

«ОДОБРЕНО»
Протокол заседания
наблюдательного совета
АО «KONVIN»
от «30» ноября 2020 года.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

«KONVIN»

БИЗНЕС-ПЛАН

на 2021 год

Газалкент 2020 год

Краткая информация об АО «KONVIN»

Наименование предприятия	Акционерное общество «KONVIN»
Адрес, телефон, факс	УЗБЕКИСТАН 110700, Ташкентская область, г. Газалкент, ул. Заводская – 48. телефон (837074) 21-286, факс 21-290
Реквизиты почтовые и банковские	ТГФ ОАКБ «КАПИТАЛБАНК» г. ТАШКЕНТ, р./счет 20208000200155674001, МФО 00445, ИНН 200441238, ОКОНХ 18142
Регистрационный номер, дата регистрации в Министерстве юстиции РУз.	№ 687/01 от 06.01.2009 г. Свидетельство Инспекции по регистрации субъектов предпринимательства Бостанлыкского района
Номер приказа, дата регистрации в Госкомимуществе РУз. о создании предприятия	№ 310-Д от 26.12.2008г.
Форма собственности	Акционерное общество
Вышестоящая организация	Агентство по управлению государственными активами

Полное фирменное наименование: Акционерное общество «KONVIN», сокращенное наименование АО «KONVIN»

АО «KONVIN» создано в соответствии с законодательством Республики Узбекистан в дальнейшем «Акционерное Общество». Зарегистрировано 06.01.2009 г. № 687/1 Свидетельство Инспекции по регистрации субъектов предпринимательства Бостанлыкского района Ташкентской области.

Предметом деятельности Акционерного Общества является оказание услуг, торгово-закупочная деятельность, производство и реализация товаров народного потребления (алкогольная продукция).

Для достижения поставленной цели Общество осуществляет виды деятельности, указанные в Уставе Общества.

Указанные в Уставе виды деятельности не являются исчерпывающими и осуществляются Акционерным Обществом в соответствии с действующим законодательством Республики Узбекистан.

Сведения о акционерах

Акционеры	Доля в Уставном фонде (%)	Количество простых акций (шт)	Количество привилегированных акций (шт)	Стоймость акций, тыс. сум
Государственная доля	51	549952	-	1443624
ООО «МАРЕЛЛИ»	8,9	87504	8472	251937
Физические лица	40,1	421296	11112	1135071
Всего	100	1058752	19584	2830632

Существующий потенциал производства 560 тысяч декалитров алкогольной продукции в год. Здесь следует отметить, что имеющиеся мощности в настоящее время полностью изношены как физически, так и морально и требуют обновления на оборудование отвечающее требованиям сегодняшнего дня . С целью повышения конкурентоспособности производимой продукции, а также для расширения линии ассортимента. Предприятие правило реконструкцию производственных помещений частично обновлена производственная материально – техническая база путем приобретения оборудование по розливу алкогольной продукции мощностью 140 тысяч декалитров в год из расчета объем булки 1.0 литра. В целом это не меняет общую картину по изношенности оборудования и необходимо проводить политику приобретения передового оборудования для производства конкурентно способной качественной алкогольной продукции.

В 1953 г. на базе артели создан винзавод №15. С 1956 г. он стал филиалом Комбината Ташкентвино. С июля месяца 1981 года предприятие стало самостоятельным в качестве Газалкентского винзавода. В 1986 году винзавод преобразован в арендно-опытно экспериментальный пищекомбинат «Газалкент».

В настоящее время предприятие имеет:

- цех первичной обработки винограда с мощностью обработки винограда 30 тонн в час или 2500 тонн в год требующей капитальной реконструкции;
- цех по перегонки коньячного спирта с мощностью 8,0 тыс.дал в год;
- 37 штуки ёмкостей с объёмом 131,6 тыс. дал виноматериала. Из них 13 штук ёмкостей эмалированные, с объемом 28,8 тыс. дал 24 штук ёмкостей металлические, с объемом 102,8 тыс. дал;
- винный подвал, где имеется 117 штук ёмкостей эмалированных для хранения, фильтрации и подачи в цех розлива 400 тыс. дал готового вина;
- фильтрационное отделение, где вино, подаваемое в цех розлива будет проходить фильтрацию, после чего будет подаваться в цех розлива, в котором расположена 1 линия розлива, мощностью 80 тыс.дал в год.

Существующие мощности:

- три линии по розливу вино - водочной продукции общей мощностью - 560 тыс.дал в год, 0,8 тыс.дал в сутки в том числе:
 - две линии розлива ликера - водочной продукции мощностью - 420 тыс. дал в год.
 - одна линия розлива вина - 140 тыс. дал в год.
- три технологические линии по перегонке коньячного спирта с мощностью 8,0 тыс.дал в год;
- установка для получения водно спиртовой смеси мощностью – 200 тыс.дал в год;
- собственная котельная с двумя котлами – ДКВР 2,5*13;
- узел первичной обработки винограда с тремя технологическими линиями общей производительностью 30 тонн/час.

Наличие дочерних предприятий: не имеется.

Примечание: Установленная мощность предприятия на 01.01.2020 год:

- водка и ликероводочной продукции: 560 тыс.дал/год.
- коньячный спирт: 8 тыс.дал/год.
- переработка винограда: 2500 тн. в год

АО «KONVIN» имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести ответственности, быть истцом и ответчиком в суде.

Обоснование целесообразности развития предприятия

АО «KONVIN» находится в экологической чистой зоне в отрогах Тянь-Шанских гор на левом берегу реки Чирчик в 58 километрах к северо - востоку от города Ташкента. Наличие экологической чистой воды богатой минералами и солями позволяет производить высококачественную ликера - водочную продукцию с уникальным вкусом. В предгорьях заложены виноградники винных сортов, что обеспечит в перспективе предприятие уникальным по своим вкусовым качествам виноградам в качестве сырья для производства вин и коньяка.

Близкое расположение к столице позволяют обеспечивать предприятие качественным материалом для оформления бутылок этикетками и фурнитурой имеющей современный дизайн, что позволяет предприятию успешно конкурировать на внутреннем рынке алкогольной продукции..

Таким образом, имеющаяся сырьевая база позволяет предприятию производить качественную продукцию оформленную этикетками и фурнитурой имеющий современный дизайн и что немаловажно продукция экологически чистая.. За годы производственной деятельности предприятие заработало репутацию стабильного и ответственного партнера. В результате завод имеет обширную дилерскую сеть по всему Узбекистану.

Выверенная ценовая политика, жесткий контроль за качеством позволяют продукции выпускаемой АО «KONVIN» как в настоящем, так и в будущем уверенно пользоваться повышенным спросом у населения страны.

Стратегия маркетинга.

Общество было создано с целью извлечение прибыли посредством осуществления хозяйственной деятельности для получения наилучших экономических результатов. Дальнейшего развития производства, насыщение рынка Республики Узбекистан высококачественными товарами народного потребления для наиболее полного удовлетворения существующих потребностей граждан, предприятий, учреждений, организаций в производимой Акционерным Обществом продукции, выполняемых им работах, оказываемых услугах, достижения максимальной экономической эффективности.

АО«KONVIN» в своем сегменте на рынке по производству и реализации алкогольной продукции занимает средний сегмент. Общество имеет обширные связи по Республики Узбекистан с поставщиками сырья для производства продукции,

и с потребителями продукции. Предприятие приобретает сырье и материалы для выпуска продукции на местном рынке товаропроизводителей.

На всех этапах развития экономики основным звеном является предприятие. Именно на предприятии осуществляется производство продукции. Маркетинг, прежде всего, – философия бизнеса, в которой внимание сосредоточено на проблемах, потребностях и желаниях существующих и потенциальных групп потребителей, которые ставятся в центре деятельности фирмы.

Анализ конкурентов и определение конкурентной политики.

Конкуренты – это внешний фактор, влияние которого невозможно оспаривать. Руководство АО «KONVIN» понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей так же эффективно, как это делают конкуренты, предприятию долго не продержаться на плаву. Во многих случаях не потребители, а именно конкуренты определяют, какой будет результат деятельности предприятия, по какой цене можно продать и какую цену можно запросить. От реакции на конкуренцию зависят такие факторы, как условия работы, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными.

Конкурентоспособность – это возможность обеспечить лучшее предложение по сравнению с конкурирующей компанией. Анализ конкуренции – сложный и многогранный процесс, который необходимо проводить постоянно с целью обеспечения продукции производимым предприятием более выгодных конкурентных преимуществ.

Знание целей конкурента даёт возможность предсказать, насколько он удовлетворён нынешним положением и финансовыми результатами. На этом основании мы можем судить о вероятности изменения стратегии конкурента и отреагировать на события, которые его затрагивают.

Анализируя ситуацию, на рынке сбыта алкогольной продукции, приходим к выводу, что основными конкурентами являются зарубежные производители спиртных напитков. Их продукция почти всегда отличается высоким качеством, широким ассортиментом, разнообразием упаковки, их недостаток – высокие цены.

Судя по объемам сбыта, можно сказать, что эти товары, в целом, не полностью удовлетворяют потребности покупателей. Стратегия конкурентов агрессивна и для охвата рынка они используют методы дифференцированного маркетинга.

Среди отечественных производителей алкогольной продукции, основными конкурентами являются: ООО «Фаровон», ООО СП «ARKO STYIL», ООО «Сан – Вайн», СП «Афсан», СП «Карсон», СП «Бону Галдин» ООО «QAMXAR» и др.

Большое значение имеет показ нашей продукции на все возможных выставках и ярмарках.

Выбор связи «продукт - рынок»

Связь “продукт-рынок” определяет стратегические границы концепции маркетинга, а ориентация “продукт-рынок” лежит в основе разработки стратегического проекта. Стратегия развития рынка. Наряду с существующими потребителями предприятие стремится к освоению новых географических регионов, новых сегментов потребителей, увеличивая объем продаж с помощью новых каналов сбыта и т.д.

В настоящее время на внутреннем рынке продукции завода реализуется строго унитарным предприятиям «Шароб-савдо база» согласно договорам.

Главные цели предприятия и возможные стратегии их достижения представлены в таблице

Главные цели АО «KONVIN» и возможные стратегии их достижения.

Компоненты Бизнеса	Цель	Стратегия
Рынок	Увеличить объем продаж	Проникновение на другие внутренние рынки и экспорт в страны СНГ
Деньги	Покупка новой линии производства и розлива вина	Кредит банка
Производство	Улучшить качество продукции	Внедрить автоматизированную систему контроля качества
Люди	Повысить квалификацию рабочих	Организовать специальные курсы и стажировки
Охрана окружающей среды	Уменьшить отрицательное влияние производства на окружающую среду	Провести модернизацию системы очистки сточных вод
Ценовая политика	Сохранить доступный уровень цен	Разработка новой продукции, проведения исследования рынка.

Определение маркетингового комплекса.

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

ПРОДУКТ Ширина и глубина продуктового набора, качество, дизайн, упаковка.	ЦЕНА Позиционирование цены, скидки и условия платежа.
ПРОДВИЖЕНИЕ Реклама, стимулирование продаж, политика в отношении торговой марки.	СБЫТ Каналы сбыта, плотность сети сбыта, доставка, запас

Цена и ценовая политика

Предприятие использует затратный метод ценообразования, но, кроме того, ориентируется на ситуацию на рынке, учитывая цены конкурентов. Ориентируясь на цены конкурентов, предприятие планирует снижать цену за счет следующих факторов: 1.Предприятие в достаточном объеме располагает необходимым сырьем для производства водки и виноматериалов (имеет собственное подсобное хозяйство по выращиванию винограда, что в свою очередь в перспективе после выхода виноградников на полное плодоношение уменьшит расходы). Продукцию предприятие отпускает «Шароб-савдо база» на условиях само вывоза, что также обеспечивает дополнительную экономию накладных расходов.

У АО «KONVIN» есть богатый коммерческий опыт, и налаженные каналы оптового сбыта своей продукции. Таким образом, предприятие старается установить наиболее низкие цены, но не менее минимальной цены установленной государством на выпускаемую продукцию, в то же время как качество будет удовлетворять самым взыскательным вкусам.

АО «KONVIN» зарекомендовала себя на рынке поставщиков продукции как ответственное предприятие стабильно и своевременно выполняющее свои обязательства перед потребителями продукции.

АО «KONVIN» также выступает и на рынке как потребитель товарно-материальных ценностей, где зарекомендовал себя как платежеспособное предприятие, которое своевременно выполняет свои обязательства по оплате сырья, материалов и услуг согласно договорам.

НОМЕНКЛАТУРА И ГОДОВОЙ ВЫПУСК ПРОДУКЦИИ

Ассортимент выпускаемой продукции	Ед. изм.	Годовой выпуск 2021 г.	
		В натуральном выражении	В стоимостном выражении (тыс.сум)
производство водки и ликероводочной продукции	Тыс.дал	410	50 485,80

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ.

№	Наименование показателей	ед. изм.	2018г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1	Водка и ликероводочные изделия	тыс.дал	521	371,4	395,6	410,0
	40% об	тыс.дал	521	371,4	395,6	410,0
	ВСЕГО водка и ликероводочные изделия		521	371,4	395,6	410,0
2	Основные производственные фонды					
	ВСЕГО:	тыс.сум	5469504	7385993	8718427	8718427
	в т.ч.здание и сооружение	тыс.сум	2823339	3284348	3635108	3635108
	оборудование	тыс.сум	2094144	3346167	3530440	3530440
3	Количество и доля акции всего	шт.	539168	1078336	1078336	1078336
	в т.ч. Государственная доля принадлежит « Агентстве по управлению государственными активами»	шт.	274976	549952	549952	549952
	Стоимость одной акции	сум	2625	2625	2625	2625
4	Финансово-экономические показатели: Реализация продукции	тыс.сум	95366702	78392767	102602877	105680963
	Прибыль	тыс.сум	3379731	3903670	2176380	2241671
	Чистая выручка от реализации продукции без акциза и НДС	тыс.сум	42852415	36478355	49592291	51080100
	Балансовая прибыль	тыс. сум	3936559	4459890	2655144	2734798
	Выпуск продукции на 1 сум основных производственных фондов	сум	7,83	4,74	5,7	5,86
5	Рентабельность производства балансовая прибыль к себестоимости	%	11,6	14,5	6,6	5,7
6	Себестоимость	тыс.сум	33856647	30728137	40322482	41532156

БИЗНЕС-ПЛАН
Производственно-экономические показатели
АО «KONVIN» на 2021 год

Показатели	Ед.изм.	Проект на 2021 г.	в том числе по кварталам			
			I	II	III	IV
1	2	4	5	6	7	8
- В сопоставимых ценах	тыс. сум	51080100	10088320	10216020	14047027	16728733
- В действующих ценах	тыс. сум	51080100	10088320	10216020	14047027	16728733
В действующих ценах с учетом НДС и акциза	тыс. сум	105680963	20871990	21136193	29062265	34610515
- Ликеро-водочная продукция	тыс. дал	410	81	82	113	134
- Ликеро-водочная продукция	а/а тыс дал	164	32,39	32,80	45,10	53,71
Выручка от реализации продукции	тыс. сум	105680963	20871990	21136193	29062265	34610515
Из них:						
Акциз	тыс. сум	40180000	7935550	8036000	11049500	13158950
НДС	тыс. сум	14420863	2848120	2884173	3965737	4722833
Чистая выручка от реализации продукции	тыс. сум	51080100	10088320	10216020	14047028	16728732
Себестоимость реализованной продукции	тыс. сум	44601217	8808740	8920243	12265335	14606899
Валовая выручка от реализации продукции	тыс. сум	6478883	1279579	1295777	1781693	2121834
Доходы от финансовой деятельности	тыс. сум	49950	12487,5	12487,5	12487,5	12487,5
Расходы от финансовой деятельности	тыс. сум	104000	26000	26000	26000	26000
Прочие доходы	тыс. сум	16549	4137,25	4137,5	4137,5	4137,5
Полученная прибыль от реализации и услуг	Тыс. сум	6441382	1272173	1288276	1771380	2109553
Расходы периода в том числе:	тыс. сум	3329617	657599	665923	915645	1090450
Расходы по реализации	тыс. сум					
Административные расходы	тыс. сум	963794	190349	192759	265043	315643
Прочие операционные расходы	тыс. сум	2365823	467250	473165	650601	774807
Балансовая прибыль (убыток)	тыс. сум	3111765	614574	622353	855735	1019103
Налог на прибыль	тыс. сум	466765	92186	93353	128360	152866
Чистая прибыль	тыс. сум	2645000	522387	529000	727375	866238

Прогноз ключевых показателей эффективности

№	Показатель	Норматив	Удельный вес	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год
1.	Прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации (EBITDA — Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation & Amortization)* (прибыль до налогообложения) + (проценты к уплате) + (амортизация ОС и НМА)	-	-	509574	517353	750735	914103
2.	Соотношение затрат и доходов (CIR — Cost Income Ratio)* (операционные расходы)/выручка.	-	-	6.5%	6.5%	6.5%	6.5%
3.	Рентабельность привлеченного капитала (ROCE — Return on Capital Employed)* (чистая прибыль)/(привлеченный капитал на начало и конец периода).	-	-	3.9%	3.9%	4.2%	5.7%
4.	Рентабельность акционерного капитала (ROE — Return On Equity)* (чистая прибыль)/(среднегодовой акционерный капитал).	-	-	4.6%	4.6%	7.7%	9.2%
5.	Рентабельность инвестиций акционеров (TSR — Total Shareholders Return)* (цена акции в конце периода — цена акции в начале периода + выплаченные в течение периода дивиденды)/(цена акции в начале периода).	-	-				
6.	Рентабельность активов Крр = Пудн / Аср	> 0,05	10%	0.03	0.03	0.08	0.05
7.	Коэффициент абсолютной ликвидности Кал=Дс / То	> 0,2	10%	0.07	0.07	0.25	0.05
8.	Коэффициент финансовой независимости Ксс = П1 / (П2 – ДО)	> 1	20%	0.83	0.83	0.42	1.0
9.	Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях Окрдн = Дп / (Вр / Кзср)	-	20%	654	345	188	110
10.	Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях Одздн = Дп / (Вр / Дзср)	-	20%	215	91	54	28
11.	Коэффициент покрытия (платежеспособности) Кпл = А2 / (П2 – ДО)	> 1,25	20%	1.52	1.54	1.29	1.4
12.	Дивидендный выход Дв = Дао / EPS	-	-				
13.	Показатель снижения дебиторской задолженности (в % к установленному заданию)	-	-				
	Итого		100%				

Прогноз дополнительных ключевых показателей эффективности

№	Показатель	Уд.вес%	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год
1.	Коэффициент износа основных средств <i>Кизн = И / О</i>	20	49.0%	50.0%	52.3%	51.0%
2.	Коэффициент обновления основных средств <i>Kh = Ah / Akos</i>		-	-	-	-
3.	Производительность труда <i>Vч = Br / Чср</i>	20	79.0	70.3	166.5	100.0
4.	Фондоотдача <i>Фо = Br / Фср</i>		-	-	-	-
5.	Коэффициент использования производственных мощностей <i>Kим = Qфакт. / ((Qпроектн. - (Qаренд. + Qконсерв.))</i>	20	39.3%	55.0%	85.5%	69.9%
6.	Энергоэффективность (доля затрат на энергию в структуре себестоимости продукции) Зэ / Зп	20	2.7%	2.7%	2.5%	2.5%
7.	Доля инновационной продукции в общем объеме реализованной продукции <i>VIPSsp = (VIPS / VPS) * 100%</i>		-	-	-	-
8.	Доля затрат на инновационную деятельность в общих затратах организации <i>R&DGE = (R&D / GE) * 100%</i>		-	-	-	-
9.	Затраты на обучение персонала, в расчете на одного работника <i>Зобуч / Чср</i>	20	0.04	0.04	0.04	0.04
10.	Коэффициент текучести кадров <i>Чнач / Чкон</i>		-	-	-	-
11.	Индикатор выполнения Инвестиционной программы в денежном выражении*		-	-	-	-
12.	Индикатор выполнения параметров ввода мощностей (в % к заявленному физическому объему)*		-	-	-	-
13.	Показатель выполнения параметров экспорта (в % к денежному объему)		-	-	-	-
	Итого	100				

Председатель

Правления

Нарметов Ф.М.



Главный

Бухгалтер

Аширабоев Б.А.