

Таблица 3.19
Прогнозные денежные потоки проекта и его финансовые показатели на 2019 год, тыс. руб.

Статьи доходов и расходов	кварталы 2019 года				Всего за год
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	
Выручка от реализации всего	9620,4	9620,4	9620,4	9620,4	38481,6
Текущие расходы всего (полная себестоимость):	8026,8	8026,8	8026,8	8026,8	32107,3
Расходы на сырье	7224,4	7224,4	7224,4	7224,4	28897,5
Зарплата наемного персонала	300,3	300,3	300,3	300,3	1201,2
Отчисления во внебюджетные фонды	90,7	90,7	90,7	90,7	362,8
Аренда помещений	180,0	180,0	180,0	180,0	720,0
Энергозатраты	30,8	30,8	30,8	30,8	123,2
Водоснабжение	11,4	11,4	11,4	11,4	45,7
Маркетинговые затраты	16,5	16,5	16,5	16,5	66,0
Транспортные расходы	140,8	140,8	140,8	140,8	563,1
Представительские расходы	7,5	7,5	7,5	7,5	30,0
Организационные расходы (офисные расходы)	4,5	4,5	4,5	4,5	18,0
Услуги связи и интернет	8,4	8,4	8,4	8,4	33,6
Страховой резерв	11,6	11,6	11,6	11,6	46,2
Валовая прибыль (прибыль от продаж)	1593,6	1593,6	1593,6	1593,6	6374,3
Выплаты по кредитам, всего	504,2	504,2	504,2	504,2	2016,7
Прибыль до налогообложения	1089,4	1089,4	1089,4	1089,4	4357,7
Налоговые отчисления УСН (15%)	239,0	239,0	239,0	239,0	956,2
Чистая прибыль	850,4	850,4	850,4	850,4	3401,5

Таким образом, во второй год реализации проекта, ООО «ОлВи» сможет получить чистую прибыль в размере 3401,5 тыс. руб.

В смете затрат на второй год учтена инфляция от 5 до 10%, например, планируется проиндексировать заработную плату работникам цеха на второй год реализации проекта на 10%.

Далее, определим эффективность проекта по открытию цеха по производству рыбных полуфабрикатов (котлет).

Для определения срока возврата капитальных вложений может быть использован метод «потока наличности». В данном методе сравнение различных вариантов и выбор лучшего из них рекомендуется проводить с использованием следующих показателей:

- чистого дисконтированного дохода (NPV);
- индекса доходности(PI);
- внутренней нормы доходности (IRR);
- срока окупаемости (PP).

Для определения чистого дисконтированного дохода рассчитаем поток наличности по проекту (см. табл. 3.20).

Ставка дисконтирования нами принята 12%.

Таблица 3.20
Расчет чистого дисконтированного дохода (NPV)

Период	Коэффициент дисконтирования	Дисконтированные капитальные вложения, тыс. руб.	Чистый денежный поток, тыс. руб.	Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	Сальдо чистый дисконтированный доход, тыс. руб.
2018	0,8929	-2 650	1065,8	951,7	-1698,3
2019	0,7972	0	3401,5	2711,7	1013,3
Итого		-2 650	4 467,3	3 663,3	3 663,3

Как видно по данным табл. 3.20, поток наличности начинает превышать капиталовложения уже на втором году реализации проекта и к концу 2019 года составляет 3 663,3 тыс. руб.

Дисконтированный период окупаемости (РР) по нашему проекту составит 2,5 года или 30 месяцев.

Индекса прибыльности инвестиций (PI) по проекту составит - 1,38, что больше 1, значит проект инвестиционно привлекателен для вложения, так как сможет обеспечить дополнительную отдачу капитала. С каждого рубля инвестиций, вложенного в проект, предприятие получит за 2 года - 38 коп. чистого дисконтированного дохода, после возвращения инвестиций.

Внутренняя норма прибыли проекта (IRR) составит – 0,21 или 21,0%.

DPI, дисконтированный индекс доходности позволяет определить, сможет ли текущий доход от проекта покрыть капитальные вложения в него, показатель вычисляется делением всех дисконтированных по времени доходов от инвестиций на все дисконтированные вложения в проект.

Индекс доходности тесно связан с ЧДД. Если ЧДД положителен, то и ИД > 1, и наоборот. Если ИД > 1, то проект эффективен, если ИД < 1, то неэффективен.

DPI = 1,09 и DPI > 1, следовательно, проект эффективен.

В дальнейшем предлагается расширение данного вида деятельности (закупка оборудования большей производительности), а также производство не только формовые рыбные полуфабрикаты разного ассортимента, но и производство таких видов рыбных полуфабрикатов, как: пельмени (с лососем, с кальмаром, с креветкой, с белой рыбкой, с гребешком и т.п.); биточки, тефтели, рыбные наггетсы и пр.

3.1.7 Анализ рисков.

Карта рисков по проекту приведена в табл. 3.21.

Таблица 3.21

Карта рисков по проекту

Вид риска	Степень рисков			Метод минимизации
	Высокая	Средняя	Низкая	
Риски стартового этапа				
1	2	3	4	5
Срыв сроков поставки оборудования и сырья			x	В договорах поставки оборудования будут предусмотрены санкции за нарушение обязательств, что позволит влиять на поставщиков. Изучены альтернативные варианты поставок.
Незнание исследуемого рынка и низкий уровень предварительных маркетинговых исследований			x	Проведены подготовительные работы; изучен рынок исследуемых территорий. Получено предварительное согласие потенциальных потребителей.
Производственные риски				
Низкое качество производимой продукции			x	Контроль на соответствие ТУ, предусмотрено повышение квалификации персонала. Предусмотрен контроль качества приобретаемого сырья. На продукцию будет получена декларация соответствия
Безопасность производственного процесса		x		Курсы повышения квалификации, служебный контроль. Контроль соблюдения техники безопасности
Недостаточная квалификация персонала		x		Набор персонала будет производиться на основе конкурсного отбора. Набранный персонал планируется обучить и только затем допустить к производству.
Неправильное планирование сбыта продукции. Падение платежеспособного спроса.			x	Оперативное корректирование плана производства на основании маркетинговых исследований.
Сбытовые риски				

Окончание таблицы 3.21

1	2	3	4	5
Непредвиденные действия конкурентов (снижение цен, организация аналогичных производств). Падение спроса.			X	Усиление рекламной кампании, возможность снизить цены на 5%-10% от проектной, реализация мер по продвижению торговой марки (например, через различные акции), повышение сервиса, контроль качества.
Поломка, порча оборудования			X	На оборудование имеется гарантия, все оборудование российского производства, имеется сервис центр в г. Красноярске и запасные части на сайте поставщика.

Возможные риски и источники их возникновения.

Коммерческие риски:

- риск, связанный с реализацией продукции;
- риск, связанный с доставкой сырья.

Политические риски:

- риск, связанный с политической обстановкой в стране (забастовки, войны).

Источники возникновения рисков:

- недостаточное изучение рынка сбыта;
- недооценка конкурентов;
- падение спроса на продукцию.

3.2 Оценка экономической и социально-бюджетной эффективности проекта

Для улучшения финансового состояния предприятия ООО «ОлВи» было предложено открытие цеха по производству формовых рыбных полуфабрикатов (котлет) среднего и премиум класса.

Для того чтобы обосновать данное предложение, был разработан бизнес-план, целью и задачами которого являлось:

- удовлетворение потребностей потребителей г. Красноярска и Красноярского края в рыбной продукции.
- обеспечение расширения (развития) бизнеса с ежегодным приростом.
- создание новых рабочих мест.
- формирование производственной базы и трудового коллектива, ориентированного на достижение результата.
- создание рекламы для привлечения клиентов.

Результаты оценки экономической эффективности проекта представлены в табл. 3.22.

Таблица 3.22

Показатели экономической эффективности проекта

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	12,0
Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс. руб.	3 663,3
Индекс доходности (PI)	1,38
Внутренняя норма доходности (IRR), %	21,0
Срок окупаемости (PP), мес.	30,0

Чистая текущая стоимость проекта составляет 3 663,3 тыс.руб. с учетом ставки дисконтирования в 12% годовых, следовательно проект эффективен и принесет собственникам предприятия в течение трех лет реализации проекта положительный чистый дисконтированный доход.

Срок окупаемости инвестиций составляет 2,5 года, а рентабельность инвестиций 1,38 - это больше единицы и означает, что с каждого вложенного рубля инвестиций за три года предприятие получит после возмещения инвестиций 38 копеек чистого дисконтированного дохода.

Внутренняя норма доходности составляет 21%. что значительно превышает ставку привлечения заемных средств 12%, следовательно проект устойчив к колебаниям уровня финансовых расходов.

Виды эффекта от реализации проекта представлены в табл. 3.23.

Таблица 3.23
Показатели эффективности проекта

Вид эффекта	Характеристика
Экономический	Дисконтированный срок окупаемости первоначальных инвестиций составляет 2,5 года, чистая текущая стоимость проекта положительна и за три года реализации проекта составит 3 663,3 тыс.руб. Индекс рентабельности инвестиций больше единицы и составляет 1,38.
Социальный	На рынке Красноярского края появится местный производитель рыбных полуфабрикатов, реализующий продукцию высокого качества по умеренным ценам. Создание 5 дополнительных рабочих мест со стабильной заработной платой в среднем 25-28 тыс.руб. в месяц.
Бюджетный	Реализация проекта позволит производить в среднем в год 879,3 тыс.руб. дополнительных налоговых выплат и отчислений во внебюджетные фонды.
Экологический	Использование био разлагаемой упаковки позволит не загрязнять окружающую среду продуктами разложения.

Общая сумма инвестиций в проект (на приобретение внеоборотных активов и в формирование оборотных активов) составляет - 2 650 000 руб.

Объемы производства: линия по производству формовых рыбных полуфабрикатов (котлет) позволит перерабатывать до 600 кг сырья в день (при 8 часовом рабочем дне).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Организация любого бизнеса начинается с планирования и разработки стратегии. Отличным инструментом в таких случаях служит бизнес-план, который пригодится не только для грамотной постановки задач и предвидения всех возможных ситуаций, но и для привлечения инвесторов. Без такого документа специалисты рекомендуют вообще не приступать к открытию нового дела или нового направления в бизнесе.

В целом вариантов будущего бизнес-проектирования существует два: для внешнего и для внутреннего использования. В первом случае подразумевается, что с помощью документа планируется привлечь инвестиционные средства, во втором - бизнесмен проводит анализ, чтобы разобраться в целесообразности своего замысла. С помощью анализа и планирования можно решить такие задачи:

- оценить перспективность рынков сбыта;
- просчитать предстоящие затраты;
- выявить и нивелировать риски;
- предвидеть возможную прибыльность.

Составляется такой проект обычно с перспективой на три года. При этом первый год должен быть расписан буквально по месяцам, второй можно представить в поквартальном анализе, и только на третий обозначить годовой план развития.

Обязательными в каждом бизнес-плане будут такие элементы структуры:

- резюме;
- маркетинговый анализ;
- организационный план;
- финансовая часть;
- анализ рисков.

Какой бы сферы деятельности ни касался проект, ключевыми критериями грамотно составленного бизнес-плана будут ясность, наглядность, содержательность и фактическая достоверность.

Практическая часть исследования строилась на материалах торгового предприятия ООО «ОлВи» г. Красноярск.

Экономическая оценка деятельности предприятия ООО «ОлВи» показало, что предприятие в анализируемом периоде (2014-2016 гг.) действует эффективно, на что указывает рост выручки и прибыльности предприятия, отрицательным момент можем обозначить рост себестоимости продаж, темп роста которого превышает темп роста выручки, но при этом это указывает на стабильность деятельности предприятия, с одной стороны, и на отсутствие тенденций к увеличению прибыли за счет снижения доли себестоимости в выручке. Следовательно, единственный способ увеличения прибыльности деятельности ООО «ОлВи» - это наращивать объемы продаж предприятия по основному виду деятельности, а также сокращению расходов.

Для улучшения финансового состояния предприятия было предложено на базе ООО «ОлВи» организовать открытие цеха по производству рыбных полуфабрикатов. Для целесообразности данного предложения, был разработан бизнес-план по организации открытия цеха формовых рыбных полуфабрикатов (котлет) среднего и премиум ценового класса в городе Красноярск.

Производство рыбных полуфабрикатов считается простым и выгодным. К положительным параметрам данного процесса можно отнести:

- простые технологические этапы создания продукции;
- невысокая стоимость производственного оборудования;
- небольшое количество времени, необходимого для изготовления изделий;
- высокая пропускная способность предприятия.

В соответствии с официальными статистическими данными

потребление рыбных продуктов постоянно увеличивается, поэтому такой бизнес будет перспективным, актуальным и прибыльным.

Основные показатели проекта представлены в резюме бизнес-плана.

Расчеты на эффективность проекта в разделе «финансовый план» показал, что данный проект будет эффективен.

В дальнейшем предприятию ООО «ОлВи» предлагается расширение данного вида деятельности (закупка оборудования большей производительности), а также производство не только формовые рыбные полуфабрикаты разного ассортимента, но и производство таких видов рыбных полуфабрикатов, как: пельмени (с лососем, с кальмаром, с креветкой, с белой рыбкой, с гребешком и т.п.); биточки, тефтели, рыбные наггетсы и пр.

Таким образом, цель поставленная во введении достигнута, задачи выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (НК РФ). Часть 1 от 30.11.1994 г. №51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. №32. Ст. 3301.
2. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: стратегия и тактика эффективного бизнеса[Текст] / Р. Абрамс. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 486 с.
3. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности[Текст]: учебник / А.Н. Асаул. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
4. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование[Текст]: учебное пособие / М.А. Афонасова. – Томск: Эль Контент, Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. – 108 с.
5. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации)[Текст]: Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 372 с.
6. Черняк, В.З. Бизнес-планирование[Текст]: учебное пособие / В.З. Черняк [и др.]. – 4-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 591 с.
7. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта[Текст]: учебное пособие. - М.: Альфа-М, 2012. - 224 с.
8. Бухорбаева, А.Т. Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса[Текст] / А.Т. Бухорбаева // Молодой ученый. - 2016. - №12. - С. 1151-1154.
9. Веснин, В.Р. Стратегическое управление[Текст]: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2014. – 228 с.
10. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов[Текст]: Научно-практическое пособие. В.Л. Горбунов. - М.: Инфра-М, 2013. - 248 с.
11. Григорьева, Н.В. Финансовый план как важнейшая составляющая бизнес-плана[Текст] / Н.В. Григорьева // Молодой ученый. - 2016. - №7. - С. 819-822.

12. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии[Текст]: учебник и практикум. – 9-е изд. В.А. Горемыкин.– М.: Юрайт, 2014. – 864 с.
13. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле)[Текст]:учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 456 с.
14. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли[Текст]: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 692 с.
15. Иванов, Д.Ю. Целесообразность бизнес-планирования с помощью программного обеспечения[Текст] / Д.Ю. Иванов, В.Д. Александрова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2016 г.). - М.: Буки-Веди, 2016. - С. 113-115.
16. Коршунова, Е.М. Бизнес-план инвестиционного проекта[Текст]: учебное пособие / Е.М. Коршунова, Н.А. Малинина, К.В. Малинина. - СПб.: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2011. - 135 с.
17. Коцкая, О.О. О необходимости бизнес планирования[Текст] / О.О. Коцкая // Молодой ученый. - 2016. - №8. - С. 558-560.
18. Липсиц, И. В. Экономика[Текст]: учебник для вузов / И. В. Липсиц. – М.: Омега-Л, 2014. – 608 с.
19. Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха[Текст]: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
20. Маховикова, Г.А. Планирование на предприятии[Текст]: учебное пособие / Г.А. Маховикова, Е.Л. Кантор, И.И. Дрогомирецкий. – М.: Юрайт, 2015. – 144 с.
21. Молокова, Е.И. Планирование деятельности предприятия[Текст]: учебное пособие / Е.И. Молокова, Н.П. Коваленко. – Саратов: Вузовское образование, 2013. – 196 с.
22. Молокова, Е.И. Бизнес-планирование. Теория и практика[Текст]: монография / Е.И. Молокова. - Саратов: Вузовское образование, 2013. - 117 с.

23. Нагарокова, Д.К. Анализ российского рынка полуфабрикатов[Текст] / Д.К. Нагарокова, А.А. Нестеренко // Молодой ученый. - 2015. - №2. - С. 175-178.
24. Нор, С.А. Бизнес-план как ключевой документ при создании и развитии предприятия[Текст] / С.А. Нор // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Москва, октябрь 2013 г.). - М.: Буки-Веди, 2013. - С. 108-110.
25. Орлова, П.И. Бизнес-планирование[Текст]: учебное пособие. – 2-е изд. П.И. Орлова.– М.: Дашков и К, 2014. – 284 с.
26. Орлова, Е.Р. Бизнес-план[Текст]: Методика составления и анализ типовых ошибок. Е.Р. Орлова.- М.: Омега-Л, 2013. - 168 с.
27. Попов, В.М. Бизнес-планирование[Текст]: анализ ошибок, рисков и конфликтов: учебник / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, Л.Л. Касаткин. – М.: КноРус, 2013 . – 448 с.
28. Стёпочкина, Е.А. Бизнес-планирование[Текст]: учебное пособие. - Саратов: Вузовское образование, 2015. - 61 с.
29. Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование[Текст]: учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.
30. Фадеева, Г.Д. Роль бизнес-планирования в коммерческой деятельности предприятий[Текст] / Г.Д. Фадеева, Л.А. Железняков, О.В. Артюхина // Молодой ученый. - 2014. - №12. - С. 190-192.
31. Фридман, А.М. Финансы организаций (предприятий)[Текст]: учебник / А.М. Фридман. – 2-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 488 с.
32. Чумакова, М.В. Современное состояние процессов планирования на предприятии[Текст] / М.В. Чумакова // Молодой ученый. - 2016. - №20. - С. 451-457.
33. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности[Текст]: учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – 6-е изд. – Ростов-на-Дону, 2013. – 368 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

**Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 20¹⁶ г.**

Организация	ООО "ОлВи"	Форма по ОКУД	0710001
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)	31 12 2016
Вид экономической деятельности	розничная торговля	по ОКПО	95697340
Организационно-правовая форма/форма собственности	ООО / частная	ИНН	2465103891
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКВЭД	52.23.1
Местонахождение (адрес:	660077, Красноярский край, г.Красноярск, ул.Октябрьская 2 «а»	по ОКОПФ/ОКФС	
		по ОКЕИ	384

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 ¹⁶ г. ³	На 31 декабря 20 ¹⁵ г. ⁴	На 31 декабря 20 ¹⁴ г. ⁵
АКТИВ					
I. ВНЕОБОРОННЫЕ АКТИВЫ					
Нематериальные активы	1110				
Результаты исследований и разработок	1120				
Основные средства	1130	4034	3931	1744	
Доходные вложения в материальные ценности	1140				
Финансовые вложения	1150				
Отложенные налоговые активы	1160				
Прочие внеоборотные активы	1170				
Итого по разделу I	1100	4034	3931	1744	
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	1210	3737	3279	3286	
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220				
Дебиторская задолженность	1230	1963	1124	712	
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240				
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	10	12	335	
Прочие оборотные активы	1260				
Итого по разделу II	1200	5710	4415	4333	
БАЛАНС	1600	9744	8346	6077	

Форма 0710001 с. 2

Пояснение ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 20 ¹⁶ г. ³	На 31 декабря 20 ¹⁵ г. ⁴	На 31 декабря 20 ¹⁴ г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	51	51	50
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	() ⁷	()	()
	Переоценка внеоборотных активов	1340			
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	1139	1139	1139
	Резервный капитал	1360	1412	1412	1319
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	1174	275	217
	Итого по разделу III	1300	3776	2877	2725
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410			
	Отложенные налоговые обязательства	1420			
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450			
	Итого по разделу IV	1400			..
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	1062	1976	883
	Кредиторская задолженность	1520	4906	3493	2469
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540			
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	5968	5469	3352
	БАЛАНС	1700	9744	8346	6077

Руководитель _____ Главный
 бухгалтер _____
 (подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

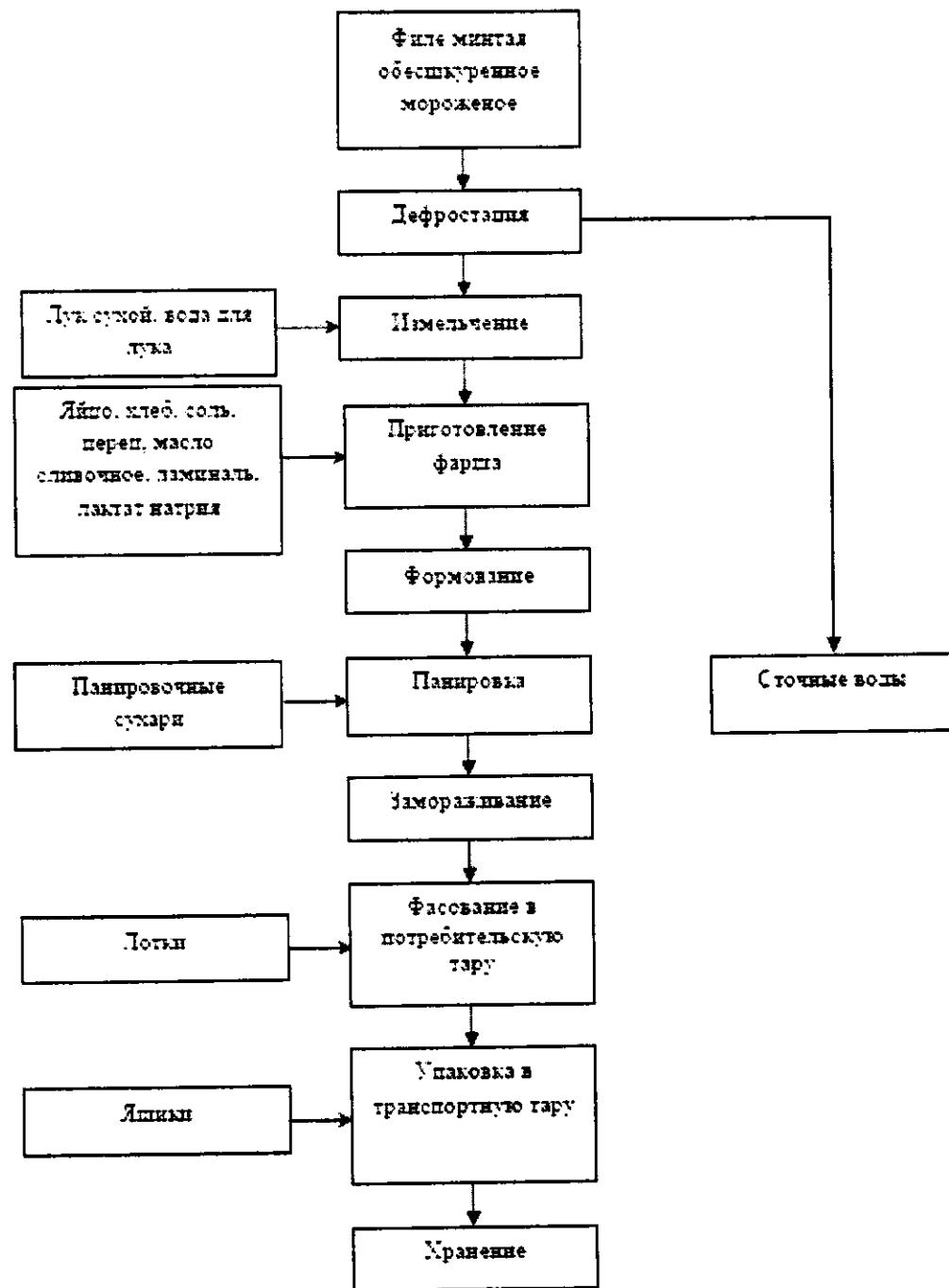
Приложение 2

Отчет о финансовых результатах ООО «ОлВи» за 2016 год

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За год 20 ¹⁶ г. ³	За год 20 ¹⁵ г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	23143	22117
	Себестоимость продаж	2120	(16596)	(15504)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	6547	6613
	Коммерческие расходы	2210	()	(5928)
	Управленческие расходы	2220	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	6547	685
	Доходы от участия в других организациях	2310		
	Проценты к получению	2320		
	Проценты к уплате	2330	()	()
	Прочие доходы	2340	212	75
	Прочие расходы	2350	(5860)	(203)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	899	557
	Текущий налог на прибыль	2410	()	()
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450		
	Прочее	2460		(282)
	Чистая прибыль (убыток)	2400	899	275

Приложение 3

Технологическая схема производства рыбных котлет



Приложение 4

Краткие технические характеристики оборудования цеха по производству
рыбных формовых полуфабрикатов (котлет)

Наименование оборудования, тип, марка	Технические характеристики	
Микроволновый дефростер AMW	Производительность Единовременная загрузка Мощность потребляемая Охлаждение водяное Время дефростации Габаритные размеры Масса	350 - 400 кг/час до 55 кг 21 кВт 20 лит/мин 4 - 10 мин 2200x2300x1800 мм 1250 кг
Волчок-мешалка MB 130 фирмы «Кремер-Г ребе»	Производительность Единовременная загрузка Емкость корпуса мешалки Установленная мощность волчка Мощность мешалки Габаритные размеры Масса	600 кг/ч до 100 кг 0,145 м ³ 10 кВт 2 кВт 1430x950x1290 мм 1200 кг
Котлетный автомат АКМ-40	Производительность Масса котлеты Диаметр котлеты Мощность электродвигателя Габаритные размеры Масса	до 4000 котлет/ч 50 - 100 г 75 мм 0,35 кВт 880x585x725 мм 95 кг
Панировочный автомат типа PU 400 фирмы «Коппенс»	Производительность Мощность Габаритные размеры Масса	до 200 кг/ч 0,9 кВт 725x2000x2000 мм 100 кг
Тунельный скороморозильный аппарат АСТА-30	Производительность Начальная температура продукта Конечная температура продукта Расход жидкого азота Рабочая ширина ленты конвейера Установленная мощность Габаритные размеры Масса	150 кг/час 30 °C -18 °C 1,1 кг/кг, про д. 400 мм 5,0 кВт 5000x1200x2100 1500 кг
Упаковочный полуавтомат А1-ФУБ	Производительность Температура в камере Установленная мощность Габаритные размеры Масса	до 16 упак./мин 180 °C 15,4 кВт 2700x2300x1480 кг 912 кг
Камера холодильная (низкотемпературная) МПКС-033НТ-12	Внутренний охлаждаемый объем, не менее, куб.м Диапазон рабочих температур, °C Температура окружающего воздуха, не более, °C Допустимая статическая нагрузка на	12 -20...-15 +32 1500

Наименование оборудования, тип, марка	Технические характеристики	
	пол камеры, не более, кг/кв.м Плотность загрузки товара, кг/куб.м Установленная мощность холодильного агрегата, кВт Габаритные размеры (без холодильного агрегата), не более, мм Масса (без холодильного агрегата), не более, кг	300 1,8 2 600x2600x2240 850
Камера холодильная КХН-5,94 (100 мм.)	Цвет корпуса: Белый Вид оборудования: Холодильная камера Материал: Сталь Гарантийный срок, мес: 12 Габариты (ДхШхВ), мм: 1 400x1 400x2 240 Толщина панели, мм: 100 Дверной блок: Распашной Объем камеры: 5,94 м3	

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу

студента (ки) Бончовой Анастасии Алексеевне
Ф.И.О.

группы 223УМ кафедры менеджмента

полное наименование кафедры

специальности (направления) 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Финансовый менеджмент»

на тему Разработка бизнес-плана создания цеха по производству дисков для ООО «Олви»

полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа содержит пояснительную записку на _____ страницах, _____ иллюстрационный материал.

1. Актуальность и значимость темы Заключается в том, что собранные экономической ситуацией факторы предпринимательской среды и внешней среды способствуют созданию новых рабочих мест

2. Логическая последовательность Представленное в работе значение материалов, выводов, рекомендаций характеризующих высокий уровень научной и методической подготовленности

3. Положительные стороны работы Анастасия Ильинична продемонстрировала высокий уровень теоретических знаний и практической подготовки, что позволило ей четко и ясно изложить основные положения исследованной темы

4. Аргументированность и конкретность выводов и предложений Основываясь на теоретических и практическим знаниях, автор подтверждает их аргументированность и конкретность

5. Полнота проработки литературных источников _____

6. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций Работа хорошо оформлена, изображения ясны и информативны

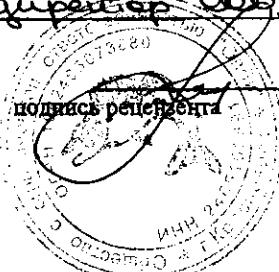
7. Недостатки работы Существенных недостатков не обнаружено

8. Какие предложения целесообразно внедрить в практику Ограничение числа посещений кабинетов индивидуальными

Выпускная квалификационная работа соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к дипломным работам и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии. Работа заслуживает оценки отлично, а ее автор Зарипова Ф.И.О.

Красина Екатерина
присвоения ему (ей) квалификации бакалавра по направлению «Менеджмент»

Рецензент Зарипова Ольга Викторовна, нач. директор ООО "Оеви"
Ф.И.О., ученое звание, степень, должность, место работы
«13» 02 2014



Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологии»

ОТЗЫВ

на выпускную квалификационную работу специалиста (бакалавра)

Студента (ки) Фончковой Анастасии Алексеевне
Ф.И.О.

группы ДВЗУМ кафедры Менеджмента
полное наименование кафедры

специальности (направления) 380308
полное наименование специальности (направления)

на тему Разработка бизнес-плана сферического чека
полученного в результате ООО "СиВи"
полное наименование темы согласно приказу

Выпускная квалификационная работа специалиста (бакалавра) содержит
пояснительную записку на _____ страницах, _____ иллюстрированный материал.

1. Актуальность и значимость темы Бизнес-план сферического чека
и принципа премии всего дня ООО "СиВи" в
результате проделанной инновационной
работы и разработке нового продукта

2. Логическая последовательность Менеджмент ВКР
использование различных исследований,
исследование в содействии в вопросах
различных тем, обозначенных исследованием
и анализированием различных производств

3. Положительные стороны работы Представление
запросов о работе в бизнесе со
руководством исследование и
взаимодействие исследование
включается в работу.

4. Аргументированность и конкретность выводов и предложений
Выводы и предложения к выделенным
изделиям и включаются в
выводы к работе
взаимодействиям и
взаимодействии

5. Полнота проработки литературных источников Менеджмент
и различные источники
исследования
исследования в основном
в основном о взаимодействии
работы и взаимодействии

6. Качество общего оформления работы, таблиц, иллюстраций
Общее оформление, таблиц, иллюстраций

широко используемый
переводящий языковой материал.

7. Уровень самостоятельности при работе над темой выпускной квалификационной работы

Были рабочие идеи вкраплены в текст, что делает текст более интересным и понятным для читателя.

8. Недостатки работы

9. Какие профессиональные компетенции отработаны при работе над темой выпускной квалификационной работы ПК-ЧЧ; ПК-ЧС; ПК-Р

Выпускная квалификационная работа отвечает (не отвечает) предъявляемым требованиям и рекомендуется (не рекомендуется) к защите на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

Руководитель выпускной квалификационной работы Леутов Юрий

Аспирант кафедры прикладной

Ф.И.О., ученое звание, степень, должность

«17» 02

2017 г.

подпись руководителя

Волчкова Анастасия Алексеевна

Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система «Антиплагиат» отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

дата выгрузки: 17.02.2017 00:53:21

пользователь: figaro7515@mail.ru / ID: 4041387

отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»

на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Оригинальность: 89.59%

Заимствования: 10.41%

Цитирование: 0%

Информация о документе

№ документа: 2

Имя исходного файла: диплом Разработка бизнес-плана
создание цеха полуфабрикатов для ООО ОлВи.docx

Размер текста: 523 кБ

Тип документа: Не указано

Символов в тексте: 127723

Слов в тексте: 14787

Число предложений: 940

Информация об отчете

Дата: Отчет от 17.02.2017 00:53:21 - Последний готовый
отчет

Комментарии: не указано

Оценка оригинальности: 89.59%

Заимствования: 10.41%

Цитирование: 0%