

Индекс УДК публикации 630. 79

БИЗНЕС – ПЛАН ЛЕСОПИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Ергина Ю. Н.

Северный (Арктический) федеральный университет, Высшая школа естественных наук и технологий (163000, Архангельск, наб. Северной Двины,17),

e-mail: iuliaergina@yandex.ru

Аннотация. Архангельская область – крупнейший регион по производству лесных перерабатывающих материалов, это основной производитель и экспортёр лесной продукции. В данной статье речь пойдёт о бизнес-плане лесопильного производства в условиях Архангельской области. Основное направление предприятия – производство бруса и технологической щепы. Продукция планируется производиться на минипилораме «АрхПил» фирмы «HUSQVARNA». Лесопильное предприятие будет расположено в посёлке Сельменга, Виноградовского района Архангельской области. Руководитель предприятия Мальков Н. П. Главная цель такого бизнеса – получение прибыли за счёт производства и реализации конкурентоспособной продукции. ИП Мальков будет использовать метод ценообразования в пределах цен конкурентов. В сочетании с высоким качеством данный метод обеспечит нам успех. Также представлен план маркетинга лесопильно-перерабатывающего предприятия. ИП Мальков имеет постоянного покупателя продукции ОАО «Арктический ЛПХ» (он же является поставщиком сырья для ИП Малькова). Подробно описан план производства, его преимущества и недостатки. Приведена оценка инвестиционной привлекательности такого проекта. Инвестиции в условиях сегодняшней рыночной экономики являются важным аспектом бизнеса. Для данного предприятия очень важно определить финансовую значимость инвестиций, проанализировать их с разных сторон.

Ключевые слова: бизнес-план, лесопильное производство, ценообразование, маркетинг, производство бруса.

BUSINESS PLAN SAWMILL PRODUCTION – IN THE ARKHANGELSK REGION

Ergina Y.N.

Northern (Arctic) Federal University, graduate school of natural science and technology (163000, Arkhangelsk, Severnaya Dvina emb, 17),

e-mail: iuliaergina@yandex.ru

Arkhangelsk region is the largest region for the production of forest processing materials, it is the main producer and exporter of forest products. In this article we will focus on the business plan of sawmill production in the Arkhangelsk region. The focus of the company is production of timber and industrial chips. The products will be made on minipilorama "ArhPil" company "HUSQVARNA". The sawmill will be located in the village of Selmenga, Vinogradovsky district of the Arkhangelsk region. The head of the company Malrov N. P. The main goal of this business is to make a profit through the production and sale of competitive products. IP Malkov will use the method of pricing within the prices of competitors. In combination with high quality, this method will ensure our success. The marketing plan of the sawmill is also presented. IP Malkov has a regular buyer of products of JSC "Arctic LPH" (he is also a supplier of raw materials for IP Malkov). The production plan, its advantages and disadvantages are described in detail. Given the rating of investment attractiveness of this project. Investment in today's market economy is an important aspect of business. For this enterprise it is very important to determine the financial importance of investments, to analyze them from different sides.

The key words: business plan, sawmill production, pricing, marketing, timber production.

Частный предприниматель Мальков желает организовать новый цех, который будет заниматься распиловкой древесины (пиловочника), основным конечным продуктом которой будет являться брус.

Предприятие будет расположено в Архангельской области, Виноградовском районе, п. Сельменьга (рис.1).

Посёлок расположен на правом берегу Северной Двины. Численность населения по данным 2018 года составляет 1024 человека [1].

Лесозаготовка здесь занимает одну из лидирующих позиций. Там же располагается лесопромышленный комплекс ООО «Сельменьгалес».



Рис.1. п. Сельменьга, Виноградовский район

В руководящий состав предприятия входит один человек – сам руководитель, который выполняет обязанности руководителя и бухгалтера. Он выполняет и организаторские функции. Рабочий состав предприятия составляют два человека, занятых непосредственно на производстве.

Предприятие будет действовать по одному основному направлению на рынке: производство бруса и технологической щепы. Выпускаемая продукция будет производиться на минипилораме «АрхПил» фирмы Хускварна.

Основными потребителями продукции ИП Малькова будет ОАО «Арктический ЛПХ». Основными конкурентами фирмы на рынке труда будут: ИП Марков и ООО «Северный».

Для продвижения товара на рынок ИП проведёт рекламную кампанию, в которую будет входить реклама на радио, телевидении, в печатных организациях, а также щитовая реклама на улице.

ИП Мальков будет использовать метод ценообразования в пределах цен конкурентов.

Необходимый размер инвестиций составляет 282 000 руб. на приобретение основных средств (минипилорама «АрхПил», бензопила Husqvarna 395 XP, средства защиты, рама), затраты на оборотные средства.

Планируемый срок реинвестирования средств составляет 1 год 3 месяца.

Ожидаемая ежемесячная чистая прибыль будет составлять 16489,77 руб.

Ниже приводится описание товара.

Планируется организация нового производства. Частный предприниматель Мальков желает организовать новый цех, который будет заниматься распиловкой древесины (пиловочника), основным конечным продуктом будет являться брус. Параметры производимого бруса следующие: длина – 6 метров, размер поперечного сечения – 150×150 мм.

Предполагается, что спрос на данный вид изделия существует и поэтому проблем со сбытом готовой продукции не предвидится. Ориентировочно, цена реализации 1м³ бруса будет составлять 2000 руб.

Главной целью настоящего бизнеса является получение прибыли за счет производства и реализации конкурентоспособной продукции.

В таблице 1 представлены преимущества и недостатки товара.

Таблица 1. Преимущества и недостатки товара.

Преимущества по сравнению с конкурентами	Недостатки	Меры по преодолению недостатков
1. Использование сырья местных производителей	1. Плохая известность марки	Использование производственных мощностей с полной отдачей Налаживание сбыта продукции
2. Удобное месторасположение склада	2. Отсутствие большой сбытовой сети	через оптовиков Проведение рекламной кампании
3. Сбыт на местном рынке	3. Небольшие объёмы производства	

--	--	--

Специфика производимой продукции показывает полную ненужность послепродажного и послегарантийного обслуживания товара.

Предприятие будет работать в пяти дневном рабочем режиме, одна восьмичасовая смена.

Планируемый объём производства бруса – 54 м³ в месяц. Продажа готовой продукции будет осуществляться на месте производства. Основной покупатель – ОАО «Арктический ЛПХ». По условиям контракта, ОАО «Арктический ЛПХ» обязуется отпускать ИП Малькову пиловочник первого сорта по цене 550 рублей за 1 м³. Предусмотрена рассрочка платежа. Продажа пиловочника будет проходить в лесной делянке. Со своей стороны, ИП Мальков продаёт готовую продукцию – брус четырехкантный 6000×150×150 мм по договорной цене (рис.2) [2].



Рис.2. Брус четырехкантный

Предлагается план маркетинга лесопильно-перерабатывающего предприятия в условиях Архангельской области.

ИП Мальков Н. П. будет использовать метод ценообразования в пределах цен конкурентов. В сочетании с высоким качеством данный метод обеспечит успех.

Как уже было сказано выше, ИП Мальков имеет постоянного покупателя продукции ОАО «Арктический ЛПХ» (он же является поставщиком сырья для ИП Малькова). Наличие постоянного покупателя, который по условиям договора обязан покупать производимую продукцию в полном объёме, делает рекламную кампанию на данном этапе деятельности не нужным.

Выпускаемая продукция будет производиться на минипилораме «АрхПил» фирмы Хускварна.

При выборе средства производства бруса стоял вопрос о виде минипилорамы – карбюраторная или электрическая. Выбор был сделан в пользу карбюраторной, что позволило установить её прямо в делянке, что снизило себестоимость продукции из-за снижения транспортных расходов [3].

Технико-технические характеристики пилорамы приведены в таблице 2.

Таблица 2. Технико-технические характеристики минипилорамы «АрхПил».

№ п/п	Наименование	АрхПил
1	Мощность	9,6 кВт
2	Ширина пиления	50см
3	Длина пиления	5,2м
4	Скорость ленты	35 м/с
5	Длина ленты	3570мм
6	Ширина ленты	35мм
7	Толщина ленты	1,0мм
8	Диаметр бревна	70см
9	Длина рельса	2*3,0м
10	Масса	184кг

Передвижная минипилорама АрхПил фирмы "Хускварна" существуют в двух вариантах: бензопроводом и электроприводном, поэтому имеется возможность самим определить место, где будет проходить распиловка древесины. С бензопроводной пилорамой можно распиливать прямо на месте заготовки древесины. А с электрической пилорамой можно выбирать между работой в помещении или под открытым небом.

Передвижная минипилорама облегчат распиловку древесины везде, где вам необходимо. Распиловка бревна производится ленточной пилой, передвигаемой по рельсам-направляющим. Привод – мощный, надежный 13л.с. четырехтактный двигатель марки Хонда.

Преимущества такой пилорамы:

- Полотно пилы надежно закрыто, и лишь одна секция оставлена открытой.
- Ручная система управления с легко доступными органами управления.
- Обычная транспортировка [4].

Практически все предприятия в той или иной степени связаны с инвестиционной деятельностью, несмотря на крайнюю ограниченность инвестиционных ресурсов для российской экономики. Поэтому для многих предприятий очень важно определить целесообразность тех или иных финансовых решений в отношении инвестиций. Анализ инвестиций можно рассматривать с различных сторон.

Во-первых, анализ направлений вложения денежных средств в реальные активы с точки зрения менеджеров компании (анализ инвестиционных проектов).

Во-вторых, анализ направлений вложений денежных средств в финансовые активы (акции предприятия) с точки зрения инвесторов, в этом случае само предприятие становится объектом инвестиционного анализа.

Для анализа эффективности вложений в реальные и финансовые активы используются различные критерии инвестиционной привлекательности проектов. Эти критерии можно подразделить на две группы в зависимости от учета временного параметра:

1) критерии, основанные на дисконтированных оценках (чистый приведенный эффект, индекс рентабельности инвестиций, внутренняя норма прибыли, модифицированная норма прибыли, дисконтированный срок окупаемости);

2) критерии, основанные на учетных оценках (срок окупаемости инвестиций, коэффициент эффективности инвестиций).

Данный показатель может быть рассчитан как с учетом временного аспекта, так и без его учета. В последнем случае, если доход распределен по годам равномерно, то срок окупаемости (PP) определяют как отношение единовременных затрат к величине годового дохода, обусловленного ими.

Рассчитаем срок окупаемости инвестиций по данным, приведенным в таблице 3.

Таблица 3. Данные для расчета срока окупаемости инвестиций

Показатели	Период, лет					

	0	1	2	3	4	5
Денежный поток, тыс.руб.	(1400)	200	300	600	700	800
Накопленный денежный поток, тыс.руб.	(1400)	-1200	-1100	-800	+700	+600

Кумулятивный метод расчета периода окупаемости показал, что проект окупается в четвертом году.

Нередко показатель РР рассчитывают более точно, т.е. рассматривают и дробную часть года. В этом случае используют следующую формулу:

$$PP = Y + CF_1 / CF_2,$$

где: Y – год, предшествующий году окупаемости;

CF₁ - невозмещенный денежный поток на начало года;

CF₂ - приток денежных средств в течение года. Для рассматриваемого примера, применяя вышеприведенную формулу, получим срок окупаемости 4 года.

$$PP = 3 + 700/700 = 4 \text{ (4) года}$$

В случае учета временного фактора при расчете срока окупаемости (DPP) в рассмотренных методах используют дисконтированные денежные потоки.

Например, расчет DPP без учета дробного числа осуществляется кумулятивным методом в таблице 4.

Таблица 4. Данные для расчета DPP кумулятивным методом

Показатели	Период, лет					
	0	1	2	3	4	5
Денежный поток, тыс.руб.	(1400)	200	300	600	700	800
Дисконтированные денежные потоки (PV) при r=9%, тыс.руб.	(1400)	183	252	463	496	523
Накопленный дисконтированный денежный поток, тыс.руб.	(1400)	-1217	-1148	-937	-904	+

Для более точного расчета используем дисконтированные денежные потоки и следующую формулу:

$$DPP = Y_d + PV_1 / PV_2,$$

где: Y_d - год, предшествующий году окупаемости с учетом дисконтированного денежного потока;

PV_1 - невозмещенная стоимость на начало года;

PV_2 - дисконтированный денежный поток денежных средств в течение года.

$DPP = 4 + \quad / \quad = (5)$ лет

Показатели периода окупаемости характеризуют, прежде всего, не прибыльность проекта, а его ликвидность.

Первая точка зрения: проект принимается, если он окупается. Вторая точка зрения: проект принимается, если срок окупаемости не превышает установленного лимита инвесторов [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Википедия. Сельменьга [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 18.06.2019)
2. Портал о малом бизнесе. Бизнес-план лесопилки [Электронный ресурс]. URL: <https://abcbiznes.ru/sample-business-plans/536-biznes-plan-lesopilki.html> (дата обращения: 18.06.2019)
3. Специфика сотрудничества с личными подсобными хозяйствами (ЛПХ) [Электронный ресурс]. URL: <https://kalina-malina.ru/upload/iblock/5fb/5fba78f96cee007396cc21fd231db602.pdf> (дата обращения: 18.06.2019)
4. Черниговдеревпром. Ленточные пилорамы [Электронный ресурс]. URL: <http://chldp.com.ua/2016/02/04/lentochnye-pyloramuy/> (дата обращения: 18.06.2019)
5. Пластинин, А. В. Бизнес-план: экономическая эффективность инвестиций: учеб. пособие / Пластинин, А. В. – 2-е изд. – Архангельск: Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова, 2011. – 111 с.