Стратегия Развития Акционерного Общества

Цель:

* Улучшение качество выпускаемой продукции.
* Повышение квалификации персонала.
* Обеспечение стабильно высоких производственно-экономических показателей.
* Снижение себестоимости продукции.
* Своевременное обновление изношенного оборудования.
* Модернизация и реконструкция производства.

**Краткий обзор рынка**

Перспективы сбыта основной и побочной продукции модернизируемого предприятия определяются текущей конъектурой и тенденциями развития: рынка спирта этилового ректификованного, рынка углекислоты и кормов для животноводства (барда жидкая).

Потребителями спирта качества «Люкс» в регионе являются:

* Пищевая промышленность;
* Фармацевтические предприятия;
* Парфюмерные предприятия;
* Медицинские учреждения.

Кроме того, в настоящее время резко возросло использование углекислоты в технических целях.

Сивушное масло используется в лакокрасочной промышленности. Опыт работы показал заинтересованность потребителей в приобретении всего объема вырабатываемого сивушного масла.

**Конкурентоспособность**

Технология производства спирта на заводах АО «Коканд спирт» (2685 тыс. дал/год), АОЭП «Бектемир -спирт» (1235 тыс. дал/год) аналогична технологии производства спирта из крахмального сырья. На АО «Андижон биокимё заводи» (1600 тыс. дал/год) технология основана на ферментационном гидролизе крахмала, прошедшего вводно-тепловую обработку и сбраживания образующихся сахаров дрожжами.

Конкурентными преимуществами модернизируемого предприятия являются:

* Новизна технологии и оборудования;
* Высокое качество продукции;
* Эффективное использование сырья, реализация побочных продуктов, экологически чистое производство;
* Близость к предприятиям-потребителям продукции.

**Стратегиямаркетинга.**

В течение расчетного периода планируется реализовать всю производимую основную и побочную продукцию потребителям Республики Узбекистан. Отношения с потребителями будут строиться на основе долгосрочных договоров, в которых будут прописаны график и условия поставок, включая ценовые взаимоотношения.

Такие взаимоотношения с клиентами позволят наладить стабильное и предсказуемое производство, и сбыт продукции.

Договора будут заключаться напрямую с конечными потребителями на ежеквартальных ярмарках по реализации спирта пищевого, минуя посредников.

Ценовая конъюнктура регулируется Министерством Финансов Республики Узбекистан.

Ответственность за сбытовую и маркетинговую деятельность возложена на отдел сбыта, основными функциями которого являются:

* Отслеживание рыночных цен на основной и побочные продукты, конъюнктуры спроса и предложения и изменений государственной политики в сфере регулирования отрасли;
* Установление и поддержание долгосрочных договорных отношений с клиентами.

**Прогноз технико-экономических показателей общества**

**на 2016-2020 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | показатели | Прогноз (млн. сум) | | | | |
| 2016г | 2017г | 2018г | 2019г | 2020г |
| 1 | Объем выпускаемой продукции в действующих ценах | 51419 | 53475 | 55565 | 57676 | 59752 |
| 2 | Объем выпускаемой продукции в сопоставимых ценах | 49589 | 51578 | 53599 | 55630 | 57644 |
| 3 | Товары народного потребления | 1400 | 1430 | 1480 | 1540 | 1580 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Номенклатура |  |  |  |  |  |
| 4 | Пищевой спирт ректификат | 1200 | 1250 | 1300 | 1350 | 1400 |
| 5 | Технический спирт | 39,3 | 40 | 41 | 42 | 43 |
| 6 | Тепло-энергия | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Использование мощности | 66,3 | 69,1 | 71,8 | 74,6 | 77,3 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Рентабельность | 30,1 | 30,6 | 31 | 31 | 31 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Прогноз деятельности финансовых результатов общества**

**на 2016-2020 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | показатели | Прогноз (млн. сум) | | | | |
| 2016г | 2017г | 2018г | 2019г | 2020г |
| 1 | Чистая выручка от реализации | 51419 | 53475 | 55565 | 57676 | 59752 |
| 2 | С/с реализованной продукции | 39525 | 40958 | 42421 | 44015 | 45600 |
| 3 | Валовая прибыль от реализации | 11894 | 12517 | 13144 | 13661 | 14152 |
| 4 | Расходы периода-всего | 7723 | 8594 | 9288 | 9763 | 10071 |
|  | В т.ч. расходы по реализации | 100 | 109 | 114 | 120 | 125 |
|  | административные расходы | 2358 | 2831 | 3255 | 3451 | 3643 |
|  | прочие операционные | 5264 | 5654 | 5919 | 6192 | 6303 |
| 5 | Прочие доходы | 346 | 480 | 560 | 630 | 700 |
| 6 | Расходы по фин. деятельности | 564 | 361 | 159 | 7 |  |
| 7 | Прибыль до уплати налогов | 3953 | 4042 | 4257 | 4521 | 4781 |
| 8 | Налог на прибыль | 296 | 305 | 320 | 343 | 354 |
| 9 | Прочие налоги | 293 | 299 | 315 | 334 | 354 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Чистая прибыль | 3364 | 3438 | 3622 | 3844 | 4073 |

**Мероприятия для достижения стратегий**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | показатели | 2017г | 2018г | 2019г | 2020г |
| 1 | Приобрести для производства спирта из зерна |  |  |  |  |
|  | 3-пластин. теплообменник | 269,0 | 269,0 |  |  |
|  | 2-пластин. теплообменник |  |  | 180,0 | 180,0 |
|  | молотковая дробилка | 112,0 |  |  |  |
|  | зерноочистительный сепаратор | 100,0 |  |  |  |
|  | насосы |  | 24,0 | 24,3 | 12,7 |
| 2 | Приобрести для паросилового цеха |  |  |  |  |
|  | Питательный насос |  | 24,0 |  |  |
|  | Новый паровой котел 25тн | 500,7 |  |  |  |
| 3 | Для очистных сооружений |  |  |  |  |
|  | турбовоздуходувка |  |  |  | 50,0 |
| 4 | Для участка водоснабжения |  |  |  |  |
|  | Насос ЭЦВ 10-160 |  |  |  | 30,0 |
| 5 | Общезаводские |  |  |  |  |
|  | Фото электрическая станция |  | 200,0 |  |  |
|  | АСУ энергопотреблением |  |  | 220,0 |  |