

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( **Н И У « Б е л Г У »** )

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА НА НОВЫЙ ВИД ПРОДУКЦИИ ДЛЯ  
ФИРМЫ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
заочной формы обучения, группы 05001264  
Камышенко Оксаны Павловны

Научный руководитель  
к.и.н., доцент  
Гукова Е.А.

## Оглавление

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Глава 1 Теоретические основы бизнес-планирования на предприятии...6</b>	<b>6</b>
1.1 Сущность, понятия и виды бизнес-планов.....	6
1.2 Структура и последовательность разработки бизнес-плана на новый вид продукции.....	20
<b>Глава 2 Проблемы и перспективы системы внедрения нового вида про- дукции на ООО Кондитерская фабрика «Капитан».....</b>	<b>32</b>
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	32
2.2 Анализ системы разработки нового вида продукции на предприятии.....	48
2.3 Разработка бизнес-плана на новый вид продукции .....	53
<b>Заключение.....</b>	<b>61</b>
<b>Список литературы.....</b>	<b>63</b>
<b>Приложения.....</b>	<b>67</b>

## Введение

Создания бизнес-плана для компании – это не мода XXI века, и не каприз инвестора. Этот документ, является в своём роде «лицом компании». Каждый здравомыслящий предприниматель понимает, что хорошо подготовленный бизнес-план способствует процветанию фирмы, содействует её росту, закрепляет новые позиции на рынке. Благодаря этому фирма функционирует, совершенствуется и формируется до нужных ступеней.

**Актуальность темы исследования** заключается в том, что бизнес-планирование позволяет заглянуть в будущее предприятия, предусмотреть цели, сферу, масштабы деятельности, а также появляется отличная возможность оценить шансы на успех, уберечься от коммерческой деятельности, обреченной на провал, взглянуть на свое предприятие со стороны, выявив его слабые и сильные стороны. На сегодняшний день это особенно важно, поскольку сейчас многие предприниматели пытаются добиться успехов в овладении мастерства создания бизнес-плана. Это связано с желанием расширить свой бизнес, выйти на новые зарубежные рынки, а для этого необходимо получения инвестиций. Чтобы привлечь спонсоров используют бизнес-план, так как, он позволяет показать профессионализм и серьёзность намерений предпринимателей, а так же ознакомить инвесторов со всеми будущими перспективами компании.

Организация, которая активно использует бизнес-план, обеспечивает работникам компании более чёткое понимание поставленных задач, стратегий, а также способов их выполнения. При всём этом, бизнес-план устанавливает определенные рубежи, границы, в которых необходимо работать. Бизнес-план используется, как внутренний документ, являющийся ориентиром для принятия решений на всех уровнях управления. Таким образом, планы дают возможность раскрыть направления поиска свежих идей и рассмотреть варианты выполнения работы.

Значимость темы, также обусловлена способностью бизнес-плана наилучшим образом спрогнозировать целесообразность предоставления новой услуги с учетом предпочтения покупателей, а так же благоразумно распределить денежные средства на воплощения установленного плана. Кроме того, верно подготовленный бизнес проект демонстрирует срок окупаемости и вероятные риски.

**Объект исследования** – ООО Кондитерская фабрика «Капитан».

**Предметом исследования** является методика разработки бизнес-плана предприятия на новый вид продукции для ООО Кондитерская фабрика «Капитан».

**Цель исследования** – разработка бизнес-плана на новый вид продукции для ООО Кондитерская фабрика «Капитан».

Для достижения поставленных целей необходимо решить ряд следующих **задач**:

- исследовать теоретико-методологические аспекты разработки бизнес планов предприятия;
- охарактеризовать организационно-управленческую и хозяйственную деятельности ООО Кондитерская фабрика «Капитан»;
- проанализировать существующую систему внедрения нового вида продукции на ООО Кондитерская фабрика «Капитан»;
- разработать бизнес-план на новый вид продукции для ООО Кондитерской фабрике «Капитан»;
- обосновать экономическую эффективность предложенного бизнес-плана.

**Теоретико-методологической основой исследования** являются работы отечественных и зарубежных писателей в сфере разработки бизнес-планов таких как О.Г. Аклюдова [1], М.А. Афонасова [2], Н.Ю. Горохов [10], Е.Н. Барикаев [5], М.И. Баканов [6], Л.В. Дистергефт [14], Л.В. Прыкина [29], Э.А. Уткин [42], В.З. Черняк[44], И.В. Липсиц [22], Г.В. Савицкая[39],

В.В. Ковалев [20], Л.Л. Ермолович [15], Шеремет [46] и многие другие. А также веб-журналы, официальные данные Всемирной Торговой Организации.

**Эмпирической базой** выпускной квалификационной работы послужили информационные документы, устав организации и данные бухгалтерской отчетности предприятия ООО «Капитан».

В процессе работы были применены разнообразные **методы исследования**, к ним относятся: метод сводки и группировки данных, статистический и прогностический метод, сравнительный анализ, метод обобщающих показателей, метод прогнозирования, а так же личные созерцания и беседа с работниками предприятия.

**Практическая значимость работы** заключается в том, что полученные результаты и разработанные предложения могут быть применены на кондитерской фабрики «Капитан», а также для создания нового предприятия аналогичного профиля.

**Структура выпускной квалификационной работы** включает в себя введение, две главы, а также заключение, список литературы, приложения.

## **Глава 1 Теоретические основы бизнес-планирования на предприятии**

### **1.1 Сущность, понятия и виды бизнес-планов**

На сегодняшний день, несмотря на различные трудности, в стране возрастает число людей, которые связывают свою жизнь с предпринимательской деятельностью. Приняв решение организовать собственный бизнес, в первую очередь необходимо добросовестно спланировать его организацию. Конечно, у каждого бизнесмена на первом месте стоит расширение собственного дела, увеличения рынка сбыта, что в дальнейшем благоприятно способствует повышению прибыли. Но всем известно, что этого невозможно достичь без правильно составленного бизнес-плана.

Многие исследователи в своих работах дают разное определение понятию «бизнес-план». Так, по мнению Э.А. Уткина [42] – это деловая бумага, содержащая в себе определенный график предпринимательских действий, в нём обоснована целесообразность и выигрыш этой деятельности. Кроме того, автор отмечает, что бизнес-план модернизируется, меняется согласно переменам, протекающим внутри компании и на рынке. Таким образом, бизнес-план – это один из основополагающих механизмов, способствующих конкретной компании выявить средства для успешной реализации желаемого итога.

Практически аналогичное определение бизнес-плана дают А.Н. Белковский [4] и О.Г. Аклюдова [1]. Согласно их мнению, данное слово представляет конкретную инструкцию, точный план действий, в ходе которого необходимо достичь расширения предприятия, получения прибыли.

В соответствии с точкой зрения В.З. Черняк [45], бизнес-план – индивидуальный, новомодный план, который даёт шанс подняться на новую ступень развития и внедрения инновационных технологий. Тем самым, позволяет предприятию увеличить скорость и объём производства.

Таким образом, бизнес-план – это короткая, точная, общедоступная и отчетливая инструкция планируемого предпринимательства, которая представляет собой главный инструмент при изучении огромного числа всевозможных ситуаций, позволяющий обозначить максимально точно предполагаемый или желательный итог, и отобрать резервы для его преимущества. Бизнес-план считается таким документом, который позволит облегчить управление и руководство каким-либо делом. Его приемлемо обозначить в виде важнейшего и неразрывного компонента стратегического планирования, а так же как инструкцию, цель которой – чёткое выполнение и контроль. Бизнес-планирование нужно воспринимать, как новейшее приспособление управления внутри фирмы.

Главной идеей составления бизнес-плана, служит планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайший и отдаленный момент времени в соответствии с запросами рынка и доступностью получения важных ресурсов.

Бизнес-планирование стало очень популярным и необходимым в жизнедеятельности каждой Российской фирмы. Уже с 1997 – 1998 годов стали масштабно применять бизнес-планирование. Каждый руководитель желавший поднять свою организацию на новую ступень, глубоко изучал зарубежную литературу связанную с правильным составлением бизнес-плана, руководствовался чёткими утверждениями успешных предпринимателей и писателей. Однако возникали определенные проблемы. Большинство наших бизнесменов не принимали во внимание наши культурные, социальные, экономические аспекты, а «оглядывались по сторонам». Но вскоре поняли, что у российского бизнес-планирования существуют свои отличительные особенности:

Во-первых, неустойчивые экономические отношения ставят руководство перед острой потребностью самим продумывать свои последующие действия, а так же отражать нападки и уметь защищаться от конкурентов.

Во-вторых, приходит современное поколение управляющих, которое даже не было руководителями коммерческих организаций, соответственно они не сталкивались с возможными сложностями пересекающимися с рыночной экономикой.

В-третьих, бизнесмены должны искусно аргументировать свои утверждения, подтверждая вкладчикам, что они справятся с расчётом всех моментов использования капиталовложений не хуже зарубежных предпринимателей.

Также необходимо подчеркнуть, что к сожалению, большинство положений, связанных с ведением предпринимательской деятельности в России, еще не организованы законодательно.

В-четвертых, ощущается острый недостаток грамотно обученных специалистов по созданию, выдвижению вперед и реализации планов.

Должное внимание нужно отвести, для решения юридических тонкостей, связанных с разработкой бизнес-планов.

Одним из наиболее важных моментов является необходимость скоординировать действия для привлечения внешних и иностранных инвесторов.

Можно многое позаимствовать у зарубежных стран в сфере разработки бизнес-плана, но стоит помнить, что всё индивидуально, и в первую очередь, необходимо ориентироваться по своим рыночным условиям, положением страны, и даже личным ощущениям. И тогда, появится возможность правильно выделять основные приоритеты развития, контролировать и продуктивно управлять резервами, предугадывать возможные перемены в бизнесе, находить решения в финансовых вопросах.

При подготовке бизнес-плана непременно нужно руководствоваться ключевыми принципами планирования, к ним относятся:

- 1) Необходимость. Она обрисовывает непереносимое использование планов в разных сферах работы фирмы. Это обусловлено тем, что любой работник компании, прежде чем осуществить работу обязан знать чего он желает добиться и как.

2) Непрерывность. После завершения действия плана требуется сформировать новый план.

3) Эластичность и гибкость. Для этой ступени характерно введение запланированных резервов по главным признакам, применение планирования для многочисленных факторов и ранжировка данных. Так же обязаны быть разработаны другие мероприятия, которые предусматривают варьирование среды.

4) Единство и полнота. Для бизнес-плана требуется присутствие единой экономической цели. Также нужна взаимосвязь всех звеньев организации по всем уровням планирования. Все частичные планы необходимо максимально укомплектовывать в групповой сводный проект. В него следует внести все моменты, которые могут положительно повлиять для выбора нахождения нужных решений.

5) Точность и детализация. Бизнес - план должен быть сформирован крайне конкретно, особенно при переходе от непродолжительных стратегий к долговременным стратегическим планам. Буквальность и конкретизация при планировании может поменяться вплоть до выбора исключительно ключевых целей и общих назначений в совершенствовании компании.

6) Экономичность. Разумеется затраты обязаны быть соразмерны с приобретенной прибылью.

7) Оптимальность. Всегда на всевозможных ступенях планирования должен быть предоставлен выбор наиболее результативных и плодотворных вариантов решений. Оптимальность ещё выражается в увеличении выгоды и уменьшении расходов.

8) Связь уровней управления.

9) Участие. Ни для кого не секрет, что если трудовой коллектив компании активно принимает участие в процессе планирования, то это, без всякого сомнения, увеличит мотивацию его действий, это обусловлено тем, что планирование для себя эффективнее, чем для других.

10) Стабильность. Нужно, чтобы проект капитальных вложений был неизменен, либо возможны издержки ресурсов и дополнительные расходы.

11) Адекватность. Требуется максимизировать количество прогнозируемых ситуаций и конкретизировать уровень безошибочности прогнозов.

Чтобы не погибнуть в ожесточенной конкуренции, фирма обязана виртуозно и незамедлительно реагировать на изменения, происходящие на рынке и внутри своего предприятия. Руководителю постоянно необходимо знать, насколько выгоден его бизнес в данный момент. Он обязан иметь конкретное представление, в какую сторону идёт его бизнес, положительную или отрицательную. Чётко знать о финансовом состоянии предприятия и на основе этой информации делать выводы. Решить, какие цели являются наиболее приоритетными для бизнеса. У одних предпринимателей целью выступает внедрение нового продукта, у других ввод автоматизированной системы производства, также целью может быть выход на новые рынки сбыта. Все эти цели считаются оправданными. Руководитель ориентируется по той цели, которую он желает добиться. Для достижения установленных целей и задач необходим бизнес-план. Все перечисленные выше нюансы затронуты в современном бизнес-плане. То есть предприниматель имеет возможность высчитать экономическое положение собственной фирмы, обозначать будущие цели, которых будет добиваться.

К основным категориям бизнес-плана относят необходимость доказать, что намеченный маршрут становления предприятия финансово обоснованно, просчитать вероятные итоги деятельности, такие как размер продаж, выручка. Также необходимо найти источник финансирования выбранного направления развития. Очень важным фактором является набор сотрудников, в силах которых реализовать предложенный план. Все пункты тесно скреплены между собой и могут быть воплощены в жизнь только при взаимодействии друг с другом.

Бизнес-план может быть подготовлен управляющим, предпринимателем, маркетинговым отделом, организацией, группой организаций или кон-

салтинговой фирмой. Кроме того, клиент обязан опираться на подготовленный пакет документов, определяющих назначения, требования и ограничения при формировании замысла проектного предложения.

Используется бизнес-план в следующих случаях: возрождение компании, структурные изменения, перегруппировка, совмещение компаний, новые союзы; новый выпуск продукции; выход на новые рынки; привлечение капиталовложений; подача заявления на получение государственного финансирования; получение кредитов.

В настоящее время заинтересованность в бизнес-планах приобрела масштабный характер. По последним данным, представленным на официальном сайте Всемирной Торговой Организации, к 2015 году, пользование бизнес-планами увеличилось на 50-60%, по сравнению с данными 2009 года. Не удивительно, ведь бизнес-план выступает, как один из главных помощников в увеличении капиталовложений со стороны инвесторов. Бизнес-план всегда аргументирует плановые решения, позволяет минимизировать возможность допущения многообразных рискованных ситуаций. Он постоянно обновляется, в него вносят необходимые корректировки, которые требуются в связи с изменениями в недрах компании и на рынке, с которым связана фирма.

Не для кого, не секрет, что слово бизнес-план уже хорошо известно каждому руководителю предприятия. В нём может говориться не только о создании нового бизнеса, планировании новой производственной линии, но и привлечении дополнительного капитала.

Многие работники предприятия, которые далеки от разработки бизнес-плана, могут задаться вопросом: «Зачем нужен бизнес-план и для кого он составляется?». Ведь его создание трудоёмкая и отнюдь не дешёвая процедура. Да и не каждый предприниматель захочет заплатить от 30 до 200 тысяч рублей за разработку личного бизнес-плана, а зря. Разгадка этого вопроса очевидна и проста. Ведь бизнес-план жизненно необходим каждой современной и процветающей организации, в первую очередь, для того

чтобы оценить возможные риски и избавить себя от нежелательных сюрпризов, обеспечить безопасность компании.

Составив бизнес-план, предприятие становится более эффективным и управляемым. Можно будет с точностью спрогнозировать возможную обстановку на завтрашний день. Не нужно жалеть 5% от стоимости проекта, потраченные на планирование, ведь возможно именно они помогут сэкономить деньги или избежать бесполезных затрат на реализацию проекта. Для создания бизнес-плана, способного привести к успеху, нужно потратить уйму времени и сил. Понадобится скомпоновать, рассмотреть и дать анализ большому объему информации, вовлечь в работу, как минимум аналитика, маркетолога и бухгалтера. Но преодолев все эти трудности, компания входит в мир успешного бизнеса.

Бизнес-план составляется в первую очередь для самого предприятия, а именно для руководителей и обычных работников организации. Этот вид плана помогает сформировать последовательность действий предприятия и производства в целом, тем самым облегчить систему контроля и усовершенствовать всю систему управления. В придачу, составление данного плана даёт возможность освежить и внести новый багаж знаний и пониманий о правильном ведении бизнеса, а также наиболее ясно увидеть положение фирмы на рынке в данный момент.

Другими важными целевыми группами являются акционеры, банки, филиалы, специализирующихся на венчурном капитале, потенциальных сотрудников.

Принято считать, что бизнес-план служит таким ключевым целям, как:

1. Изложение информации в короткой форме – способствует получению необходимого материала людям, воплощающих в жизнь проект.

2. Привлечение инвестиций – предоставляет возможному вкладчику получить краткое отображение дел и планов компании, тем самым определиться, нужно ли работать с данной организацией и вкладывать ли финансы в представленный проект [29, с. 99].

3. Представление плана развития компании и его возможные риски – помогает кредитору принять решение о выдаче кредита.

4. Прогнозирование – предсказывание и аргументирование желанного состояния компании.

5. Внушение работникам фирмы о достижимости намеченных в проекте планов.

6. Безопасность управления – вовремя полученные данные о вероятных рисках, способствуют своевременному принятию определенных мер, по ликвидации негативных последствий.

7. Контроль – возможность для быстрого изучения выполнения реализации плана, выявление оплошностей и последний шанс внести исправления.

8. Документирование – изображение шагов в едином документальном виде.

Если расширить этот список, то ещё к целям бизнес планирования так же можно отнести: приватизация объектов государственной и городской собственности; претворение в жизнь выборочных коммерческих операций; определение возможностей становления компании; эмиссия ценных бумаг; экономическое оздоровление и выход из временного финансового экономического упадка [11. с. 109].

Отмечают несколько главных подхода к разработке бизнес-плана. Первый отличается тем, что бизнес-план оформляется нанятой группой квалифицированных работников, а организаторы проекта принимают участие в нем только в приготовлении и подборе необходимой информации. Характерной чертой второго подхода является личное стремление создания проекта. Инициаторы сами оформляют бизнес-план, а методические направления принимают от специалистов, в частности у вероятных инвесторов. Для российского бизнеса второй подход является более актуальным. Организаторы проекта обычно хорошо разбираются в производственных делах, но, как правило, довольно плохо понимают

финансовые стороны проекта и реализации продукции. Этими тонкостями занимаются наемные специалисты.

Выбор решающего варианта отводится заказчику бизнес-плана. К примеру, клиент может остановить свой выбор на плане связанным с небольшими затратами, но медленным продвижением товара. Или наоборот, отдать предпочтение внушительным стартовым вложениям, что в свою очередь позволит максимально быстро продвигать и реализовывать продукцию.

Для современных компаний, бизнес-план осуществляет следующие функции, а именно:

1. Даёт возможность увидеть предпринимателю проделанную на предприятии работу за определенный отрезок времени, ознакомиться более точно с результатами и подвести итоги.

2. Позволяет сформировать концепции развития компании.

3. Планирование. Оно помогает вносить важные предложения, новые идеи, взгляды, которые способствуют улучшению дел в бизнесе. Планирование даёт возможность предвидеть многие ситуации становления бизнеса и определить трудности, которые могут встать на путь при создании, либо расширении предприятия [40, с. 4].

4. Рекламно-пропагандистская. Отлично подготовленный и оформленный бизнес-план – это наилучшая визитная карточка для предпринимателя. С её помощью регулируется процесс знакомства с организацией.

5. Аргументация и пояснение тактики предложенных идей. В этом особо остро нуждаются заново создаваемые предприятия или те, кто подготавливает свежие идеи. Процесс формирования бизнес-плана даёт шанс скрупулёзно провести анализ задуманного во всех мельчайших деталях.

6. Ускоряет осуществление стратегии предприятия.

7. Возможность прогнозирования итогов деятельности.

8. Привлечение вкладчиков, это особо актуально для затратных, масштабных, глобальных проектов.

На этапе финансового становления и развития рынка, отсутствие бизнес-плана начнёт оцениваться настороженно со стороны партнеров, кредиторов и покупателей [34, с. 130]. Присутствие бизнес-плана в организации – это обязательное условие со стороны цивилизованного и современного рынка. Привлечь денежные средства для расширения и улучшения бизнеса трудно себе представить без того материала, который находится в бизнес-плане. Наверное, наличие плана психологически вызывает чувство основательности, серьезности, солидности предпринимательского начинания, его обладателя [7, с. 165].

9. Склоняет банки (финансовые организации) в положительную сторону для фирмы, что поспособствует получению ссуд, кредитов [6, с. 321].

Определяющим моментом при выдаче кредита служит присутствие усердно отработанного бизнес-плана. Любой человек, не будь он даже предпринимателем, знает, что получить кредит очень сложно. Причиной тому является не большие проценты по кредиту, а боязнь банка невозвратности кредита. Чтобы избежать подобных ситуаций, банк предпринимает ряд мер по тщательной проверки способности погашения кредита или успехе планируемого дела предприятия. В этом случае для банка немало важным в принятии решения является наличие проработанного бизнес-плана.

10. Значительной функцией служит привлечение к осуществлению задуманных планов компании вероятных партнеров, которые захотят профинансировать производство или поделиться имеющейся у них технологией. А на такой шаг можно решиться только при наличии бизнес-плана, выражающий направления совершенствования предприятия на конкретный момент.

11. Благодаря привлечению сотрудников к созданию бизнес-плана, улучшается осведомленность многих работников о дальнейших действиях,

согласовать их старания, разделить прямые обязанности, побуждать их на выполнение цели.

Стоит отметить, что многие экономисты акцентируют внимание, на том, что существуют разнообразные структуры бизнес-планов, однако все они имеют примерно одинаковое строения. В совершенстве бизнес-план необходимо создавать тем, кто больше заинтересован проектом, кто сможет точно и глубоко передать соответствующие черты темперамента предпринимательского проекта [15, с. 13].

При создании бизнес-планов надо придерживаться основных убеждений успешного планирования, которые формируют факторы для благополучной деятельности предприятия в определенной экономической сфере: доступность, непрерывность, пластичность и гармоничность, целостность и единство, выразительность и конкретность, выгодность, приемлемость, связь регулирование, контроля и управления.

Бизнес-планы оформляют, в большинстве случаев, по нескольким факторам.

Внешнего применения. То есть, чтобы наглядно показать план действий в наиболее выигрышном варианте гражданам извне, наглядным примером является инвестор [24, с. 63].

Внутреннего применения. Тут всё можно показать как есть, все плюсы и минусы проекта. Данный бизнес-план довольно важен в процессе управления, он является главным орудием труда для развития предприятия.

Подготовка бизнес-плана – является чуть ли не главным критерием для открытия и организации бизнеса, а так же успешной жизнедеятельности фирмы. В совершенстве предприятие обязано владеть выработанный комплект стремлений и задач [47, с. 3]. Обдумать метод действий и преобразования целей в поступки. В менеджменте общепринято полагать, будто бы присутствие бизнес плана служит, бесспорно, одним из важнейших инструментов увеличения прибыли предприятия и оберегает от неоправданных рисков.

В рыночной экономике некоторые предприниматели не в силах достичь стабильного благополучия в бизнесе. Но если они станут конкретно и эффективно составлять свои действия, непрерывно копить данные об обстановке целевых рынков, расположении на них соперников, то вероятность добиться успеха возрастет [2, с. 75]. Можно добиться значительных преимуществ, если сделать первые шаги с бизнес-плана. Тем не менее, инвесторы скорее всего озвучат похожие вопросы, для того чтобы почувствовать и ощутить важность проекта. Те, кто не готов к таким вопросам, окажутся в неловкой ситуации. Разные версии совершенствования стратегии развития обязаны быть обдуманы и отработаны предварительно, при изготовлении внутреннего бизнес-плана [8, с. 76]. В случае если, интерес инвестора окажется оправданным, тогда он, и организация станут иметь основу для сделки.

Написание внутреннего бизнес-плана, в первую очередь, является потребностью и выгодой обеих сторон. Бизнес-план всегда общепринято составлять примерно на 3-4 года вперед, нужно отметить, что при этом для первого года главные значения обычно пишут в месячной разбивке, а для второго уже поквартально, и только лишь начиная с 3-4-го года, ограничиваются годовыми данными [13, с. 67]. К несчастью, такое планирование в условиях российской экономики на сегодняшний день не представляется актуальным, так как экономическая обстановка очень резко меняется. Планирование на время больше двух лет будет бесспорно ошибочным. В данный момент большая часть предпринимателей останавливаются на создании плана всего лишь на год-полтора [19, с. 23].

Бизнес-план можно распределить на четыре вида (рис. 1.1.1):



**Рисунок 1.1.1 – Основные виды бизнес-плана**

Внутренний бизнес-план. Он нужен каждой организации для возможности благополучной работы. Он намечает будущее обновления компании. Это в своём роде «ходовой» бизнес-план, в нём непрерывно вводят поправки пропорционально переменам в компании и во внешней среде, что способствует вообразить, как сложится обстановка в компании в дальнейшем. Этот бизнес-план обследует все преграды и трудности, которые возможны для бизнеса, рекомендуя допустимые схемы их преодоления. Внутренний бизнес-план предоставляет шанс идти вперед, прогрессировать в нужном направлении согласно материальным и трудовым показателями на определенный отрезок времени, в связи со сформировавшейся обстановкой на рынке [12, с. 15].

Бизнес-план для получения инвестиций. Главная идея данного плана представляет собой привлечение инвесторов, соответственно этот документ направлен на анализ их конструктивного и более удобного изучения фирмы. Капиталовложения могут понадобиться для формирования нового бизнеса, а так же для преобразование, усовершенствования уже функционирующей компании. В бизнес-плане открывающейся фирмы необходимо анализировать планы на будущее, то есть возможность увеличения бизнеса и освоения вкладов, нравов маркетинговой политики, безусловно, этот документ будет базироваться исключительно на предположениях [9, с. 111]. А вот для плана действующей компании, возможно, нужно взять во внимание личный опыт, такой образец поможет сформировать предложения, и указать в каком отделе компании необходимо внедрить новые технологии для усовершенствования работы. Основополагающим в бизнес-плане, подготовленном для инвесторов, необходимы следующие пункты: вероятность риска, срок окупаемости и извлечение выручки за конкретный период от капиталовложений [32, с. 112].

Бизнес-план для получения кредита. Разработка и содержание этого плана, имеет определенные черты различия по сравнению с предыдущими. Банки и специалисты, которые принимают решение о выдаче кредита, будут в первую очередь концентрировать своё внимание на доводах и аргументах в

необходимости займа денежных средств, реальной возможности платёжеспособности фирмы, а также наличие залогового имущества. Поэтому в бизнес-плане, подготовленном для кредиторов, необходимо акцентировать внимание, как компании поможет кредит при успешной реализации плана. Следует отметить, что чем убедительней доводы фирмы, о её способности рассчитаться с займами, тем реальней шанс получить кредит.

Бизнес-план для получения гранта. Это совершенно другой проект, если в представленных выше видах бизнес-планов уделялось внимание рискам, окупаемости, возможности своевременной выплате кредита, то здесь всё иначе. Если говорить конкретно, то этот план предполагает социальную направленность [14, с. 190]. Получение гранта – это государственная поддержка, поддержка общенародных фондов. В таком бизнес-плане для получения гранта необходимо подчеркнуть, какую выгоду может принести фирма для города, населения. При выборе присуждения гранта акцентируют внимание на социальные намерения компании. В данном проекте не учитывают размер прибыли, больше внимания уделяют гуманности и душевности бизнес-проекта [43, с. 345].

Каждый из рассмотренных выше бизнес-планов несёт определённое предназначения, играет значительную роль в жизнедеятельности компании, представляя точку опоры для установления решений, предвещая совершенствование фирмы в будущем, определяя её судьбу, которая иной раз находится в зависимости от вовремя оказанной материальной поддержки.

Итак, подводя итоги можно сказать, что бизнес-план представляет собой уникальный, чётко продуманный документ, который помогает проанализировать внутренние резервы, потенциал компании и даёт возможность объяснить первенствующие цели, то есть обозначить стратегию функционирования компании. Занять деньги в виде ссуд и кредитов, а в современных российских экономических условиях без этого не обойтись. Без возможности использования заёмных средств абсолютно невозможно воплотило в жизнь, осуществить какой-либо задуманный проект.

Бизнес-план предлагает способы решения определенных задач. Справившись с которыми, компания получит возможность выхода на новые рынки, развития и расширение бизнеса при помощи новых технологий, привлечение спонсоров и многое другое [37, с. 95].

## **1.2 Структура и последовательность разработки бизнес-плана**

Бизнес-план для инвестора – это первый шаг на пути знакомства с новой компанией, её продукцией, планами, перспективами. Это как внешний вид человека, то на что мы в первую очередь обращаем внимание, ведь именно по первоначальному образу складывается мнение о человеке, которое поменять потом не так уж и легко. Так и с бизнес-планом, именно поэтому его нужно оформлять соответственно имиджу компании: он должен быть увлекательным, но неброским; уровень детализации необходимо поддерживать соответственно целям бизнес плана, но в то же время не вводить лишнего, придерживаться конкретной структуры материала, убедительности и лаконичности.

На сегодняшний день, определенной нормы, какого то конкретного ограничения в объёме бизнес-плана ещё нет. Но всё же большинство специалистов полагают, что нужно придерживаться следующих предписаний. Стоит заострить своё внимание на объеме работы, она не должны быть очень маленькой, но в то же время и не громоздкой [33, с. 43]. Идеально иметь такой объём как 35-40 страниц, этого больше чем достаточно любой организации, чтобы изложить свою версию видения будущей жизнедеятельности и развития фирмы. Если говорить о маленькой организации, то ей хватит около 27 страниц, но нужно быть внимательными, так как тут тоже имеются свои «подводные камни». Сильно маленький объём производит не лучшие впечатления о компании, многие сразу задумаются о серьёзности и дальнейшим сотрудничестве с ней. Однако, в некоторых случаях необходим наиболее детальный бизнес-план, размером около 55-60 страниц. В нём не должна по-

мещаться вторичная и справочная информация, то есть данные, не имеющие большого значения, не стоящие внимания. На крайний случай её следует разместить в приложении. Обычно инвесторы просят предоставить дополнительную информацию, и присутствие приложений добавляет проекту статный вид. Количество листов приложений не ограничивается [26, с. 16]. Что касается стиля написания, здесь приветствуется: краткость, доступность, ёмкость и отсутствие языковых преград. Бизнес-план должен быть ясен большинству людей, а не только профессионалам. В свою очередь, он должен быть назидательным, чётким, лаконичным, заинтересовывать компаньонов.

При создании бизнес-плана необходимо учитывать следующие пункты:

1. Вносить в план только нужную информацию для инвестора.
2. Отталкиваться только от достоверных фактов и за основу брать реальные аргументы.
3. Иметь законченный характер, то есть содержать стратегию достижения установленных целей.
4. Обладать комплексностью.
5. Рассчитывать на новые планы, обладать гибкостью, а именно дать шанс доработки на его имеющейся основе.
6. Работа необходимо изложить абсолютно просто, всё должно быть коротко и ясно без каких-либо переносных значений и риторических вопросов.
7. Создать прослеживающую ветвь, связанную с конкретной работой, то есть контроль показателей и сроков.
8. Приложения не нужно делать замудрёнными, труднодоступными для обычных людей, ведь последние страницы плана наоборот должны наглядно показать основную суть [31, с. 31].

Необходимо отметить двойной характер бизнес-плана. С одной стороны, он представляет собой отчёт о проделанной и предстоящей работе, а с другой – способ рекламы. В связи с этим советуют применять метод свертывания данных: представлять необходимую информацию в виде таблиц,

диаграмм, схем. В таком виде информация воспринимается гораздо проще, а значит, и эффективнее. Как уже было сказано бизнес-план следует основывать на правдивых данных, более того, намерение и суждение должны быть подкреплены доводами и иметь ссылки на источники информации. Мало кто из возможных вкладчиков будет рисковать, основываясь на неправдивую информацию, непонятные планы. Ведь именно бизнес-план показывает инвесторам основательность и масштабность планов компании, помогает подчеркнуть возможность их реализации; правильность финансовых расчетов; отобразить вероятность рисков. План должен быть всесторонним и иметь дискуссии о тактике достижения намеченных целей и преодоления возможных трудностей.

Большинство инвесторов любят читать несколько страниц бизнес-плана (резюме), это позволяет им увидеть своеобразность, достоинство и выгоду проекта. Существуют также четыре первостепенных пункта, которые необходимо рассмотреть более внимательно, так как именно на них заостряют своё внимание инвесторы: руководящий состав, настоящие и намеченные финансовые данные, изделие и услуги, план маркетинга. Следует создать мощную, достоверную аргументацию для каждого из пунктов. Бизнес-план необходимо представить в увлекательной, а не замысловатой форме и распечатать в необходимом количестве [35, с. 9].

К факторам, определяющим размер, состав и структуру бизнес-плана, относится:

- своеобразие деятельности;
- величина компании;
- цель образования бизнес-плана;
- стратегия фирмы;
- шансы роста разрабатываемого предприятия;
- объём намеченного рынка сбыта;
- наличие конкурентов.

В настоящее время в связи сложившейся обстановкой, а именно, скачком рыночной экономики, появилась острая необходимость в умении правильно составлять бизнес-план. Очень весомое значения имеет его конструкция, ведь именно она представляет собой довольно трудно составляемый документ, в который входит описание фирмы, ее потенциал, оценка внутренней и наружной среды бизнеса, определенные данные о развитии компании.

Многие знают, что снаружи бизнес-планы могут различаться один от другого, но структура их разделов сохраняется стабильной и непоколебимой. Иными словами, каждый столкнется со следующими пунктами: титульный лист, краткое содержание концепций, главная мысль разработки плана, характеристика отрасли, описание создаваемой компании и производимых ею продуктов или услуг, различные виды планов, четко представленные варианты страхования рисков.

Составление бизнес-плана необходимо начать с приготовления титульного листа. Тут следует указать следующие данные: его авторов и место создания, а также дату составления. Следующее, чего нужно обязательно коснуться - название проекта, оно должно вытекать из главной идеи. На этом же листе требуется упомянуть и обратить внимание, что представленная информация содержит конфиденциальный характер.

По мнению многих отечественных литературных писателей, таких как М.И. Баканов [6], В.В. Ковалев [20], и В.З. Черняк В.З. [44] и других, существует три правила, придерживаясь которых, можно добиться успешной разработки бизнес-плана, к ним относятся:

1. Не употреблять сложных, длинных, мало знакомых и специфических терминов, словосочетаний, которые будут не понятны, или введут в заблуждение [20, с. 77].

2. Обосновывать и предоставлять за ранее подготовленный расчетно-аналитический материал, который подтвердит эффективность проекта при

помощи достоверности доводов и доказательств инвестиционной жизнеспособности экономической перспективности бизнес-плана.

3. Обратит внимание на критическое отношение к бизнес-процессам как обязательному и высокоэффективному средству формаций выявления, сопоставления и противодействия рискам, угрожающим перспективности и достижимости сформированной цели бизнес-плана [44, с. 456].

Разработка бизнес-плана содержит следующие рубежи: аргументирование мысли проекта; накапливание и анализ данных рынка сбыта; маркетинг, а так же реализация товар; мониторинг данных о продукции; продуктивность предприятия; анализ средств и перспектив предприятия; определения благоприятных условий для проекта; сопоставление очертания экономически, политики, которая может повлиять на проект; обозначение необходимости и способов оснащения участками, оборудованием, персоналом и иными ресурсами; расчет необходимого финансирования; вычисление эффективности; укомплектование материалов и компоновка приложений.

При написании бизнес-плана владелец организации, в какой-то степени всё-таки вынужден придерживаться стандартной структуры бизнес-плана, которая включает в себя десять пунктов:

1. Титульный лист.
2. Резюме.
3. Сведения о предприятии и отрасли.
4. Описание продукции.
5. Маркетинг и сбыт продукции.
6. Производственный план.
7. Организационный план.
8. Финансовый план.
9. Риски и гарантии.
10. Приложения.

Начнём по порядку. Титульный лист. Задача раздела – дать представление о проекте. На нём принято следующие пункты:

- развернутое название фирмы;
- данные о собственниках или учредителях;
- краткое изложение сути предложенного проекта;
- итоговый результат затрат на реализацию проекта.

Первый раздел резюме – это самое главное в бизнес-плане, так как в нём отражается будущее намерение организации. Здесь необходимо кратко описать бизнес - идею, определить ключевые факторы успеха и риска, а также назвать свои цели на первый год. Это определяющий раздел бизнес-плана, для большинства планов это единственный раздел, с которым будет ознакомлен предполагаемый инвестор. Далее события могут складываться по двум сценариям. Первый вариант – это изучение бизнес-плана далее, более глубоко, детально, скорее всего с положительным результатом [36, с. 39]. Второй вариант - представленный бизнес-план просто на просто уберут в сторону. Это может произойти, потому что резюме было неубедительным и не привлекло внимание инвестора. Короткие заключения очень удобны, позволяют быстро ознакомиться и осознать ключевые идеи и планы на будущее, быстро принять решение нужно ли вкладывать деньги, стоит ли тратить дополнительное время на чтение плана. Следовательно, цель резюме заинтересовать и даже «соблазнить» потенциального читателя.

Этот пункт должен включать в себя свидетельства выдающихся качеств организации и выгоды исполнения представленного бизнес-плана, для того чтобы заинтересовать инвестора. Резюме обрисовывает кратко основу бизнес-плана. Составлять его необходимо только после того, как будет готова полная версия работы, поскольку оно подытоживает взгляды, заложенные в самую суть разработки. Главная задача резюме - зародить заинтересованность, и конечно же уговорить вероятного инвестора задолго до ознакомления с основной частью бизнес-плана в достоверной и обоснованной стратегии бизнеса.

Бывает несколько вариантов составления резюме: детальное и сжатое. Детальное описание бизнес-плана требует некоторых литературных навыков

написания. Такой вид резюме советуют при открытии производства продукции, не имеющей сходств, что нуждается в детальных объяснениях. В иных ситуациях, возможно сжатое резюме [39, с. 3]. Объем его как правило не превышает 2-3 страниц, спектр рассмотрения его самостоятельно-ознакомительный, позволяющий читателю быстро и по существу концепции понять обоснование ключевые утверждения конструирования бизнес плана. В содержании резюме обычно демонстрируются такие данные как:

- название проекта;
- месторасположение его реализации;
- имена и положение инициатора;
- наиболее важные концептуальные миссии и цель;
- общая цена потребности в ресурсах планируемого проекта;
- промежуток времени для окупаемости;
- пути расширения дальнейшего развития бизнес-идеи.

Следующим разделом является - сведения о предприятии и отрасли.

Предложенный пункт сформируется базовым типом в системе разделов, так как показывает перспективность выбора организационно-правовой формы реализации бизнеса, позволяет глубже ознакомиться с привлекательностью отрасли, дать оценку отражающих показателей, характеризующих как предприятие, так и отрасль в целом.

Описываются целевые рынки фирмы, а именно: характеристика значимых для фирмы рынков, основные рыночные сегменты фирмы, анализ фактических продаж продукции, определение приоритетных макросегментов рынка. Далее рассматриваются бизнес-направления фирмы: характеристика функций продукции и область применения, анализ конкуренции и конкурентных преимуществ, прогнозирование бизнес-направлений. А так же ситуационный анализ, то есть SWOT-анализ фирмы [5, с. 89].

В четвёртом разделе необходимо как можно точно описание продукции, услуги. Необходимо точно опишите, что вы хотите продать. Выделите преимущества по сравнению с конкурентами. Опишите краткосрочные и

долгосрочные бизнес - цели. Иди сюда также для будущих возможностей расширения. Независимо от проекта предприниматель реализует себя в отношении и какого-нибудь продукта, услуги или товара. В этой части бизнес-плана нужно обрисовать ту продукцию её конкурентные преимущества те предложения или тот товар, которые будут ключевыми в системе реализации идеи. Особое внимание отводится характеристикам продукции с точки зрения качества и безопасности, очень важно уметь выделить уникальность эксклюзивность предложения на рынке вашего продукта, для этого можно использовать описание новой технологии, качества товаров, и так далее. Кроме этого обязательным условием является описание возможностей расширения или улучшения продукции, услуг, реализуемых проектом.

Следующим разделом является маркетинг и сбыт продукции. Необходимо указать конкретные стратегии, которые должны быть использованы для достижения своей корпоративной цели. Успех от реализации бизнес плана во многом находится в зависимости именно от глубины и осознания сущности данного раздела. Сегодня рынок и его сегментация на определенные части сводит многих ученых, практиков и бизнесменов к поиску идеальной формулы жизнедеятельности на нем в условиях стабильного обеспечения конкурентных преимуществ товаров, а так же услуг. Бизнес план станет неэффективным и заведомо проигранным, если в нем нету, полноценного раздела по исследованию рынка, на котором позиционируется предпринимательская бизнес идея [41, с. 3]. Как правило, это большой раздел, выделяющий себя самостоятельностью в информационном поле внешней среды предприятия с систематически целевым назначением в изучении конкурентной среды рынка. Следовательно, здесь очень точно отражены данные о соперниках, ценах на рынке, способах маркетингового улучшения на рынке товаров и услуг. Оканчивается этот раздел выработкой маркетинговой стратегией с разделением на четкие позиции по времени потребности ресурсов необходимых для её реализации. На новых предприятиях прогноз развития рыночной среды делается как минимум на год в детальном разрезе, а дальше в общих цифрах

на еще два последующих периода годовых. Основными вопросами можно выделить ценовую политику, каналы сбыта, реклама и продвижение продукции на рынке. Это выглядит приблизительно следующим образом:

- стратегия и тактика маркетинга: рыночная стратегия фирмы, стратегия ассортимента, принципы регулирования ассортимента продукции фирмы, политика обновления ассортимента фирмы;

- стратегия цен: роль и стратегии, система скидок, стратегия распределения;

- стратегия коммуникаций: развитие коммуникационных связей с потребителями, маркетинговые исследования и продвижение товаров, связи с общественностью;

- планирование портфеля заказов фирмы: обоснование бюджета продаж на планируемый год, основные показатели бюджета продаж к отчетному году;

- внешнеэкономическая деятельность фирмы: анализ рынка продаж, внешние возможности и угрозы, конкурентная ситуация, цели на планируемый год.

Следующим разделом является – производственный план. Технология цепочки связанных событий и действий порой в мелочах рассказывает суть тех уникальных возможностей, которые так дороги любой бизнес-идеи. Кроме этого факта имеется и внешний что осознает информированность инвесторов и кредиторов основы процессов в проекте[3, с. 97]. В этот пункте включаются под описательно-разъяснительную схему рассмотрения все производственные и иные трудовые процессы. Здесь же уделяется внимание площади торговой или производственной предприятия её технические, санитарно-эпидемиологические пожароопасные условия. Венцом описаний в разделе должен быть производственный процесс со всеми его трудностями, технологическими своеобразиями, графиками продвижения орудия труда и средств производства. При привлечении в бизнес новых суждений, сторонних подрядчиков нужно обрисовать их сущность и место действий в осу-

ществлении успешного бизнес плана [28, с. 12].

Структура производственной деятельности выглядит следующим образом: SWOT – анализ производства, бюджет производства, организация и уровень технологии производства, расшивка узких мест, обеспечение ресурсами (цели деятельности, приоритеты, риски, возможности влияния на риски), характеристика бюджета развития.

Следующим разделом является – организационный план. Структурировать процесс управления и организации всех процессов на предприятии – это важно с точки оптимальности координации действий и времени затрат которые формируются на каждую операцию в управленческом учете [22, с. 14]. Здесь рассматривается детальный анализ использования трудовых ресурсов формируется штатное расписание с выделением окладов количества работников и формированием общего фонда оплаты труда. Для повышения эффективности использования трудовых ресурсов и увеличения производительности труда разрабатывается система стимулирования как управленческого, так и производственного рабочих с четким классификатором обязательств и критериев показателя работы [10, с. 223].

Чтобы правильно составить организационный план, необходимо придерживаться следующих пунктов:

- управление качеством: главные цели деятельности фирмы, основные задачи, бюджет качества на планируемый год;
- работа с персоналом: общие положения, приём на работу, развитие корпоративных компетенций (оценка, развитие и обучение персонала), развитие корпоративной культуры, повышение удовлетворенности персонала, мотивация персонала.

Следующим разделом является – финансовый план. Здесь следует отобразить данные прибыли, убытков и денежных потоков желательно в таблицах или диаграммах. Кроме того, предоставить информацию о планировании ликвидности и требований к капиталу. Одним из жестких и прагматичных пунктов в бизнес-плане является финансовый план. Он носит один из

важнейших составных частью бизнес-плана, туда включаются, систематизируются и доводятся главные данные составленные на 2-5 лет и содержит в себе: план прибыли и убытков, план денежных доходов и различных выплат, балансовый план на второй год. При написании финансового плана анализируется состояние потока реальных денег, стойкость предприятия, источники и использование средств [17, с. 7]. В итоге доводим до сущности расчетных данных показатель точки безубыточности что даст возможность как предпринимателю, так и инвесторам прагматично предположить объемы размер и суммы необходимых ожиданий возврата затрат в точке.

При составлении финансового плана, нужно ориентироваться на следующие основные пункты: развитие системы бюджетирования на планируемый год, сводный бюджет фирм, план инвестиций, кассовый бюджет, прогнозный баланс, прогноз прибыли и убытков, прогнозные финансовые показатели на планируемый год, обеспечение прибыльности, обеспечение привлекательности для стратегических инвесторов, обеспечение привлекательности для портфельных инвесторов, платежеспособность, повышение финансовой устойчивости, ожидания собственников, ожидания менеджеров, анализ чувствительности финансового состояния [30, с. 50].

Следующим разделом является – риски и гарантии. Здесь обозначают потенциальные риски, информацию о возможных альтернативных изменениях.

Предпринимательская деятельность – это в какой-то степени цепочка обстоятельств между доходами, расходами и рисками. В этом разделе требуется объяснение того, какие действия можно и нужно принять, чтобы преодолеть рискованные ситуации, при этом не нанеся вреда бизнесу [38, с. 92]. Для руководителя компании жизненно необходимо уметь предугадывать возможные трудности и заблаговременно подготовить стратегии их преодоления.

Приложение – это одна из важнейших частей бизнес-плана, так как, именно в ней можно наглядно увидеть фото снимки и рисунки, которые мо-

гут произвести большой эффект на потенциального инвестора. Объем и состав приложений выбирается в соответствии обозначенной цели, и иных факторов. В приложении очень часто можно встретить следующие документы:

- техническую информацию о товаре;
- опросный лист управляющих сотрудников;
- схему управления и иные схемы;
- исход аудиторских ревизий;
- копии лицензий, сертификатов и разрешений;
- налоговую декларацию;
- мнения специалистов.

После всего выше сказанного, можно сделать вывод, что все эти пункты планирования закладываются, в той или иной форме практически в каждом проекте бизнес-плана и являются центральным звеном хозяйственного механизма управления и регулирования процесса производства. В результате, бизнес-план является индивидуальным документом, выполняющий процесс становления компании, стремительно демонстрирующий возможность активно принимать участие в постановке этапов перераспределения ресурсов, в системе коммерческих отношений подчиняясь товарно-денежной схеме: Деньги - Товар - Деньги.

## **Глава 2 Проблемы и перспективы системы внедрения нового вида продукции на ООО Кондитерская фабрика «Капитан»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия**

ООО Кондитерская фабрика «Капитан» создана в 2003 году. За четырнадцать лет существования она, бесспорно, стала главным фаворитом на кондитерском рынке Белгородской области. За годы становления и процветания фабрика руководствовалась следующей позицией: успех предприятия – это общее достижение, компетентных и одаренных кондитеров. Наверное, именно поэтому предприятие успешно развивается и ежегодно увеличивает объём производства.

Каждая новая разработанная продукция – это забота о покупателях. В первую очередь, думая о них, организация использует только натуральные добавки, уменьшает количество сахара – калорийность, тем самым повышает пищевую ценность товара.

Фабрика насчитывает более 50 наименований ассортимента. Продукция делится на торты и пирожные. Фирма подразделила производство тортов на следующие виды: свадебные, детские и праздничные. Первые два вида выполняется на заказ. Тут возможен выбор: размера, веса, формы, начинки, количества ярусов, цвета, украшения. Что касается праздничных тортов, с ними всё проще. Они стандартных размеров и одинакового внешнего вида, отличается только начинка.

Важной отличительной особенностью продукции является: оригинальный дизайн, необычный вкус, отсутствие консервантов, качественное изготовление, использование исключительно натуральных продуктов, умеренная цена. Это всё было не раз отмечено покупателями. Благодаря непрерывному совершенствованию и расширению ассортимента продукции, торговая марка «Капитан» любима и узнаваема не только в Шебекино, но и за пределами района.

Фирма многократно становилась победителями Всероссийского конкурса «100 самых вкусных и оригинальных товаров России». А также была награждена грамотами за благотворительную помощь. Предприятие всегда активно принимает участие в выставках и ярмарках города Шебекино.

ООО «Капитан» является обществом с ограниченной ответственностью. Предприятие приобрело права и обязанности с 14 апреля 2003 года и ведёт свою деятельность на основании Устава (Приложение А). Имеет собственное имущество, самостоятельный баланс и расчетный счет. Генеральный директор – Башкатов Сергей Кузьмич. Юридический адрес организации: 309292 Белгородская область, г. Шебекино, ул. Докучаева д. 2. Также имеется официальный интернет-сайт предприятия – <http://kapitantort.ru>. Номер телефона/факса +7 (472) 482-73-13, +7 (472) 482-84-20. Режим работы: понедельник-пятница с 8:00 ч. до 18:00 ч., по выходным с 10:00 ч. до 14:00 ч. Реквизиты предприятия: ОГРН 1033104002590, ИНН 3120011850, КПП 312001001, ОКПО 59390278.

Кондитерская фабрика «Капитан» реализует следующие виды деятельности:

1. Основной вид деятельности:

- 15.81 – Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения (пирожных, тортов, пирогов и т.п.);
- 51.36.4 – Оптовая торговля мучными кондитерскими изделиями.

2. Дополнительные виды деятельности:

- открытие кафе, магазинов, ресторанов и других предприятий быстрого обслуживания;
- транспортные и экспедиционные услуги юридическим и физическим лицам;

К 2017 году ООО Кондитерская фабрика «Капитан» заключила более 73 договоров на поставку продукции, а также более 120 договоров с потребителями – торговыми точками Шебекинского района, Белгородской, Курской,

Тулской областью. Реализовать продукцию помогают торговые сети, такие как: «Лента», «Пятерочка», «Магнит» и другие розничные магазины.

Миссия компании радовать покупателей большим ассортиментом продукции, вкусными десертами, которые помогают подарить запоминающиеся праздники.

Главной целью фирмы является осуществление самостоятельной хозяйственной, в том числе внешнеэкономической, деятельности для производства продукции, выполнение работ и оказание услуг в интересах удовлетворения осуществленных потребностей и извлечение прибыли.

Стратегия развития ООО Кондитерская фабрика «Капитан» направлена на увеличение объёма продаж, повышение узнаваемости товара, а также внедрение нового ассортимента.

Главной задачей предприятия является – добиться наибольшего удовлетворения среди клиентов, которые останавливают свой выбор на продукции фабрики, и конечно же, снижение затрат на производство.

Предприятие тщательно занимается рекламой своего товара. Ведь реклама – это особый метод образования определенного взгляда о потребительских свойствах продукта и его информационной связи между изготовителем и покупателем. Реклама организации не является агрессивной, а направлена на максимальное раскрытие потребительских качеств.

К примеру, фирма создала неповторимый стиль своего товара. Он помогает потребителям быстрее увидеть и найти товар на полках магазина. Этой отличительной особенностью является яркий логотип, который можно увидеть на упаковочной этикетке торта, а также на машине, которая развозит продукцию. Ещё в 2016 году по предложению сотрудников производственного цеха была сшита индивидуальная спецодежда с изображением логотипа.

Логотип – это оригинальный графический символ, «лицо фирмы», его целью является обратить внимание и главное зафиксироваться в памяти покупателей [16, с. 6].

Логотип кондитерской фабрики «Капитан» выглядит следующим образом: он круглой формы, сделан на жёлтом фоне – цвет доверия и успеха. Коричневая надпись «торт от капитана» служит выделением на основном фоне, несёт информационный характер. Ещё на логотипе написан девиз организации: «чудесный вкус – праздничное настроение». Также на нём нарисована чашка, которая стоит на блюдце. Это изображение придаёт желание приобрести кондитерское изделие и выпить такую же чашечку чая, дегустируя неповторимую продукцию у себя дома. Логотип выглядит привлекательно, оригинально, сдержанно и ненавязчиво (рис. 2.1.1).

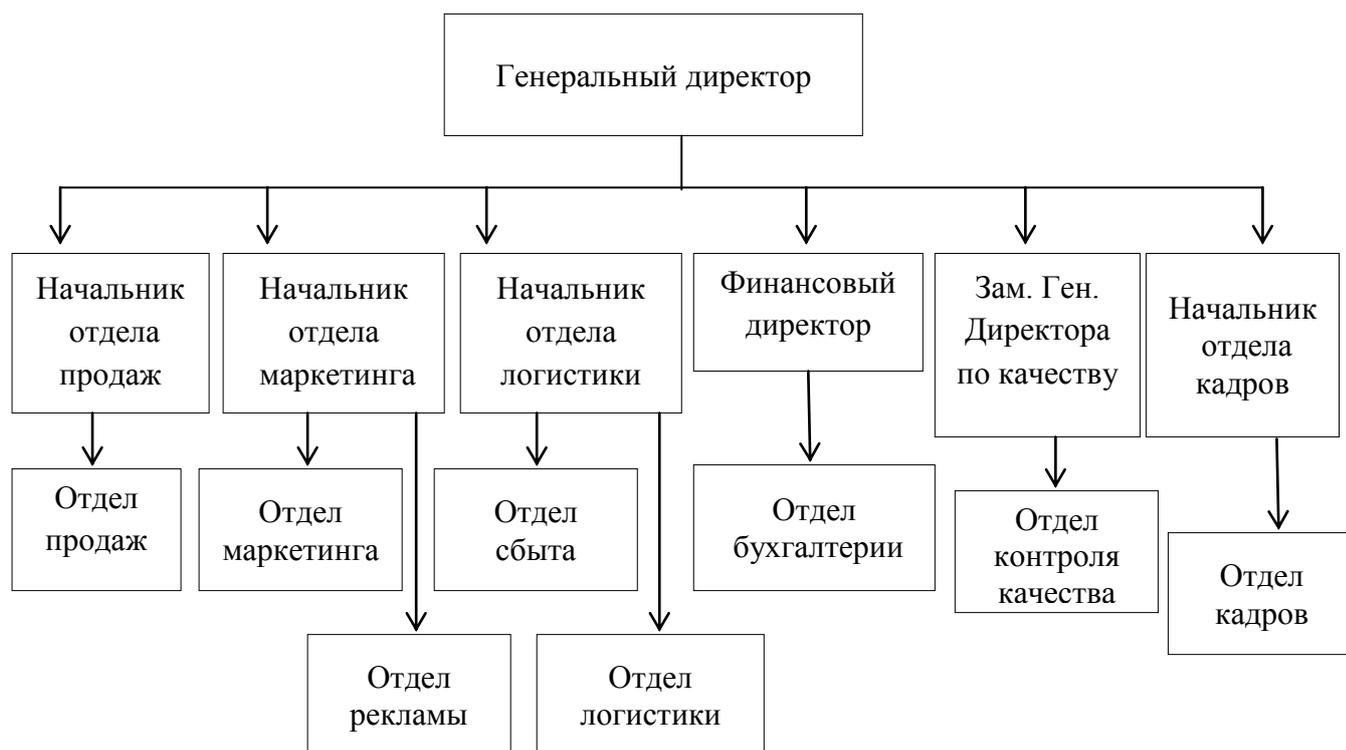


**Рисунок 2.1.1 – Логотип ООО Кондитерская фабрика «Капитан»**

Что касается системы производства продукции, то можно смело сказать, что на фабрике в большей степени преобладает ручной труд. Работникам помогает лишь современная техника такая как: конвекционные духовые шкафы, аппараты для замешивания теста, машина для производства трубочек.

Производственная структура предприятия содержит главный кондитерский цех, бисквитный цех, а также отделы вспомогательного производства, цех заготовительной продукции, фасовочный цех, полиграфический цех, транспортный цех, упаковочный цех и наконец, камеры хранения товара. Кроме того, существуют следующие помещения: личный магазин (на территории фабрики), столовая, комната отдыха, гардеробная и туалет.

ООО Кондитерская фабрика «Капитан» имеет линейно-функциональную организационную структуру, изображенную схематично на рисунке 2.1.2.



**Рисунок 2.1.2 – Организационная структура управления ООО Кондитерская фабрика «Капитан»**

Организационная структура предприятия представляет собой линейно-функциональную структуру управления. Преимуществом данной структуры является единство и четкость распорядительства, а отрицательной чертой является возложение ответственности за общие результаты исключительно на высший уровень [18, с. 24].

Высшим органом ООО Кондитерская фабрика «Капитан» является общее собрание участников. В подчинении у собрания – Генеральный директор, он является исполнительным органом. Генеральный директор работает исключительно в интересах общества, производит сделки, издаёт приказы о приёме на работу, увольнении, вознаграждении, а так же осуществляет иные полномочия.

Директор делает всё от него зависящее для комфортной работы сотрудников. Например, в 2015 году установил информационный стенд, на котором можно поместить важное объявление, поздравление, отметить лучшего сотрудника и тому подобное. Ещё по предложению руководства ежеме-

сячно проводится анкетирование работников, это помогает лучше понять коллектив, что их тревожит, что они хотят, рассмотреть новые идеи.

Для ООО Кондитерская фабрика «Капитан» характерно ежегодное повышение заработной платы работников (табл. 2.1.1).

**Таблица 2.1.1 – Фонд заработной платы ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 гг.**

Годы	Общая зарплата работников, (тыс. руб.)	Среднесписочная численность работников, (чел.)	Средняя зарплата работника за месяц (тыс. руб.)	Темп роста средней з/п к предыдущему году, (%)
2014	392,52	25	15,70	-
2015	425,26	26	16,01	108,34
2016	492,63	27	18,25	115,84

В исследуемом периоде отчетливо виден рост средней заработной платы на 2,55 тыс. руб. с 15,70 тыс. руб. в 2014 году до 18,25 тыс. руб. в 2016 году, что в относительном выражении составило 16,24%.

Помимо этого, работникам за выполнение плана, а также в праздничные дни (8 марта, 23 февраля, новый год и т.п.) начисляется премия, в размере 10% от заработной платы. А за нарушение трудовой дисциплины применяются штрафы, выговоры.

Чтобы идти в ногу со временем, и не в чём не уступать своим конкурентам ООО Кондитерская фабрика «Капитан» старается расширить свой ассортимент. Благодаря этому с каждым годом на фирме увеличиваются объём продаж, соответственно и число сотрудников растёт.

В 2016 году трудовой коллектив составляет 27 человек, это на 1 человека больше, чем в 2014 году. Если говорить о возрасте и поле работников, то подавляющая часть являются женщины от 35 до 45 лет. Все работники устроены официально, всегда вовремя получают зарплату. График работы и заработная плата полностью удовлетворяют коллектив. Это подтверждается тем, что практически все кондитеры не меняют место работы и благодаря правильному управлению остаются дружны, и хотят дарить качественную, вкусную и соответствующую цене продукцию, приготовленную с любовью.

Практически каждый сотрудник работает с высшим образованием, только некоторые работники цеха имеют среднее техническое образование, но это не влияет на качество работы, так как, у них огромный опыт в кондитерской сфере.

Преодолев немало трудностей, фирма уже второй десяток лет остается на плаву. Это очень тяжело, ведь существует много конкурентов, которые тоже изготавливают прекрасную продукцию, пользующуюся спросом.

Для более точного определения конкурентов продукции ООО «Капитан», были выявлены главные параметры, оказывающие влияние на выбор потребителя при покупке. Одним из главных факторов является соотношение цены и качества продукции, затем, по степени важности, ассортимент и его обновление, не менее важным показателем является узнаваемость марки и, конечно, внешний вид продукта, удобство упаковки [46, с. 357]. Также при изучении конкурентов, будут рассматриваться только те, кто чаще встречается на одних прилавках магазина с продукцией «Капитан» и кто расположен не далеко от анализируемой фабрики. Это обусловлено с тем, что у изготавливаемого товара небольшой срок годности, а именно всего лишь 120 часов [27, с. 111]. В таблице 2.1.2 указаны основные производители кондитерской продукции, их ассортимент и доля занимаемого рынка.

**Таблица 2.1.2 – Основные конкуренты ООО Кондитерская фабрика «Капитан» и их занимаемая доля на рынке за 2016 год**

Наименование предприятия	Месторасположение	Выпускаемая продукция	Занимаемая доля рынка, в %
1	2	3	4
ООО «Выпечка»	г. Белгород, Промышленный проезд, д. 8а.	Торты, рулеты, хлебобулочные изделия, караваи, пирожки, хот-доги, сэндвичи, гамбургеры.	3
«Нива Черноземья»	г. Белгород, ул. Белгородского Полка, д. 40а.	Торты.	11
«Белогорье»	г. Белгород ул. Промышленная, д. 19.	Печенье, вафли в глазури.	5

## Продолжение табл. 2.1.2

1	2	3	4
«Славянка»	Белгородская обл., г. Старый Оскол, ул. Октябрьская, д. 20.	Плиточный шоколад, конфеты, печенье, фигурный шоколад, драже, пасты десертные, вафли и вафельные торты.	20
ООО «Никольская кондитерская фабрика»	г. Белгород, ул. Академическая, д. 23а.	Карамель.	4
ООО «Бисквит-шоколад»	Белгородская обл., г. Валуйки, ул. Суржикова, д. 30/2.	Бисквиты, рулеты, пироги, шоколадные конфеты на развес и в коробках.	4
«Каньон»	г. Белгород, ул. Щорса, 40а.	Торты	10
«Тортъяна»	г. Воронеж, ул. Пешестрелецкая, д. 90а.	Хлеб, торты, печенье, слойки, сочники, пирожные, булочки, батоны, кексы, рулеты	15
«Рубин-Белгород»	Богдана Хмельницкого просп., 137, корп. 1, Белгород, Белгородская обл	Конфеты, печенье.	4
ООО «Тортышка»	г. Белгород, ул. Механизаторов, д. 7.	Торты, капкейки.	10
«Вкусные-шедевры.рф»	ул. Вокзальная, Белгород,	Торты	4
«Колос»	г. Белгород, ул. Мичурина, д. 48.	Хлеб, шоколад.	8
«Лемони»	г. Белгород, ул. Щорса, д. 57.	Торты, пирожные.	2

Самыми сильными конкурентами являются: Нива Черноземья, Каньен, Тортъяна, ООО «Тортышка», «Славянка». Кондитерская фабрика «Тортышка» изготавливает качественную продукцию. Торты и капкейки выпускаются из натурального сырья, без красителей и консервантов. Спрос на продукцию стабильный и постоянно возрастающий. Лидером по объёму продаж является Воронежская фабрика «Тортъяна», так же она отличается большим ассортиментом. Фирма выпускает более 200 наименований продукции. Основной долей производства приходится на изготовление тортов. Кондитерская фабрика Нива Черноземья занимает второе место по объём продаж. Она удивля-

ет своим неповторимым вкусом и частым обновлением начинок тортов. «Каньон» держится в первых рядах конкурентах благодаря своему необычному дизайну и соотношению цены и качества. Кондитерская фабрика «Славянка» отличается большим ассортиментом, узнаваемостью марки. Несмотря на то, что фабрика находится в Старом Осколе, её продукция стремительно занимает прилавки магазина.

Основные экономические характеристики деятельности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за период 2014-2016 годы представлены в Приложении Г. Основываясь на данных показателях можно сделать, представленные ниже, выводы.

Рост продаж кондитерских изделий предопределил увеличение выручки в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 21,1%, в 2016 году по отношению с 2015 годом на 36,5%, а в 2016 году по в изучаемом промежутке времени прибыль возросла, она установилась на отметке 1375 тыс. руб. или 65,2%. Данный показатель увеличился благодаря валовой прибыли, которая выросла с 2014 по 2016 год на 59,4%. Сумма валовой прибыли и прибыли от реализации не сходятся, вследствие того что, затраты на содержание специалистов и расходы сопряженные с продажей продукции не интегрированы в себестоимость. Темп роста показателей прибыли от продаж составил 257,1%, включая 2015 год 95,6% и в 2015 год 245,7%. Существенно увеличилась и сумма прибыли до налогообложения в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 289 тыс. руб. (304,21%) из-за увеличения прочих расходов на 220 тыс. руб. (379,31 %). В 2016 г. по сравнению с 2015 г. прибыль до налогообложения увеличилась на 29 тыс. руб., или 7,55%. Это произошло за счет увеличения прочих доходов на 55,68%.

В области себестоимости услуг, то в 2015 году этот норматив вырос на 14,6% по отношению с 2014 годом, в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 45,4%, а 2016 год относительно 2014 году на 66,6%. Такие перемены определены, прежде всего, увеличением нынешних затрат, кроме того ростом фонда оплаты труда. В конкретной обстановке положительным

моментом становится уменьшение темпа роста себестоимости над темпами роста выручки от реализации услуг.

В конечном счёте рост выручки от реализации составил 165,2% при параллельном росте себестоимости в 166,6%, что определяет уменьшение вероятности извлечения прибыли, сдерживая возможности развития организации.

Значения себестоимости на окончания периода увеличились на 45,4%, это обозначает, что в компании наблюдается динамика роста уровня затрат на 1 руб. проданных товаров.

Чистая прибыль предприятия в 2015 году значительно увеличилась по сравнению с 2014 годам на 301,3%, в 2016 по сравнению с 2015 годом на 10,5%, а в период с 2014 по 2016 годы на 343,6%.

Кроме того по структуре имущество кондитерской фабрики состоит приблизительно из одинаковых долей внеоборотных (2014 год – 597 тыс. руб., 2015 год – 1137 тыс. руб., 2016 год – 1381 тыс. руб.) и оборотных активов (2014 год – 745 тыс. руб., 2015 год – 1120 тыс. руб., 2016 год – 1392 тыс. руб.).

Среднегодовая стоимость внеоборотных активов увеличилась на 676,3 тыс. руб. или на 116% при росте оборотных средств на 581,6 тыс. руб. или 86,3%. На преобразование оборотных активов значительно повлияло увеличение дебиторской задолженности. Увеличение внеоборотных активов сопряжено с финансовыми вложениями. Кроме того, в анализируемом периоде сумма среднегодовых финансовых вложений увеличилась на 720 тыс. руб. (449,5%).

Относительно источников образования имущества ООО Кондитерская фабрика «Капитан», то в 2014-2016 годы оно наибольшей частью образовано с помощью собственного капитала. Соответственно среднегодовая стоимость собственного капитала на 2016 год составила 525 тыс. руб., это на 61,6% больше 2014 года.

Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности также подвержена изменению с 390 тыс. руб. в 2014 году, 734 тыс. руб. в 2015 году и до 1119 тыс. руб. в 2016 году, это подтверждает о потребности отвлечения денежных средств из оборота для закрытия имеющихся обязательств в ближайшее время.

Негативной стороной выступает явное превышение темпов роста заемных средств над собственными [49, с. 123].

Для оценки значения применения главных производственных фондов используется система таких характеристик как: фондоотдача; фондоемкость; фондорентабельность; фондовооруженность (табл. 2.1.3).

**Таблица 2.1.3 –Динамика показателей эффективности использования основных фондов ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 гг.**

Показатели	Годы			Темп роста, (%)		
	2014	2015	2016	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.	2016 / 2014 гг.
Фондоотдача, (руб.)	5,18	5,91	7,62	114,1	128,9	147,1
Фондоемкость, (руб.)	0,1931	0,1692	0,1312	87,6	77,5	67,9
Фондорентабельность, (%)	16,37	44,25	32,80	270,3	74,1	200,4
Фондовооруженность, (тыс. руб./чел.)	16,28	16,62	16,93	102,1	101,9	104,0

Положительной ситуацией выступает рост фондоотдачи (отношение выручки к среднегодовой стоимости основных средств) и снижение фондоемкости (обратно пропорциональный показатель фондоотдачи), что охарактеризовывает увеличение производительности использования основных средств фабрики [25, с. 55]. Если на 1 руб. основных фондов в 2014 году приходилось 5,18 руб. выручки от реализации, то в 2015 году – 5,91 руб. и в 2016 году – 7,62 руб.

Для показателя фондоемкости динамика изменения темпа роста имела следующий вид: с 2014 по 2015 годы – 87,6%, с 2015 по 2016 годы – 77,5%, а с 2014 по 2016 годы – 67,9%.

Показатель фондорентабельности (отношение прибыли до налогообложения к среднегодовой стоимости внеоборотных активов) показывает, что в 2014 году на 1 руб. стоимости основных средств приходилось 16,37% прибыли, в 2015 году – 44,25% прибыли, и в 2016 году – 32,8% прибыли, что на 16% больше, чем в 2014 году.

Показатель фондовооруженности труда (отношение среднегодовой стоимости основных фондов к среднесписочной численности работников) показывает, что в 2014 году на одного работника приходилось 16,28 тыс. руб. основных фондов, а в 2016 году этот показатель снизился до 16,93 тыс. руб., что на 0,5% меньше, чем в начале рассматриваемого периода.

ООО Кондитерская фабрика «Капитан» находится на областном кондитерском рынке с 2003 года, координируя изготовление и продажу. Анализ финансово-хозяйственной деятельности отражает ликвидность баланса и ликвидность активов, которые обеспечивают шанс закрытия имеющихся задолженностей. Предприятие является финансово независимым от внешних источников финансирования. Рост производительности работы подтверждает проделанный анализ рентабельности, снижение фондоемкости и увеличение фондоотдачи.

Триумф работы организации характеризуется вероятностью получения выгоды, что собственно представляется более интересным для всевозможных субъектов хозяйствования. Перемена характеристик прибыли и рентабельности, обуславливает действенное функционирование учреждения и его устойчивое экономическое состояние. Обозначенные моменты определяют потребность проведения анализа финансового состояния.

Ключевыми задачами финансового анализа, считаются:

- оценка денежного состояния предприятия;
- определение влияния факторов на выявленные отклонения по показателям;
- прогнозирование финансового состояния предприятия;

– обоснование и подготовка управленческих решений по улучшению финансового состояния фирмы [23, с. 357].

Осуществление оценки финансового состояния основывается на данных годовой бухгалтерской отчетности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за период 2014-2016 годы. Основные характеристики финансового состояния организации укомплектованы в Приложении Д.

Следовательно, отмечается увеличение всех показателей, отраженных в Приложении Д, их подробный разбор можно увидеть ниже.

При выполнении анализа финансового состояния ООО Кондитерская фабрика «Капитан» был осуществлен вертикальный и горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках. Задача заключается в том, чтобы разборчиво отобразить перемены, случившиеся в главных пунктах баланса, отчета о прибыли и отчета о денежных средствах и оказать поддержку менеджерам организации определиться с выбором касательно того, каким образом продолжать свою деятельность. Также для оценки эффективности деятельности были рассчитаны и проанализированы показатели рентабельности.

Горизонтальный анализ содержит в себе соотношение финансовых данных предприятия за прошедшие периоды в относительном и абсолютном виде, это помогает сделать сокращенные выводы [50, с. 522].

Горизонтальный анализ балансов ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014, 2015, 2016 годы, демонстрирует:

– значительный рост внеоборотных активов в период с 2014 по 2015 годы и с 2015 по 2016 годы на 90,5%, а в 2016 году по соотношению с 2014 годом – на 131,5% за счет увеличения основных средств;

– оборотные активы организации также увеличились в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 50,3%, а в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 24,3%, за счет увеличения денежных средств, дебиторской задолженности и запасов предприятия;

– наблюдается рост капиталов и резервов на предприятии в 2015 году по сравнению с 2014 годом он составил 35,1%, а в 2016 году по сравнению

с 2015 годом капиталы и резервы увеличились на 28,7% за счет увеличения добавочного капитала;

– краткосрочные обязательства предприятия в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличились на 133,7%, в 2016 году по сравнению с 2015 годом – на 16,1%, в основном за счет роста кредиторской задолженности.

Благодаря вертикальному анализу балансов ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014, 2015, 2016 годы можно сделать следующие выводы.

Удельный вес внеоборотных активов компании в 2014 году составил 98,0 %, в 2015 году – 98,1%, а в 2016 году увеличился на 1% по сравнению с 2015 годом за счет увеличения удельного веса финансовых вложений – на 6,1%.

Удельный вес оборотных активов в 2014 году составил 99,4%, в 2015 году – 99,2%, в 2016 году увеличился на 0,3% относительно 2015 года, за счет роста удельного веса дебиторской задолженности на 9,7%.

Удельный вес капитала и резервов организации в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 1,7% за счет увеличения доли нераспределенной прибыли на 4,6%; а в 2016 году – на 2,8% по сравнению с 2015 годом.

Увеличивается доля краткосрочных обязательств фабрики на 2,4% в 2015 году по сравнению с 2014 годом за счет роста доли кредиторской задолженности, в 2016 году также наблюдается увеличение удельного веса краткосрочных обязательств, но уже на 0,1% за счет увеличения доли кредиторской задолженности на 0,1%.

Ключевыми аспектами анализа являются оценка рентабельности, ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.

Далее проведём анализ ликвидности баланса и в таблице 2.1.4 отобразим полученный результат.

**Таблица 2.1.4 – Анализ ликвидности баланса ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 гг., (тыс. руб.)**

Группы статей баланса в зависимости от степени ликвидности	Годы			Абсолютное отклонение, (+; -)			Темп роста, (%)		
	2014	2015	2016	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.	2016 / 2014 гг.	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.	2016 / 2014 гг.
<b>АКТИВЫ</b>									
A <sub>1</sub>	11	99	35	88	-64	24	900,0	35,4	318,2
A <sub>2</sub>	502	663	958	161	295	456	132,1	144,5	190,8
A <sub>3</sub>	232	358	398	126	40	166	154,3	111,2	171,6
A <sub>4</sub>	597	1137	1382	540	245	785	190,5	121,6	231,5
<b>ПАССИВЫ</b>									
П <sub>1</sub>	411	1008	172	597	164	761	245,3	116,3	285,2
П <sub>2</sub>	22	27	31	5	4	9	122,7	114,8	140,9
П <sub>3</sub>	18	19	21	1	2	3	105,6	110,5	116,7
П <sub>4</sub>	891	1204	1549	313	345	658	135,1	128,7	173,9

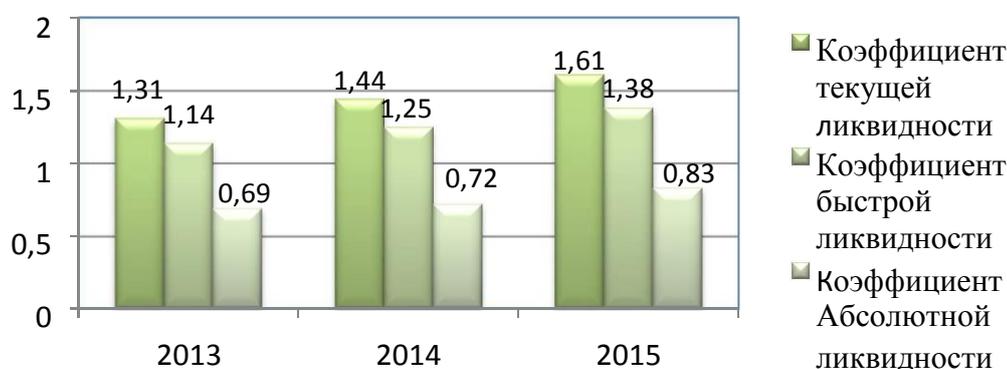
Анализ баланса подтверждает то, что ликвидность в наибольшей или наименьшей степени несхожа с абсолютной. Это разъясняется не исполнением вышеуказанного первого неравенства. Прделанный анализ раскрывает преобладание кредиторской задолженности и иных краткосрочных обязательств, над суммой денежных средств, которые могут быть применены для выполнения нынешних расчетов. Но из-за того, что выполняются другие три неравенства, это говорит о том, что фабрика может быть платежеспособной в недалеком будущем с учетом нынешних расчетов с кредиторами, получения средств от реализации товара в кредит.

Платежеспособность предприятия характеризуется коэффициентами ликвидности, которые рассчитываются как отношения различных видов оборотных средств к величине срочных обязательств. Каждый вид оборотных средств имеет свою ликвидность. В приложении Е представлен анализ показателей платежеспособности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 гг.

Коэффициент текущей ликвидности показывает превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами – в 2014 году в 1,72 раза, в 2015 году в 1,08 раза, в 2016 году в 1,16 раза.

Коэффициент быстрой ликвидности отражает ту долю краткосрочных обязательств, которые можно погасить за счет имеющихся денежных средств и дебиторской задолженности. Для анализируемого периода характерна вытекающая динамика изменения – 1,19 (2014 год), 0,74 (2015 год), 0,83 (2016 год). У кондитерской фабрики есть шанс ликвидировать задолженность методом взимания дебиторской задолженности и имеющихся денежных средств.

Коэффициент абсолютной ликвидности (2014 год – 0,03, 2015 год – 0,10, 2016 год – 0,03) свидетельствует о том, что некоторую часть краткосрочных обязательств организация не сможет погасить в полной мере. На рисунке 2.1.3 обозначена динамика изменения показателей ликвидности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» в 2014-2016 годы.



**Рисунок 2.1.3 – Динамика изменения показателей ликвидности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» в 2014-2016 гг.**

В анализируемом периоде величина собственных оборотных средств имеет положительную динамику (2014 год – 294 тыс. руб., 2015 год – 67 тыс. руб., 2016 год – 168 тыс. руб.), более того темп роста равняется 57,1%. Результаты расчетов означают, что оборотные средства предприятия сформированы за счет собственного капитала. Финансовое состояние (платежеспособность) в порядке.

Применение этих данных дало возможность произвести расчет следующих коэффициентов. Коэффициент маневренности собственных оборотных средств снизился с 0,33 в 2014 году и 0,10 в 2015 году до 0,11 в 2016 году, что обозначает уменьшение части оборотных средств, которые основаны за счет собственного капитала.

Доля собственных оборотных средств в общем объеме текущих активов стала меньше с 0,18 (2014 год) до 0,16 (2016 год). Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов отражает сокращение собственных оборотных средств в формировании запасов предприятия: так, если в 2014 году его размер составлял 0,74, то в 2015 году – 0,19 и в 2016 году – 0,74. Доля производственных запасов сильно не изменилась.

Коэффициент покрытия запасов поднялась с 1,81 в 2014 году и 2,84 в 2015 году до 2,96 в 2016 году. В силу того, что его значение не менее 1, это обозначает, что запасы и затраты обеспечены «нормальными» источниками покрытия.

Проведенный анализ финансовой активности ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 годы, позволяет сделать следующие выводы. В целом характеризуется положительная динамика. Так как показатели: выручка от продаж, себестоимость проданной продукции, валовая прибыль, прибыль от продаж, стоимость оборотных средств рентабельность всего капитала и рентабельность чистой прибыли увеличились к 2016 году. Но нужно также отметить, что для данной фабрики получаемой прибыли мало (беря во внимания производственную мощность, налаженные каналы сбыта, имеющуюся марку, количество работников и так далее) целесообразно расширить производство путём внедрения новой продукции.

## **2.2 Анализ системы разработки нового вида продукции на предприятии**

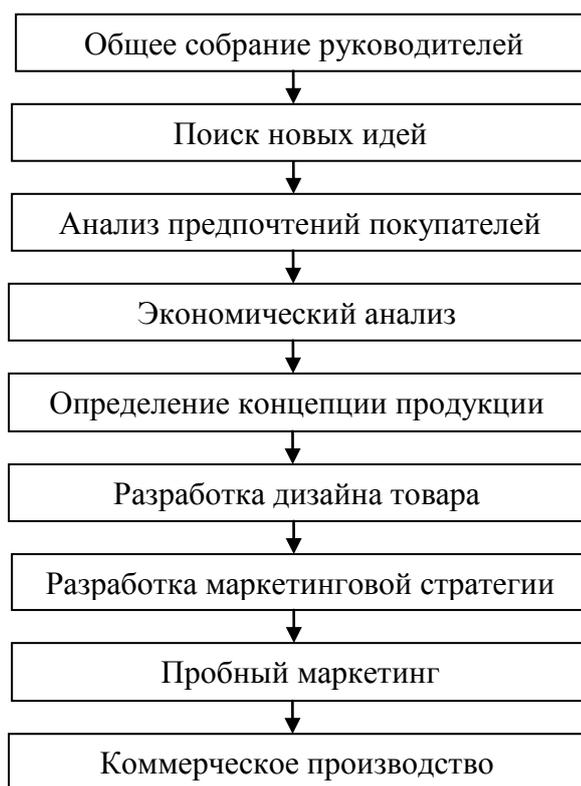
Разработкой и внедрением нового вида продукции на ООО Кондитерская фабрика «Капитан» занимается отдел маркетинга, отдел сбыта и финан-

совый отдел. Все эти подразделения тесно связаны между собой и без их слаженной работы, точных подсчетов, новых идей, смелых и оригинальных мыслей не получится создать успешную систему разработки нового вида продукции.

Предприятие не использует бизнес-план, для разработки нового вида продукции. Фабрика полагается больше на отчёты отдела маркетинга, отдела продаж и расчёты бухгалтерии. Бухгалтером составляется план затрат, далее вместе с отделом сбыта представляется вероятный вариант окупаемости.

Разработка нового продукта – это создание своеобразных продуктов, либо значимое преобразование имеющегося товара [48, с. 112].

Основные этапы системы разработки новой продукции представлены на рисунке 2.2.1.

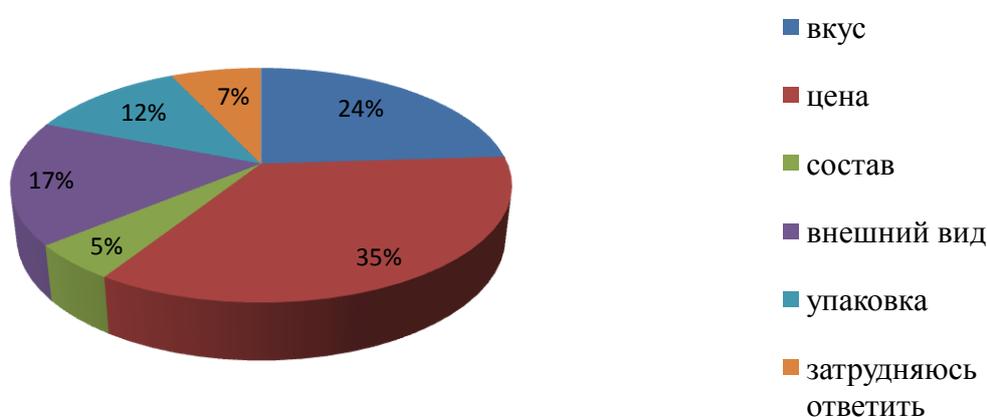


**Рисунок 2.2.1 – Этапы разработки новой продукции ООО Кондитерская фабрика «Капитан»**

Итак, разработка нового вида продукции начинается с общего собрания начальников отдела. Руководство выслушивает предложения, идеи подчиненных. После чего, отбираются самые лучшие предложения.

Следующий этап – исследование мнений покупателей. Отделом маркетинга проводится опрос потребителей. Цель – отсеивание бесперспективных идей, а также узнать предпочтение клиентов, выяснить, что они хотели бы, чтобы выпускала Кондитерская фабрика ООО «Капитан», а так же на что нужно обратить особое внимание при изготовлении новой продукции.

Покупателям предлагается ответить на вопрос: Какие изменения хотят видеть в новой продукции кондитерской фабрики «Капитан»? И предлагаются следующие варианты ответа: понижение цены, глобальное изменение вкуса, изменение дизайна, замена упаковки, затрудняюсь ответить (рис. 2.2.2).



**Рисунок 2.2.2 – Результат опроса покупателей товара ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2016 год**

Принимая во внимание ежегодные опросы покупателей, начальник отдела маркетинга анализирует основные факторы, влияющие на динамику потребительского спроса, и делает соответствующие для себя выводы, затем решает над чем нужно усиленно работать, чтобы улучшить результат продаж.

После чего следует анализ экономической эффективности нового продукта, а именно:

- определение технико-экономических характеристик продукта, оценка его качества и потребительских свойств;
- рассмотрение вероятного рыночного спроса и масштабность продаж;

- обозначение необходимых капиталовложений на реализацию и овладение новой продукцией, какой промежуток времени потребуется для возврата внесенных инвестиций;

- требуемые ресурсы для изготовления товара: новое оборудование, продукты, сотрудники и так далее;

- определение промежутка времени для освоения новой продукции и выхода с ней на рынок;

- анализ и оценка прибыльности производства новой продукции.

Только после всего этого, на основании отмеченных идей, отделом маркетинга разрабатывается точное предложение, его представляют Коммерческому директору. Оно должно отражать стратегию организации в сфере разработки внешнего вида, упаковки и утверждения цены продукции. Описанные вопросы должны изучаться и решаться исключительно сообща, потому как они тесно взаимосвязаны друг с другом и служат для потребителя «образом» продукции.

Одним из важных этапов разработки нового продукта является – определение концепции товара, его задумки, главной идеи. Ведь новый продукт должен быть привлекательный, манящий, возможно даже таинственный. Это очередной маркетинговый ход, который позволяет повысить спрос на товар. Рассматриваемая организация обычно представляет концепцию покупателям словесно и в виде рисунков на упаковке.

Не для кого не секрет, что чаще всего покупатели выбирают глазами, поэтому, при разработке нового вида продукции для Кондитерской фабрики ООО «Капитан» основополагающим фактором является создание дизайна товара и разработка упаковки. Выбором стиля, формы, цвета, вкуса на данном предприятии занимается технолог-разработчик. Он оценивает и корректирует вкус нового продукта.

Следующий этап – разработка маркетинговой стратегии. Здесь предприятие рассматривает объём продаж, предполагаемый размер рынка сбыта, цену нового продукта, вероятная прибыль, анализируются возможные кана-

лы сбыта. Конечно, эти прогнозы обычно ориентировочные, но и без них не обойтись. Так, как лучше иметь хотя бы приблизительные ориентиры, чем полную неопределённость.

Далее, происходит оценка привлекательности нового продукта для компании. Рассматривается планируемая величина продаж, издержек и прибыли на предмет их соотношения целям предприятия.

Пробный маркетинг является одним из заключительных этапов разработки новой продукции. Цель – до выпуска нового продукта, наглядно убедиться в правильном результате работы. Дать оценку новому продукту: цене, упаковке, рекламе и так далее. Выяснить, как отнесутся к новому продукту покупатели и будущие реализаторы товара. При пробном маркетинге Кондитерская фабрика ООО «Капитан» обычно выставляет образцы новой продукции в своих магазинах, либо на ярмарках, выставках. Подведенные итоги пробного маркетинга можно учитывать при составлении прогноза объёма продаж и выручки.

Проанализировав отчёты подчинённых, генеральный директор Кондитерской фабрики «Капитан», принимает решение о выпуске нового вида продукции. Создает приказы о приёме на работу дополнительного персонала, покупке оборудования, заключает контракты с новыми поставщиками (если это необходимо).

Заключительным шагом становится – коммерческое производство. Это самый ответственный момент для организации, так как необходимо выбрать подходящее время выхода новой продукции, определить эффективные варианты продвижения товара.

Основные недостатки существующей системы разработки нового вида продукции на Кондитерской фабрике ООО «Капитан»:

- нечетко определенные цели проекта;
- ответственность в проекте распределяется недостаточно чётко и согласованно;
- не уделяется внимание рекламе новой продукции;

- плохо планируются действия по продвижению товара (разработка дисконтной программы, сувенирной продукции);
- не анализируются конкуренты;
- не рассматриваются вероятные риски;
- не привлекаются инвесторы;
- команда планирования и управления проектом бывает недостаточно укомплектована квалифицированным персоналом.

Подводя итоги, проведенного исследования, выявлено, что Кондитерская фабрика ООО «Капитан» разрабатывая новый вид продукции, не имеет систематичности, а также не рассматривает вероятные риски. Поэтому руководству компании целесообразно составлять бизнес-план для разработки нового вида продукции на предприятии.

Создание бизнес-план позволит сформировать определенный график предпринимательских действий, который приведёт к успешной разработки нового вида продукции на предприятии.

### **2.3 Разработка бизнес-плана на новый вид продукции**

Ассортиментом планируемой выпускаемой продукции является белково-отрубной хлеб. Он будет выпускаться упакованным в нарезном виде, весом 300 гр.

Выпуск нового продукта поможет организации ООО «Капитан» восполнить конкурентные стороны, повысить объем выпуска продукции и конечно же удвоить прибыль.

Почему предлагается производить именно хлеб? Хлеб - продукт первой необходимости, его приобретают везде и всегда.

По результатам маркетинговых опросов кондитерской фабрики ООО «Капитан» стремительно появился интерес покупателей к диетическим товарам. Это изъясняется тем, что люди стали заботиться о своем здоровье и питании. Спрос на данную продукцию сформировался по всей России.

Данный бизнес-план будет рассматривать перспективу внедрения в производство белково-отрубного хлеба для людей больных диабетом.

Итак, первым шагом является – анализ преимуществ продукции и анализ основных конкурентов.

Основные преимущества продукции:

- высокая планка вкуса и качества;
- удобная и привлекательная упаковка. Хлеб будет продаваться в обертке с логотипом фабрики. Эмблема послужит информационной функцией. Она отразит главное о товаре: наименование изготовителя, название продукта, группу потребителей, вес, состав, срок хранения и так далее;

- хлебная продукция будет выпускаться упакованная, в нарезном виде весом 300 грамм;

- умеренная цена. В настоящее время ценник на данную продукцию в Шебекино неоправданно высок. Реальная цена товара даст шанс купить диетический хлеб большому количеству желающих с различным уровнем материального благополучия.

Основными конкурентами на данном рынке являются ОАО «Колос», ООО «Ваш Хлеб», ООО «Хлебокомбинат». Здесь необходимо отметить, что многие организации занимаются изготовлением и реализацией хлеба, но диетической продукции почти что нет [4, с. 97].

**Таблица 2.3.1 – Анализ и оценка конкурентов ООО «Капитан»**

№	Основные черты создающие конкуренцию продукции	Главные конкуренты	
		ООО «Ваш Хлеб»	ОАО «Колос»
1	Размер продаж (руб.)	4000000	5000000
2	Занимаемая доля рынка, %	29,8	37,5
3	Степень цены, (руб.)	18,5	15,8
4	Экономическое состояние (рентабель-ть), %	20,0	24,0
5	Степень технологии	средний	средний
6	Качество продукции	хорошее	отличное
7	Затраты на рекламу	производятся	производятся
8	Притягательность наружного облика	стандартная упаковка	не имеется
9	Время работы фирмы, лет	8	17

Ознакомившись с представленной информацией (табл. 2.3.1) можно смело говорить о том, что главным конкурентом ООО «Капитан» выступает

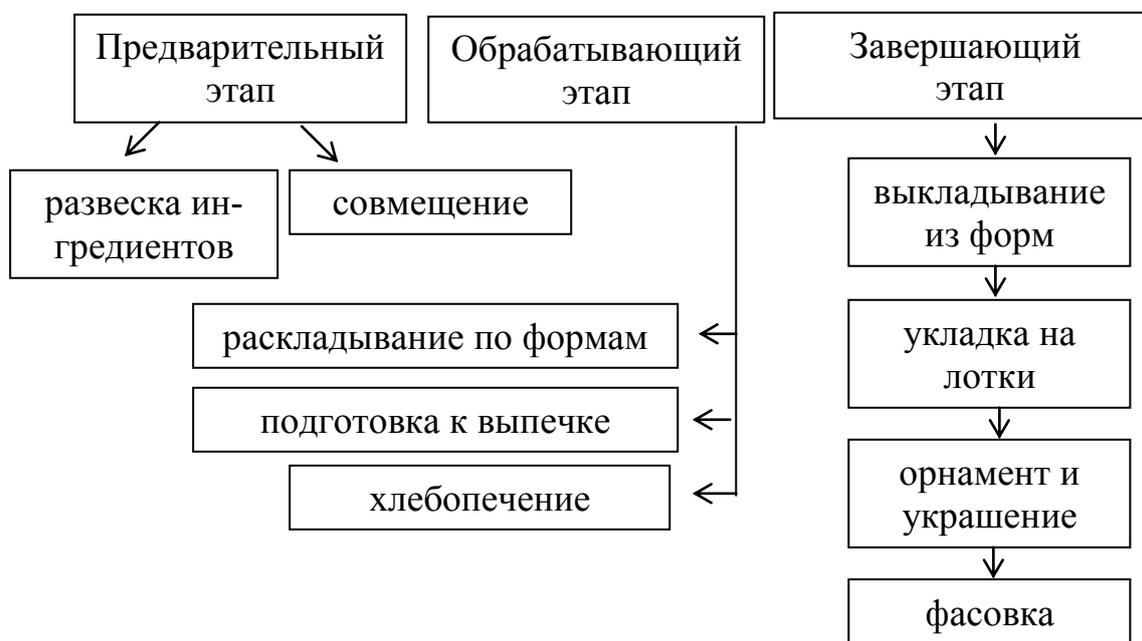
организация под названием ОАО «Колос», так как она получила большую долю на рынке 37,5 % против 29,8 % - ООО «Ваш Хлеб».

У ОАО «Колос» продукция наиболее конкурентоспособна по цене. Средняя цена однотипного товара второго конкурента составила 15,8 руб., что на 2,7 руб. ниже, чем у ООО «Ваш Хлеб». Более того его рентабельность ОАО «Колос» больше на 4 %.

С позиции длительности пребывания на рынке, превосходство держит тоже ОАО «Колос», так как он находится уже 17 лет на данном рынке, против 8 лет первого конкурента. Необходимо выделить, что по времени присутствия на рынке ООО «Капитан» держит второе место – 14 лет.

Вторым шагом является план производства. Он должен дать ответ на вопрос о создании новой продукции и изложить ключевые этапы деятельности.

Процесс изготовления белково-отрубного хлеба состоит 3-х этапов: предварительного, обрабатывающего и заключительного (рис. 2.3.1).



**Рисунок 2.3.1 – Схема технологического процесса ООО «Капитан»**

Итак, технологический процесс подобран, самое время позаботиться о том, где он будет проходить, а именно о самом помещении. Для производства хлеба, требуется площадь не меньше 250 кв. м с высотой от 3,2 м. Она

должна включать: помещения для размещения технического и вспомогательного оборудования, складские помещения, а также санузлы для работников цеха.

Ознакомимся с работой цеха в односменном режиме. Перечислим количество персонала, занимаемые должности, оклады и заработную плату фонда в целом (табл. 2.3.2).

**Таблица 2.3.2 – Численность и оклад персонала (за месяц)**

Должность	Число чел.	Зарплата (рублей)	Итого (рублей)
Директор	1	35 000	35 000
Технолог	1	30 000	30 000
Начальник отдела сбыта	1	30 000	30 000
Кладовщик	1	20 000	20 000
Охранник	1	25 000	25 000
Рабочие	5	15 000	75 000
Грузчики	4	12 000	48 000
ИТОГО	14	-	263 000

Если цех будет работать, как и планируется в односменном режиме, то необходимое число сотрудников для производства белково-отрубного хлеба составит 14 человек.

Посчитав необходимость в персонале, а также в заработной плате можно увидеть, что сумма зарплаты, которая относится на производство белково-отрубного хлеба, за месяц составит 263 000 рублей.

Ежегодно количество данной продукции будет увеличиваться, это значит, что будут приняты на рабочие места дополнительные специалисты. В 2018 и 2019 году планируется принять ещё 5 сотрудников, что станет причиной увеличения фонда заработной платы.

Далее стоит остановить своё внимание на необходимых капиталовложениях (табл. 2.3.3). В эти расходы войдёт оплата за покупку технологического оборудования, а именно автоматическая линия по изготовлению хлеба общей производительностью около 450 килограмм в час. Это оборудование

было решено приобрести швейцарского производства, так как на него идёт гарантия 3 года, а также в случае непредвиденных обстоятельств имеются в продаже необходимые запчасти для ремонта.

Это очень важный момент, так как простой дня линии производства из-за поломки это большой минус в бюджет ООО Кондитерской фабрики «Капитан». Общая сумма капиталовложений составляет 19 350 000 рублей.

Каждый здравомыслящий предприниматель понимает, что дополнительные расходы, выделенные на покупку основных средств, несёт за собой увеличение суммы амортизационных начислений, а это отражается на увеличении себестоимости изготавливаемой продукции – белково-отрубного хлеба. Но эти расходы уменьшат время выпуска продукции и увеличат размер производства. Так что покупка целесообразна.

**Таблица 2.3.3 – Общие капиталовложения**

Оборудование	Цена (руб.)
Основное оборудование	13 500 000
Расходы по доставке линии	1 350 000
Монтаж производственной линии	1 000 000
Оборотные средства (закуп сырья, прочие)	3 500 000
Итого	19 350 000

Самое приятное в любом производстве это выручка. Остановим своё внимание на этом вопросе.

Как уже говорилось ранее, предлагается производить белково-отрубной хлеб в одну смену. За месяц выходит 22 смены, если убрать время, отведенное на обед, то средняя выработка продукции составляет 79,2 тонн хлеба. Далее берем цену за 1 тонну белково-отрубного хлеба, магазины готовы отдать 42 000 рублей и больше. Если брать минимум 42 000 рублей за тонну хлеба и месячной выработке 79,2 тонн, то ежемесячная выручка цеха будет равна 3326400 рублей. В таблице 2.3.4 отобразим эти данные.

**Таблица 2.3.4 – Расчет выручки (за месяц)**

Название товара	Дневная производительность, тонн	Цена, за 1 тонну	Результат за смену, (руб.)	Итого месяца/22 смены
Белково-отрубной хлеб	3,60	42 000	151 200	3 326 400
Итого			151 200	3 326 400

В следующей таблице 2.3.5 отображен расчет себестоимости производства белково-отрубного хлеба.

Основными ингредиентами для изготовления белково-отрубной хлеба является мука, вода, дрожжи, сахарин, соль, прочие ингредиенты. Для изготовления 1 тонны готового продукта потребуется 1 198 кг сырья.

**Таблица 2.3.5 – Себестоимость изготовления хлеба**

Наименование затрат	Дневной расход	Стоимость, за ед.	Выработка за смену, в руб.	Месячная выработка/22 смены
Сырье	4,28	17 700	75 827	1 668 190
Электроэнергия, Квт/час	2 712	3,5	9 492	284 760
Итого себестоимость			85 319	1 952 950

В настоящее время главным рынком сбыта ООО «Капитан» является город Шебекино и Белгородская область. Продажа товара будет реализовываться сетевые магазины, такие как «Лента», «Меркурий», «Пятерочка», «Магнит». Рынок скудно информирован, больше всего о появлении новой продукции, поэтому целесообразно выделить небольшое количество средств на рекламу (табл. 2.3.6).

**Таблица 2.3.6 – Затраты на рекламную деятельность (за год)**

Перечень расходов	Сумма, (руб.)
1	2
Реклама в интернете	5000
Радио	3700
Брошюры, листовки и иная печатная продукция	5800
Реклама в газетах	8500
Изображение на машине	21000

**Продолжение табл. 2.3.6**

1	2
Стенд	6000
Итого	5000

Благодаря тому, что Кондитерская фабрика «Капитан» на рынке уже не первый год, острой необходимости в рекламе она не видит. Только для того, чтобы донести до потребителей о новой продукции было принято решение выделить 50000 рублей для годового информирования граждан.

Итак, все детали для производства белково-отрубного хлеба уже давным-давно оговорены, пора обобщить их в одну таблицу (табл. 2.3.7).

**Таблица 2.3.7 – Общая таблица затрат на производство (за месяц)**

№	Перечень расходов	Цена (руб.)
1	Заработная плата	263 000
2	Аренда	200 000
3	Реклама	50 000
4	Транспорт	100 000
5	Коммунальные платежи	10 000
6	Бухгалтерия	25 000
7	Прочие	50 000
	Итого	698 000

В таблице 2.3.8 отображен расчёт прибыльности по производству нового продукта – белково-отрубного хлеба. Из таблицы видно, что выручка от продажи составила 3326400 рублей; себестоимость 1952950 рублей; валовая прибыль равна 1373450 рублей; налог на прибыль составляет 15% от выручки и общих затрат и он равен 101318 рублей; чистая прибыль составила 574133 рублей.

**Таблица 2.3.8 – Расчет прибыльности производства (за месяц)**

Наименование	Сумма (руб.)
1	2
Выручка	3 326 400
Себестоимость	1 952 950

**Продолжение табл. 2.3.8**

1	2
Валовая прибыль	1 373 450
Расходы	698 000
Прибыль до налогообложения	675 450
Налог УСН (15%)	101 318
Чистая прибыль	574 133
Рентабельность продаж	17,26%

После всех необходимых подсчётов, можно точно сказать, что срок окупаемости дополнительного цеха для производства нового продукта, в нашем случае белково-отрубного хлеба составляет 2 года и 10 месяцев (табл. 2.3.9). Этот расчет сделан, если учесть, что фабрика будет работать в одну смену. Но если цех станет работать в две или три смены, то срок окупаемости стремительно уменьшится.

**Таблица 2.3.9 – Итоговый результат прибыльности производства белково-отрубного хлеба**

Наименование	Сумма (руб.)
Чистая прибыль	574 133
Капиталовложения	19 350 000
Окупаемость	33,70 (мес.)

При капитальном вложении в размере 19 350 000 рублей, ежемесячная чистая прибыль будет равняться 574 133 рублей. Приведенные выше расчёты дают основания утверждать, что воплощения проекта по производству новой продукции, а именно белково-отрубного хлеба экономически целесообразна.

## Заключение

Подводя итоги дипломной работы, можем сделать следующие выводы:

Планирование является составным элементом процесса управления. Планирование - это осознанное предвидение действий в будущем, моделирование результатов деятельности, поиск благоприятных возможностей, создание условий завтрашнего дня. Планирование можно охарактеризовать как особый тип процесса принятия решений, в рамках которого анализируется информация о прошлой экономической и производственной деятельности хозяйствующего субъекта, оцениваются его потенциальные ресурсы, формулируются цели на перспективу и устанавливается приоритетность решения задач для их достижения.

Бизнес-план предполагает оценку собственной предпринимательской деятельности фирмы и целевую оценку конъюнктуры рынка, является программой действий предпринимателя, необходимым рабочим инструментом проектно-инвестиционных решений и внутрифирменного планирования, используемым во всех сферах предпринимательства. Он актуален как и для вновь создаваемых, так и для действующих фирм.

Цель разработки бизнес-плана - спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Выделяют несколько функций бизнес-планирования. Первая функция связана с возможностью использования бизнес-плана для разработки общей экономической стратегии предприятия. Вторая - предполагает привлечение денежных средств (ссуд, кредитов) со стороны. Третья - это функция планирования, которая дает возможность оценить и контролировать процесс развития основной деятельности предприятия. Четвертая функция отражает привлечение к осуществлению проектов, реализации планов развития пред-

приятия потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или технологию.

В данной работе представлен бизнес-план по производству и дальнейшему продвижению белково-отрубного хлеба ООО Кондитерской фабрики «Капитан».

Предпосылками осуществления представленного проекта выступили: увеличения необходимости жителей в хлебобулочных продуктах; огромный опыт предприятия по производству хлебобулочной продукции; наличие опытного, квалифицированного персонала; наличие налаженных каналов реализации продукции.

Учитывая конкурентную среду рассматриваемой сферы ООО «Капитан» не будет сталкиваться с серьезными трудностями в реализации своей продукции.

В ходе работы были рассмотрены дальнейшие основные стадии осуществления бизнес-плана:

- планирование производственного процесса;
- прогноз вероятной выручки от проекта;
- расчет необходимого времени для окупаемости капиталовложений.

За 2017 год инвестиционные расходы будут равны 19350000 рублей, которые включают в себя: покупку оборудования, аренду цеха, обучение персонала; расходы на рекламу и так далее. Ежемесячные затраты 698000 рублей. Ежемесячная чистая прибыль будет равняться 574133 рублей. Срок окупаемости составляет 2 года и 10 месяцев. На основе представленных расчетных планируемых данных, можно сделать вывод. В целом реализация проекта по производству новой продукции – белково-отрубного хлеба экономически целесообразна.

**Список использованных источников**

1. Аклюдова, О.Г. Бизнес-план: понятие и термины [Текст] : словарь-справочник: [около 1000 ст.] / О.Г. Аклюдова. – Москва : Экзамен, 2014. – 136 с.
2. Афонасова, М.А. Бизнес-планирование: понятия и термины [Текст] : словарь-справочник : [около 1500 ст.] / М.А. Афонасова. – Питер : Бизнес-школа, 2012. – 75 с.
3. Близкий, Р.С. Кондитерские фабрики Белогорья [Текст] / Р.С. Близкий, И.А. Бедрачук, Ю.С. Лебединская ; Главные секреты успешных кондитерских, 2016. – 97 с.
4. Белковский, А. Н. Конкурентная стратегия современных компаний [Текст] : учебное пособие для бакалавров : метод. рекомендации / А.Н. Белковский, Р.О. Соплин. – 2-е изд., доп. и пераб. – Москва : Югра, 2012. – 55 с.
5. Барикаев, Е.Н. Оценка инвестиций [Текст]: учебник / Е.Н. Барикаев. – М.: Научный проект, 2014. – 89 с.
6. Баканов, М. И. Теория экономического анализа [Текст] : учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 321 с.
7. Баканов, М.И. Теория анализа хозяйственной деятельности [Текст] : учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 165 с.
8. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Текст] : современная история / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова. – СПб.: Питер, 2013. – 76 с.
9. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов [Текст] : учебник / В.Л. Горбунов. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 111 с.
10. Горохов, Н.Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ [Текст] : учебник / Н.Ю. Горохов, В.В. Малев. – М.: Информационно-издательский дом Филин, 2011. – 233 с.

11. Грибов, В.Д. Экономика предприятия [Текст] : учебник / В.Д. Грибов, В. П. Грузинов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 109 с.
12. Ганчин, В. В. Роль проектного управления в инновационном развитии электроэнергетики в Российской Федерации [Текст] : В.В. Ганчин, П.Н. Коротков // Экономика и управление. – 2016. – N 5. – С. 15.
13. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст]: учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 67 с.
14. Дистергефт, Л.В. Техничко-экономическое обоснование инвестиционного проекта [Текст] : учебник / Л.В. Дистергефт, А.Д. Выварец. М.: Наука, 2011. – 190 с.
15. Ермолович, Л.Л. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / Л.Л. Ермолович. – М.: Академический проект, 2012. – 13 с.
16. Емельянов, Ю. Управление инновационными проектами в компании [Текст] : Ю. Емельянов // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – N 2. – С. 6.
17. Ильина, А.М. Точка зрения руководителей [Текст] : учебник /А.М. Ильина. – М.: Продажи, 2013. – 7 с.
18. Иронина, П.П. История предпринимательства России [Текст] : курс лекций /П.П. Иронина. – М.: КНОРУС, 2015. – 24 с.
19. Кравченко, И.А. Составление бизнес-плана, нормы и рекомендации [Текст] : учебник / И.А. Кравченко. – М.: Книга сервис, 2012. – 23 с.
20. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова – М.: Проспект, 2014. - 77 с.
21. Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) [Текст] : учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: КНОРУС, 2014. – 19 с.
22. Липсиц, И.В. Бизнес-план – основа успеха [Текст] : учебник / И.В. Липсиц. – М.: ИНФРА-М, 2013 – 14 с.

23. Липсиц, И.А. Успех предпринимателя [Текст] : практическое пособие / И.А. Липсиц. – М.: Дело, 2012. – 89 с.
24. Матвеева, Л.Г. Управление проектами [Текст] : учебник / Л.Г. Матвеева. – М.: Феникс, 2014. – 63 с.
25. Ясина, Е.Г. Малое предпринимательство в России [Текст] / Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева ; Бизнес Белогор. обл. – Белгород : КОНСТАНТА, 2013 – 55 с.
26. Набатников, В.М. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие / В.М. Набатников. – М.: Феникс, 2014 – 16 с.
27. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании [Текст] : учебное пособие / Е.Р. Орлова. – М.: Омега-Л, 2012. – 111 с.
28. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие / В.П. Попков; Е.В. Евстафьева. СПб: Питер, 2014. – 12 с.
29. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: [Текст] учебник / Л.В. Прыкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 99 с.
30. Предпринимательство: учебник / В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 – 50 с.
31. Предпринимательство: учебник / под редакцией М.Г. Лапусты. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 31 с.
32. Петухова, С.В. Бизнес-планирование [Текст] : учебник / С.В. Петухова. – М.: Омега – Л, 2014. – 112 с.
33. Ронда, А. Стратегия и тактика эффективного бизнес [Текст] : учебник / А. Ронда. – М.: Альпина Паблишер, 2014 – 43 с.
34. Романова, М. В. Управление проектами [Текст] : учебное пособие / М.В. Романова. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 130 с.
35. Робсон, М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов [Текст] : учебник / М. Робсон. – М.:, 2013. – 9 с.
36. Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования [Текст] : учебное пособие / А.М. Сатаев. – М.: ИД «Юриспруденция», 2013. – 39 с.

37. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями [Текст] / под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 95 с.
38. Сборник бизнес-планов: практическое пособие [Текст] / под ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 92 с.
39. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / Г.В. Савицкая. М.: Новое знание, 2014. – 3 с.
40. Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст] : учебное пособие / В.П. Самарина. – М.: КНОРУС, 2015. – 4 с.
41. Теория организации [Текст] / Г.В. Атаманчука. – М.: Наука, 2007. – 3 с.
42. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании [Текст] : учебник / Э.А Уткин. – М.: ЭКМОС, 2012. – 55 с.
43. Цены и ценообразование [Текст] : учебник / под ред. И.К. Салимжанова. – М.: Проспект, 2015. – 345 с.
44. Черняк, В.З. Бизнес-планирование [Текст] : учебник для вузов / В.З. Черняк – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 456 с.
45. Черняк, В.З. Российская история планирования бизнеса [Текст] / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев. – М.: Дело, 2014. – 21 с.
46. Шеремет, А.Д. Финансы предприятий [Текст] : учебник / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 357 с.
47. Шеметов, П.В. Теория организации [Текст] : курс лекций / П.В. Шеметов, С.В. Петухова. – М.: Дело, 2011. – 3 с.
48. Экономика предприятия [Текст] : учебник для студентов вузов / под ред. В.М. Семенова. – СПб.: Питер 2014, – 112 с.
49. Экономическая теория [Текст] : учебник / под ред. И.А. Николаевой. – М.: Проспект, 2013. – 123 с.
50. Экономический словарь [Текст] / под ред. А.И. Архипова. – М.: Проспект, 2014. – 522 с.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

УТВЕРЖДЕН  
Решением  
общего собрания участников  
ООО «Капитан»  
Протокол 1  
от «14» апреля 20103 года.

УСТАВ  
ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
ООО «КАПИТАН»



г. Белгород  
2003 год

## 1. Общие положения

1.1. Общество с ограниченной ответственностью «Капитан» (далее - «Общество») создано на основании Решения Учредителя от 14 апреля 2003 г. (Протокол № 1), в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее – «Закон») и другими законодательными и правовыми актами РФ. 1.2. Общество является юридическим лицом по российскому законодательству, имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, арбитражном суде, третейском суде. Общество может иметь расчетный и другие счета в кредитных учреждениях, в том числе в иностранной валюте. Общество имеет круглую печать со своим фирменным наименованием, а также вправе иметь штампы и бланки со своим наименованием, зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства визуальной идентификации. 1.3. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Общество не отвечает по обязательствам своего Участника. Участник Общества не отвечает по его обязательствам и несет риск убытков, связанных с деятельностью Общества, в пределах стоимости внесенного им вклада. В случае несостоятельности (банкротства) Общества по вине его Участника или по вине других лиц, которые имеют право давать обязательные для Общества указания либо иным образом имеют возможность определять его действия, на указанных Участника или других лиц в случае недостаточности имущества Общества может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам. Общество не несет ответственности по обязательствам Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. 1.4. Общество может быть участником хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, иных коммерческих, а также некоммерческих организаций, в том числе может объединяться с другими юридическими лицами в ассоциации и союзы в целях координации предпринимательской деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов. Общество может иметь дочерние и зависимые хозяйственные общества с правами юридического лица, созданные на территории Российской Федерации и за рубежом. Дочернее общество не отвечает по долгам основного хозяйственного Общества. Основное хозяйственное общество отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение данных ему обязательных указаний. 1.5. Фирменное наименование Общества на русском языке: полное – Общество с ограниченной ответственностью «Объединенные кондитеры - Финанс», сокращенное – ООО «Объединенные кондитеры - Финанс». Фирменное наименование Общества на английском языке: полное – Limited Liability Company «Obhedinennye konditery - Finans», сокращенное – LLC «Obhedinennye konditery - Finans». 1.6. Место нахождения Общества и место нахождения Генерального директора Общества: 115184 Москва, 2-й Новокузнецкий пер., д. 13/15. Место хранения документов Общества: 107078 Москва, Орликов пер., д. 5, стр. 3. 1.7. Общество может создавать свои филиалы и представительства на территории России и за рубежом. Филиалы и представительства являются обособленными - 3 - подразделениями Общества, действующими на основании утвержденных Обществом положений и в пределах предоставленных им полномочий. Филиал и представительство наделяются имуществом создавшим их Обществом. Филиалы и представительства не являются юридическими лицами и осуществляют свою деятельность от имени создавшего их Общества. Ответственность за деятельность филиала и представительства несет создавшее их Общество. 1.8. Общество ведет кадровое делопроизводство, осуществляет документооборот в соответствии с требованиями действующего законодательства. Общество в целях реализации государственной социальной, экономической и налоговой политики: - несет ответственность за сохранность документов (управленческих, финансово-хозяйственных, по личному составу и др.); - обеспечивает передачу на государственное хранение документов, имеющих научно-историческое значение, в Центральные архивы г. Москвы в соответствии с перечнем документов, согласованным с объединением «Мосгорархив», хранит и использует в установленном порядке документы по личному составу; - выполняет государственные мероприятия по мобилизационной подготовке в соответствии с законодательством и нормативными актами Правительства Москвы. Общество осуществляет по месту нахождения

Генерального директора (в ином месте, известном и доступном Участнику Общества) хранение следующих документов:

- учредительные документы Общества, а также внесенные в учредительные документы Общества и зарегистрированные изменения и дополнения;
- протокол (протоколы) решений учредителя Общества, содержащий решение о создании Общества и об утверждении денежной оценки неденежных вкладов в уставный капитал Общества, а также иные решения, связанные с созданием Общества;
- документ, подтверждающий государственную регистрацию Общества;
- документы, подтверждающие права Общества на имущество, находящееся на его балансе;
- внутренние документы Общества; - положения о филиалах и представительствах Общества;
- документы, связанные с эмиссией облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг Общества;
- протоколы решений Участника Общества; - списки аффилированных лиц Общества;
- заключения аудитора Общества, государственных и муниципальных органов финансового контроля; - иные документы, предусмотренные действующим законодательством, уставом Общества, внутренними документами Общества, решениями Участника Общества и исполнительных органов Общества. По требованию Участника Общества, аудитора Общества в разумные сроки Общество обязано предоставить возможность ознакомиться с учредительными документами Общества и изменениями к ним. Общество обязано по требованию Участника Общества предоставить копии действующих Учредительных документов Общества.

## **2. Цели и предмет деятельности Общества**

2.1. Целью деятельности Общества является получение прибыли в интересах, как Общества, так и Участника от реализации основных направлений деятельности. - 4 - 2.2. Видами деятельности Общества являются:

- производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения (пирожных, тортов, пирогов и т.п.);
- оптовая торговля мучными кондитерскими изделиями.

2. Дополнительные виды деятельности:
  - открытие кафе, магазинов, ресторанов и других предприятий быстрого обслуживания;
  - транспортные и экспедиционные услуги юридическим и физическим лицам;

2.3. Деятельность Общества не ограничивается оговоренной в настоящем Уставе, все действия Общества выходящие за пределы уставной деятельности, но прямо не противоречащие действующему законодательству, признаются действительными. 2.4. Общество осуществляет виды деятельности с учетом ограничений на совмещение видов деятельности и операций с ценными бумагами, установленных федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг 2.5. Виды деятельности Общества, требующие получения лицензий, будут осуществляться только после получения соответствующих лицензий. Если условиями предоставления лицензии на осуществление определенного вида деятельности предусмотрено требование осуществлять такую деятельность как исключительную, Общество в течение срока действия лицензии вправе осуществлять только виды деятельности, предусмотренные лицензией и сопутствующие виды деятельности.

## **3. Участник Общества**

Единственным Участником Общества является Открытое акционерное общество Кондитерская фабрика «Капитан», находящееся по адресу Белгородская область, г. Шебекино, ул. Докучаева д. 2. Инспекцией МНС России № 08 по ЦАО г. Белгорода за ОГРН 1033104002590, ИНН 3120011850. Участниками Общества могут быть иные граждане и юридические лица.

## **4. Уставный капитал Общества**

4.1. Размер уставного капитала Общества составляет 10 000 (Десять тысяч) рублей. 4.2. Увеличение уставного капитала Общества может осуществляться только после его полной оплаты Участником. Уставный капитал Общества увеличивается за - 5 - счет имущества Общества, и (или) за счет дополнительных вкладов Участника Общества, и (или) за счет вкладов третьих лиц, принимаемых в Общество в порядке, предусмотренном статьями 18, 19 Закона. 4.3. Общество вправе, а в случаях, предусмотренных Законом, обязано уменьшить свой уставный капитал в порядке, предусмотренном статьей 20 Закона, путем уменьшения номинальной стоимости доли Участника Общества в уставном капитале Общества и (или) погашения долей, принадлежащих Обществу. Уменьшение уставного капитала Общества путем уменьшения

номинальной стоимости доли Участника Общества должно осуществляться с сохранением размера доли Участника Общества.

#### **5. Порядок перехода доли (части доли)**

Участника Общества в уставном капитале Общества к третьим лицам и выход Участника из состава Общества 5.1. Участник вправе продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале Общества либо её часть одному или нескольким третьим лицам. Согласие Общества на совершение такой сделки не требуется. Доля Участника Общества может быть отчуждена до полной её оплаты только в той части, в которой она уже оплачена. 5.2. Доля в уставном капитале Общества переходит к наследникам Участника Общества. Участник Общества вправе заложить принадлежащую ему долю (часть доли) в уставном капитале Общества третьему лицу. 5.3. Участник Общества вправе в любое время выйти из Общества только в случае, если его доля будет продана или иным образом уступлена одному или нескольким третьим лицам. Выход Участника Общества из Общества не освобождает его от обязанности перед Обществом по внесению вклада в имущество Общества, возникшей до подачи заявления о выходе из Общества.

#### **6. Имущество и средства Общества**

6.1. Общество является собственником имущества, переданного ему в качестве вклада Участником (уставный капитал), а также имущества, приобретенного Обществом по иным основаниям. Участник может вносить вклады в имущество Общества. Вклады вносятся деньгами или имуществом и не изменяют размер и номинальную стоимость доли Участника Общества в уставном капитале Общества. 6.2. Общество может использовать в своей деятельности заемные средства, которые образуются за счет кредитов, выпуска облигаций и иным способом, предусмотренным действующим законодательством. 6.3. Прибыль (доходы) Общества формируется за счет выручки от реализации продукции (товаров, работ, услуг) и внереализационных доходов. Из полученной выручки производятся обязательные платежи и отчисления (уплата налогов, взносов в пенсионный и другие фонды, оплата труда работников Общества), расчеты с банками и другими кредитными учреждениями по кредитам, возмещаются материальные затраты, делаются отчисления в созданные фонды. Общество вправе ежеквартально, раз в полгода, раз в год принимать решение о передаче своей чистой прибыли Участнику Общества за исключением случаев, предусмотренных ст. 29 Закона. Решение об определении части прибыли, подлежащей передаче Участнику Общества, принимается Участником Общества. 6.4. Общество, по решению Участника может создавать резервный и иные фонды, перечень, порядок создания и расходования которых определяется в Положениях об этих фондах, а также действующим законодательством. - 6 - Общество вправе размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги в порядке, установленном законодательством о ценных бумагах. В установленном законом порядке Общество ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность.

#### **7. Права и обязанности Участника Общества**

7.1. Участник имеет право: – участвовать в управлении делами Общества в порядке, предусмотренном Законом и учредительными документами Общества; – получать в установленном порядке информацию о деятельности Общества и знакомиться с его бухгалтерскими книгами и иной документацией; – получать прибыль; – продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале Общества либо её часть одному или нескольким третьим лицам в порядке, предусмотренном Законом и Уставом Общества; – в любое время выйти из Общества в случае уступки своей доли в уставном капитале Общества одному или нескольким третьим лицам; – получать в случае ликвидации Общества часть его имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость; – в первоочередном порядке приобретать производимую Обществом продукцию и пользоваться его услугами. Участник Общества имеет также другие права, предусмотренные Законом. По решению Участника ему могут быть предоставлены дополнительные права. 7.2. Участник обязан: – соблюдать положения настоящего Устава Общества; – вносить вклады в порядке, размерах, способами и в сроки, предусмотренные Законом и Уставом;

– не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности Общества. Участник несет и другие обязанности, предусмотренные Законом. На Участника могут быть возложены дополнительные обязанности в соответствии с положениями Закона.

#### **8. Управление Обществом**

8.1. Органами управления и контроля Общества являются: – Участник, осуществляющий полномочия общего собрания участников; – Генеральный директор. 8.2. Высшим органом управления Обществом является Участник Общества. Исключительной компетенцией Участника является: 1) определение основных направлений деятельности Общества, а также принятие решения об участии в ассоциациях и других объединениях коммерческих организаций; 2) изменение Устава Общества, в том числе изменение размера уставного капитала Общества; 3) назначение Генерального директора Общества и досрочное прекращение его полномочий; 4) утверждение годовых отчетов и годовых бухгалтерских балансов; 5) принятие решения о распределении чистой прибыли Общества; - 7 - 6) утверждение (принятие) внутренних документов Общества; 7) принятие решения о размещении Обществом облигаций и иных эмиссионных бумаг; 8) назначение аудиторской проверки, утверждение аудитора Общества и определение размера оплаты его услуг; 9) принятие решения о реорганизации или ликвидации Общества; 10) назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов; 11) принятие решения о совершении сделки, сумма которой или стоимость имущества, являющегося предметом сделки, превышает двадцать пять процентов стоимости имущества Общества; 12) принятие решений о создании филиалов, открытии представительств Общества, а также об их ликвидации. Вопросы, отнесенные к исключительной компетенции Участника, не могут быть переданы на решение Генерального директора Общества. Общей компетенцией Участника является: 1) утверждение положений о филиалах и представительствах Общества; 2) назначение руководителей филиалов и представительств Общества, а также освобождение их от должности; 3) принятие решения о передаче споров Общества с третьими лицами на рассмотрение третейскими судами; 4) решение иных вопросов, предусмотренных Законом, другими законами и правовыми актами Российской Федерации. 8.3. Все решения по вопросам, относящимся к компетенции Участника Общества, вплоть до приема новых Участников, принимаются единственным Участником Общества единолично и оформляются письменно. При этом положения статей 34 - 38 и 43 Закона не применяются, за исключением положений, касающихся сроков проведения годового общего собрания участников Общества. Годовые отчеты и годовые бухгалтерские балансы утверждаются Участником Общества не ранее чем через два месяца и не позднее чем через четыре месяца после окончания финансового года. 8.4. Генеральный директор осуществляет руководство текущей деятельностью Общества и имеет следующие права и обязанности: – без доверенности действует от имени Общества, представляет его во всех учреждениях, предприятиях и организациях как в России, так и за границей; – обеспечивает выполнение решений Участника Общества; – распоряжается имуществом Общества в пределах, установленных Участником Общества и настоящим Уставом; – принимает решения о командировках, включая заграничные деловые поездки; – принимает на работу и увольняет с работы работников Общества, применяет к этим работникам меры поощрения и налагает на них взыскания – на основании действующего законодательства и настоящего Устава издает приказы, распоряжения и другие акты по вопросам, входящим в компетенцию Общества; – распределяет обязанности между своими заместителями и руководителями структурных подразделений; – совершает всякого рода сделки, выдает доверенности, открывает в банках расчетный и другие счета Общества; - 8 - – организует бухгалтерский учет и отчетность в Обществе; – разрабатывает и предлагает на утверждение Участнику Общества ежегодную смету, штатное расписание и должностные оклады сотрудников аппарата, устанавливает показатели, размеры и сроки их выполнения; – после предварительного письменного согласия Участника Общества выдает доверенности руководителям филиалов и представительств; – выполняет Порядок деятельности Генерального директора и принятия им решений устанавливается Уставом и внутренними документами Общества.

#### **9. Ответственность**

Генерального директора Общества Генеральный директор при осуществлении им прав и исполнения обязанностей должен действовать в интересах Общества добросовестно и разумно. Генеральный директор несет ответственность перед Обществом за убытки, причиненные

Обществу его виновными действиями (бездействием), если иные основания и размер ответственности не установлены федеральными законами. При определении оснований и размера ответственности Генерального директора должны быть приняты во внимание обычные условия делового оборота и иные обстоятельства, имеющие значение для дела. Общество или его Участник вправе обратиться в суд с иском о возмещении убытков, причиненных Обществу Генеральным директором Общества.

#### 10. Ликвидация и реорганизация Общества

10.1. Общество прекращается (ликвидируется): – по решению Участника; – по решению суда в случае неплатежеспособности или нарушения Обществом действующего законодательства. 10.2. Ликвидация Общества производится назначенной им либо судом ликвидационной комиссией. С момента назначения ликвидационной комиссии к ней - 9 - переходят полномочия по управлению делами Общества. Ликвидационная комиссия оценивает активы, выявляет кредиторов и рассчитывается с ними, а также с Участником, составляет ликвидационный баланс и представляет его Участнику. 10.3. Имеющиеся у Общества средства, в том числе от распродажи имущества, после расчетов по оплате труда, выполнения обязательств перед кредиторами и бюджетом переходят к Участнику. Ликвидация считается завершенной, а Общество - прекратившим существование с момента внесения соответствующей записи в государственный реестр. 10.4. Споры Общества с юридическими и физическими лицами, в том числе иностранными, рассматриваются в соответствии с действующим законодательством государственным арбитражем, судом или другими органами. 10.5. Реорганизация Общества происходит путем слияния, разделения, выделения, поглощения и преобразования. Решение о реорганизации Общества принимается Участником или судом в случаях, предусмотренных действующим законодательством. При реорганизации Общества вносятся необходимые изменения в Устав и государственный реестр, а при ликвидации - соответствующая запись в реестр. Реорганизация Общества влечет за собой переход прав и обязанностей, принадлежавших Обществу, к его правопреемникам. 10.6. При реорганизации и прекращении деятельности Общества все документы (управленческие, финансово-хозяйственные, по личному составу и др.) передаются в соответствии с установленными правилами предприятию-правопреемнику. При отсутствии правопреемника, документы постоянного хранения, имеющие научно-историческое значение, передаются на государственное хранение в архивы объединения «Мосгорархив». Документы по личному составу (приказы, личные дела, карточки учета и т.п.) передаются на хранение в архив административного округа, на территории которого находится Общество. Передача и упорядочение документов осуществляется силами и за счет Общества в соответствии с требованиями архивных органов.

#### 11. Аудит

Общество может заключить договор со специализированной организацией для проведения проверки и подтверждения годовой финансовой отчетности (внешний аудит). Аудитор ставит свою подпись на годовом отчете в подтверждение его соответствия имеющейся информации о реальном положении дел. Общество может заключить договор со специализированной организацией для проведения внутреннего аудита Общества.



Приложение N 1  
к приказу Минфина России  
от 02.07.2010 N 66н (в редакции  
приказа Минфина России  
от 05.10.2011 N 124н)

**Бухгалтерский баланс**  
на 31 декабря 2014 г.

Организация Общество с ограниченной ответственностью «Калитан» по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
Вид экономической деятельности Производство хлеба и мучных изделий по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма / форма собственности общество  
с ограниченной ответственностью/частная по ОКОПФ/ОКФС  
Единица измерения: тыс.руб. (млн.руб.) \_\_\_\_\_ по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
Местонахождение (адрес) 309292 Белгородская область, г. Шебекино,  
ул. Докучаева д. 2

Коды		
0710001		
31	12	2014
59390278		
3120011850		
15 81		
65	16	
384(385)		

Пояснения 11	Наименование показателя <sup>21</sup>	Код	На <u>31 12</u>	На 31 декабря	На 31 декабря
			<u>20 14</u> г. <sup>31</sup>	<u>20 13</u> г. <sup>41</sup>	<u>20 12</u> г. <sup>51</sup>
	<b>АКТИВ</b>				
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
1.1, 1.2, 1.3	Нематериальные активы	1110	3085	2443	1223
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
2.1, 2.2, 2.3	Основные средства	1150	421664	392595	353193
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
3.1, 3.2	Финансовые вложения	1170	160178	160178	80178
14	Отложенные налоговые активы	1180	225	72	213
10	Прочие внеоборотные активы	1190	11 676	14 106	16189
	Итого по разделу I	<b>1100</b>	<b>596828</b>	<b>569394</b>	<b>450996</b>
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
4.1, 4.2	Запасы	1210	224014	230854	240167
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	3342	3432	2158
5.1, 5.2	Дебиторская задолженность (за исключением денежных эквивалентов)	1230	502344	363959	118736
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1240			80000
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	10979	2307	16181
11	Прочие оборотные активы	1260	4167	3179	152
	Итого по разделу II	<b>1200</b>	<b>744846</b>	<b>603731</b>	<b>457394</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>1341674</b>	<b>1173125</b>	<b>908390</b>

Пояснения 11	Наименование показателя <sup>21</sup>	Код	На 31.12		На 31 декабря	На 31 декабря
			20	14 г. <sup>31</sup>	20	13 г. <sup>41</sup>
	<b>ПАССИВ</b>					
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ<sup>60</sup></b>					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	8 500		8 500	8 500
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	( ) <sup>71</sup>	( )	( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов	1340	59251		59435	63081
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	85420		85420	85420
	Резервный капитал	1360	601		601	601
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	731770		658866	475751
	<b>Итого по разделу III</b>	<b>1300</b>	<b>885542</b>		<b>812823</b>	<b>633353</b>
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
	Заемные средства	1410				
14	Отложенные налоговые обязательства	1420	23597		13430	9800
	Оценочные обязательства	1430				
	Прочие обязательства	1450				
	<b>Итого по разделу IV</b>	<b>1400</b>	<b>23597</b>		<b>13430</b>	<b>9800</b>
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
	Заемные средства	1510				
5.3.5.4	Кредиторская задолженность	1520	410723		329212	247773
	Доходы будущих периодов	1530				
7	Оценочные обязательства	1540	21812		17660	17454
	Прочие обязательства	1550				
	<b>Итого по разделу V</b>	<b>1500</b>	<b>432535</b>		<b>346872</b>	<b>265237</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>1341674</b>		<b>1173125</b>	<b>908390</b>

Руководитель

  
 (подпись)

 Башкатов К. К.  
 (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

  
 (подпись)

 Есирова М. В.  
 (расшифровка подписи)

\* 26 \* февраля 20 15 г.



Бухгалтерский баланс  
на 31 декабря 2015 г.

Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_  
 Форма по ОКУД \_\_\_\_\_  
 Организация Общество с ограниченной ответственностью «Капитан» по ОКПО \_\_\_\_\_  
 Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
 Вид экономической деятельности Производство хлеба и мучных изделий по ОКВЭД \_\_\_\_\_  
 Организационно-правовая форма / форма собственности общество с ограниченной ответственностью/частная по ОКФС/ОКФС \_\_\_\_\_  
 Единица измерения: тыс.руб. (млн.руб.) \_\_\_\_\_ по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
 Местонахождение (адрес) 309292 Белгородская область, г. Шебекино, ул. Докучаева д. 2

Коды		
0710001		
31	12	2015
59390278		
3120011850		
15.81		
65	16	
384(385)		

Пояснения II	Наименование показателя <sup>2)</sup>	Код	На 31 12		На 31 декабря 20 14 г. <sup>4)</sup>	На 31 декабря 20 13 г. <sup>5)</sup>
			20	15 г. <sup>3)</sup>		
	<b>АКТИВ</b>					
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
1.1, 1.2, 1.3	Нематериальные активы	1110	17939		3085	2443
	Результаты исследований и разработок	1120				
	Нематериальные поисковые	1130				
	Материальные поисковые	1140				
2.1, 2.2, 2.3	Основные средства	1150	442315		421664	392595
	Доходные вложения в материальные ценности	1160				
3.1, 3.2	Финансовые вложения	1170	655095		160178	160178
14	Отложенные налоговые активы	1180	4246		174	72
10	Прочие внеоборотные активы	1190	17497		11676	14106
	Итого по разделу I	1100	1137092		596777	569394
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
4.1, 4.2	Заласы	1210	349884		224014	230854
	стоимость по приобретенным ценностям	1220	4943		3342	3432
5.1, 5.2	Дебиторская задолженность	1230	663079		502344	363959
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	80000			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	18802		10979	2307
11	Прочие оборотные активы	1260	3522		4167	3179
	Итого по разделу II	1200	1120230		744846	603731
	<b>БАЛАНС</b>	1600	2257322		1341623	1173125

Пояснения п)	Наименование показателя <sup>3)</sup>	Код	На 31.12		На 31 декабря	На 31 декабря
			20	15 г. <sup>3)</sup>	20	14 г. <sup>4)</sup>
	<b>ПАССИВ</b>					
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ<sup>6)</sup></b>					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	8500		8500	8500
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	( )		( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов	1340	58628		59251	59436
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	85420		85420	85420
	Резервный капитал	1360	601		601	601
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	1050686		737028	658866
	Итого по разделу III	1300	1203835		890800	812823
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
	Заемные средства	1410				
14	Отложенные налоговые обязательства	1420	19057		18288	13430
	Оценочные обязательства	1430				
	Прочие обязательства	1450				
	Итого по разделу IV	1400	19057		18288	13430
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
	Заемные средства	1510				
5.3. 5.4	Кредиторская задолженность	1520	1007776		410723	329212
	Доходы будущих периодов	1530				
7	Оценочные обязательства	1540	26654		21812	17660
	Прочие обязательства	1550				
	Итого по разделу V	1500	1034430		432535	346872
	<b>БАЛАНС</b>	1700	2257322		1341623	1173125

Руководитель

(подпись)

26 февраля

Баширов К.С.  
(расшифровка подписи)

20 16 г

Главный бухгалтер

(подпись)

Есипова М.В.  
(расшифровка подписи)

Приложение N 1  
к приказу Минфина России  
от 02.07.2010 N 66н (в редакции  
приказа Минфина России  
от 05.10.2011 N 124н)

Бухгалтерский баланс  
на 31 декабря 20 16 г.

Форма по ОКУД \_\_\_\_\_  
Дата (число, месяц, год) \_\_\_\_\_  
Организация Общество с ограниченной ответственностью «Капитан» по ОКПО \_\_\_\_\_  
Идентификационный номер налогоплательщика \_\_\_\_\_ ИНН \_\_\_\_\_  
Вид экономической деятельности Производство хлеба и мучных изделий по ОКВЭД \_\_\_\_\_  
Организационно-правовая форма / форма собственности общество с ограниченной ответственностью/частная по ОКФС/ОКФЧ \_\_\_\_\_  
Единица измерения тыс руб (млн.руб.) \_\_\_\_\_ по ОКЕИ \_\_\_\_\_  
Местонахождение (адрес) 309292 Белгородская область, г Шебекино.  
ул. Докучаева д. 2

Коды		
0710001		
31	12	2016
59390278		
3120011850		
15.81		
65	16	
384(385)		

Пояснения 1)	Наименование показателя <sup>2)</sup>	Код	На 31 декабря		
			31 12 20 16 г. <sup>3)</sup>	31 декабря 20 15 г. <sup>4)</sup>	31 декабря 20 14 г. <sup>5)</sup>
	<b>АКТИВ</b>				
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
1.1, 1.2, 1.3	Нематериальные активы	1110	16961	17939	3085
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые	1130			
	Материальные поисковые	1140			
2.1, 2.2, 2.3	Основные средства	1150	471840	442315	421664
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
3.1, 3.2	Финансовые вложения	1170	880153	655095	160178
14	Отложенные налоговые активы	1180	1107	4246	174
10	Прочие внеоборотные активы	1190	11689	17497	11676
	Итого по разделу I	1100	1381750	1137092	596777
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
4.1, 4.2	Заласы	1210	391379	349884	224014
	стоимость по приобретенным ценностям	1220	4738	4943	3342
5.1, 5.2	Дебиторская задолженность	1230	958215	663079	502344
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	32500	80000	
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2535	18802	10979
11	Прочие оборотные активы	1260	2182	3522	4167
	Итого по разделу II	1200	1391549	1120230	744846
	<b>БАЛАНС</b>	1600	2773299	2257322	1341623



## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Отчет о прибылях и убытках  
за январь-декабрь 20 14 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Капитан»	ИИН	3120011850
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	3120011850
Вид экономической деятельности	Производство хлеба и мучных изделий	ОКВЭД	15 81
Организационно-правовая форма/форма собственности	общество с ограниченной ответственностью/частная	по ОКПО/ОКФС	65 16
Единица измерения тыс. руб. (млн. руб.)		по ОКЕИ	384 (385)

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	Коды	
		31	12 2014
	Выручка <sup>5</sup>	2108525	2014466
6	Себестоимость продаж	( 1711318 )	( 1538757 )
	Валовая прибыль (убыток)	397207	475709
6	Коммерческие расходы	( 168048 )	( 140849 )
6	Управленческие расходы	( 124129 )	( 112929 )
	Прибыль (убыток) от продаж	105030	221931
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению	5606	5608
	Проценты к уплате	( )	( )
	Прочие доходы	43035	52296
	Прочие расходы	( 58250 )	( 53685 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	95421	226150
	Текущий налог на прибыль	( 11409 )	( 42909 )
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2228	1450
14	Изменение отложенных налоговых обязательств	10167	3630
14	Изменение отложенных налоговых активов	154	141
	Прочее	1280	
	Чистая прибыль (убыток)	72719	179470

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За янв-дек 20 14 г. <sup>3</sup>	За янв-дек 20 13 г. <sup>4</sup>
	<b>СПРАВОЧНО</b>		
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода <sup>5</sup>	72719	179470
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	86	211
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель  Баизханов Б.С. (подпись) (расшифровка подписи)  
 Главный бухгалтер  Есинова Е.В. (подпись) (расшифровка подписи)  
 " 26 " февраля 20 15 г.





Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За янв-дек 20 15 г. <sup>3</sup>	За янв-дек 20 14 г. <sup>4</sup>
	<b>СПРАВОЧНО</b>		
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода <sup>6</sup>	313035	77977
	Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель *[подпись]* Баширатов К.С. (расшифровка подписи)
 
 Главный бухгалтер *[подпись]* Егорова М.В. (расшифровка подписи)

" 26 " февраля 20 16 г.



## Отчет о прибылях и убытках

за январь-декабрь 20 16 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью «Капитан»	по ОКПО	59390278
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	3120011850
Вид экономической деятельности	Производство хлеба и мучных изделий	ОКВЭД	15.81
Организационно-правовая форма/форма собственности	общество	по ОКФС/ОКФС	65 16
с ограниченной ответственностью/частная		по ОКЕИ	384 (385)
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)			

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	Коды	
		0710002	31 12 2016
		Дата (число, месяц, год)	31 12 2016
		Форма по ОКУД	0710002
		Дата (число, месяц, год)	31 12 2016
		Форма по ОКПО	59390278
		ИНН	3120011850
		ОКВЭД	15.81
		по ОКФС/ОКФС	65 16
		по ОКЕИ	384 (385)
		Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)	
		За 31.12 20 16 г. <sup>3</sup>	За 31.12 20 15 г. <sup>4</sup>
10	Выручка <sup>5</sup>	3484366	2552755
6.10	Себестоимость продаж	( 2851092 )	( 1961335 )
	Валовая прибыль (убыток)	633274	591420
	Коммерческие расходы	( 263563 )	( 213518 )
	Управленческие расходы	( 113695 )	( 108033 )
	Прибыль (убыток) от продаж	256016	269869
	Доходы от участия в других организациях		
10	Проценты к получению	42222	31130
	Проценты к уплате	( )	( )
10	Прочие доходы	562332	360509
10	Прочие расходы	( 447510 )	( 277897 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	413060	383611
10	Текущий налог на прибыль	( 62068 )	( 72663 )
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	3351	9900
10	Изменение отложенных налоговых обязательств	2168	769
10	Изменение отложенных налоговых активов	3139	4072
10	Прочее	87	1216
	Чистая прибыль (убыток)	345598	313035

Форма 0710002 с. 2

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За янв-дек 20 16 г. <sup>3</sup>	За янв-дек 20 15 г. <sup>4</sup>
	<b>СПРАВОЧНО</b>		
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода <sup>6</sup>	345598	313035
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	0,41	0,37
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель *а.ф.* (подпись) Башаров К.С. (расшифровка подписи) Главный бухгалтер *Есинаева И.В.* (подпись) Есинаева И.В. (расшифровка подписи)

" 28 " февраля 20 17 г.



**Основные экономические показатели ООО «Капитан» за 2014-2016  
гг., (тыс. руб.)**

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Абсолютное отклонение	Темп роста, %		
					2016 / 2014 гг.	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.
1	2	3	4	5	6	7	8
1. Выручка	2109	2553	3484	1375	121,1	136,5	165,2
2. Себестоимость	1711	1961	2851	1140	114,6	145,4	166,6
3. Валовая прибыль	397	591	633	236	148,9	107,1	159,5
4. Коммерческие и управленческие расходы	292	322	377	85	110,3	117,1	129,1
5. Прибыль от продаж	105	270	258	153	257,1	95,6	245,7
6. Прочие доходы	43	361	562	519	839,5	155,7	1307,0
7. Прочие расходы	58	278	448	390	479,3	161,2	434,7
9. Прибыль до налогообложения	95	384	413	318	404,2	107,6	434,7
10. Чистая прибыль	78	313	346	268	401,3	110,5	443,6
11. Внеоборотные активы	597	1137	1381	784	190,5	121,5	231,3
12. Оборотные активы	745	1120	1392	647	150,3	124,3	186,8
13. Собственный капитал	891	1204	1549	658	135,1	128,7	173,8
14. Заемный капитал	451	1054	1224	773	233,7	116,1	271,4
15. Рентабельность всего капитала, %	7,8	12,0	9,3	1,5	153,85	77,5	119,23
16. Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	3,7	12,3	9,9	6,2	332,43	80,49	267,57

**Общая характеристика финансового состояния**

**ООО Кондитерская фабрика «Капитан» за 2014-2016 гг., (тыс. руб.)**

Показатели	Годы			Темп роста, (%)		
	2014	2015	2016	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.	2016 / 2014 гг.
Общая стоимость имущества предприятия	422	442	472	104,74	106,79	111,85
Стоимость внеоборотных активов	597	1137	1382	190,45	121,55	231,49
Стоимость оборотных средств	745	1120	1392	150,34	124,29	186,85
Величина собственных средств предприятия	891	1204	1549	135,13	128,65	173,85
Величина собственных средств в обороте	294	67	167	22,79	249,25	56,80
Величина заемных средств	451	1054	1224	233,70	116,13	271,40

**Показатели платежеспособности ООО Кондитерская фабрика  
«Капитан» за 2014-2016 гг., (тыс. руб.)**

Показатели	Годы			Темп роста, (%)		
	2014	2015	2016	2015 / 2014 гг.	2016 / 2015 гг.	2016 / 2014 гг.
Коэффициент текущей ликвидности	1,72	1,08	1,16	62,8	107,4	67,4
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,03	0,10	0,03	333,3	30	100
Коэффициент быстрой ликвидности	1,19	0,74	0,83	62,2	112,2	69,8
Величина собственных оборотных средств, (тыс. руб.)	294	7	68	22,8	250,8	57,1
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,33	0,10	0,11	30,3	110,0	33,3
Доля оборотных средств в активах, (%)	0,18	,20	0,16	11,1	80,0	88,9
Доля производственных запасов в текущих активах, (%)	0,92	0,77	0,90	83,7	116,9	97,8
Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов, (%)	0,74	0,19	0,74	25,7	389,5	100
Коэффициент покрытия запасов	1,81	2,84	2,96	156,9	104,2	163,5