



**Бизнес-план  
реновации (обновления) основных средств  
для цеха производства масла**

## ***ОГЛАВЛЕНИЕ***

1. РЕЗЮМЕ.....	
2. ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ.....	
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ.....	
4. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА.....	
5. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО.....	
6. ПЛАН МАРКЕТИНГА.....	
7. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА.....	
8. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....	
9. ОЦЕНКА РИСКОВ И СТРАХОВАНИЯ.....	
10. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	
Выводы.....	
Список использованной литературы.....	

## ***ВВЕДЕНИЕ***

Переход к рыночной экономике требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений науки и техники, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства.

Имея солидный опыт, большинство российских предпринимателей уже познакомились с проблемами конкурентной борьбы, стратегии сбыта, ценообразования и другими проблемами маркетинга и менеджмента. Одной из таких проблем является технология привлечения инвестиций, целенаправленного и подконтрольного их использования. Объективно, такой технологией является бизнес-планирование.

Разработка бизнес-плана является одним из этапов на пути привлечения кредитов или инвестиций. Любая форма использования чужого капитала на собственном предприятии требует определенных гарантий для кредитора и инвестора. Одной из таких гарантий может стать хорошо продуманное, рассчитанное письменное изложение сути дела. Исходя из всего вышесказанного, на современном этапе рыночных отношений планирование является основным фактором, от которого зависит дальнейшая деятельность предприятия. В условиях конкурентной и нестабильной среды предприятиям особенно необходимы планы развития фирмы и маркетинговые исследования, так как в бизнесе нельзя позволить себе неверные шаги и ошибки. Однако на практике многие фирмы отказываются от данных разработок из-за отсутствия времени и средств; отсутствия необходимых знаний; невозможности и неумения применять результаты исследования на практике.

В данной работе определены основные потоки платежей при реализации бизнес-плана в ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов», выявлены источники финансирования, а также определена его эффективность для производства.

## *1. РЕЗЮМЕ*

Целью данного бизнес-плана является составление основных потоков платежей при реализации инвестиционного проекта на ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов», выявление источников финансирования, а также определение его эффективности для производства.

Для улучшения хозяйственной деятельности ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» и эффективности использования основных средств необходимо обновление оборудования для цеха производства масла сливочного. Предприятие намерено приобрести новые сепараторы для отделения высокожирных сливок в целях увеличения объемов производства масла. Балансовая стоимость сепаратора составляет 280 тыс. руб.

Перспектива данного проекта заключается в том, что процесс производства уже налажен на данном предприятии, но имеются свободные производственные мощности, загрузив которые организация получит дополнительную прибыль, улучшит свое финансовое положение, достигнет экономической стабильности.

Продукция ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» пользуется спросом на местном рынке, кроме того, имеется возможность выхода на рынок Волго-Вятского региона.

Чистая прибыль предприятия при внедрении данного оборудования за весь период эксплуатации составит 2125 тыс. руб.

Показатели эффективности проекта достаточно высокие для того, чтобы его принять в производство. Чистый дисконтированный доход положителен.

Срок окупаемости инвестиций 5 месяцев.

Уровень всех интегральных показателей свидетельствует об эффективности данного проекта.

Проект рекомендуется к осуществлению на предприятии ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов», что позволит расширить объем

реализации продукции предприятия и увеличить прибыль от ее реализации.

## ***2. ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ОТРАСЛИ***

История деятельности «Яранского комбината молочных продуктов» начиналась с работы сепараторного отделения, который располагается на месте ныне действующей аптеки. Это было в 30-х годах. Тогда принятое молоко могли только пропустить через сепаратор, в результате чего получить сливки. Труд работника был не механизирован, делалось все вручную.

Затем цех по переработке молока вошел в состав ликероводочного завода и стало совместное предприятие.

В 1959 году был построен «Яранский маслодельный завод», оснащенный, в основном, отечественным оборудованием. Из года в год повышалась продуктивность скота в сельском хозяйстве, увеличились заготовки молока, маслозавод не стал справляться с переработкой, да и потребности населения увеличивались.

В 1979 году, то есть 24 года назад, в городе Яранске Кировской области создан комбинат молочных продуктов (ЯКМП). Комбинат молочных продуктов расположен в 1,5 км. От северо-западной окраины города, между реками Ярань и Уртма, в 150 метрах от междугородней трассы Киров–Нижний Новгород. Площадь занимаемой территории 4,16 га.

В 1996 году «Яранский комбинат молочных продуктов» был переименован в ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов».

Акционерное общество является юридическим лицом с момента его государственной регистрации, имеет в собственности обособленное имущество, самостоятельный баланс, имеет гражданские права и обязанности, круглую печать, бланки, эмблему, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак.

Местонахождения предприятия: Кировская область, г. Яранск, пер. Лагуновский, 1.

Основной целью предприятия является получение прибыли.

Основными видами деятельности предприятия являются:

Производство пищевых продуктов на основе переработки молока и сливок.

Разработка, внедрение, производство, реализация конкурентоспособной пищевой продукции.

Торгово-закупочная деятельность.

Оптовая и розничная торговля с использованием сети своих магазинов.

Предоставление консультационных услуг, рекламная и информационная деятельность.

Организация и проведение выставок, ярмарок и т.п.

Транспортно-экспедиционные услуги.

Внешнеэкономическая деятельность.

Проведение монтажных, пусконаладочных и ремонтно-строительных работ.

Уставный капитал предприятия составляет 109725 рублей. Уставный капитал разделен на момент учреждения на обыкновенные и именные акции в количестве 21945 штук, номинальной стоимостью 5 рублей каждая. Все акции выпущены в бездокументарной форме.

Рынок потребителей молочной продукции следует рассматривать как растущий, т.е. имеющий реальные возможности для увеличения объемов реализации. Представляется, что привлекательность рынка сбыта нашей продукции имеет уровень, выше среднего; товар будут пользоваться спросом, возможно привлечение инвестиций.

Ставя перед собой долговременные задачи, ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» стремится быть лидером по доле рынка, который оно охватывает своими товарами. С этой целью в расчете на высокие прибыли в перспективе можно снизить текущие цены на некондиционные товары и увеличить цены на высококачественный и свежий товар.

### **3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ**

Характеристика, химический состав, упаковка и маркировка «Крестьянского» масла соответствуют действующим технологическим условиям ГОСТ 37-91.

На предприятии выпускается два вида масла:

сладкосливочное соленое и несоленое;

кисломолочное несоленое.

Для производства крестьянского масла применяют: молоко коровье заготавливаемое; сливки из коровьего молока; сливки, полученные при сепарировании свежей подсырной сыворотки; бактериальную закваску, приготовленную на чистых культурах молочнокислых стрептококков; воду питьевую; соль поваренную пищевую. Сырье и материалы, применяемые для выработки крестьянского масла, должны соответствовать требованиям действующих стандартов и технических условий.

Готовая продукция предназначенная для выпуска в реализацию должна соответствовать по органолептическим и физико-химическим показателям требованиям действующих стандартов и технических условий.

На каждый вид продукции при реализации выдается качественное удостоверение и сертификат соответствия.

Анализ слабых сторон продукта показывает, что у ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» имеются резервы повышения конкурентоспособности продукции. Это:

- контроль за качеством используемых продуктов;
- ускорение процесса производства;
- контроль издержек обращения;
- снижение себестоимости продукции.

Цена продукции ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» будет ниже, чем цены наших конкурентов, путем поиска поставщиков наиболее дешевых материалов, снижения издержек производства.

В отношении же импортного масла, которое имеет большой срок годности и различные добавки, консерванты, вредные для здоровья; то их цена, как правило, самая высокая на данном рынке; в то время как низкие производственные издержки предприятия позволят установить гораздо более доступные цены реализации своей продукции, что и будет основным слагаемым ее конкурентоспособности по отношению к импортируемой продукции.

К тому же важным отличительным преимуществом нашей продукции перед импортной будет являться натуральность сырья, свежесть, экологичность и качество продукции.

Сейчас очень многие производители прибегают к использованию различных добавок, чтобы удешевить продукт питания. Яранский комбинат выпускает продукцию экологически чистой без примесей и добавок. Продукция комбината неоднократно представлялась на различных конкурсах, Всероссийских выставках и занимало призовые места. До сих пор Яранское масло считается одним из лучших в России.

#### ***4. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКОВ СБЫТА***

Программой деятельности ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» является обеспечение максимальной удовлетворенности потребностей населения в качественных продуктах питания.

Предприятие имеет собственные стационарные торговые точки (магазины).

Продукция ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» реализуется как в пределах Кировской области, так и за ее пределами (Татарстан, Чувашия, Башкирия, Москва).

В отношении продукции ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» рынок является рынком "покупателя". Это обусловлено не только наличием аналогичной продукции на региональном и национальном рынках,



но и тем, что само предприятие уделяет больше внимания не количеству, а в первую очередь качеству, и стремится "завоевать" своих потребителей, удовлетворив их потребности в отношении продукции ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов».

ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» производит продукты питания. Значит, рынок, на котором она работает, является рынком краткосрочных товаров.

Потребителями продукции ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» являются как население, так и организации, а также частные предприниматели. Предприятие стремится завоевать своих потребителей с помощью установления приемлемой цены и высокого качества продукции.

Конкурентоспособность предприятия зависит не только от внутренних возможностей предприятия и условия приспосабливаться к условиям внешней среды. Успех предприятия во многом определяется правильным выбором рынков, на которых оно будет работать.

Рынки состоят из покупателей, а покупатели отличаются друг от друга по самым разным параметрам и имеют разные требования. Задача производителя – разделить потребителей на четкие группы, для каждой из которых требуются различные варианты товара и комплекса маркетинга. Для решения этой задачи используется сегментирование рынка – процесс разбивки потребителей на сегменты на основе различия в нуждах, характеристиках и поведении.

Этот процесс начинается с определения принципов сегментирования – способов выделения сегментов на рынке. Какого-то единого набора принципов не существует. Однако в зарубежной практике выработаны некоторые группы принципов, при использовании которых учитывается прежде всего назначение товара.

Для сегментирования рынка потребительских товаров и услуг применяют следующие принципы:

географический (регионы, города с различной численностью

населения, сельская местность);

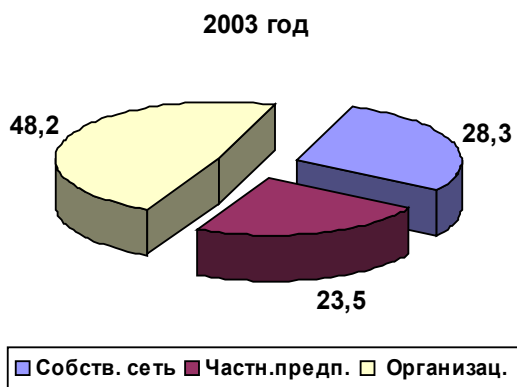
социально-демографический (пол, возраст, размер семьи, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов, род занятий, образование, религиозные убеждения, национальность и др.);

психографический (общественный класс, образ жизни, тип личности);

поведенческий (повод для совершения покупки, искомые выгоды, статус пользователя, степень приверженности и др.).

Сегментация проводится с целью максимального удовлетворения запросов потребителей в различных товарах, а также рационализации затрат предприятия-изготовителя на разработку программы производства, выпуск и реализацию товара.

Проведем сегментацию рынка по потребителям ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» по социально-экономическому признаку для выделения групп потребителей на основе общности социальной и профессиональной принадлежности.



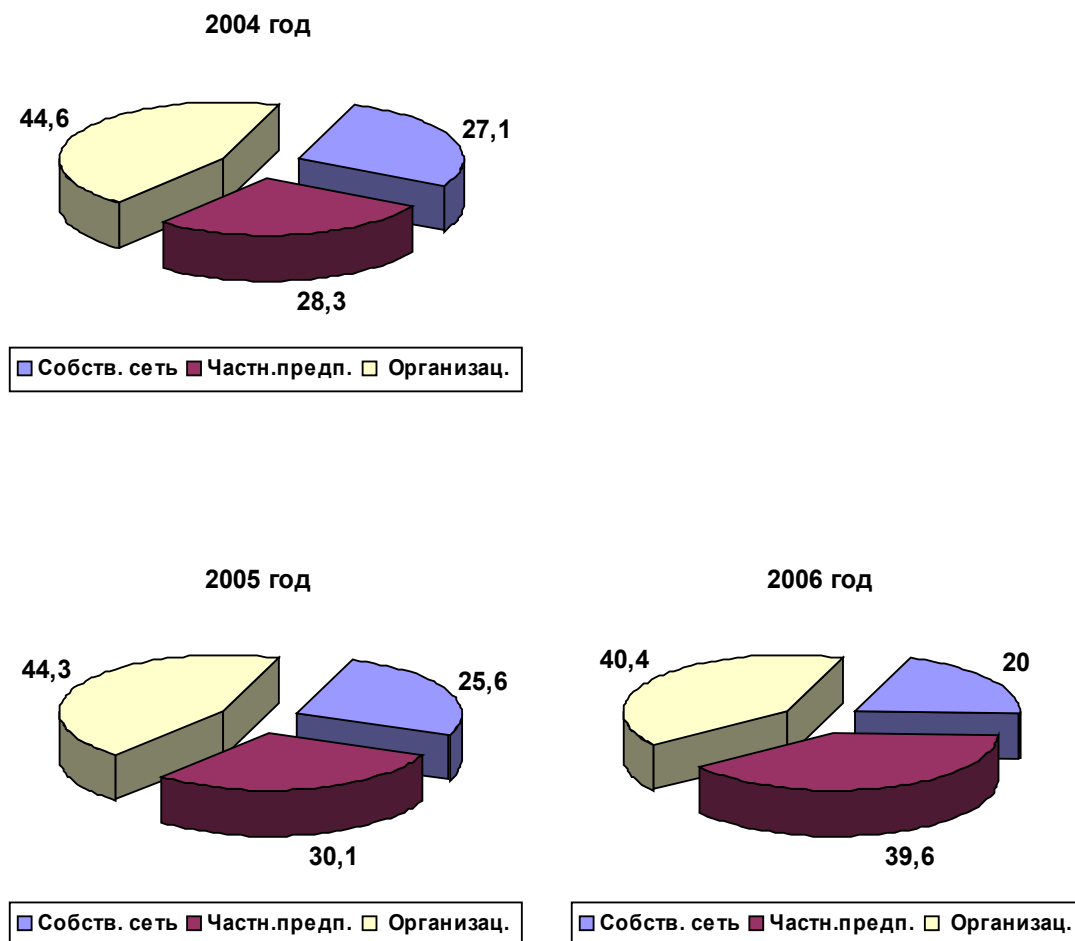


Рис.1. Сегментация потребителей по социально-экономическому признаку.

Специализируется предприятие, в основном, на производстве масла и сухого молока. Кисломолочная продукция отпускается населению, детским и лечебным учреждениям города Яранска. Наибольшая часть реализуется за пределы района и в республику Марий Эл. Наибольшим спросом в соседней республике используется нежирная продукция: кефир, творог, молоко.

Масло и сухие продукты (сухое обезжиренное молоко и сухое цельное молоко) отправляются, в основном, за пределы района, так как вырабатываемые объемы велики для небольшого населенного пункта – города Яранска.

Летом, когда объемы производства возрастают, большую часть масла

отправляют в город Киров в Госрезерв на хранение, кроме этого масло и сухое молоко увозят в республику Коми, Марий Эл, Нижегородскую область.

Продукция молочного завода реализуется в магазины г. Яранска: ООО «400 лет», «Горника», ООО «Яна» и т.д. Также продукция предприятия отправляется и за пределы Кировской области: г. Йошкар-Ола, г. Чебоксары, Татарстан.

То есть ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» следует ориентироваться на потребителей Кировской области (особенно г. Яранска) и вышеназванных регионов.

Рассматривая социально – экономический признак, можно сделать вывод, что основная доля потребления приходится на организации, но при этом ежегодно увеличивается доля частных предпринимателей.

Большое влияние на спрос оказывают применяемые методы стимулирования продаж на предприятии и успешная рекламная компания, подчеркивающая качество и натуральность сырья продукции.

На предприятии осуществляется строгий контроль за поступлением сырья на переработку, соблюдением технологического процесса на всех стадиях производства, что позволяет вырабатывать конкурентоспособную продукцию как в Кировской области, так и за ее пределами.

## ***5. КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО***

Основные конкуренты предприятия – Казанский молпром «Эдельвейс», ГСХП «Азановский», ОАО «Йошкар-Олинский молочный комбинат».

На рынках Кировской области более всего представлена продукция ОАО «Йошкар-Олинский молочный комбинат» и Казанского молпром «Эдельвейс». Построим профили конкурентоспособности продукции предприятий-конкурентов по методу экспертных оценок (табл.1).

Таблица 1. Профиль конкурентоспособности масла

Характеристики	Балльная оценка								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Вкусовые качества						о	жх		
2. Внешний вид						ж	хо		
3. Цена				о	ж	х			
4. Престиж предприятия				жх	о				

х - ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов»

ж - ОАО «Йошкар-Олинский молочный комбинат»

о - Казанский молпром «Эдельвейс»

Средние баллы конкурентоспособности предприятий показывают, что больший балл имеет ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов».

В ходе анализа конкурентоспособности масла сливочного, выпускаемого анализируемым предприятием и его конкурента определено, что масло молочного комбината несколько более конкурентоспособно по сравнению с продукцией основного конкурента. Однако конкурентные преимущества не слишком большие, конкурент имеет отлаженную технологию, основные фонды, занимает значимую долю рынка. Поэтому существует необходимость развития конкурентных преимуществ далее.

В целом ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» в конкурентоспособной борьбе имеет позиции выше среднего уровня, однако следует обратить внимание на ухудшение позиций на рынке по некоторым факторам и снизить негативное влияние кризисной ситуации. Тем не менее предприятие реально имеет потенциал для улучшения своих сильных сторон в конкурентной борьбе.

В этой борьбе ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» выбирает стратегию "фланговая атака", т.е. по основным направлениям: качество, цена, реклама.

Отечественный рынок пищевых продуктов превращается в «свалку» дешевых, и производители «душит» непомерный гнет налогов. Закрываются,

разоряются, продаются с аукционов предприятия и заводы. Нелегко выстоять в жестких условиях, решая вопросы производства, реализации, приобретения сырья и конкуренции продукции. Ведь сколько завозится к нам в район молочной продукции из городов Кирова, Нижнего Новгорода, Казани, Йошкар-Олы, Москвы и т.д. И зачастую в торговле привозная продукция дешевле нашей, но это не значит, что лучше.

Таким образом, в пределах Кировской области, ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» – одно из самых перспективных предприятий молочной промышленности, т. к. ее объемы производства ежегодно увеличиваются.

## ***6. ПЛАН МАРКЕТИНГА***

В процессе своей деятельности молочному комбинату приходится решать проблемы, свойственные всем переработчикам сельскохозяйственного сырья. Главная из них та, что в последние годы в молочном животноводстве наметилась негативная тенденция к снижению поголовья крупного рогатого скота и снижению ее продуктивности.

Объем производства молока постоянно сокращается. Одна из главных причин кризисной ситуации в молочном животноводстве - проводимая ценовая финансово-кредитная политика. Главный недостаток ценообразования на продукцию агропромышленного комплекса заключается в том, что происходит резкое ухудшение эквивалентности обмена между сельским хозяйством и промышленностью, нарушение паритета цен.

Деятельность предприятия направлена на обеспечение взаимовыгодных экономических интересов комбината и сельхозтоваропроизводителей, ускорение взаиморасчетов. Это позволило в течение 2002 года оплатить полученное сырье на 98%, заключить договоры на поставку молока с новыми хозяйствами и в итоге получить молоко в количестве, достаточном для обеспечения нормальной работы предприятия.

Снижение цены на товары ниже не рационально, т. к. предприятие имеет невысокий уровень рентабельности и может испытывать после этого финансовые затруднения. Поэтому предприятию нужно обеспечить получение целевой прибыли. В ряде случаев предусматриваются дифференцированные скидки.

Предприятием выбран прямой канал, используется собственная торговая сеть. В то же время производится отгрузка продукции оптовым и розничным торговцам. Таким образом, одним из направлений совершенствования деятельности фирмы в современных условиях является использование многоканальных маркетинговых систем, предполагающих движение товаров к различным потребителям одновременно различными путями.

Для защиты такой позиции необходимо задействовать такие маркетинговые средства как товарная и престижная реклама, контроль за качеством на всех уровнях управления, обратная связь с потребителями, контроль за издержками по местам их возникновения.

Необходимо расширение предполагаемого ассортимента продукции и предлагаемых услуг, обладающих низкой себестоимостью и, следовательно, низкой ценой.

Способ снижения издержек требует того, чтобы продукция не считалась низкокачественной среди потребителей, потому что в такой ситуации преимущество в области себестоимости перестает приносить дополнительную прибыль. В связи с этим необходимо ужесточить существующий контроль за качеством.

Коммуникационная политика в рамках маркетинговых мероприятий направлена на привлечение новых потребителей продукции, а также поддержание спроса со стороны существующих клиентов, и оказание дополнительных услуг. С этой целью предлагается провести рекламную кампанию с помощью средств связи, с помощью объявлений, а также опубликовать рекламные объявления. Необходимо изготовить вывески,

оформить вход, выставить указатели.

Целями рекламной кампании предприятия являются:

- формирование у потребителя определенного образа фирмы;
- формирование потребности в данном товаре;
- стимулирование сбыта товара; ускорение товарооборота;
- стремление сделать данного потребителя постоянным покупателем данного товара, постоянным клиентом фирмы;
- формирование у других фирм образа надежного партнера.

Журналы, газеты, телевизионные и радиостанции обычно привлекают нужную аудиторию своим не рекламным содержанием, а рекламодатель получает возможность обратиться именно к этой аудитории. Важную роль связующего звена между рекламодателями и потенциальными покупателями играют, в частности прямая почтовая реклама, плакаты, щиты, рекламные планшеты в общественном транспорте и рекламное оформление торговых помещений.

Предполагается использовать следующие материалы: статьи; периодическая публикация прайс-листа предлагаемых товаров; краткие рекламные объявления.

Выставочная реклама. Это показ экспонатов на традиционных и специализированных ярмарках и выставках.

Выставки и ярмарки - это возможность личных контактов с потенциальным потребителем. Ярмарки - необходимый элемент в проведении рекламной кампании. Это мероприятие можно провести 2-3 раза в год.

Участие предприятия в Нижегородской региональной ярмарке может быть предусмотрено в 2009 г.

При проведении ярмарки нельзя упускать из вида такие мелочи, от которых зависит конкретный результат: подготовку рекламных материалов для будущих посетителей, сувениров, пригласительных билетов с информационными письмами и т.д.



Также в конце летнего сезона проводится ярмарка в Центральном рынке г. Яранска с целью ознакомления в продукцией предприятия населения.

Предприятию необходимо рекламировать свою продукцию и ее качество, объясняя покупателям преимущества своей продукции перед продукцией других предприятий.

Образ производителя экологически чистых продуктов создает предприятию в сознании потребителей образ, побуждающий обратиться именно к этому предприятию, стимулирует сбыт продукции.

## ***7. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА***

Объем продукции в месяц составляет 7040 кг, в квартал - 21120 кг, за год – 84480 кг.

В третий год реализации проекта планируемый объем производства – 90000 кг масла.

Таблица 2. Прогноз объемов продаж

Показатели	1 кв. 2009г.	2 кв. 2009г.	3 кв. 2009г.	4 кв. 2009г.
Количество выпускаемой продукции, кг	0	21120	21120	21120
	1 кв. 2010г.	2 кв. 2010г.	3 кв. 2010г.	4 кв. 2010г.
	21120	21120	21120	21120

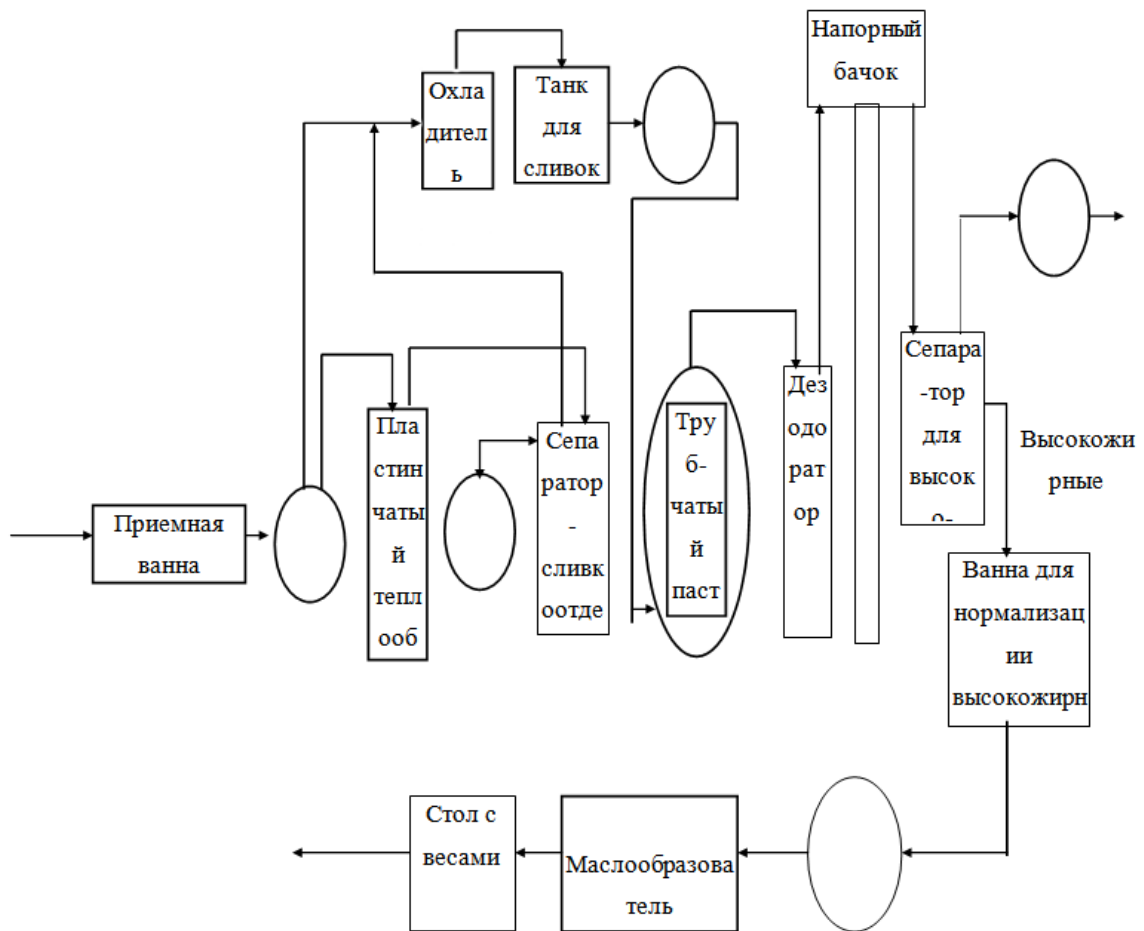
В последующие кварталы в объеме реализации предполагаются следующие изменения, связанные с увеличением цены на продукцию, объемы производства при этом планируется не увеличивать. Это связано с возможным снижением объемов поставок молочной продукции.

Схема технологического процесса производства масла представлена на рис.2. Технологический процесс:

1. Производство масла способом преобразования высокожирных сливок.

Технологический процесс производства масла крестьянского осуществляется по схеме: приемка, первичная обработка сырья и получение сливок в соответствии с инструкцией; пастеризация и дезодорация сливок;

При переработке сливок со слабо выраженными посторонними привкусами и запахами улучшению из качества способствует применение повышенных температур пастеризации. В зависимости от химического состава молочного жира, свойств сливок температуру пастеризации устанавливают в осенне-зимний период в интервале 105-1150С, а весенне-летний 103-1080С. Для нагрева сливок до температуры выше 1000С применяют установки специальной конструкции.



центробежный насос

ротационный насос-дозатор

Рис.2. Схема технологического процесса производства масла способом преобразования высокожирных сливок.

Работа сепараторов регулируется так, чтобы содержание влаги в высокожирных сливках составляло 23,5-24,2%, а жирность пахты не превышала 0,5%. Это достигается следующими способами: увеличением производительности сепаратора, снижением жирности исходных сливок, изменением положения регулировочных винтов для выхода пахты. Сепарирование сливок осуществляют в соответствии с правилами инструкции, прилагаемой заводом-изготовителем к каждому сепаратору.

Высокожирные сливки из сепараторов самотеком направляют в ванны для нормализации. При сепарировании необходимо строго следить и не допускать обогащения высокожирных сливок воздухом, что возможно при: засасывании воздуха в барабан сепаратора в процессе сепарирования сливок; сепарировании сливок при пониженной температуре (800С и ниже); значительном охлаждении высокожирных сливок (до 500С и ниже) в нормализационных ваннах; свободном падении высокожирных сливок в ванну их транспортирующего лотка; неплотной сборки сливкопровода по всасывающей линии (до насоса).

Обогащение высокожирных сливок воздухом выше 1,0 мл/100 гр. Отрицательно сказывается на консистенции масла. Нормальное содержание воздуха составляет 0,3-0,5 мл/100 гр.

Высокожирные сливки, полученные от сепарирования сливок разного качества, следует перерабатывать отдельно.

нормализация высокожирных сливок;

преобразование высокожирных сливок в масло.

На комбинате ведется постоянная работа по совершенствованию технологии производства, экономии материальных, трудовых и финансовых затрат, направленная на снижение себестоимости выпускаемой продукции. Это позволяет устанавливать закупочную цену на молоко на среднереспубликанском уровне.

Контроль за качеством продукции осуществляет лаборатория завода. В ее функции входит: контроль качества поступающего молока и сливок;

контроль технологических процессов обработки молока и молочных продуктов; контроль качества готовой продукции, упаковки, маркировки и выпуска продукции с предприятия. Поступающее молоко и сливки исследуют на кислотность, температуру, жирность, плотность, органолептические показатели, редуктазу, сыропригодность. При производстве продукции ведется техно-химический и микробиологический контроль.

В состав предприятия входят вспомогательный цех и 2 основные производственные цеха. В приемно-аппаратном цехе (вспомогательный) осуществляется приемка и предварительная обработка молока, принятого от хозяйств района. Маслоцех - цех №1, в котором осуществляется производство масла и конечной молочной продукции. Масло сливочное осуществляется методом преобразования высокожирных сливок, получаемых также в цехе №1. В сырцехе - цех №2 осуществляется производство сыров согласно разработанной технологии и ассортименту.

Проведем расчет необходимого количества оборудования на основе данных производственной программы.

Таблица 3. Расчет потребности в технологическом оборудовании

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
1. Годовой объем продукции	кг	84480
2. Сменная производительность	кг	160
3. Отработано машино-смен	м-см	528
4. Коэффициент сменности		2,0
5. Отработано машино-дней	м-дн	264
6. Число рабочих дней	дни	215
7. Потребность в рабочем оборудовании	единиц	1,23

Отработано машино-смен:  $M_{cp} = Q / P_{см} = 21120 / 40 = 528$  м-см

Отработано машино-дней:  $M_{Др} = M_{cp} / K_{см} = 528 / 2,0 = 264$  м-дн

Потребность в рабочем оборудовании:  $M_p = M_{Др} / Др = 264 / 215 = 1,23$  ед.

Следовательно, на основе расчета принимаем количество требуемого оборудования в количестве 1.

В структуру капитальных вложений по проекту входят следующие, представленные в табл.4.

Таблица 4. Структура капитальных вложений по проекту

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
1. Потребность в оборудовании	единиц	1
2. Балансовая стоимость оборудования	тыс. руб.	280
3. Общий размер капитальных вложений	тыс. руб.	300
-приобретение технологического оборудования	тыс. руб.	280
- строительно-монтажные работы	тыс. руб.	15
- прочие затраты	тыс. руб.	5

ОАО «Яранский КМП» получает сырье от хозяйств, следующих районов: Тужинского, Арбажского, Котельнического, а также всех хозяйств города Яранска. Молоко доставляется по графику. При составлении графической доставки молока, учитывают: время дойки, оснащенность хозяйств техническими средствами для хранения сырья, удаленность хозяйства от предприятия, наличие транспортных средств и состояние дорог.

Расчет с хозяйствами за сданное молоко производят по срокам в зависимости от качества молока.

Цены устанавливают в расчете на базисную жирность 3,6%. Хозяйствам, доставляющим молоко своим транспортом, доплачивают за доставку от фермы до предприятия.

Расчеты за транспортные расходы ведут исходя из фактической массы груза, расстояние – по единым тарифам на автоперевозки. Колхозам и совхозам отпускается сыворотка, полученная при производстве нежирного творога.

Для изготовления одного килограмма масла требуются следующее сырье.

Таблица 5. Расчет стоимости сырья и материалов на квартал

Наименование сырья и материалов	Норма расхода на ед. прод., кг	Кварталь-ная потреб-ность, кг	Цена за 1 ед. сырья, руб.	Стоимость сырья и матери-алов, руб.
1. Молоко цельное	5,0	50560	16,5	834240
2. Сливки высокожирные	1,5	21680	21,5	466120
3. Бактериальная закваска	0,2	4224	5,4	22810
4. Вода питьевая	2,0	42240	0,5	21120
5. Соль пищевая	0,1	2112	3,4	7181
6. Сырье на упаковку	0,03	634	6,7	4248
7. Прочие	0,034	718	0,4	287
Итого			-	1356006

Таким образом, на сырье для производства 21120 кг в квартал масла сливочного необходима закупка продовольственного сырья на сумму 1356,0 тыс. руб.

Стоимость капитальных вложений на прирост оборотного капитала принимаем в размере 50 тыс. руб.

Таблица 6. Расчет инвестиций по проекту приобретения новых сепараторов

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
1. Приобретение технологического оборудования	тыс. руб.	280
2. Транспортные расходы	тыс. руб.	5
3. Прочие затраты	тыс. руб.	15
Итого основной капитал	тыс. руб.	300
4. Прирост оборотного капитала	тыс. руб.	50
Итого инвестиций	тыс. руб.	350

Таким образом, общая величина инвестиций по данному проекту будет складываться из капитальных вложений в основные и оборотные средства.

Работа предприятия осуществляется по 2-х сменному режиму по 8 часов. Для работы на технологической линии производства масла сливочного требуются 4 основных работников - оператора. Также для обслуживания оборудования требуются 3 вспомогательных работника: слесари и электрик.

Таблица 7. Расчет трудоемкости и фонда оплаты труда рабочих

Виды работ	Численность рабочих чел	Фонд времени работы, м-см	Трудоза-траты, чел\дн	Средне-дневная тарифная ставка, руб.	Тарифный фонд заработной платы, руб.	Общий фонд зарплат ытыс. руб.
1. Основное производство	4	528	2112	43,36	91576	169416
2. Вспомогательное производство	3	528	1584	27,20	43085	64627
ИТОГО	7					234043

Трудозатраты основных рабочих:  $T_z = \Phi_{\text{раб. вр.}} \cdot \chi_{\text{ппп}} = 528 \cdot 4 = 2112$

Среднедневная тарифная ставка:  $T_{\text{дн}} = T_{\text{час}} \cdot \chi_{\text{час}} = 5,42 \cdot 8 = 43,36$  руб.

Тарифный фонд заработной платы:  $T_{\text{ф}} = T_{\text{дн}} \cdot T_z = 43,36 \cdot 2112 = 91576$  руб.

Общий фонд заработной платы:  $\Phi_{\text{ОТ}} = T_{\text{ф}} \cdot K_{\text{п}} = 91576 \cdot 1,85 = 169416$  руб.

Трудозатраты вспомогательных рабочих:

$T_z = \Phi_{\text{раб. вр.}} \cdot \chi_{\text{ппп}} = 528 \cdot 3 = 1584$

Среднедневная тарифная ставка:  $T_{\text{дн}} = T_{\text{час}} \cdot \chi_{\text{час}} = 3,40 \cdot 8 = 27,20$  руб.

Тарифный фонд заработной платы:  $T_{\text{ф}} = T_{\text{дн}} \cdot T_z = 27,20 \cdot 1584 = 43085$  руб.

Общий фонд заработной платы:  $\Phi_{\text{ОТ}} = T_{\text{ф}} \cdot K_{\text{п}} = 43085 \cdot 1,50 = 64627$  руб.

Далее рассчитываются затраты на содержание и эксплуатацию оборудования, а также смазочные материалы.

Потребность в электроэнергии:

$\text{Эл} = M_{\text{двиг}} \cdot M_{\text{час}} \cdot K_{\text{м}} = 160 \cdot 0,80 \cdot 528 \cdot 8 = 540672$

Стоимость электроэнергии:

$\text{Сэл} = T_{\text{квт}} \cdot \text{Эл} = 1,2 \cdot 540672 = 648806$  руб.

Таблица 8. Расчет потребности в электроэнергии и смазочных материалах

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
1. Установленная мощность двигателей	кВт	160
2. Коэффициент использования мощности		0,80
3. Время работы	м-см	528
4. Средняя продолжительность рабочей смены	час	8
5. Потребность в электроэнергии	кВт	540672
6. Тариф за 1 кВт/час	руб.	1,2
7. Стоимость электроэнергии	руб.	648806
8. Стоимость топлива с учетом смазочных материалов (10%)	руб.	713687

С учетом затрат на смазку оборудования в размере 10% от стоимости электроэнергии:  $C = C_{эл} * 1,10 = 648806 * 1,10 = 713687$  руб.

Амортизация оборудования равна произведению балансовой стоимости оборудования на применяемую норму амортизации.

Норма амортизации:  $Н_{ам} = 100\% / \text{Срок службы} = 100 / 4 = 25\%$

Амортизация годовая:  $А_{ам} = Ц_{обор} * Н_{ам} = 280000 * 0,25 = 70000$  руб.

Таблица 9. Смета затрат на содержание и эксплуатацию оборудования

Показатели	Сумма, руб.
1. Оплата труда вспомогательно-обслуживающего персонала	64627
2. Отчисления на социальные нужды персонала (26%)	16803
3. Расходы на топливо и электроэнергию, смазочные материалы	713687
4. Амортизация оборудования	70000
Прямые затраты	865117
5. Техническое обслуживание и ремонт (10%)	86512
6. Прочие затраты (4% от вышестоящих затрат)	34605
Итого	986234

Затраты на техническое обслуживание и ремонт составляют 10% от суммы прямых затрат:  $З_{то} = 865117 * 0,10 = 86512$  тыс. руб.

Прочие затраты составляют 4% от прямых затрат.

Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования в данном случае составляют 986234 тыс. руб.

Теперь проведем расчет себестоимости изготовления одного килограмма масла сливочного. Показатели затрат сведем в калькуляционную таблицу 10.



Таблица 10. Калькуляция себестоимости продукции, руб.

Показатели	Объем продукции		
	на 1 кг	Q=21120 кг	Q=84480 кг
1. Сырье и основные материалы	64,20	1356006	5424024
2. Оплата труда основных производственных рабочих	8,02	169416	677664
3. Очисления на социальные нужды рабочих (26%)	2,09	44048	176192
4. Расходы на подготовку и освоение производства	1,02	21550	86200
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	46,70	986234	3944936
Итого прямые затраты	122,03	2577254	10309016
6. Общехозяйственные расходы (3% от прямых затрат)	3,66	77318	309272
Производственная себестоимость	125,69	2654572	10618288
7. Коммерческие расходы	0,82	17320	69280
Итого полная себестоимость	126,51	2671892	10687568
Рентабельность (7%)	8,86	187032	748128
Оптовая цена	135,37	2858924	11435696
Отпускная цена с НДС (18%)	159,73	3373530	13494120

Оптовая цена килограмма масла при уровне рентабельности в 7% составит 135,4 руб., отпускная цена – 159,7 руб.

Производство масла является среднерентабельным, слишком большие затраты на сырье и материалы.

## **8. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

На предприятии ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» имеется своя организационная структура (рис.3). Организационная структура – совокупность устойчивых связей объектов и субъектов управления организации, реализованных в конкретных организационных формах, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, т.е. сохранение основных свойств при различных внутренних и внешних изменениях.

Тип структуры линейно-функциональная, т.е. это структура, при которой управленческие воздействия разделяются на линейные – обязательные для исполнения и функциональные – рекомендуемые для исполнения.

Ключевой фигурой управления предприятия является его лидер – генеральный директор. Деятельность директора заключается в решении задач общественного характера, основанная на интегральной информации, поступающей как от информационных систем, персонала компании, так и от внешней среды. Все бремя ответственности за сочетанием дел в компании полностью лежат на нем.

Высшим органом управления предприятием является общее собрание акционеров.

Общество обязано ежегодно проводить общее собрание акционеров. На нем решаются вопросы об избрании совета директоров, ревизиционной комиссии общества, утверждается годовая отчетность, предлагаемая советом директоров, годовая отчетность общества.

Правительство общества действует на основании устава общества, а также утвержденного общим собранием акционеров положения о правлении.

Генеральный директор осуществляет оперативное руководство текущей деятельностью общества и несет полноту власти и ответственность за повседневную деятельность общества.

Для осуществления контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общества общим собранием акционеров в соответствии с уставом общества избирается ревизионная комиссия. Руководитель этой комиссии избирается большинством голосов из числа её членов.

Для обеспечения стабильной работы основного производства на комбинате создан ряд вспомогательных служб. Котельная снабжает все производство паром и горячей водой. Здесь заняты операторы котельных установок и слесаря.

Компрессорный цех вырабатывает холод, так как очень важно в молочном производстве быстро охладить сырье и готовую продукцию. Здесь работают машинисты АХУ (аммиачно-холодильных установок). Во вспомогательном корпусе расположены цеха КИП и А (контрольно-измерительных приборов и автоматики), электроцех, ремонтно-механическая служба.

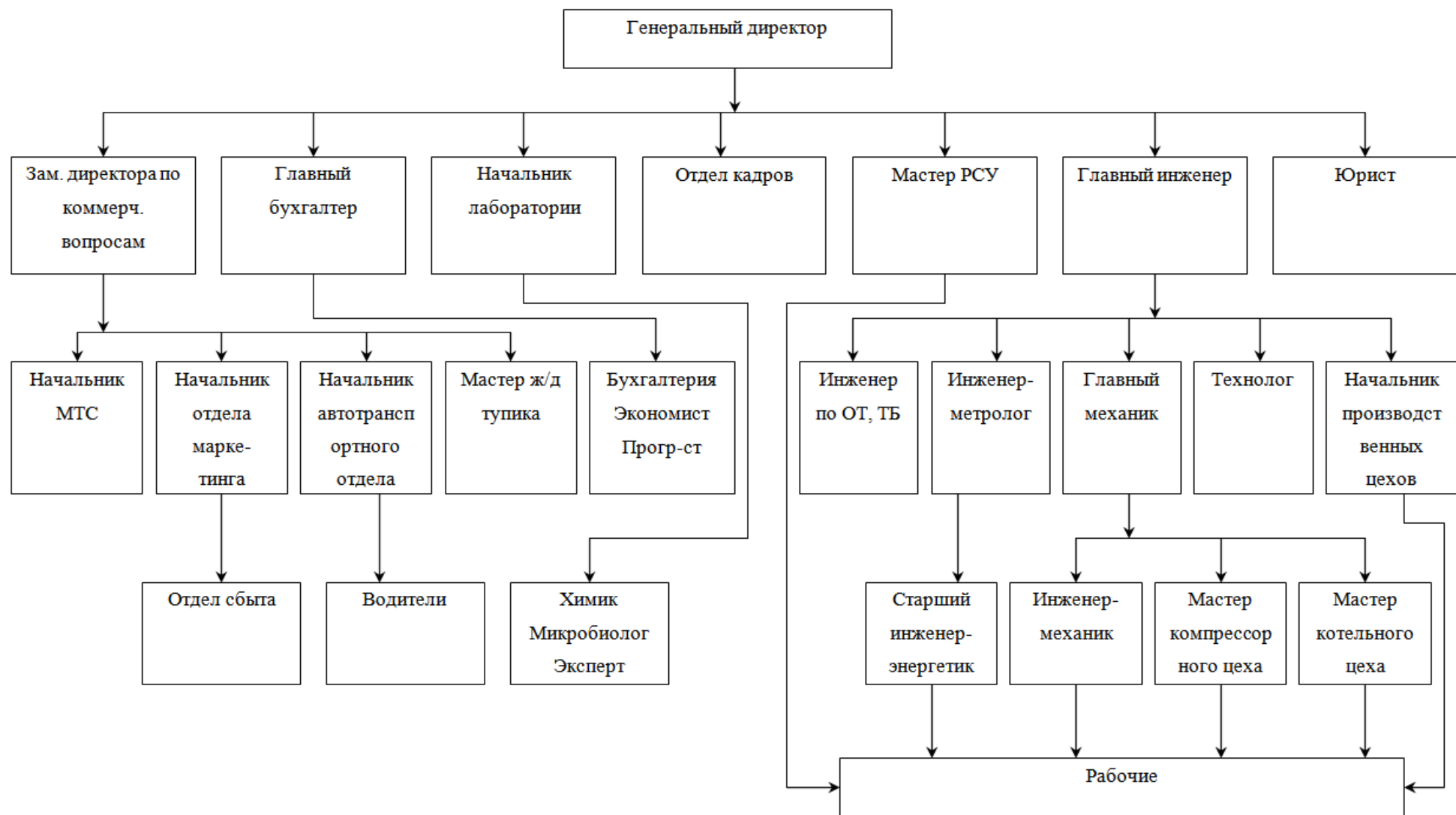
В цехах основного производства к ведущим профессиям относятся: аппаратчик, маслодел, изготовитель закваски, оператор диетпродукции, изготовитель сметаны, творога, мороженого.

Все операции по производству молочной продукции (основному виду деятельности) механизированы.

Управление процессами автоматическое, с пультов и щитов управления, производится высококвалифицированными работниками. Рабочие, в основном, заняты на производстве по 5 и 6 разрядам.

Штат лаборатории содержит специалистов разных областей: химиков, микробиологов, экспертов.

На предприятии действует повременная система оплаты труда работников. Работникам основного производства и вспомогательных служб определены тарифные ставки в зависимости от разряда. Для инженерно-технических работников определены оклады. Кроме того, разработано положение о премировании в зависимости от выручки, полученной предприятием за месяц.



## 9. ОЦЕНКА РИСКОВ И СТРАХОВАНИЯ

В условиях рыночной экономики финансирование предприятия неизбежно связано с риском, вызванным как неопределенностью будущих условий работы, так и возможными ошибочными решениями, предпринимаемыми руководителем предприятия.

Управление проекта с учетом риска призвано защитить предприятие от существенных убытков и минимизировать затраты на прирост стоимости капитала.

Для данного небольшого проекта достаточен анализ риска с помощью экспертных методов.

В рамках проекта использовали анкету эксперта, которая позволила оценить риск потери вложенных средств, в результате влияния различных факторов (таблица 11).

Таблица 11. Анкета эксперта для оценки риска

№	Критерий	Вес	Вопрос	Ответ	Балл
1	Риск рынка	3,0	Как вы оцениваете вероятность риска потери вложенных средств, в связи с проблемой сбыта продукции?	1. Очень высокий Относительно высокий 3. Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
2	Риск качества	2,0	Как вы оцениваете риск реализации продукции, не отвечающей требованиям по качеству?	Очень высокий 2. Относительно высокий 3. Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
3	Риск обеспеченности производства	2,0	Как вы оцениваете риск ненадежного снабжения?	Очень высокий Относительно высокий Не могу принять решение 4. Низкий	-2 -1 0 1 2

				5. Очень низкий	
№	Критерий	Вес	Вопрос	Ответ	Балл
4	Бюджетный риск	2,0	Как вы оцениваете риск остановки проекта в связи с недостаточным финансированием?	Очень высокий Относительно высокий Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
5	Социально-политический риск	3,0	Как вы оцениваете социально-политический риск?	1. Очень высокий Относительно высокий 3. Не могу принять решение Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
6	Природный риск природных явлений	2,0	Как вы оцениваете вероятность катастроф, которые могут привести к потере вложенных средств?	Очень высокий Относительно высокий Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
7	Экологический риск	2,0	Как вы оцениваете экологический риск?	Очень высокий Относительно высокий Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2
8	Криминальный риск	2,0	Как вы оцениваете риск того, что эффективная работа магазина будет невозможна вследствие каких-либо криминальных действий?	Очень высокий Относительно высокий Не могу принять решение 4. Низкий 5. Очень низкий	-2 -1 0 1 2

В процессе экспертизы эксперты выбрали ответы на каждый вопрос анкеты (выделено жирным шрифтом). Было опрошено два эксперта, мнения которых полностью совпали.

**Результрующий рейтинг проекта**

$$=(3,0*1+2,0*2+2,0*2+2,0*1+3,0*2+2,0*1+2,0*1+2,0*2) / 8 = 27/8 = 3,37$$

Как видно из расчета, данный проект имеет хорошие перспективы для его реализации.

## ***10. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН***

Цель финансового плана – определить эффективность предлагаемого бизнеса, вида деятельности.

Расчет финансового плана будет вестись в ценах с учетом инфляции, т.е. в ценах, учитывающих покупательскую способность. Это обеспечит сопоставимость разновременных показателей, что позволит выявить динамику развития. Применение цен требует использования при оценке эффективности инвестиций реальных ставок дисконтирования.

Предприятие в своей хозяйственной деятельности платит следующие виды налогов:

- НДС - 18%;
- Налог на прибыль - 24% от балансовой прибыли;
- единый социальный налог - в целом 26% от фонда заработной платы работников предприятия.

Учитывая доходы и затраты, возникающие в ходе проекта, произведем расчет финансовых таблиц.

Оценка финансовой состоятельности бизнес-плана основывается на трех финансовых формах, называемыми базовыми формами финансовой оценки: таблица финансовых результатов; таблица движения денежных средств; прогнозный баланс бизнес-плана (см. соответственно таблицы 12,13,14).

Цена продукции, затраты на сырье и материалы, заработная плата растут на 5% во второй год и на 7% в третий год к уровню предыдущего. В данном случае используем прогноз роста инфляции в ближайшее время.

Таким образом, молочный комбинат получит при реализации данного

проекта дополнительную прибыль в размере 449,3 тыс. руб. уже к концу 2009 года.

План (отчет) о доходах и расходах по производству покажет, как будет формироваться и изменяться прибыль, и, по существу, является прогнозом финансовых результатов (табл.12).

Таблица 12. Прогноз финансовых результатов деятельности предприятия

Показатели	2009 год					2010	2011
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Итого	год	год
1. Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	0	3373,5	3373,5	3373,5	10120,5	14168,7	15160,5
2. Себестоимость реализуемой продукции, тыс. руб. всего,	1085,1	2671,9	2671,9	2734,9	9163,8	9284,3	9630,4
в том числе							
- сырье и материалы	0	1356,0	1356,0	1356,0	4068	4271,4	4570,4
-оплата труда и отчисления на социальные нужды	0	213,5	213,5	213,5	640,5	672,5	719,6
- амортизация оборудования	17,5	17,5	17,5	17,5	70	70	70
- прочие операционные затраты	1067,6	1067,6	1067,6	1067,6	4270,4	4270,4	4270,4
- проценты за кредит	0	0	0	63,0	63	0	0
3. Коммерческие расходы	17,3	17,3	17,3	17,3	69,2	69,2	69,2
4 Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	- 1102,4	701,6	701,6	638,6	939,4	4815,2	5460,9
5. Прочие внереализационные расходы	0	0	0	0	0	0	0
6. Балансовая прибыль, тыс. руб.	- 1102,4	701,6	701,6	638,6	939,4	4815,2	5460,9
7. Налог на прибыль (24%)	0	168,4	168,4	153,3	490,1	1155,6	1310,6
8. Отвлеченные средства	0	0	0	0	0	0	0
9. Чистая прибыль с учетом убытков предстоящих периодов, тыс. руб.	- 1102,4	533,2	533,2	485,3	449,3	3659,6	4150,3

Баланс денежных расходов и поступлений (таблица движения денежных средств) позволяет оценить, сколько денег необходимо вложить в



бизнес в разбивке по времени, проверить синхронность поступления и расходования денежных средств (табл.13).

Таблица 13. Движение денежных средств, тыс. руб.

Показатели	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Итого за 2009 год	2010 год	2011 год
Поступление денежных средств	350	3373,5	3373,5	3373,5		14168,7	15160,5
Кредит	0				10120,5		
2. Выручка от реализации							
Всего поступлений	350	3373,5	3373,5	3373,5	10120,5	14168,7	15160,5
Расходование денежных средств	300						
Инвестиции в основной капитал	50						
2. Инвестиции в оборотный капитал							
3. Производственные затраты. всего,	1102,4	2689,2	2689,2	2752,2			
в том числе					9233,0	9284,3	9630,4
- сырье и материалы	0	1356,0	1356,0	1356,0	4068	4271,4	4570,4
-оплата труда и отчисления на социальные нужды	0	213,5	213,5	213,5	640,5	672,5	719,6
- амортизация оборудования	17,5	17,5	17,5	17,5	70	70	70,0
- прочие операционные затраты	1067,6	1067,6	1067,6	1067,6	4270,4	4270,4	4270,4
- проценты за кредит	0	0	0	63,0	63	0	0
- коммерческие расходы	17,3	17,3	17,3	17,3	69,2	69,2	69,2
4. Налоги и прочие внереализационные расходы	0	168,4	168,4	153,3	490,1	1155,6	1310,6
Всего расходование	1452,4	2857,6					
Сальдо за период	-1102,4	533,2	533,2	485,3		3659,6	4150,3
Сальдо нарастающим итогом		-569,2	-36	449,3	449,3	4108,9	8259,2

Прогнозный баланс, в отличие от двух приведенных выше форм, отражает финансовое состояние предприятия в определенный период времени (табл.14).

Таблица 14. Прогнозный баланс

Актив	Тыс. руб.	Пассив	Тыс. руб.
На 1.01. 2009 г.			
1. Внеоборотные активы	280	Капитал и резервы	206
- основные средства	280	-нераспределенная прибыль	-
2. Оборотные активы	276	- добавочный капитал	206
Баланс	556	2. Краткосрочные пассивы	350
		Баланс	556
На 1.01. 2010 г.			
1. Внеоборотные активы	122,5	1. Капитал и резервы	757
- основные средства	122,5	- резервный фонд	52
Оборотные активы	676,5	-нераспределенная прибыль	487
- запасы и затраты	-	- добавочный капитал	218
- денежные средства	676,5	2. Краткосрочные пассивы	42
Баланс	799	- кредиторская задолженность	42
		Баланс	799
На 1.01. 2011 г.			
1. Внеоборотные активы	70	1. Капитал и резервы	1366
- основные средства	70	- резервный фонд	217
Оборотные активы	1342	-нераспределенная прибыль	931
- запасы и затраты	-	- добавочный капитал	218
- денежные средства	1342	2. Краткосрочные пассивы	46
Баланс	1412	- кредиторская задолженность	46
		Баланс	1412

Дисконтная ставка составляет 12%.

Коэффициент дисконтирования равен:

$$R_1 = 1 / (1 + 0,12) = 0,8929$$

$$R_2 = 1 / (1 + 0,12)^2 = 0,7972$$

$$R_3 = 1 / (1 + 0,12)^3 = 0,7143$$

Расчет интегральных показателей производится на основе дисконтированных потоков.

Дисконтированный поток за 2009 год:  $449,3 \times 0,8929 = 401,2$  тыс. руб.

Дисконтированный поток за 2010 год:  $3659,6 \times 0,7972 = 2917,4$  тыс. руб.

Дисконтированный поток за 2009 год:  $4150,3 \times 0,7143 = 2964,6$  тыс. руб.

Показатели эффективности проекта рассчитаем, исходя из эффективности общей суммы инвестиций (И), вкладывающей в себя как инвестиции в основной капитал, так и в оборотные активы

$$И = 350 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем чистую стоимость (ЧС) проекта как разность между приведенной суммой денежных поступлений (сумма за 3 года дисконтированных поступлений) и суммой инвестиций:

$$ЧСИ = (401,2 + 2917,4 + 2964,6) - 350 = 5933,2 \text{ тыс. руб.}$$

По данному показателю проект можно признать эффективным, т. к. ЧС больше 0.

Рассчитаем индекс рентабельности (Ир) или относительный показатель эффективности инвестиций:

$$ИрИ = \Sigma P / И = 6283,2 / 350 = 17,9$$

Полученные значения можно прокомментировать следующим образом: предприятие, инвестировав в свои основные и оборотные фонды 350 тыс. руб., удовлетворило интересы инвестора (кем бы он ни был).

Срок окупаемости (Ток) инвестиций обычно рассчитывается на основании недисконтированных денежных поступлений.

Срок окупаемости инвестиций рассчитывается прямым подсчетом (суммированием) числа лет (месяцев), в течение которых инвестиции будут погашены кумулятивным доходом.

Из таблицы 13 следует, что срок окупаемости инвестиций – 11 месяцев.

На основании полученных результатов можно сделать выводы об эффективности предлагаемого проекта.

Получение прибыли при организации данного производства гарантировано невысокой себестоимостью продукции и высоким спросом на

данный вид продукции. Технология сбыта с помощью мобильной сети не требует огромных производственных мощностей и значительных энергетических затрат.

Имеются все средства и возможности (как финансовые, так и производственные) для начала организации сбыта продукции комбината.

Можно сделать вывод, что предприятие имеет достаточный размер прибыли для успешного функционирования. На основе полученных финансовых расчетов можно сделать вывод об инвестиционной привлекательности данного бизнес-плана. Фирма имеет неплохие результаты. При увеличении цены возрастает объем продаж и прибыль предприятия.

Таким образом, можно сказать, что показатели эффективности данного проекта высокие. Денежный поток положителен, прибыль получена во второй квартал 2009 года. Срок окупаемости составляет 11 месяцев. Следовательно, данный проект следует принимать к внедрению в производство.

Рассмотрим источники финансирования данного бизнес-плана.

В ходе потребности в основном и оборотном капитале определено, что необходимы инвестиции в размере 350 тыс. руб. Данную сумму инвестиций предприятие может финансировать из заемных средств.

Для реализации инвестиционного проекта предприятию потребуется 350 тыс. руб., в том числе: инвестиции в основной капитал – 300 тыс. руб.; инвестиции в оборотный капитал – 50 тыс. руб.

По источникам финансирования инвестиции распределяются следующим образом: заемные средства – 350 тыс. руб., в том числе бюджетный кредит муниципального бюджета – 350 тыс. руб.

Бюджетный кредит предоставляется фирме сроком на 1 год под 18% годовых с уплатой суммы в конце года.

## ***Выводы***

В качестве возможного пути стабилизации положения ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» в бизнес-плане развития предприятия предлагается организовать управление внеоборотными активами предприятия, и улучшение использования основных средств в частности.

Резервом повышения эффективности использования производственных основных средств ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» являются неиспользованные возможности их рациональной загрузки в течение года и во время непосредственного функционирования. В связи с этим, в работе предложен инвестиционный проект организации производства продукции с использованием нового оборудования с целью повышения использования производственных мощностей предприятия.

Для улучшения хозяйственной деятельности ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» необходимо обновление оборудования для цеха производства масла сливочного. Предприятие намерено приобрести новые сепараторы для отделения высокожирных сливок в целях увеличения объемов производства масла. Балансовая стоимость сепаратора составляет 280 тыс. руб.

Объем продукции в месяц составляет 7040 кг, в квартал - 21120 кг. На сырье для производства 21120 кг масла сливочного необходима закупка продовольственного сырья на сумму 356 тыс. руб. Стоимость капитальных вложений на прирост оборотного капитала принимаем в размере 50 тыс. руб.

Таким образом, в ходе потребности в основном и оборотном капитале определено, что необходимы инвестиции в размере 350 тыс. руб.

Работа предприятия осуществляется по 2-х сменному режиму по 8 часов. Для работы на технологической линии производства масла сливочного требуются 4 основных работников - оператора. Также для обслуживания оборудования требуются 3 вспомогательных работника: слесари и электрик.

Производство и реализация продукции начинается со второго квартала

2009 года. Выручка от реализации продукции во второй квартал 2009 года составит 3373,5 тыс. руб. Всего уже за 2009 год комбинат получит дополнительной прибыли в размере 449,3 тыс. руб.

Рассматривая показатели эффективности данного проекта необходимо отметить следующее. Предприятие стремится в данном дополнительном производстве к получению максимальной величины прибыли, что позволит ему улучшить свое финансово-хозяйственное положение и повысить общую рентабельность деятельности фирмы.

Все расчеты показателей эффективности выполняются с дисконтированными потоками наличности, представляющими притоки наличности или поступления денежных средств и оттоки наличности или выплаты денежных средств в процессе реализации проекта.

Таким образом, перспективная деятельность ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» должна вестись по следующим направлениям:

1. увеличение объема выпускаемой продукции за счет улучшения ассортимента продукции, выпуска новой продукции переработки;
2. внедрение нового оборудования, широкое применение ресурсосберегающих технологий, усиление режима экономии всех ресурсов;
3. цена на продукцию устанавливается в зависимости от цен конкурентов, несколько ниже их, возможны скидки постоянным клиентам;
4. сбыт осуществляется по прямым договорам с клиентами соответственно их заказам.

ОАО «Яранский комбинат молочных продуктов» должно и в дальнейшем продолжить осуществление в дальнейшем капитальных вложений по внедрению совершенного оборудования с целью повышения производительности труда, снижение себестоимости и брака, увеличение качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

### *СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1.Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 318 с.
- 2.Гаврилин, Юрий Федорович. Маркетинг. Стратегия и тактика менеджера: Учеб. пособие / - Челябинск, 2006. – 101 с.
- 3.Графова Н.Н. Планирование и прогнозирование деятельности предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 283с.
- 4.Фатхутдинов, Раис Ахметович. Стратегический маркетинг: Учебник / М.: Бизнес-шк. "Интел-Синтез", 2000. - 637.
- 5.Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. .Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 718с.