|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **«УТВЕРЖДЕНО»****Заседанием Наблюдательного совета****АО «PAXTA LIZING»****Протокол №9 от 30.11.2017г.** |

***Бизнес План***

***АО «Paxta Lizing»***

***На 2018 год***

******

Содержание

[АННОТАЦИЯ 2](#_Toc407368426)

[1. СВЕДЕНИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ 3](#_Toc407368427)

[1.1. Структура капитала 3](#_Toc407368428)

[1.2. Органы управления и организационная структура 4](#_Toc407368429)

[1.3. Услуги 7](#_Toc407368430)

[1.4. Потребители и поставщики 7](#_Toc407368431)

[1.5. Конкуренты 8](#_Toc407368432)

[1.6. Экономические и финансовые показатели 8](#_Toc407368433)

[1.6.1. Баланс и его анализ 8](#_Toc407368434)

[1.6.2. Анализ состояния дебиторско - кредиторской задолженности 11](#_Toc407368435)

[1.6.3. Прибыли-убытки и анализ состава затрат 13](#_Toc407368436)

[2. SWOT-АНАЛИЗ АО «PAXTA LIZING» 20](#_Toc407368437)

[3. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРЕДСТОЯЩИЙ ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 22](#_Toc407368438)

[3.1. План продаж по новым заказам 23](#_Toc407368439)

[3.2. Маркетинговый план 25](#_Toc407368440)

[3.3. Улучшение системы взаиморасчетов с поставщиками и подрядчиками, а также заказчиками и потребителями 29](#_Toc407368441)

[3.4. Новые направления деятельности 30](#_Toc407368442)

[3.5. Оптимизация ценообразования 31](#_Toc407368443)

[3.6. Финансовый план 31](#_Toc407368444)

[3.7. Программа уменьшения рисков 32](#_Toc407368445)

**АННОТАЦИЯ**

Акционерное общество «PAXTA LIZING» лизинговая компания создана 17 марта 2006 года. АО «PAXTA LIZING» является специализированной компанией, осуществляющей деятельность по обеспечению хозяйствующих субъектов современной сельскохозяйственной техникой и технологиями, производственным оборудованием, транспортными средствами, запасными частями и другими материально-техническими средствами, в том числе на лизинговой основе.

Эффективность деятельности в условиях рыночной экономики прямо зависит от правильности постановки целей и задач, а также качества и детализации планирования бизнес-процессов Предприятия.

Вопросы повышения качества бизнес - планирования в приватизированных предприятиях рассматриваются Правительством Республики Узбекистан, как одно из ключевых условий внедрения корпоративного управления и повышения ответственности за результаты своей деятельности.

Руководствуясь интересами учредителей, а также в соответствии с требованиями Закона Республики Узбекистан «Об акционерных обществах и защите прав акционеров», Указа Президента Республики Узбекистан от 06.05.2014 года №ЗРУ-370, разработан настоящий бизнес-план АО «PAXTA LIZING», отражающий цели и задачи Общества на 2018 год.

В основу Бизнес-плана заложены результаты анализа производственной и финансовой деятельности Общества за предыдущие периоды, изменений в конъюнктуре рынка, текущего состояния основных производственных фондов и других ресурсов и активов, находящихся в распоряжении Общества. Основная задача, стоящая перед Обществом – повышение конкурентоспособности, увеличение объемов оказываемых услуг, расширение рынка сбыта и рост чистой прибыли.

**1. СВЕДЕНИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ**

АО «PAXTA LIZING» (далее по тексту Компания, Предприятие или Общество) является юридическим лицом Республики Узбекистан. Компания зарегистрирована Инспекцией по государственной регистрации субъектов предпринимательства при Хокимияте Чиланзарского района г.Ташкента по регистрационным номером № 001827-08 от 17.03.2006г.

Юридический адрес: Республика Узбекистан, город Ташкент, ул. Кичик халка йули, 52.

Основными целями деятельности Общества являются:

* обеспечение хозяйствующих субъектов современной сельскохозяйственной техникой и технологиями, производственным оборудованием, транспортными средствами, запасными частями и другими материально-техническими средствами, в том числе на лизинговой основе
* приобретение различных материальных и нематериальных активов и имущества за счет собственных и привлеченных средств для предоставления хозяйствующим субъектам на договорной или лизинговой основе;
* обеспечение фермерских, дехканских и ширкатных хозяйств республики оборудованием для выпуска импортозамещающей и экспортоориентированной продукции;
* совместная реализация с коммерческими банками, лизинговыми компаниями и другими финансовыми структурами крупных лизинговых проектов, предусматривающих многоканальное финансирование;
* организация и участие в ярмарках, выставках, аукционах, торгах, проводимых в Республике Узбекистан и за рубежом;

Виды деятельности, на проведение которых требуется специальное разрешение (лицензия) осуществляются после получения лицензии в установленном законодательством порядке.

**1.1. Структура капитала**

Уставный фонд Общества на момент составления данного бизнес-плана составляет 2 300 000 000 000 сум или 2 300 000 штук простых именных акций номинальной стоимостью 1 000 сум. Выпуск акций пропорционально распределяется между учредителями Предприятия и выглядит следующим образом:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Акционеры | сум | Доля в уставном фонде, %  |
| 1. | АКБ "АГРОБАНК" | 1 173 000 000,00 | 51,00 |
| 2. | ООО "ТАЪМИНОТЧИ ХИЗМАТЧИ" | 528 000 000,00 | 22,96 |
| 3. | АО "O'ZPAXTASANOAT" | 276 000 000,00 | 12,00 |
| 4. | СА "МАДАД" | 11 500 000,00 | 0,50 |
| 5. | ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РУз | 11 500 000,00 | 0,50 |
| 6. | ООО "KIMYOHIMOYATA'MINOT" | 300 000 000,00 | 13,04 |
|  | ИТОГО | **2 300 000 000,00** | 100,00 |

Корпоративная система управления, подотчетность исполнительного органа перед акционерами и Наблюдательным советом является основным требованием рыночных реформ, проводимых в республике. В связи с этим, а также в целях осуществления прозрачности деятельности и достоверности бухгалтерского учета, в Компании развиваются:

* компьютеризированные системы бухгалтерского учета;
* службы внешнего и внутреннего аудита в соответствии с требованиями законодательства об акционерных обществах.

**1.2. Органы управления и организационная структура**

В соответствии с Уставом органами управления Общества являются Общее собрание акционеров, Наблюдательный совет и Правление.

Контрольным органом Общества является Ревизионная комиссия и служба внутреннего аудита.

Наблюдательный совет Общества состоит из 5 человек, Ревизионная комиссия – из 3 человек.

Их состав утверждается общим собранием акционеров и действителен до проведения очередного общего собрания акционеров.

Согласно Уставу Общества текущую хозяйственную деятельность АО «PAXTA LIZING» осуществляет коллегиальный исполнительный орган - Правление в составе 2 человек. Фактически Правление сформировано в количестве 2-х человек – Председатель Правления и Заместитель Председателя Правления.

Председатель Правления назначается Наблюдательным советом и утверждается Общим собранием акционеров сроком на один год.

Назначение и освобождение членов Правления осуществляется по решению Наблюдательного совета Общества.

Списочная численность персонала Предприятия согласно штатному расписанию составляет – 15 человек.

В структуру Компании входят:

* Правление;
* Отдел бухгалтерского учета, ценных бумаг и кадров;
* Юридическая служба;
* Отдел лизинга и сервиса;
* Кадровая служба;
* Отдел внешнеэкономических связей и маркетинга;
* Хозяйственная служба.

**СТРУКТУРА КОМПАНИИ**

**Общее собрание акционеров**

**Ревизионная комиссия**

**Наблюдательный** **совет**

**Внутренний аудит**

**Председатель правления**

**Отдел бухгалтерского учета, ценных бумаг**

**Юридическая служба**

**Директор по коммерческим вопросам**

**Отдел лизинга и сервиса**

**Кадровая служба**

**Хозяйственная служба**

**Отдел внешнеэкономических связей и маркетинга**

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

**1.3. Услуги**

Основными оказываемыми Предприятием услугами являются услуги оптовой торговли. Важнейшими направлениями деятельности АО «PAXTA LIZING» является обеспечение сельскохозяйственных и других предприятий, дехканских и фермерских хозяйств техникой, запасными частями, оборудованием и инвентарем. Одна из крупных категорий клиентов - коммерческие банки, приобретающие запасные части и оборудование для последующей реализации в кредит фермерским хозяйствам, МТП, ООО Агротехсервис, агрофирмам и т.д. Основная категория клиентов – это предприятия, субъекты малого и среднего предпринимательства, по заказам которых Компанией приобретается соответствующая сельскохозяйственная техника и запасные части. Предприятие располагает необходимой инфраструктурой, арендуемыми зданиями, сооружениями, складскими помещениями. Поставка товара осуществляется на условиях консигнации и предоплаты.

**1.4. Потребители и поставщики**

 Основными потребителями услуг АО «PAXTA LIZING» являются предприятия и организации, связанные с реализацией и использованием сельскохозяйственной техники и оборудования. Продукция поставляется в фермерские хозяйства, МТП, ООО Агротехсервис, снабженческие организации в различных регионах Узбекистана. Около 75 % от общего объема оказанных услуг приходится на фермерские и дехканские хозяйства, остальной объем приходится на МТП и предприятия, оказывающие услуги сельхозпроизводителям. Изменение потребностей предприятий и организаций в выпускаемой продукции сельскохозяйственного направления оказывает значительное влияние на объемы реализации услуг АО «PAXTA LIZING».

Основными поставщиками техники, оборудования и материалов для Предприятия являются отечественные и зарубежные производители сельхозтехники и комплектующих, в числе которых можно выделить компании:

* ОАО "Минский тракторный завод";
* UNIA-FAMAROL Sp.z.o.o. (Польша);
* SAME DEUTZ FAHR DEUTSCHLAND GMBH (Германия);
* ООО «НОРТЕК» (Россия)

Компания имеет заключенные договора на поставку запасных частей к сельскохозяйственной технике для фермерских хозяйств, с предприятиями, указанными выше.

**1.5. Конкуренты**

Основными конкурентами Общества на рынке лизинговых услуг являются практически все лизинговые компании, специализирующиеся на оказании подобных услуг. На рынке оптовой торговли конкурентами являются крупные оптовые компании, имеющие соответствующие объемы поставок и портфели заказов.

**1.6. Экономические и финансовые показатели**

**1.6.1. Баланс и его анализ**

Анализ баланса предприятия позволяет выявить особенности структуры активов и обязательств компании, структуру ее капитала. Анализ динамики баланса позволяет выявить основные тенденции развития активов, обязательств и капитала. Анализ финансово-хозяйственной деятельности осуществлен за период с 2015г. по 31 декабря 2017г.

**Динамика валюты баланса и ее тренд (тыс. сум)**

******

**Динамика основных средств (тыс. сум)**



Доля долгосрочных активов предприятия составляет всего 0,58% от суммарного актива предприятия. Это говорит о том, что при осуществлении данного вида деятельности большую роль играют текущие активы.

 **Динамика долгосрочных активов (тыс. сум)**

****

**Структура оборотных активов**

Оборотные активы предприятия представлены в большей степени товарно-материальными запасами (ТМЗ) – 33% и дебиторской задолженностью – 43%.

#### *Структура пассивов*

При анализе структуры источников хозяйственных средств бросается в глаза рост доли собственного капитала по сравнению с обязательствами.

**Собственный капитал и обязательства компании, тыс. сум**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура капитала** | **2015год** | **за 2016** | **за 2017** |
| Собственный капитал | 4 101 650,0  | 4 179 447,0  | 4 190 211,4 |
| Обязательства | 10 671 705,0 | 8 791 101,0 | 67 256 943,0 |
| **ИТОГО** | **14 773 355,0** | **12 970 548,0** |  **71 447 154,4** |

**Динамика структуры капитала, в %**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура капитала** | **2015 год** | **за 2016** | **за 2017** |
| Собственный капитал | 27,7 | 32,2 | 5,8 |
| Обязательства | 72,3 | 67,8 | 94,2 |
| **ИТОГО** | **100** | **100** | **100** |

Большая доля дебиторской задолженности связана с низкой платежеспособностью основных клиентов и просрочками платежей.

**Динамика капитала (тыс. сум)**



На протяжении всего горизонта хозяйственной деятельности компании, доля собственного капитала в общем объеме источников хозяйственных средств имеет восходящий тренд, и по итогам 2017 года составила 3%.

Собственный капитал компании в основном сформирован за счет нераспределенной прибыли – 15% уставного капитала – 55%, и резервных фондов – 30%. Такая структура собственного капитала при его высокой доле в общем объеме пассивов свидетельствует о продолжающихся инвестициях со стороны учредителей.

При рассмотрении общей структуры пассивов видно, что собственный капитал составляет около 3% , текущие обязательства – 97%.

При анализе текущих обязательств налицо, так сказать, «вынужденные» и «обычные» долги. Первые – это краткосрочные банковские кредиты (72,7%), во-вторых - задолженность поставщикам и подрядчикам (5,3% от общего объема «кредиторки»), в третьих – это полученные авансы (21,6%) и другие долги (0,4%).

**1.6.2. Анализ состояния дебиторско - кредиторской задолженности**

При анализе дебиторско-кредиторской задолженности (ДКЗ) важно правильно определить составляющие анализа.

В нашем конкретном случае простое сравнение объема «дебиторки» и «кредиторки» не является целесообразным в связи с воздействием на обороты предприятия «внешних» факторов.

Поэтому в данном случае будет справедливо также сравнение объема оборотных активов и краткосрочных обязательств.

**Соотношение дебиторы-кредиторы, тыс.сум**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **2015 год** | **за 2016 года** | **за 2017 год** |
| Дебиторы | 4 998 925,0 | 2 987 851,0 | 17 013 021,6 |
| Текущие обязательства | 10 671 705,0 | 8 791 101,0 | 67 256 943,0 |
| Сальдо | -5 672 780 | -5 803 250 | -50 243 921,4 |

**Соотношение оборотные активы – текущие обязательства, тыс.сум**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **2015 год** | **за 2016 года** | **за 2017 год** |
| Оборотные активы | 14 449 953,0 | 12 544 705,0 | 71 049 981,9 |
| Текущие обязательства | 10 671 705,0 | 8 791 101,0 | 67 256 943,0 |
| Сальдо | 3 778 248,0 | 3 753 604,0 | 3 793 038,9 |

Как видно из приведенной таблицы, на протяжении всего периода оборотные активы превышают текущие обязательства.

Динамика сальдо, как в первом, так и во втором случаях растущая, что свидетельствует об относительно положительном уровне эффективности системы финансового управления на предприятии и качественном улучшении показателей его финансовой устойчивости.

**Соотношение оборотных активов и текущих обязательств (тыс. сум)**

**

**Баланс АО «PAXTA-LIZING»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование показателя** | **Код стр** | **2015** | **2016** | **2017** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| **Актив** |   |   |   |   |
| **I. Долгосрочные активы** |   |   |   |   |
| **Основные средства:** |   |   |   |   |
| Первоначальная (восстановительная) стоимость | 010 | 366 329,00  | 548 082,00  | 482 637,90  |
| Сумма износа  | 011 | 144 730,00  | 215 778,00  | 220 065,10  |
| Остаточная (балансовая) стоимость | 012 | 221 599,00  | 332 304,00  | 262 572,80  |
| Нематериальные активы: |   |   |   |   |
| Первоначальная стоимость  | 020 |   |   |   |
| Сумма амортизации | 021 |   |   |   |
| Остаточная (балансовая) стоимость  | 022 |   |   |   |
| Долгосрочные инвестиции, всего | 030 | 156 800,00  | 156 800,00  | 156 800,00  |
| Ценные бумаги | 040 | 116 800,00  | 116 800,00  | 116 800,00  |
| Инвестиции в дочерние хозяйственные общества | 050 |   |   |   |
| Инвестиции в зависимые хозяйственные общества  | 060 | 40 000,00  | 40 000,00  | 40 000,00  |
| Инвестиции в предприятие с иностранным капиталом | 070 |   |   |   |
| Прочие долгосрочные инвестиции  | 080 |   |   |   |
| Оборудование к установке  | 090 |   |   |   |
| Капитальные вложения | 100 |   |   |   |
| Долгосрочная дебиторская задолженность | 110 | 115 363,00  | 115 363,00  | 0,00  |
| Долгосрочные отсроченные расходы ( | 120 |   |   |   |
| Итого по разделу I | 130 | 493 762,00  | 604 467,00  | 419 372,80  |
| **II. Текущие активы** |   |   |   |   |
| Товарно-материальные запасы, всего  | 140 | 9 354 189,00  | 9 425 325,00  | 23 795 656,70  |
| Производственные запасы  | 150 | 22 048,00  | 15 003,00  | 9 808,50  |
| Незавершенное производство | 160 |   |   |   |
| Готовая продукция  | 170 |   |   |   |
| Товары | 180 | 9 332 141,00  | 9 410 322,00  | 23 785 848,20  |
| Расходы будущих периодов | 190 | 872,00  | 138,00  | 1 148,30  |
| Отсроченные расходы  | 200 |   |   |   |
| Дебиторы, всего  | 210 | 4 998 925,00  | 2 987 851,00  | 17 013 021,60  |
| из нее: просроченная\* | 211 |   |   |   |
| Задолженность покупателей и заказчиков  | 220 | 2 502 723,00  | 1 670 881,00  | 1 572 898,20  |
| Задолженность обособленных подразделений | 230 |   |   |   |
| Задолженность дочерних и зависимых хозяйственных обществ | 240 |   |   |   |
| Авансы, выданные персоналу | 250 |   |   |   |
| Авансы, выданные поставщикам и подрядчикам | 260 | 2 063 202,00  | 924 998,00  | 9 112 593,60  |
| Авансовые платежи по налогам и другим обязательным платежам в бюджет | 270 | 17 904,00  | 55 031,00  | 661 141,80  |
| Авансовые платежи в государственные целевые фонды и по страхованию  | 280 | 354,00  | 4 361,00  | 22 260,40  |
| Задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал  | 290 |   |   |   |
| Задолженность персонала по прочим операциям | 300 |   |   |   |
| Прочие дебиторские задолженности | 310 | 414 742,00  | 332 580,00  | 5 644 127,60  |
| Денежные средства, всего | 320 | 95 967,00  | 131 391,00  | 30 240 155,30  |
| Денежные средства в кассе  | 330 |   |   |   |
| Денежные средства на расчетном счете  | 340 | 93 909,00  | 6 670,00  | 4 171 260,50  |
| Денежные средства в иностранной валюте | 350 |   | 120 469,00  | 26 027 945,70  |
| Прочие денежные средства и эквиваленты | 360 | 2 058,00  | 4 252,00  | 40 949,10  |
| Краткосрочные инвестиции  | 370 |   |   |   |
| Прочие текущие активы  | 380 |   |   |   |
| Итого по разделу II  | 390 | 14 449 953,00  | 12 544 705,00  | 71 049 981,90  |
| Всего по активу баланса  | 400 | **14 943 715,00**  | **13 149 172,00**  | **71 469 354,70**  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Пассив** |   |   |   |   |
| **I. Источники собственных средств** |   |   |   |   |
| Уставный капитал  | 410 | 2 300 000,00  | 2 300 000,00  | 2 300 000,00  |
| Добавленный капитал  | 420 |   |   |   |
| Резервный капитал  | 430 | 1 297 247,00  | 1 297 247,00  | 1 279 678,50  |
| Выкупленные собственные акции | 440 |   |   |   |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)  | 450 | 504 403,00  | 582 200,00  | 610 532,90  |
| Целевые поступления  | 460 |   |   |   |
| Резервы предстоящих расходов и платежей | 470 |   |   |   |
| Итого по разделу I  | 480 | 4 101 650,00  | 4 179 447,00  | 4 190 211,40  |
| **II. Обязательства** |   |   |   |   |
| Долгосрочные обязательства, всего  | 490 | 170 360,00  | 178 624,00  | 22 200,30  |
| в том числе: долгосрочная кредиторская задолженность | 491 | 170 360,00  | 178 624,00  | 22 200,30  |
| Долгосрочная задолженность поставщикам и подрядчикам  | 500 |   |   |   |
| Долгосрочная задолженность обособленным подразделениям  | 510 |   |   |   |
| Долгосрочная задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам  | 520 |   |   |   |
| Долгосрочные отсроченные доходы  | 530 |   |   |   |
| Долгосрочные отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам  | 540 | 106 123,00  | 106 123,00  |   |
| Прочие долгосрочные отсроченные обязательства  | 550 |   |   |   |
| Авансы, полученные от покупателей и заказчиков | 560 |   |   |   |
| Долгосрочные банковские кредиты  | 570 |   |   |   |
| Долгосрочные займы | 580 |   |   |   |
| Прочие долгосрочные кредиторские задолженности | 590 | 64 237,00  | 72 501,00  | 22 200,30  |
| Текущие обязательства,всего | 600 | 10 671 705,00  | 8 791 101,00  | 67 256 943,00  |
| в том числе: текущая кредиторская задолженность | 601 | 3 736 308,00  | 3 637 948,00  | 18 312 727,00  |
| из нее: просроченная текущая кредиторская задолженность\* | 602 |   |   |   |
| Задолженность поставщикам и подрядчикам  | 610 | 2 669 467,00  | 1 747 055,00  | 3 585 791,40  |
| Задолженность обособленным подразделениям  | 620 |   |   |   |
| Задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам  | 630 |   |   |   |
| Отсроченные доходы  | 640 |   |   |   |
| Отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам  | 650 |   |   |   |
| Прочие отсроченные обязательства  | 660 |   |   |   |
| Полученные авансы  | 670 | 271 068,00  | 1 489 221,00  | 14 529 906,20  |
| Задолженность по платежам в бюджет  | 680 | 78 869,00  | 94 916,00  |   |
| Задолженность по страхованию  | 690 | 43 268,00  | 45 430,00  | 2 776,90  |
| Задолженность по платежам в государственные целевые фонды  | 700 |   |   |   |
| Задолженность учредителям  | 710 | 199 038,00  |   |   |
| Задолженность по оплате труда  | 720 | 134 163,00  | 144 519,00  | 136 357,30  |
| Краткосрочные банковские кредиты  | 730 | 6 927 780,00  | 5 149 103,00  | 48 940 165,60  |
| Краткосрочные займы  | 740 | 4 050,00  | 4 050,00  | 4 050,40  |
| Текущая часть долгосрочных обязательств  | 750 | 3 567,00  |   |   |
| Прочие кредиторские задолженности  | 760 | 340 435,00  | 116 807,00  | 57 895,20  |
| Итого по разделу II  | 770 | 10 842 065,00  | 8 969 725,00  | 67 279 143,30  |
| Всего по пассиву баланса  | 780 | **14 943 715,00**  | **13 149 172,00**  | **71 469 354,70**  |

**1.6.3. Прибыли-убытки и анализ состава затрат**

По итогам 2016 года сумма чистой прибыли отчетного периода составляет 292 446.7 тыс.сум. В конце 2017 года чистой прибыл составляет в размере 320 599.5 тыс. сум.По составу и структуре доходов основную часть занимают доходы от реализации, составляя от 95,5% до 99,2%.

**Динамика чистой прибыли** **Состав доходов (тыс. сум)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Состав доходов** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Чистая выручка от реализации  | 6 577 354,5 | 12241697,4 | 48376231,8 |
| Прочие доходы (расходы) от основной деятельности | 176 949,8 | 126435,9 | 48568,5 |
| Доходы от финансовой деятельности, ВСЕГО | 505 957,4 | 251739,0 | 329198,5 |
| **ВСЕГО доходов** | **7 260 261,70** | **12619872,3** | **48753998,8** |

**Структура доходов (%)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура доходов** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Чистая выручка от реализации  | 90,60 | 97,00 | 99,22 |
| Прочие доходы (расходы) от основной деятельности | 2,43 | 1,00 | 0,1 |
| Доходы от финансовой деятельности, ВСЕГО | 6,97 | 2,00 | 0,68 |
| **ВСЕГО доходов** | **100,00** | **100,00** | **100,00** |

**Состав затрат** **(тыс. сум)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Состав затрат** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Себестоимость | 4 717 391,20 | 8 889 430,70 | 37 950 789,20 |
| Расходы периода | 1 385 140,90 | 1 951 944,60 | 3 583 974,30 |
| Расходы от финансовой деятельности | 585 248,80 | 860 608,80 | 4 477 395,80 |
| Налоги с прибыли | 357 831,70 | 625 441,50 | 2 421 240,00 |
| **ИТОГО** | 7 045 612,60 | 12 327 425,60 | 48 433 399,30 |

По составу и структуре затрат основную часть, как обычно для предприятий данной отрасли, занимает себестоимость – на уровне 67,95- 78,35% от общего объема затрат.

**Структура затрат (%)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура затрат** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Себестоимость | 66,96 | 72,11 | 78,36 |
| Расходы периода | 19,66 | 15,83 | 7,40 |
| Расходы от финансовой деятельности | 0,08 | 0,07 | 0,09 |
| Налоги с прибыли | 0,05 | 0,05 | 0,05 |
| **ИТОГО** | **100** | **100** | **100** |

Расходы периода отображают условно-постоянные затраты предприятия, не связанные напрямую с производством.

**Состав расходов периода (тыс. сум)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Состав расходов периода** | **2015** | **2016** | **2017** |
| расходы по реализации |  | 133 800,0 | 173 538,0 |
| административные расходы | 1 068 519,8 | 1 386 631,5 | 1 283 824,5 |
| прочие операционные расходы | 316 621,1 | 431 513,1 | 2 126 611,8 |
| **ИТОГО** | **1 385 140,9** | **1 951 944,6** | **3 583 974,3** |

**Структура расходов периода (%)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Структура расходов периода** | **2015** | **2016** | **2017** |
| расходы по реализации | 0,00 | 6,85 | 4,84 |
| административные расходы | 0,77 | 0,71 | 0,36 |
| прочие операционные расходы | 0,23 | 0,22 | 0,59 |
| **ИТОГО** | **100,00** | **100,00** | **100,00** |

**Счет прибылей и убытков АО «PAXTA-LIZING»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **строка** | **2015** | **2016** | **2017** |
| Чистая выручка от реализации | 10 | 6 577 354,5 | 12241697,4 | 48376231,8 |
| Себестоимость | 20 | 4 717 391,2 | 8889430,7 | 37950789,2 |
| ***Валовая прибыль*** | ***30*** | **1 859 963,3** | **3352266,7** | **10425442,6** |
| ***Расходы периода, в т.ч.*** | ***40*** | **1 385 140,9** | **1951944,6** | **3583974,3** |
| расходы по реализации | 50 |  | 133800,0 | 173538,0 |
| административные расходы | 60 | 1 068 519,8 | 1386631,5 | 1283824,5 |
| прочие операционные расходы | 70 | 316 621,1 | 431513,1 | 2126611,8 |
| расходы текущего периода, исключаемые из налогооблагаемой базы в будущем | 80 |  |  |  |
| Прочие доходы (расходы) от основной деятельности | 90 | 176 949,8 | 126435,9 | 48568,5 |
| ***Прибыль (убыток) от основной деятельности*** | ***100*** | **651 772,2** | **1526758,0** | **6890036,8** |
| ***Доходы от финансовой деятельности, ВСЕГО*** | ***110*** | **5 059 57,4** | **251739,0** | **329198,5** |
| Дивиденды | 120 |  |  |  |
| Проценты | 130 |  |  |  |
| Лизинг | 140 |  |  |  |
| курсовая разница | 150 | 505957,4 | 251739,0 | 329198,5 |
| Прочие | 160 |  |  |  |
| ***Расходы от финансовой деятельности*** | ***170*** | **585248,8** | **860608,8** | **4477395,8** |
| Проценты | 180 | 480822,4 | 719828,4 | 3212572,3 |
| Лизинг | 190 |  |  |  |
| курсовая разница | 200 | 102059,5 | 111041,4 | 1261273,5 |
| Прочие | 210 | 2366,9 | 29739,0 | 3550,0 |
| ***Прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности*** | ***220*** | **572480,8** | **917888,2** | **2741839,5** |
| Чрезвычайные прибыли (убытки) | 230 |  |  |  |
| ***Прибыль (убыток) до уплаты налога на доходы*** | ***240*** | **572480,8** | **917888,2** | **2741839,5** |
| Налог на доход (прибыль) | 250 |  |  |  |
| Прочие налоги и сборы от прибыли | 260 | 357831,7 | 625441,5 | 2421240,0 |
| **Чистая прибыль отчетного периода** | **270** | **214649,1** | **292446,7** | **320599,5** |
| *Рентабельность, (%)* |  | *10,9* | *10,4* | *4,0* |

**Анализ коэффициентов финансово-экономического состояния**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Коэффициенты** | **2015 год**  | **2016 год**  | **2017 год** |
| Коэффициент платежеспособности (покрытия) | Платежеспособное, Коэфф. Выше 1,25 | Платежеспособное, Коэфф. Выше 1,25 | Платежеспособное, Коэфф. Выше 1,25 |
| Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (СОС) | обеспеченное СОС,коэфф. Выше 0,2 | обеспеченное СОС,коэфф. Выше 0,2 | обеспеченное СОС,коэфф. Выше 0,2 |
| Коэффициент рентабельности расходов | Нерентабельно, Коэфф. ниже 0,05 | Рентабельно,Коэфф. Выше 0,05 | Рентабельно,Коэфф. Выше 0,05 |
| Коэффициент рентабельности активов | Рентабельно,Коэфф. Выше 0,05 | Рентабельно,Коэфф. Выше 0,05 | Рентабельно,Коэфф. Выше 0,05 |
| Коэффициент соотношения собственных и краткосрочных заемных средств | отсутствие фин.риска,коэфф. Выше 1 | отсутствие фин.риска,коэфф. Выше 1 | отсутствие фин.риска,коэфф. Выше 1 |
| Коэффициент износа основных средств | незна-чительнаяизношенность,коэфф. Ниже 0,5 | незна-чительнаяизношенность,коэфф. Ниже 0,5 | незна-чительнаяизношенность,коэфф. Ниже 0,5 |

По результатам анализа видно, что предприятие имеет динамику повышение производственно-экономических и финансовых показателей.

**2. SWOT-АНАЛИЗ ЗАО «PAXTA LIZING»**

Обобщающим результатом анализа внешней и внутренней среды Предприятия является SWOT-анализ, который в сжатой форме позволяет выявить и оценить внутренние слабые и сильные стороны Предприятия, а также угрозы и возможности со стороны внешней среды.

Для стратегической перспективы АО «PAXTA LIZING» особенно значимы сильные стороны, так как они являются краеугольными камнями стратегии и на них должно строиться достижение конкурентных преимуществ. Поэтому при оценке основных блоков стратегии особое внимание уделялось сильным сторонам деятельности. В тоже время хорошая стратегия требует вмешательства в слабые стороны, которые не менее важны, так как они представляют источник повышенного внимания и требуют корректирующих действий.

Угрозы и возможности, с которыми сталкивается предприятие, обычно можно выделить в семь областей.



SWOT-анализ показывает, как на рынке позиционировано АО «PAXTA LIZING» , т.е. где Предприятие имеет сильные позиции, а где слабые. Учтены также внешние благоприятные возможности и угрозы, так как хорошая стратегия должна способствовать накоплению положительных возможностей и защите от возможных угроз.

Возможности - это положительные тенденции и явления внешней среды, которые могут привести к расширению объемов оказываемых услуг и увеличению прибыли.

Угрозы - это отрицательные тенденции и явления, которые могут привести при отсутствии соответствующей реакции предприятия к значительному сокращению объемов оказываемых услуг и уменьшению прибыли.

Угрозы, возможности, слабые и сильные стороны АО «PAXTA LIZING»

|  |  |
| --- | --- |
| Возможности | Сильные стороны |
| потребность в оборудовании и техники сельскохозяйственного назначения постоянно увеличивается;широкие возможности, предоставляемые законодательством для развития предпринимательства и привлечения инвестиций;снижение издержек путем внедрения новых технологий; возможность привлечения дополнительных каналов сбыта; рост возможностей рекламы и маркетингового управления;расширение рынка за счет оказания новых видов услуг;минимизация товарных запасов за счет реализации неликвидной продукции и усиления рекламно-маркетинговой службы;развитие информационных технологий и их использование в работе с клиентами;Участие в программах и тендерах на поставку оборудования и техники за счет бюджетных средств. | многолетний опыт работы в отрасли;отлаженная технология оказания услуг; отсутствие жесткой специализации (универсальность) позволяет компании проводить широкую работу с предпринимателями, представляющими различные сектора экономики; сформированные каналы сбыта; знание регионального рынка продукции и услуг;высокий уровень производственной культуры;сложившиеся партнерские отношения с поставщиками и заказчиками;мобильность и гибкость компании, а также ее способность к быстрому реагированию на спрос предпринимателей;осуществление компанией деятельности в разных регионах республики;преимущества использования возможностей учредителей при поиске клиентов и поставщиков. |
| **Угрозы** | **Слабые стороны** |
| ухудшение финансового состояния Предприятия вследствие роста дебиторской задолженности; постоянное увеличение числа конкурентов на внутреннем рынке;увеличение тарифов на электроэнергию, другие энергоресурсы, а также грузоперевозки по сравнению с темпами роста цен на посреднические услуги; рост неплатежей за отгружаемую и поставляемую продукцию, неплатежеспособность покупателейизменение законодательной базы основного вида деятельности | отсутствие стратегического плана развития предприятия;отсутствие собственных складских помещений;недостаточность оборотных средств;большой объем неликвидных товаров на складах;недостаточная активность маркетинговой службы;большая сумма дебиторской задолженности; недостаточная квалификация персонала;несовершенство складского хозяйства, высокие затраты ручного труда на складе;низкий уровень системы управления товарными запасами;недостаточно эффективная работа с клиентами. |

**3. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРЕДСТОЯЩИЙ ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД**

Главная цель бизнеса АО «PAXTA LIZING» - обеспечение стабильного финансового состояния Предприятия в долгосрочной перспективе и увеличение доли на рынке при снижении риска убытков и потерь. Исполнительным органом Общества совместно с коллективом выработана и взята на вооружение следующая философия бизнеса: стратегическое мышление; ориентация на рынок и потребителя; постоянные изменения при сохранении лучшего.

**Базовой стратегией развития АО «PAXTA LIZING» на 2015 год** является стратегия финансового оздоровления, направленная на уменьшение дебиторской задолженности, сокращение объемов товарной массы на складах, снижение издержек и усиление маркетинговой работы, расширение рынка сбыта.

**Стратегия компании на ближайшую перспективу:** Дальнейшее развитие оптово-сбытовых и снабженческих услуг с использованием инструмента лизинга, обеспечение бесперебойной деятельности при поддержании необходимого уровня прибыльности.

В области позиционирования на рынке: Компания стремится занять положение на рынке поставок сельскохозяйственной техники и оборудования с использованием механизмов лизинга.

Компания диверсифицирует предоставляемые на рынок услуги, используя краткосрочный и классический лизинг с применением различных финансовых схем, как в целях обеспечения надлежащей финансовой устойчивости компании, так и в целях управления рисками.Финансовая стратегия реализуется с применением методов управления ликвидностью, управления рисками, минимизации активов, не приносящих доход, использование собственных активов в качестве предметов залога для привлечения денежных средств, направляемых в инвестиционную деятельность.

В области финансовой политики: Компания обеспечивает безубыточность деятельности, поддержание необходимого уровня прибыльности.

В области обеспечения сельхозпроизводителей необходимой техникой и оборудованием: Компания активно участвует в государственных программах развития села.

Достижение поставленных задач будет обеспечено путем выполнения указанных ниже планов.

**3.1. План продаж по новым заказам**

Для реального повышения эффективности производства
АО «PAXTA LIZING», руководство совместно с акционерами, Наблюдательным советом рассмотрят возможности такие как:

* снижение издержек;
* увеличение объема оказываемых услуг;
* повышение производительности труда.

Постоянно осуществляя мониторинг и проводя анализ, Предприятие находит резервы повышения эффективности своей производственной деятельности путем оптимизации издержек.

Модернизация же производства будет основана на результатах маркетинговых исследований по выявлению наиболее перспективных направлений развития.

В настоящее время рассматриваются вопросы по улучшению материальной базы Предприятия, возможность оказания лизинговых услуг.

Планируется внедрение следующего механизма процесс закупки:

а) определение потребностей в конкретном товаре, конкретной торговой марке с установлением его количества;

б) определение потребностей в ассортименте, который желательно покупать у одного поставщика;

в) определение критериев, которые составляют исходную базу при оценке поставщиков и ведении переговоров с ними (экономические, маркетинговые, технические, логистические требования);

г) поиск и анализ поставщиков методами маркетингового исследования рынка;

д) отбор поставщиков и организация переговоров с ними;

е) размещение пробных заказов;

ж) оценка результатов;

з) заключение долговременных договорных соглашений.

Можно сформулировать основные требования к поставщикам:

* популярность (известность торговой марки);
* надежность и доступность;
* заинтересованность в совместной работе;
* минимальные сроки поставки;
* готовность брать долю риска, например, связанного с транспортировкой.

При отборе поставщиков оптовая компания решает вопрос остановиться на одном поставщике (принцип концентрации заказов) или выбрать несколько поставщиков (принцип распыления заказов).

Преимущество концентрации заказов у одного поставщика позволяет получить большие скидки за счет большего размера заказа. Этому же способствует тесное сотрудничество, включая и осуществление совместных проектов по производству новых товаров. Оптовая компания может предоставлять информацию о новых тенденциях спроса, новых товарах, поступающих на рынок от других производителей.

Однако работа с одним поставщиком увеличивает риск зависимости от его требований и условий.

Для снижения такого рода риска оптовая компания работает одновременно с несколькими поставщиками. Если поставщики заинтересованы сотрудничать с оптовиком, то это можно использовать для получения дополнительных выгод, добиваясь уступок от них.

**План реализации на 2018 год по новым заказам, тыс.сум**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Всего на год** | **I квартал** | **II квартал** | **III квартал** | **IV квартал** |
| **41 000 000,00** | **10 500 000,00** | **10 200 000,00** | **9 800 000,00** | **10 500 000,00** |

**3.2. Маркетинговый план**

Товарный рынок - чрезвычайно широкое понятие. Реально любая фирма всегда действует в определенном сегменте рынка, в той нише, которую ей удалось найти или завоевать в борьбе с конкурентами. Поэтому прогноз сбыта всегда следует начинать с определения того сегмента рынка, где ваша фирма сможет добиться успеха.

Такая работа (ее обычно называют сегментацией рынка) состоит в выделении той части общего товарного рынка, той группы покупателей, где шансы на покупку товаров данной фирмы наиболее высоки.

Процедуру сегментации можно представить, как последовательный поиск ответов на стандартный набор вопросов.

Затем надо сделать следующий шаг - оценить емкость этого сегмента рынка, т.е. на какую сумму здесь можно продать товаров.

Оценка емкости рыночного сегмента.

Для успеха планов фирмы важно не только выделение целевого сегмента рынка (одного или нескольких), но и постоянное наблюдение за динамикой его важнейших характеристик.

К их числу относятся:

1) емкость сегмента, т.е. возможное здесь число продаж в течение определенного периода времени;

2) доступность сегмента, т.е. возможность проникновения сюда со своими товарами;

3) тенденции изменения состояния сегмента, т.е. выяснение, увеличивается этот сегмент со временем или, наоборот, сокращается;

4) прибыльность сегмента, т.е. определение того, насколько велика реальная выгодность продаж товаров этой группе покупателей и как эта выгодность меняется со временем;

5) напряженность конкуренции, т.е. выяснение круга основных конкурентов и изучение итогов борьбы с ними за внимание покупателей.

Современная практика показывает, что создание эффективной системы маркетинга компании, разработка стратегии сбыта продукции и реализации услуг — необходимое условие ведения бизнеса.

Конечная цель маркетинга — обеспечение финансовой эффективности, – получение прибыли, позволяющей аккумулировать средства и тем самым стимулировать развитие компании. Основными моделями поведения компании в целях получения прибыли являются: увеличение объема продаж и повышение доходности.

В целом реализация маркетинговой функции в лизинговой компании АО «PAXTA LIZING» предусматривает следующие ключевые элементы:

1) Мониторинг рынка и потребителей лизинговых услуг. Это определяет способность компании к более гибкому маневрированию по отношению к потребностям своего клиента.

2) Воздействие на общественное мнение в виде формирования у потребителя представлений о привлекательности предлагаемых компанией лизинговых услуг.

На методику определения предполагаемой суммы маркетингового бюджета оказывает влияние специфика отрасли. Учитывая, что действия лизинговой компании определяются комбинацией двух направлений (увеличение объемов реализации услуг или повышение доходности), величина бюджета должна иметь ту же тенденцию, что и доходность лизинговой компании. Поэтому считается целесообразным определение величины бюджета поставить в зависимость от маржи лизинговой компании.

В целях обеспечения достижения плановых показателей необходимо выполнение следующих мероприятий:

1. **Активизация рекламной деятельности**

Одним из инструментов маркетинга, направленных на увеличение объемов сбыта продукции является стимулирование спроса и сбыта.

Рекламная деятельность пока практически отсутствует. Для изменения данного положения необходимо разработать цели рекламной деятельности, выбрать средства рекламы и наметить план рекламной компании. Для местного рынка цель рекламы будет информативная, т.е. ознакомление населения с качеством и составом и составом продукции, изменения цены и т.д. При этом нашей фирме целесообразно применять: товарную рекламу, которая ориентирована на контактную аудиторию с целью превращения ее в реальных потребителей; престижную рекламу, которая создает благоприятное впечатление о предприятии.

Для реализации этой цели необходимо применить следующие рекламные средства:

1. размещение объявлений в газетах об оптовой продаже продукции, рассылка презентационных листков потенциальным покупателям (оптовым базам, крупным магазинам);
2. регулярное участие в выставках и ярмарках на республиканском, региональном и федеральном уровнях;
3. важно также разработать такой стиль и образ упаковки, чтобы он обращал на себя внимание покупателей и был легко узнаваем.
4. регулярное размещение рекламных объявлений в популярных печатных изданиях, таких как «Престиж», «Оптовик» и другие.

Одной из основных проблем на сегодняшний день остается недостаточный уровень информированности потенциальных лизингополучателей о существующих лизингодателях и условиях предоставления ими лизинга. Это связано с отсутствием печатной продукции, рекламы и других средств распространения информации о лизинговых услугах, о положительных и отрицательных аспектах передачи имущества в лизинг. В основном, предпочтение отдается традиционным кредитам, тогда как в отдельных случаях лизинг является более удобной формой.

Условия жесткой конкуренции, сложившиеся сейчас на данном рынке, требуют уделять повышенное внимание разработке собственной маркетинговой и PR-стратегии. Продуманная PR - политика способствует созданию благоприятного имиджа компании и ее услуг, налаживанию более тесной связи с клиентами, банками, и как следствие, продвижению услуг.

Перед АО «PAXTA LIZING» стоят следующие задачи PR-стратегии услуг:

* Создание благоприятного информационного климата для Компании;
* Продвижение новых лизинговых продуктов;
* Стимулирование сбыта лизинговых услуг;
* Создание положительного особенного имиджа надежной компании;
* Расширение целевой аудитории;
* Получение преимуществ в конкурентной борьбе.

Инструменты PR-деятельности АО «PAXTA LIZING»:

* Использование бренда, репутации компании;
* Подача информации при помощи деловых изданий в СМИ;
* Проведение пресс-конференций, круглых столов, презентаций и других мероприятий с последующим освещением в прессе;
* Присвоение рейтинга тем или иным рейтинговым агентством;
* Спонсорство;
* Использование возможностей Интернет.

В целях формирования спроса и повышения эффективности работы с клиентами планируется издать рекламный буклет, который будет распространяться среди потенциальных клиентов.

Кроме этого, производимая продукция будет выставляться на специализированных выставках и ярмарках, организуемых в г.Ташкенте и других регионах.

1. **Поиск новых крупных заказчиков.**

Особое внимание будет уделено распространению лизинговых услуг.

Новыми потенциальными клиентами будут являться как предприятия сельскохозяйственного направления деятельности, так и предприятия других отраслей экономики, такие, как строительные, дорожно-строительные, перерабатывающие предприятия, а также предоставления в лизинг пассажирского и грузового автотранспорта, а также оборудования для пищевой и легкой промышленности.

Дальнейшая диверсификация видов передаваемого в лизинг имущества, направленных на использование в различных отраслях производства и оказания услуг, безусловно, будет иметь положительное влияние на развитие Компании в целом.

Способы привлечения клиентов:

* сотрудничество с поставщиками оборудования;
* клиентура банка-учредителя;
* партнеры действующих лизингополучателей;
* кооперация со страховыми компаниями;
* реклама в СМИ и Интернете.

Источники финансирования лизинговых сделок:

* собственные средства лизинговой компании;
* кредиты от банка- учредителя;
* коммерческие кредиты поставщиков оборудования;
* кредиты других коммерческих банков.

**III. Расширение сети оптовой торговли.**
В целях увеличения объемов продаж имеющейся на складах продукции планируется привлечение на договорной основе оптово-торговые предприятия.

**3.3. Улучшение системы взаиморасчетов с поставщиками и подрядчиками, а также заказчиками и потребителями**

В целях улучшения системы взаиморасчетов, особое внимание будет уделено своевременным расчетам с покупателями, поставщиками и подрядчиками. По просроченной дебиторской задолженности исполнительным органом будут оперативно приниматься меры по ее взысканию в судебном порядке.

Информация о своевременности взаиморасчетов, размерах дебиторской и кредиторской задолженности, а также мерах принимаемых для предотвращения просрочки будет вноситься на рассмотрение Наблюдательного совета ежеквартально.

**3.4. Новые направления деятельности**

Планируется осуществление комплекса услуг Клиентам, включающих в себя:

* осуществление среднесрочного и долгосрочного финансирования;
* поиск и продвижение прогрессивных технологических процессов и оборудования;
* обеспечение субъектов МСБ на условиях лизинга оборудованием;
* маркетинговые исследования зарубежных рынков, отбор и поставка в республику новейших технологий и оборудования, соответствующих мировым стандартам;
* поиск кредитных ресурсов под конкретный инвестиционный проект;
* поиск поставщиков оборудования и достижение оптимальных условий поставки и оплаты оборудования;
* организацию и взаимодействие с финансовыми институтами при оформлении кредита;
* методическую и практическую консультативную помощь предпринимателям;
* совместную реализацию с банками, лизинговыми компаниями и другими финансовыми структурами крупных лизинговых проектов, предусматривающих многоканальное финансирование;
* совместная работа со страховых компаний по страхованию оборудования, переданного в лизинг;
* сопровождение лизингового проекта в течение всего срока лизинга, в том числе помощь в ведении бухгалтерского учета лизинговых операций.

Кроме того, планируется внедрение таких услуг, как:

* Лизинг недвижимости и коммерческого автотранспорта;
* Возвратный лизинг: недвижимости, оборудования, автотранспорта, техники, прочих объектов коммерческой деятельности;
* Консультационная деятельность.

Поскольку основной канал сбыта - с оптового склада фирмы, то основными методами стимулирования продаж являются:

* использование фирменной упаковки;
* стимулирование собственного торгового персонала фирмы, то есть получение премии менеджерам по сбыту в размере определенного процента (3-5%) от сбытовой партии товара.

**3.5. Оптимизация ценообразования**

Цена должна обеспечить реализацию продукции (товара) и прибыль. Вместе с тем она является важным рычагом в конкурентной борьбе. Это значит, что при ее установлении следует знать цену и поведение конкурентов. Для достижения конкурентного успеха и получения запланированной прибыли при необходимости снижения цен предприятие должно систематически изыскивать резервы сокращения затрат. В условиях конкуренции важно овладеть искусством оперативного маневрирования ценами с учетом изменения поведения партнеров, рыночной конъюнктуры, условий производства и реализации товара. Следовательно, цена должна быть динамичной, гибко реагируя на различные экономические изменения на рынке потребительских товаров.

Как уже упоминалось, стратегией маркетинга предприятия в области цен является ценовая конкуренция: политика фирмы строиться на принципах установления цен готовой продукции на 5 - 10 % ниже среднерыночных. Однако уменьшение торговой наценки ниже 20% делает работу оптовой сети невыгодной, что доказывает опыт предыдущих лет деятельности фирмы.

В случае монополистической конкуренции организация должна делать свой товар наиболее привлекательным для потребителя, чем аналогичный товар конкурентов. Для упрощения задачи целесообразно придерживаться стратегии сегментации рынка.

Планируется постоянный мониторинг изменения рыночных цен на виды продукции, и осуществление процесса гибкого ценообразования на них, исходя из спроса и предложения.

Особое внимание будет направлено на снижение цен на товарно-материальные ресурсы, не реализованные в течение длительного времени и не пользующиеся спросом у потребителей.

3.6. Финансовый план

Финансовый план опирается на комплексные расчеты, сделанные на Предприятии при построении каждого из планов на основании заложенных в них мероприятиях, а также себестоимости и сметы расходов аппарата управления. В 2016 году планируется получить следующие финансовые результаты, изложенные ниже в таблицах.

**Прогноз финансового результата АО «PAXTA LIZING» на 2018 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **I квартал** | **II квартал** | **III квартал** | **IV квартал** | **ВСЕГО на год** |
| Объем продаж | 10 500 000,00 | 10 200 000,00 | 9 800 000,00 | 10 500 000,00 | 41 000 000,00 |
| Себестоимость | 9 130 434,78 | 8 869 565,22 | 8 521 739,13 | 9 130 434,78 | 35 652 173,91 |
| Валовой доход | 1 369 565,22 | 1 330 434,78 | 1 278 260,87 | 1 369 565,22 | 5 347 826,09 |
| Прочие доходы | 125 000,00 | 125 000,00 | 125 000,00 | 125 000,00 | 500 000,00 |
| Всего чистого дохода | 1 494 565,22 | 1 455 434,78 | 1 403 260,87 | 1 494 565,22 | 5 847 826,09 |
| Расходы периода | 512 500,00 | 512 500,00 | 512 500,00 | 512 500,00 | 2 050 000,00 |
| административные расходы и производственные расходы | 70 000,00 | 70 000,00 | 70 000,00 | 70 000,00 | 280 000,00 |
| расходы по реализации | 30 000,00 | 30 000,00 | 30 000,00 | 30 000,00 | 120 000,00 |
| Зарплата персонала | 50 000,00 | 50 000,00 | 50 000,00 | 50 000,00 | 200 000,00 |
| Премии и надбавки | 20 000,00 | 20 000,00 | 20 000,00 | 20 000,00 | 80 000,00 |
| Питание и проездной | 9 015,00 | 9 015,00 | 9 015,00 | 9 015,00 | 36 060,00 |
| ЕСП | 11 852,00 | 11 852,00 | 11 852,00 | 11 852,00 | 47 408,00 |
| Всего расходы на персонал | 90 867,00 | 90 867,00 | 90 867,00 | 90 867,00 | 363 468,00 |
| Амортизация ОС | 25 000,00 | 25 000,00 | 25 000,00 | 25 000,00 | 100 000,00 |
| Валовая прибыль | 766 198,22 | 727 067,78 | 674 893,87 | 766 198,22 | 2 934 358,09 |
| Налог на доход (прибыль) | 525 000,00 | 510 000,00 | 490 000,00 | 525 000,00 | 2 050 000,00 |
| **Чистая прибыль** | 241 198,22 | 217 067,78 | 184 893,87 | 241 198,22 | 884 358,09 |

3.7. Программа уменьшения рисков

Предприятие подвержено самым разнообразным рискам, связанным с утратой денег и имущества, работники предприятия подвержены риску потери трудоспособности. Глубокий анализ рисков связан с математическим моделированием и сложными расчетами.

В бизнес-плане требуется оценить, каким типам рисков подвержено будущее предприятие, каков возможный ущерб от наступления неблагоприятных событий, в какой момент они могут произойти.

Все вероятные риски предлагается разделить на две категории: наносящие наибольший ущерб (т.е. наиболее вероятные или имеющие серьезные последствия) и те, ущерб от которых не оказывает серьезного влияние на деятельность предприятия (менее вероятные и приносящие небольшой убыток).

От рисков, отнесенных к первой категории, необходимо застраховаться. При этом следует учесть момент вероятного наступления неблагоприятного события. Заключение договоров страхования учитывается при определении стоимости проекта. Возможные потери от рисков, отнесенных ко второй категории, следует уменьшить путем проведения мероприятий по профилактике. Например, в отдельных случаях установление противопожарной сигнализации обходится дешевле, чем страховка на случай пожара.

Выводом по этому разделу является перечень страховых договоров и суммарная стоимость страховой защиты.

В Узбекистане действует система обязательного социального страхования работников, предусмотрены отчисления в обязательные страховые фонды: пенсионный фонд, фонд обязательного медицинского страхования, фонд социального страхования и фонд занятости населения. Эти расходы должны быть предусмотрены в бизнес-плане.

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

Разработанная программа защиты рисков не включает мероприятий по защите от риска капитальных вложений и риска «форс-мажорных обстоятельств». Эти риски не зависят от деятельности руководства Общества.

Рыночный риск (отсутствие рынка) - постоянное улучшение качества оказываемых услуг, совершенствование ассортимента и номенклатуры предлагаемой продукции, широкая рекламная компания и другие маркетинговые мероприятия позволят обеспечить рост рынка сбыта услуг Предприятия.

Риск потери имущества (пожар, кража) – все здания Предприятия и его склады снабжены системой пожарной и охранной сигнализации, склады снабжены противопожарным оборудованием.

Риск потери времени (отсутствие продукции, несвоевременная доставка поставщиками и т.д.). Обязанностью службы маркетинга является сбор информации для обеспечения заключение договоров на поставку оборудования и техники в необходимом количестве и качестве. Планируется разработка и строгое соблюдение графика поставки оборудования.

Риск неисполнения обязательств - высокое качество услуг, хорошая организация производства позволит нам выполнить свои обязательства перед клиентами, строго выдерживать сроки поставки техники и оборудования и недопущение его отсутствия на складах. Кроме того, планируется осуществление следующей стратегии бизнеса в условиях возможных неплатежей клиентов:

* высокий аванс — от 30%;
* Повышение требований к финансовому состоянию потенциальных лизингополучателей с положительной кредитной историей;
* Сокращение сроков лизинга (до 3-х лет);
* повышение процентной ставки по договору для эффективного управления портфельным риском;
* эффективная работа по изъятию имущества при неплатежах;
* отлаженная система продажи изъятой техники;
* применение всех возможных видов обеспечения сделки и эффективная работа по реализации обеспечения в случае неплатежей.

Проанализировав все возможные риски, руководство Общество планирует заключение соответствующих договоров со страховыми компаниями.

Остальные риски будут компенсированы мероприятиями по предотвращению потерь.