

ЗАО «ШОРО»

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ



БИШКЕК 2011

Оглавление

Информация для инвесторов	3
2. Участники размещения и обращения облигаций	8
3. Вводная часть	9
3.1. Сведения о деятельности компании	9
3.2. Целевое назначение средств	11
4. Общее развитие рынка	12
4.1. Обзор рынка	12
4.2. Конкурентная среда	15
4.3. Позиции компании ЗАО «Шоро»	17
5. Информация о компании	18
5.1. История развития	18
5.2. Секреты успеха	20
5.3. Продукция компании	22
5.4. Дистрибуция продукции	27
5.5. Организационная структура ЗАО «Шоро»	29
5.6. Структура уставного капитала	29
5.7. Менеджмент компании	30
5.8. Общественная деятельность компании	33
6. Финансовый анализ	34
6.1. Анализ актива баланса	34
6.2. Анализ пассива баланса	36
6.3. Анализ доходов и расходов	39
6.4. Анализ ликвидности и платежеспособности	40
6.5. Анализ финансовой устойчивости	44
6.6. Анализ рентабельности	46
6.7. Анализ деловой активности	47
7. Анализ эффективности инвестиционного проекта	50
7.1. Выводы	55
8. Прогноз финансового состояния ЗАО «Шоро» на 2011 – 2014 гг.	56
9. Факторы риска	63

Информация для инвесторов

Для поддержания устойчивого развития экономики Кыргызстана очень важным фактором является наличие финансовых ресурсов, а значит, наряду с устойчивым банковским сектором необходимо создание хорошо диверсифицированной инфраструктуры финансовых посредников, главным элементом которого является рынок капиталов¹.

Рынки капиталов служат не только для обеспечения компаний дополнительным финансированием, но и создают условия для выхода к дешевым и долгосрочным финансовым ресурсам, поскольку на данном рынке аккумулируются внутренние сбережения без участия банков – посредников. В связи, с чем исключаются банковские комиссии, что приводит к уменьшению цены привлекаемого капитала.

В последнее время все большую популярность приобретают корпоративные облигации, как инструмент рынка капиталов, посредством которых эмитенты привлекают более дешевые средства, а инвесторы получают новый, высокодоходный инструмент вложения.

Таким образом, решение руководства ЗАО «Шоро» о выходе на фондовый рынок Кыргызстана для развития коммерческой и производственной деятельности свидетельствует о том, что компания Шоро одно из немногих отечественных предприятий, которое использует современные принципы ведения бизнеса и успешно применяет наиболее эффективные инструменты для дальнейшего развития.

Целью настоящего Меморандума является предоставление потенциальным инвесторам максимально полной информации об эмитенте² – ЗАО «Шоро» и выпускаемых им ценных бумагах, для принятия ими обоснованного инвестиционного решения.

Настоящий Инвестиционный Меморандум предоставляется в информационных целях. Он не является составной частью документов, подлежащих представлению в какие-либо регистрирующие или иные государственные органы Кыргызской Республики или какого-либо иностранного государства.

Для принятия решения потенциальным инвесторам рекомендуется также ознакомиться с Проспектом эмиссии облигаций, зарегистрированным решением Государственной службы регулирования и надзора за финансовым рынком при Правительстве КР от 12 сентября 2011 года с присвоенным регистрационным номером KG 0201103511.

Настоящий Инвестиционный Меморандум подготовлен ОсОО «IPF».

¹ Рынок капиталов – часть финансового рынка, на котором обращаются длинные деньги, то есть денежные средства со сроком обращения более года.

² Эмитент – организация, выпустившая (эмитировавшая) ценные бумаги для развития и финансирования своей деятельности.

1. Основные условия размещения облигаций

Эмитент	Закрытое Акционерное Общество «Шоро»
Размещаемые ценные бумаги	<p>Облигации ЗАО «Шоро», именные процентные облигации, в бездокументарной форме, с фиксированной процентной ставкой. Количество ценных бумаг, предполагаемых к публичному предложению 45 000 (сорок пять тысяч) экземпляров.</p> <p>Номинальная стоимостью 1000 (одна тысяча) сом.</p> <p>Процентная ставка 17 (семнадцать) процентов годовых.</p> <p>Срок обращения ценных бумаг 36 (тридцать шесть) месяцев.</p> <p>Минимальное количество ценных бумаг, продажа которых необходима эмитенту для признания публичного предложения ценных бумаг состоявшимся: 1 000 (Одна тысяча) экземпляров.</p>
Порядок определения дохода по каждой облигации	<p>Выплата доходов по облигациям производится в виде фиксированных процентов к номинальной стоимости облигации. Проценты по облигациям выплачиваются держателям облигаций денежными средствами в размере 17 (семнадцать) процентов годовых.</p> <p>Процентный доход по первому и второму процентным периодам рассчитывается по формуле:</p> <p>НПД = Nom * C1 * t / 360 / 100, где:</p> <p>НПД - накопленный процентный доход, сом; Nom - номинальная стоимость облигации, сом; C1 - размер годовой ставки процента по облигациям; t – Количество дней с даты приобретения облигации (либо с даты начала соответствующего процентного периода) до даты окончания процентного периода. При этом первый день (день приобретения облигации) и последний день (день выплаты), считаются одним днем.</p> <p>Процентный доход по последующим процентным периодам рассчитывается по формуле:</p> <p>НПД = Nom * C1 * 90 / 360 / 100, где:</p> <p>НПД - накопленный процентный доход, сом; Nom - номинальная стоимость облигации, сом; C1 - размер годовой ставки процента по облигациям.</p>

**Порядок и сроки
выплат дохода по
облигациям**

Начисление процентов осуществляется из расчета 30 дней в месяце, 360 дней в году.

Если дата окончания процентного периода по Облигациям выпадает на выходной день, независимо от того, будет ли это государственный выходной день или выходной день для расчетных операций, то выплата надлежащей суммы производится в первый рабочий день, следующий за выходным.

Владелец Облигации не имеет права требовать начисления процентов или какой-либо иной компенсации за такую задержку в платеже.

Начисление и выплата процентов владельцам облигаций осуществляется по окончании каждого соответствующего процентного периода:

- 1) Через 3 месяца с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания первого процентного периода);
- 2) Через 6 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания второго процентного периода);
- 3) Через 9 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания третьего процентного периода);
- 3) Через 12 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания четвертого процентного периода);
- 4) Через 15 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания пятого процентного периода);
- 5) Через 18 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания шестого процентного периода);
- 6) Через 21 месяц с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания седьмого процентного периода);
- 7) Через 24 месяца с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания восьмого процентного периода);
- 8) Через 27 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания девятого процентного периода);
- 9) Через 30 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания десятого процентного периода);
- 10) Через 33 месяца с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания одиннадцатого процентного периода);
- 11) Через 36 месяцев с Даты начала размещения облигаций (Дата окончания двенадцатого процентного периода).

Процентный доход выплачивается лицам, включенным в реестр облигационеров по состоянию за 3 (три) календарных дня до Даты окончания каждого соответствующего процентного периода.

На получение процентного дохода имеют право лица, которые приобрели

облигации не позднее, чем за 3 (три) календарных дня до Даты окончания текущего процентного периода.

Выплата процентного дохода по облигациям осуществляется наличными и по безналичному расчету в национальной валюте Кыргызской Республики. Процентный доход выплачивается в течение 15 (пятнадцати) календарных дней с Даты окончания каждого соответствующего процентного периода.

Условия погашения облигаций

Форма погашения облигаций: денежные средства.

Порядок и условия погашения облигаций, включая срок погашения: Дата погашения облигаций – по истечении 36 месяцев с Даты начала размещения облигаций.

Погашение облигаций по номинальной стоимости осуществляется в течение 10 (десяти) календарных дней после наступления даты погашения.

В течение данного периода начисление процентов, либо любая другая компенсация не будет производиться. Погашение облигаций по номиналу осуществляется денежными средствами.

Условия досрочного выкупа ценных бумаг эмитентом (пут – опцион)

В целях обеспечения ликвидности ценных бумаг Эмитент обязуется досрочно выкупить (погасить) размещенные облигации (пут-опцион) на общую сумму не более 30% от общей номинальной стоимости размещенных облигаций.

Действие пут-опциона вступает в силу с 1-го июня 2013 года.

Окончание действия пут-опциона 1-го октября 2013 года.

Цена облигации при ее досрочном погашении составляет: 1 000 (Одна тысяча) сом.

Для реализации своего права по досрочному погашению облигаций, владельцы (облигационеры) должны направить на имя Эмитента Заявление о досрочном погашении облигаций и выставить свои заявки (приказы) в торговой системе ЗАО «Кыргызская Фондовая Биржа» в период действия пут-опциона в целях аккумуляции Эмитентом средств, достаточных для выкупа. Для этого они могут обратиться к любому лицензированному участнику торгов ЗАО «Кыргызская Фондовая Биржа», заключить договор и оплатить услуги. Выкуп облигаций Эмитентом производится в срок не позднее 20-ти (двадцати) дней со Дня выставления заявки (приказа) в торговой системе ЗАО «Кыргызская Фондовая Биржа».

Проценты на предъявленные к погашению облигации, за период со Дня выплаты процентов за процентный период, предшествующий

выставлению заявки в торговой системе ЗАО «Кыргызская фондовая биржа», до Даты досрочного погашения предъявленных облигаций, не начисляются и не выплачиваются.

Условия досрочного погашения ценных бумаг эмитентом

Возможность частичного досрочного погашения ценных бумаг может быть определена Эмитентом по окончании девятого, десятого и одиннадцатого процентного периода.

Объем облигаций, который может быть погашен в каждый из указанных выше периодов, не должен быть менее 25% общей номинальной стоимости выпущенных облигаций.

Решение Эмитента о досрочном частичном погашении облигаций в дату окончания процентного периода, в которую определена возможность досрочного частичного погашения облигаций по усмотрению Эмитента, принимается не позднее, чем за 20 (Двадцать) рабочих дней до даты окончания данного процентного периода.

Факт приобретения облигаций будет означать согласие приобретателя облигаций с возможностью их частичного досрочного погашения по усмотрению Эмитента.

Раскрытие информации о досрочном погашении облигаций Эмитентом осуществляется в форме сообщения о существенном факте в соответствии с п. 13 настоящего проспекта.

В случае досрочного погашения ценных бумаг Эмитентом начисление процентов в последующие за досрочным погашением процентные периоды осуществляется на величину оставшейся непогашенной части номинальной стоимости ценных бумаг.

Порядок налогообложения доходов по облигациям

В соответствии с законодательством Кыргызской Республики не подлежат налогообложению доходы, по облигациям компаний находящихся на день реализации в листинге фондовых бирж по наивысшей и следующей за наивысшей категориями листинга, согласно ст. 167, 189 НК КР.

Доходы по облигациям ЗАО «Шоро» не подлежат налогообложению, поскольку компания вошла в категорию «Blue Chips»³, которая считается категорией листинга, следующей за наивысшей.

³ Blue Chips - голубые фишки, ценные бумаги наиболее крупных, ликвидных и надёжных компаний со стабильными показателями получаемых доходов и выплачиваемых дивидендов.

2. Участники размещения и обращения облигаций

Эмитент



Закрытое Акционерное Общество «Шоро».
Юридический адрес: Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Осмонкула, 344а.
Телефон: +996 (312) 36 14 39. Факс: +996 (312) 36 14 25
e-mail: office@shoro.kg
Официальный сайт: www.shoro.kg
Основной вид деятельности: производство и реализация национальных, газированных и негазированных напитков в Кыргызской Республике и за ее пределами.

Андеррайтер выпуска



Общество с Ограниченной Ответственностью Финансовая Компания «СЕНТИ»,
Юридический адрес: 720001, Кыргызская Республика, г. Бишкек пр. Чуй 219, 9-этаж
Телефон: +996 (312) 61 46 21; моб.: +996 (515) 77 14 76
Факс: +996 (312) 61 00 25;
e-mail: senti@senti.kg
Официальный сайт: www.senti.kg
Лицензия НКРЦБ №36 от 8 января 1999 г. на право ведения брокерской, дилерской деятельности и деятельности в качестве

Торговая площадка



Закрытое Акционерное Общество «Кыргызская фондовая биржа».
Юридический адрес: Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Московская, 172
Тел.: +996 (312) 35-30-22
Официальный сайт: www.kse.kg

Реестродержатель

Общество с Ограниченной Ответственностью «Реестродержатель».
Юридический адрес: Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Нарвская, д. 86, кв. 51,
Тел.: +996 (312) 90 13 21; факс: +996 (312) 90 08 98
Регистрационный номер: № 116763-3301-000 от 13.05.2011 г.;
Лицензия выдана Государственной службой регулирования и надзора за финансовым рынком при Правительстве КР. Серия ЦБ 0123 от 01.07.2011 года.

3. Вводная часть

3.1. Сведения о деятельности компании

Основная деятельность ЗАО «Шоро» заключается в производстве:

- натуральных продуктов питания приготовленных из коровьего молока и злаковых культур методом сквашивания;
- производство газированных и не газированных минеральных вод, полученных из самых чистых источников на территории Кыргызстана.

С каждым днем популярность национальных напитков древних – кыргызских кочевников растет все больше и больше. Многие компании в конкурентной борьбе хотят завоевать право быть первыми на отечественном рынке по производству национальных напитков. Однако на протяжении многих лет бесспорным лидером на этом рынке остается компания ЗАО «Шоро».

В настоящий момент, компания по праву может считаться мультибрендовой⁴, поскольку является единственным производителем национальных напитков "Максым Шоро", «Чалап-Шоро» и «Жарма-Шоро», кумыса, а также производителем чистейших негазированных и газированных вод.

Миссией компании «Шоро» является стремление к процветанию Кыргызстана путем производства товаров и предоставления услуг, пропагандирующих здоровый образ жизни, используя местные ресурсы и технологии ноу – хау⁵.

На современном этапе развития, компания ставит перед собой следующие стратегические цели:

- модернизация и автоматизация на всех уровнях производства;
- территориальное присутствие на рынках республики Казахстана, Российской Федерации, Узбекистана, ОАЭ;
- расширение продуктовой линейки брендов компании;
- ребрендинг⁶ национальных напитков и обеспечение экспорта на внешние рынки.

Компания, одной из первых производителей минеральных вод в Кыргызстане получила Сертификат системы менеджмента качества при поддержке Кыргызстандарта и Правительства Малайзии, гарантирующий высокое качество выпускаемой продукции.

Посредством усовершенствования механизированного производства напитка «Максым Шоро», компания смогла предложить потребителям качественный напиток с длительным сроком хранения, поскольку национальные напитки являются напитками брожения, с коротким сроком хранения.

⁴ Мультибрендовая компания – компания владеющая большим количеством брендов.

⁵ Ноу Хау (от англ. *know how* — знаю как) или секрет производства — это сведения любого характера (изобретения, оригинальные технологии, знания, умения и т. п.), которые охраняются режимом коммерческой тайны и могут быть предметом купли-продажи.

⁶ Ребрендинг (англ. *rebranding*) — комплекс мероприятий по изменению бренда, либо его составляющих: названия, логотипа, визуального оформления бренда с изменением позиционирования, изменение целостной идеологии бренда.

Предприятие занимает огромную территорию с современным оборудованием, большинство которого изготавливалось по специальным эскизам. Сегодня у компании отлаженное механизированное производство. Продукция на рынки Бишкека поставляется в бутылированной форме и в разливном виде. Уникальная находка пришла в голову создателям компании – продавать напитки в бочках. С ранней весны и до начала осени жители и гости нашей страны могут насладиться продукцией компании в бочках: Максим, Чалап и в последнее время холодным чаем – “Ice Tea – Shoro”.

Технологи производства компании сохраняют основной способ приготовления напитков по древним рецептам. Современное оборудование, соблюдение международных стандартов качества в сочетании с древними рецептами приготовления напитков дают уникальную формулу успешного производства.

Сотрудники компании проходят стажировки в странах дальнего и ближнего зарубежья. Предприятие «Шоро» имеет свой фирменный транспорт и оборудование, которое можно встретить во всех продуктовых магазинах.

В компании работают более 900 работников. Ведется разработка корпоративного кодекса. Каждый сотрудник компании не остается без внимания.

Таким образом, за 19 летний опыт работы ЗАО «Шоро» достигла следующих результатов:

1. Полностью возродила производство национальных напитков до уровня автоматизированного производства;
2. Популяризовала национальные напитки до уровня достояния страны.
3. Занимаясь производством продуктов питания из натуральных компонентов, компания внесла немалый вклад в здоровье своих потребителей;
4. За период становления, компания успела стать одним из самых крупных производителей национальных напитков;
5. ЗАО «Шоро» является одной из активных компаний, участвующих во многих общественных проектах;
6. Компания является крупным налогоплательщиком в стране.

3.2. Целевое назначение средств

За время существования ЗАО «Шоро» успела стать одним из крупнейших производителей прохладительных напитков в Кыргызской Республике, с развитой производственной инфраструктурой и разветвленной сетью сбыта.

С целью расширения собственного бизнеса и в результате исследований рынка безалкогольных напитков в Кыргызской Республике руководством компании было принято решение о производстве и продаже холодного чая высокого качества.

В результате исследований было выявлено, что мировой рынок прохладительных напитков на основе холодного чая переживает бурный рост. Холодный чай пользуется заслуженной популярностью во многих развитых странах мира — объем этого быстрорастущего рынка оценивается экспертами в 23 млрд. евро. На протяжении последних лет делаются неоднократные попытки продвинуть этот продукт и на отечественном рынке. Уже к настоящему моменту на прилавках магазинов можно приобрести импортную продукцию таких мировых брендов как: Lipton, Nestea и отечественные бренды: Lets go, Махі чай и др.

В целях исследования объемов рынка и выявления спроса на данный продукт руководством компании было решено реализовать проект по производству зеленого холодного чая в два этапа:

1. этап, исследования объемов рынка, с целью выявления спроса на данную продукцию, посредством продажи новой продукции по налаженной сети сбыта т.е. реализации через разливные бочки на улицах города Бишкек.

2. этап, при условии удачного завершения первого этапа, приобретение дополнительных основных средств в виде, линии розлива холодного чая в ПЭТ бутылки, с целью распространения уже на всей территории Кыргызской Республики.

Результатом реализации первого этапа проекта является продажа весной текущего года, на улицах города Бишкек, совершенно нового продукта компании, в виде зеленого холодного чая. Продукция компании ничем не уступала по качеству, продукции импортных конкурентов, а цена была достаточно конкурентоспособной в сравнении с ценами отечественных производителей. Таким образом, жители города получили новый, утоляющий жажду, напиток высокого качества по достаточно приемлемой цене. Результатом успешности первого этапа реализации проекта выступили объемы продаж превысившие прогнозируемые планы продаж.

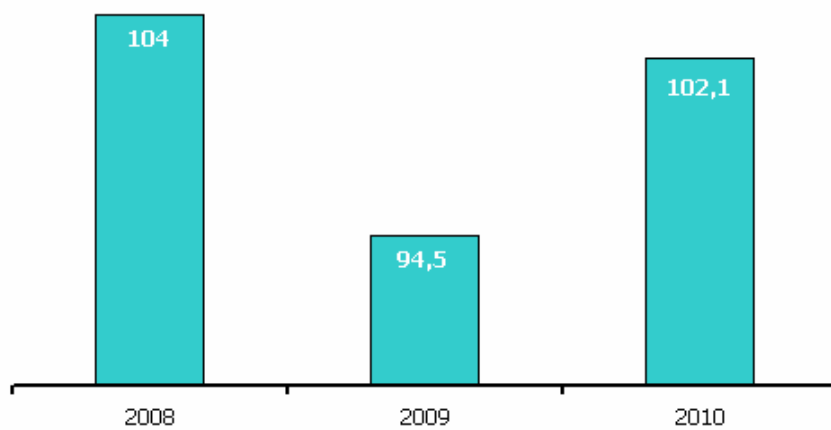
В связи с этим руководство компании в целях реализации второго этапа проекта приняло решение привлечь дополнительный капитал, в частности заемный, в виде облигационного займа. Суммарная стоимость для реализации данного этапа составила 45 000 000 сом, основная часть которого будет направлена на покупку новой линии розлива холодного чая, часть на модернизацию старого оборудования.

4. Общее развитие рынка

4.1. Обзор рынка

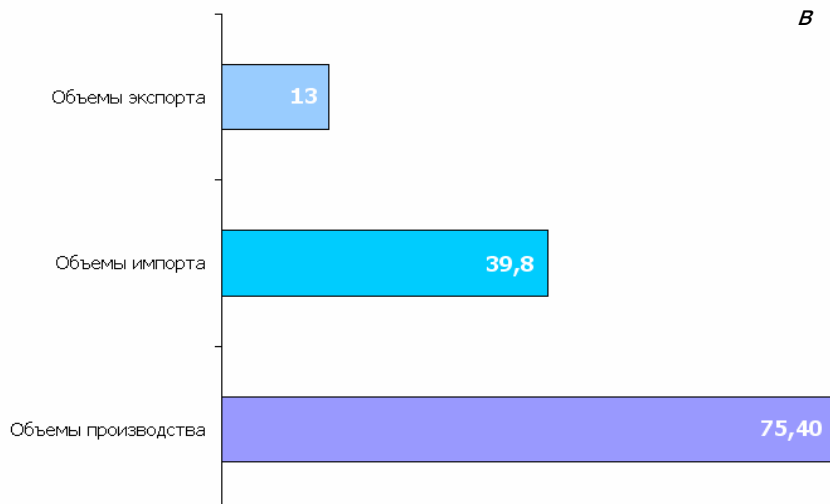
Натуральный объем продаж безалкогольных напитков в Кыргызстане за последний год вырос на 7,6 млн. литров, достигнув на конец 2010 года 102,1 млн. литров. При этом кризис в 2008 – 2009 годах отразился на объемах импорта продукции в страну, снизившись в 2009 году на 9,5 млн. литров, по сравнению с 2008 г. Данная тенденция способствовала активации отечественных производителей, что привело к уверенному росту объемов производства на территории Кыргызской Республики в 2009 – 2010 г.

Объемы продаж безалкогольных напитков в Кыргызстане в 2008 – 2010 гг., млн. литрах



Рынок безалкогольных напитков в Кыргызской Республике условно делится на три подкласса: минеральные и газированные (неподслащенные и неароматизированные), прохладительные напитки (фруктовые, овощные, квасные и др.) и национальные напитки. Большая часть продукции производится на территории страны. Так, если в 2010 году в Кыргызстан было импортировано 39,8 млн. литров на общую сумму 927 636 тыс. сом, то объемы производства в стране составили 75,4 млн. литров безалкогольной продукции. Из которых было экспортировано в соседние страны СНГ в объеме 13 млн. литров на общую сумму 62 165 тыс. сом.

Объемы производства, импорта и экспорта безалкогольной продукции в 2010 году, в млн. литрах

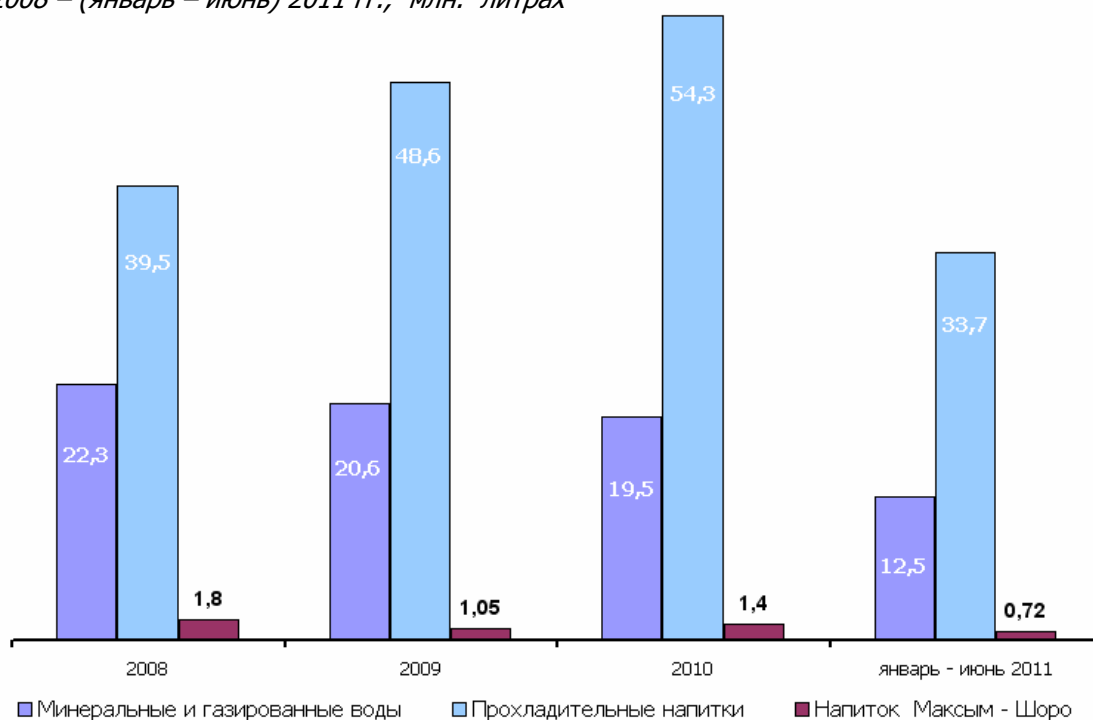


В структуре производства безалкогольной продукции, доминирующее положение занимают различные прохладительные напитки. Так, если в 2010 году было произведено на территории страны минеральных и газированных вод в объеме 19,5 млн. литров, то объемы производства прохладительных напитков составили 54,3 млн. литров. Уже за первое полугодие текущего года, согласно данным Национального Статистического комитета КР, было произведено прохладительных напитков в объеме 33,7 млн. литров, минеральной и газированной воды в объеме 12,5 млн. литров.

Согласно тенденции развития рынка безалкогольных напитков на территории Кыргызстана, за последние годы наблюдались следующие изменения: объемы производства минеральных и газированных вод с 2008 года по 2010 год снизились с 22,3 млн. до 19,5 млн. литров, в то время, как объемы производства прохладительных, подслащенных напитков выросли с 39,5 млн. литров до 54,3 млн. литров, что свидетельствует о росте популярности подслащенных, прохладительных напитков.

Объемы производства безалкогольных напитков в Кыргызстане

в период 2008 – (январь – июнь) 2011 гг., млн. литрах

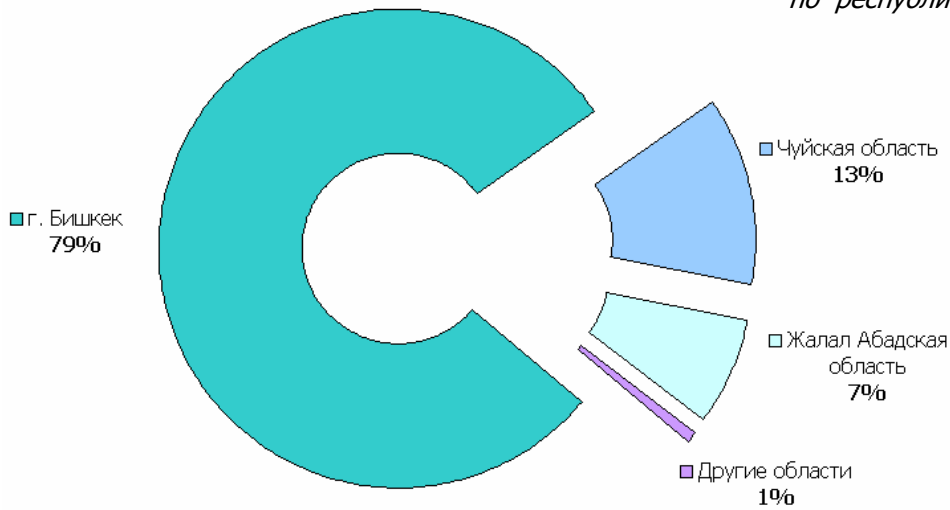


Основной объем производства по республике приходится на город Бишкек, объемы производства в 2010 году составили 59,2 млн. литров, увеличившись на 10,5 млн. литров по сравнению с 2008 годом. Так, в городе Бишкек в 2010 году было произведено минеральных и газированных вод – 12,7 млн. литров, прочих безалкогольных напитков – 45,3 млн. литров, напитка Максимум – Шоро на территории города было произведено в объеме 1,18 млн. литров.

Таким образом, доля произведенной продукции на территории столицы составила 79 %, большую часть которой занимают объемы производства компании «Шоро». На территории Чуйской и Жалал Абадской областей было произведено 13 % и 7 % соответственно. Следует

отметить, что 7 % объем производства на территории Жалал Абадской области достигается благодаря объемам производства минеральных и газированных вод, уже существующих брендов южных регионов.

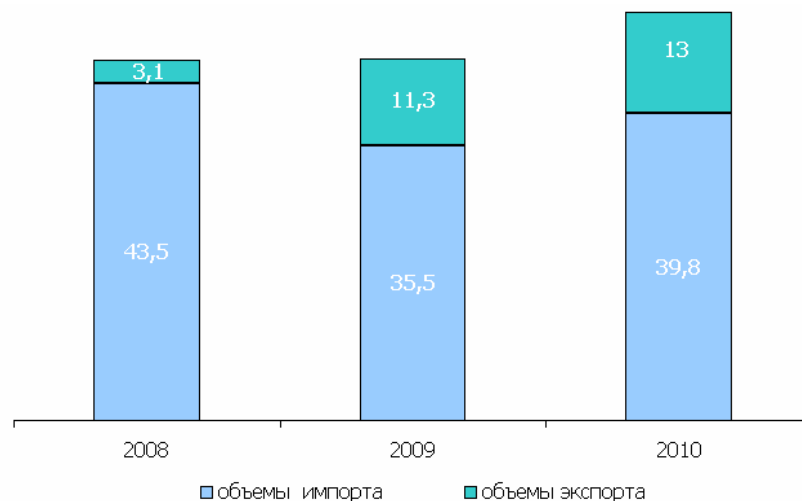
Объемы производства безалкогольных напитков по республике в 2010 году



Согласно структуре импорта безалкогольной продукции в Кыргызстан, более половины импортируемой продукции, приходится на различные безалкогольные напитки, их доля в общем объеме импорта на конец 2010 года составила 51,4 %, в абсолютном выражении 21,4 млн. литров. Более 40 % объемов импортируемого товара приходится на безалкогольные напитки, газированные и содержащие сахар, на продукции компаний: «Pepsi», «Lipton» и «Nestea» и др.

Согласно данным Национального Статистического Комитета Кыргызской Республики темпы роста объемов экспорта в 2008 – 2010 году составили более 300 %, с 3,1 млн. литров до 13,1 млн. литров. Прежде всего, основной прирост приходился на рынок холодного чая, рост за три года составил на 11,3 млн. литров, что свидетельствует о бурном росте рынка прохладительных напитков, в частности холодного чая.

Объемы импорта и экспорта безалкогольных напитков в Кыргызской Республике в 2008 – 2010 гг., млн. литрах



4.2. Конкурентная среда

На сегодняшний день рынок безалкогольных напитков в Кыргызской Республике достаточно насыщен и разнообразен. Отечественный рынок представлен большим ассортиментом продукции, как мировых брендов, так и отечественными национальными напитками.

С каждым годом увеличивается спрос на продукцию отечественных производителей минеральных вод. Это способствует появлению большого количества все новых и новых производителей минеральных газированных вод.

Бурный рост рынка холодного чая в мире способствовал появлению на рынке безалкогольной продукции страны дополнительных производителей прохладительных напитков. На прилавках магазинов потребитель может приобрести импортную продукцию таких мировых брендов, как: Lipton, Nestea и отечественную продукцию: Lets go Maxi чай и т.д.

Таким образом, на рынке безалкогольной продукции Кыргызской Республики к наиболее крупным ее участникам можно отнести:

ЗАО «Кока-Кола Бишкек Боттлерс»

Крупнейшее в Кыргызстане предприятие по производству и дистрибуции безалкогольных напитков компании The Coca-Cola Company. Филиал в Кыргызской Республике открыт в 1996 году. В ассортименте компании насчитывается более 15 наименований. Мощность производственной линии завода: 55 миллионов литров продукции в стеклянных бутылках в год. Мощность линии пластиковых бутылок PET емкостью 0,5 – 1 - 1,5 литра - 65 миллионов литров в год. ЗАО «ККББ» является официальным дистрибьютором ЗАО «Эфес Караганда» и распространяет пиво «Эфес», «Старый Мельник».



компании The Coca-Cola Company. Филиал в Кыргызской Республике открыт в 1996 году. В ассортименте компании насчитывается более 15 наименований. Мощность производственной линии завода: 55 миллионов литров продукции в стеклянных бутылках в год. Мощность линии пластиковых бутылок PET емкостью 0,5 – 1 - 1,5 литра - 65 миллионов литров в год. ЗАО «ККББ» является официальным дистрибьютором ЗАО «Эфес Караганда» и распространяет пиво «Эфес», «Старый Мельник».

ОсОО «Артезиан»

Производитель природной столовой воды и национальных напитков, была основана в 2003 году. Компания постоянно наращивает объемы производства, и расширяет ассортимент выпускаемой продукции. В ассортимент производимой компанией продукции входит: кисломолочные напитки «ТАН», «МилкиВита», «ICE TAN», «FitLife» кисломолочный зерновой напиток «АкДан», зерновой напиток «Аршан», также природная столовая газированная и негазированная вода «АРТЕЗИАН».



ОсОО «Абдыш Ата»



ОсОО «Абдыш Ата» является одним из крупнейших производителей безалкогольных и алкогольных напитков в Кыргызской Республике. Действует с 2000 года на базе бывшего сахарного завода на территории г. Кант. Сегодня компания «Абдыш-Ата» представлена на рынке Кыргызстана двумя основными пивными брендами: «Наше пиво» и «Живое». За относительно короткий период данные сорта приобрели большую популярность среди любителей пива,

поэтому с каждым днем спрос на продукцию предприятия увеличивается. Компания на протяжении 8 лет своего существования проводит политику расширения ассортимента выпускаемой продукции, внедряя все новые виды товаров. Так, на сегодняшний день, запущено и успешно функционирует производство популярных безалкогольных напитков: кваса, максима, минеральной воды, соков и нектаров.

ОсОО "Акун"

Компания «АКУН» была создана в 1997 году в виде совместного кыргызско-турецкого предприятия ОсОО "АКУН". Начальные производственные инвестиции составили 530 тысяч долларов США и были направлены на закупку мельницы мощностью 60 тонн переработки пшеницы в сутки. Но уже в 1998 году была закуплена мельница мощностью в 100 тонн в сутки.



В целях диверсификации бизнеса, в 1999 году было открыто ОсОО «АКУН-СУУ» со специализацией в производстве питьевых и минеральных вод. В этом же году, компания приобрела пансионат «Чынар», который позднее был полностью реконструирован силами компании и в 2002 году переименован в отель «АКУН Иссык-Куль».

В 2005 году компания "АКУН" сделала акцент на производстве безалкогольных напитков и представила на рынок уникальный по сей день продукт – витаминизированную воду со вкусами фруктов (Aqua Plus Vitamin).

ОАО «НУР»



ОАО "Нур" организовано в 1993 году на базе "Завода Штепсельных разъемов" Министерства электронной промышленности, который был открыт в 1944 году, где существовало мотороремонтное предприятие.

Предприятие расположено в областном центре в городе Жалал Абад, на юге Кыргызской Республики. В городе имеется аэропорт, железнодорожная станция, автомагистрали Республиканского значения.

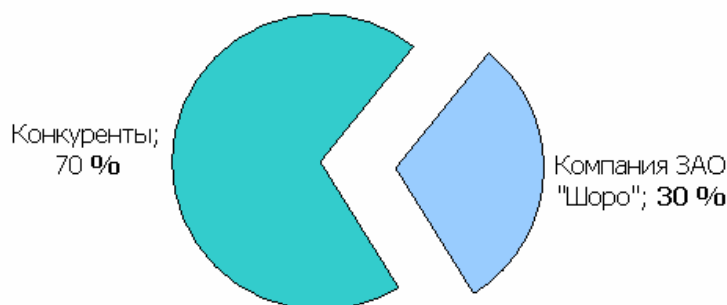
АО «Нур» является экспортно-ориентированным предприятием и на данном этапе развития занимается производство полимерно-песчаной черепицы, биогазовых плит для приготовления пищи.

С августа 2005 года компания стала производить минеральную воду Жалал Абад со знаменитой Жалал Абадской воды со скважины №4 и №27. Кроме них, компания осуществляется розлив воды с природным содержанием ионов серебра из собственной скважины компании "Нур" под названием "Нур-Булак".

4.3. Позиции компании ЗАО «Шоро»

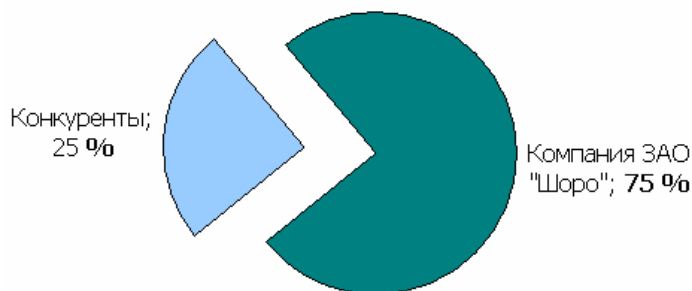
К настоящему моменту ЗАО «Шоро» является лидером на рынке прохладительных напитков страны по объемам производства национальных и минеральных напитков. Согласно исследованиям рынка безалкогольной продукции, доля компании «Шоро» в 2010 году, по республике составила 30 %.

Объемы производства безалкогольных напитков в Кыргызстане, 2010 г.



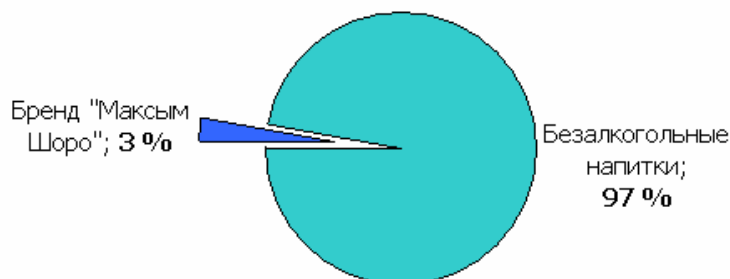
В течении 2010 года на территории Кыргызской Республики было произведено 19,5 млн. литров минеральной и газированных, не подслащенных и неароматизированных напитков. Более 60 % произведенной продукции приходится на город Бишкек. При этом основную часть которого производит ЗАО «Шоро», доля компании на рынке минеральных и газированных напитков по состоянию на конец 2010 года составила 75 %.

Объемы производства минеральных и газированных вод по республике, 2010 г.



Согласно данным Национального Статистического Комитета в 2010 году компания «Шоро», произвела 1,44 млн. литров бренда «Максым Шоро», что составило 3 % от всего объема произведенной безалкогольной продукции на территории страны.

Объемы производства безалкогольных напитков в 2010 г.



5. Информация о компании

5.1. История развития

Уникальная идея производства национального напитка и в последующем его продажа на улицах города, в разливных бочках пришла президенту компании Таабалды Эгембердиеву еще в далекие 80-е, а точнее в 1988 году, в эпоху бурной перестройки Советского Союза. С детства, по словам Таабалды Эгембердиева, когда они встречали гостей в доме у своей матери, большим спросом пользовался национальный, древний напиток кыргызов и казахов – «Максым», а не бешбармак или другие национальные блюда.

Эта идея нашла поддержку у младшего брата, который на данный момент является генеральным директором компании, и у матери Суйун – основной хранительнице закваски. В связи, с чем было решено начать производство данного напитка. Но с момента решения и до реализации идеи прошло 5 лет, что в первую очередь было связано с нехваткой времени, возможностей и опыта ведения бизнеса, поскольку бизнес надо было развивать с нуля.

В истории развития компании «Шоро» 1992 год по праву может считаться знаковым годом. К этому времени пятеро Эгембердиевых: Жумадыл Эгембердиев, его жена Жекин, Таабалды Эгембердиев, его старший сын Алмаз, сестра братьев Анара, и его подчиненные по бывшей работе Доктурбек Кенжебаев и Осмон Акматов, тоже инженеры-строители, решают все таки объединить усилия и средства, чтобы начать новое дело. К этому моменту все они успели освободиться от своих работ и были готовы к новой. Таким образом, все они, вместе с главным технологом Суйун Апа 25 мая 1992 года создают фирму "Шоро" и выносят на рынок первые 80 литров максыма. Как и ожидалось, успех был фантастическим! За первые 2 часа было продано все. Тем самым после образования новой компании, уже к концу 1992 года компания довела мощность производства напитка до 1,2 тонн, штат сотрудников был достигнут до 25 человек.

В 1993 году компания продолжала развиваться интенсивными темпами, достигнув объемов производства уже до 2 тонн в сутки. Уже на конец года продукция компании продавалась в 25 оживленных местах города.

В последующем до 1995 года компания сталкивалась лишь с одной проблемой, с проблемой удовлетворения быстро растущего спроса на продукцию компании, весь объем приготовленного напитка в объеме 3 тонн, заканчивался уже к обеду.

Приготовление напитка осуществлялось по традиционной технологии, т.е. полностью вручную. В этот момент Президенту компании Таабалды Эгембердиеву приходит в голову идея полной механизации процесса приготовления максыма и он объявляет своим рабочим, что через 2-3 года они будут работать в белых халатах и вся их работа сведется к нажатию кнопок и операции с краниками. На тот момент для рабочих такие планы были несбыточной мечтой.

За время становления руководители компании сталкивались со многими проблемами: поиск оптимальной технологии оказался непростым опытом. Все больше внимания уделялось на решение технологических проблем, и вот решение было найдено, компания полностью механизировала

производство национального напитка «Максым». Сейчас компания "Шоро" является единственной компанией в мире, владеющей полностью механизированной технологией производства "Максыма-Шоро", производственная мощность которой составляет 70 тонн в сутки, что намного превышает спрос рынка.

Таким образом, компания уже с 1998 года начинает выпускать "Максым-Шоро" в бутелированном виде. С 1999 года компания приобрела линию по розливу воды и первой на рынке Кыргызстана начала выпускать питьевую воду "Легенда", и другие минеральные воды - "Арашан", "Байтик". В последующем ассортимент минеральных вод пополнился водами "Ысык-Ата", "Жалал-Абад", "Шоро-Суу", "Кара-Кече" и "Бишкек".



При реализации другой идеи по производству такого национального напитка, как «Кумыс», компания столкнулась с рядом проблем: данный напиток, несмотря на все ухищрения через 3 – 4 дня становился негодным. Но после долгих размышлений решение было найдено, идея заключалась в следующем: собирать у фермеров не кумыс, а кобылье молоко, и изготавливать кумыс в Бишкеке по новой технологии под присмотром лаборатории.

В результате к концу 2000 года компания начинает производство совершенно нового продукта – «Кумыс», со сроком хранения до 6 месяцев. С 2001 года 70 % произведенного кумыса экспортируется в Москву. В целях расширения ассортимента производимой продукции, решается в ближайшем будущем начать производство новых напитков: Жарма – «Тойбос», Чалап – «Тагай», данная идея реализуется в 2004 году, предоставив жителям нашей страны новые прохладительные напитки.

В 2005 году компания расширяет масштабы сбыта продукции, успешно войдя на новый рынок, на рынок республики Казахстан. На сегодняшний день построен завод по изготовлению «Максыма-Шоро» в г. Кордай и открыта дистрибьюторская контора в г. Алматы, которая занимается реализацией бутелированной продукции компании на казахском рынке. В этом же году, отдел сбыта головной компании был вычленен из структуры компании и преобразован в отдельную компанию «Modis».

Большое внимание уделяется кадровой политике, основанной на современных, демократических принципах. Периодически сотрудники обучаются за счет компании на тренингах лучших консалтинговых компаний Кыргызстана. Для них в компании предусмотрена своя библиотека, где представлены мировые бестселлеры книг по менеджменту, маркетингу, сбыту, PR и т.д.

Компания «Шоро», сотрудничает со многими международными программами, такими как: TAM (Turnaround management), BAS Programme, которые финансировались Европейским Банком Реконструкции и Развития.

5.2. Секреты успеха

История создания и развития этой фирмы может стать прекрасным примером для любого из учебников по экономике и бизнесу. Начав с «нуля» в сложное и нестабильное время, два брата Эгембердиевых за десять лет сделали почти невозможное: создали компанию, которая сегодня является одной из крупнейших в Кыргызстане. Название «Шоро» стало не только символом вкусного напитка, но и достойным символом удачи и процветания. По признанию старшего из братьев, президента ЗАО «Шоро» Таабалды Эгембердиева, этому в немалой степени поспособствовали три секрета успеха.

Секрет первый - технологический

Первый секрет - секрет самый охраняемый. Дело в том, что максым, с производства которого и началась история фирмы «Шоро», являлся домашним и повседневным напитком почти каждого горного кыргыза. К сожалению, как часть национальной культуры он к 90-м годам почти исчез из употребления, за исключением редких семей, где бабушки да дедушки упорно хранили традиции предков, сохраняя закваску этого напитка. Одной из таких «бабушек» была мать Эгембердиевых Суюн Апа, которая не могла представить семейный дасторкон без этого напитка. Она-то и стала первым технологом будущей фирмы, приготовив первые 80 литров напитка и благословив детей на успех...



В первые годы деятельности, как уже ранее отмечалось, у компании была только лишь одна проблема - проблема производства. Рынок до полудня поглощал весь объем произведенного максыма. Начиная со второго года деятельности, руководство компании стало понимать, что традиционная технология производства напитка, основанная на ручном труде, и рецепт его приготовления не отвечают растущим потребностям рынка. Срок хранения максыма не превышал одного – двух дней, а себестоимость продукции получалась высокой.

Для решения проблемы вплотную берется президент фирмы Т. Эгембердиев, инженер-строитель по образованию. В поисках новой рецептуры напитка с долгим сроком хранения помогает ему прошлый опыт учебы в аспирантуре, где он постиг методику экспериментальных исследований. Ценою этих экспериментов стали десятки-сотни тонн испорченного и вылитого в речку напитка, а также новое, так и оставшееся не использованным оборудование стоимостью в несколько миллионов сомов. В результате этих экспериментов продолжительностью почти в пять лет фирма добивается фантастических результатов. Производство максыма практически на 100% осуществляется механизированным способом. Срок хранения продлевается до 15 дней. Определяется около 30 секретных параметров приготовления и хранения напитка (сорт и вид зерен кукурузы и ячменя, способ жарки, степень и однородность жарки, время варки, температура закваски, количество закваски и т. д.), нарушение хотя бы одного из которых приводит к потере качества напитка.

Именно эти успехи и становятся основой сохранения и процветания компании в условиях жесткой конкуренции и причиной того, что около десятка фирм-конкурентов, пытавшихся заняться производством максыма, ушли с рынка, так и не сумев добиться должного качества.

Секрет второй - управленческий

Сама идея производства принадлежит Таабалды Эгембердиеву, но вся управленческая работа возложена на младшего брата Жумадыла Эгембердиева, действующего генерального директора компании «Шоро». По мнению Таабалды, младший брат является самым сильным звеном в компании, обладая от рождения талантом управленца и огромным опытом производственника в прошлом, на стройках столицы. Он сумел быстро приспособиться к новым рыночным условиям, совмещая свою управленческую деятельность с постоянным самообразованием по рыночной экономике.

Президент компании уверен, что залогом успеха их семейного бизнеса является мощная, образованная и дружная команда энергичных менеджеров, обладающих азами современного менеджмента. Каждый менеджер почти абсолютно свободен в срочном принятии решения в пределах его полномочий, каждый знает, что успех его карьеры зависит не от прихоти президента или директора, а от результатов труда. Ежегодно все менеджеры во главе с генеральным директором повышают свои профессиональные знания на различных семинарах и специализированных курсах, проводимых в Бишкеке республиканскими и зарубежными организациями по теории ведения современного менеджмента.

Секрет третий – стратегия компании

По словам братьев Эгембердиевых, в бизнесе обречен на успех только тот, кто начинает это первым. Это и есть один из главных критериев его стратегии. Действительно, и напиток «Максым – Шоро», и напиток «Кымыз» начала первой выпускать и продавать в Кыргызстане именно фирма «Шоро». А потому мало кто верит, что в республике найдется какая-либо другая фирма, способная столь быстро и масштабно освоить рынок и стать серьезным конкурентом братьям.

А вот в бизнес по розливу воды фирма «Шоро» вышла довольно поздно, когда на рынке уже прочно сидели такие мощные компании, как «Гималаи», «Бакай», «Рентон Групп», «Дон» и другие. Но и в этом виде предпринимательства Т. Эгембердиев не изменил своей стратегии - «быть первым», без которой он заранее был бы обречен на неудачу. Маркетинговые исследования показали, что в Бишкеке отсутствовала негазированная вода, на которую имелся спрос со стороны иностранцев. Кроме того, конкуренты были ограничены в ассортименте бутылочной тары и ассортименте минеральных вод. По сути дела никто, кроме компании «Кока-кола», не имел в магазинах собственных фирменных холодильников. При решении этих проблем компания «Шоро» стала первой, кто в сочетании с современным менеджментом торговли постепенно обеспечила себе свое прочное место на рынке производства и продажи минеральной воды.

Как результат следования своей стратегии, компания в текущем году выпускает совершенно новый продукт, который достаточно уже развит на нашем рынке, но никто, не сомневается, что и на рынке холодного чая, компания преуспеет и займет лидирующие позиции.

5.3. Продукция компании

Основными продуктами компании «Шоро» являются национальные напитки «Максым-Шоро», «Чалап-Шоро» и «Жарма-Шоро» и др. Продукция компании за 19 лет существования ЗАО «Шоро» завоевала народную любовь и остается одним из основных прохладительных, жаждоутоляющих, питательных, лечебных напитков жителей Кыргызстана. В идеологии создания бизнеса лежало возрождение традиций предков, производя экологически чистые, полезные для здоровья продукты.

На данный момент компания производит и распространяет серию национальных напитков и присутствует с ними на рынке Казахстана, России и КНР, где они тоже завоевали популярность.

Максым Шоро

Напиток "Максым-Шоро" изготавливается из натуральных продуктов: чистой родниковой воды, крупы обжаренных зерен ячменя, кукурузы и муки пшеницы. Он обладает изысканным вкусом и ароматом, утоляет жажду и голод, обладает тонизирующими и лечебными свойствами. Витаминизированный напиток "Максым-Шоро", технология которого разработана на основе рецептов древних мастеров, и по своим полезным свойствам не имеет себе равных. В Кыргызстане "Максым-Шоро" стал самым популярным национальным прохладительным напитком, а белые фирменные бочки с напитком являются визитной карточкой компании "Шоро".

Он содержит в себе следующие компоненты:

В1 - тиамин - укрепляет нервную систему, повышает тонус организма, рекомендуется при радикулитах, невралгии, язвах. Грубоволокнистая структура клетчатки овсяных отрубей напитка очищает пищеварительный тракт и выводит из организма шлаки;

В2 - рибофлавин - поддерживает в норме зрение, участвует в синтезе гемоглобина, в окислительно-восстановительных процессах;

С - аскорбиновая кислота - укрепляет стенки сосудов, улучшает регенерацию ткани и свертываемость крови, нормализует проницаемость капилляров, быстро и эффективно восстанавливает силы;

РР - никотиновая кислота - уменьшает холестерин в крови, оказывает сосудорасширяющее действие, обладает противоаллергическими свойствами, дает положительный эффект при диабетах, печени, сердца, стабилизирует работу желудка при гастритах и язвах.

Готовый к употреблению напиток имеет серовато-пшеничный цвет и приятный вкус с ароматным запахом обжаренного зерна. На новый рецепт получен Государственный патент. Этот напиток полезен всем: взрослым и детям. "Максым-Шоро" называют жидким хлебом, который можно пить с детства и до глубокой старости.



Чалап Шоро

«**Чалап Шоро**» - это чистый кисломолочный слабосоленый освежающий напиток. По консистенции однородная, жидкая, слегка пенящаяся, с молочно-белым цветом, Данный напиток обладает повышенной биологической ценностью благодаря высокому содержанию аминокислот, незаменимых для организма.



Искусством приготовления этого кисломолочного напитка издавна владели кыргызы – кочевники. Бережно храня рецепт этого удивительного напитка, его передавали из поколения в поколение.

К настоящему моменту компания «Шоро», следуя своей миссии, соединила воедино самые современные технологии и древние рецепты этого замечательного напитка.

Напиток изготавливается по технологии компании из натурального сузмо с добавлением чистой родниковой воды и соли. Напиток продается в бутылкованном и разливном виде не только в Кыргызстане, но также и в Республике Казахстан.

«**Чалап - Шоро**» - изменение и усовершенствование способа и вида закваски, улучшенная закваска содержит только чистые культуры кисломолочных палочек, а также полный состав кисломолочных микроорганизмов, что улучшает работу желудочно-кишечного тракта

Жарма Шоро

Жарма являлся одним из главных пищевых продуктов, древне – кочевых народов, после мяса. Есть основание полагать, что наидревнейшим и первым способом потребления в пищу злаковых культур человеком, был именно жарма, еще далеко до употребления хлебопекарного искусства.

Жарма - это жидкий напиток, получается он путем кипячения талкана полученного как помол из обжаренных зерен ячменя, кукурузы, пшеницы и проса. Наши предки употребляли его и в горячем виде (в холодное время года), и в охлажденном (в жаркое время), разбавляя его с айраном или сузмо. Этот национальный напиток способен утолять и жажду, и голод. Он являлся продуктом ежедневного употребления наших предков, но был незаслуженно забыт, за исключением тех семей, где еще доживают свой век представители старшего поколения.



«**Жарма-Шоро**» изготавливается из проросшей пшеницы, молока и закваски, которые придают напитку нежный и приятный вкус. В напитке содержатся все витамины, которые необходимы для защиты нашей иммунной системы, борются с вирусами и бактериями, поддерживают молодость и здоровье нашего организма, а также стабилизируют работу печени, сердца и желудка.

Бозо Шоро

Бозо Шоро - это слабоалкогольный напиток, напоминает пиво и готовится из проса, угута и ячменя. Слегка газированный. Обладает уникальными укрепляющими и оздоравливающими свойствами. Главное



отличие Бозо от других напитков то, что его преимущественно пьют в холодное время года. Бозо является гордостью кыргызского народа.

Компания к настоящему моменту производит два вида данного напитка: Бозо – Жумшак, Бозо – Кучтуу.

«Бозо – Шоро Жумшак» содержит в себе уникальный набор полезных свойств. Каждая его капля обладает оздоравливающим, укрепляющим, бодрящим эффектом. Он дарит вам здоровье, бодрость и силу мышц и духа. Бозо является лучшим жаждоутоляющим напитком в холодное время года.

В «Бозо-Шоро Кучтуу» удивительным образом соседствуют легкий хмель и уникальный набор полезных свойств. Национальный напиток «Бозо-Шоро Кучтуу» поможет вам снять стресс и немного расслабиться. При этом он обладает общеукрепляющим свойством и рекомендуется приверженцам здорового образа жизни.



Этот напиток способен насытить вашу душу и тело своей энергией, внести легкость в общение и яркие краски в ваше мироощущение. Он сравним с силой гор и чистотой неба. «Бозо – Шоро Кучтуу» - вкуси вершину блаженства. Почувствуй гордость за своих предков, за свою страну.

Tien Shan Legend



Legend - это экологически чистая родниковая питьевая вода, отличающаяся особой мягкостью и уникальной положительной биоэнергетикой, которую обеспечивает оптимальный баланс минералов. Качество этой воды соответствует международным стандартам, а низкий состав минерализации делает воду идеальной для ежедневного употребления. С легким приятным природным вкусом при приготовлении чая, кофе и пищи. Идеально подходит для приготовления детского питания.

5 причин для употребления родниковой воды «Легенда»:

1. Вода добывается из источника, расположенного в экологически чистой, охраняемой предгорной зоне национального парка «Ала-Арча» отметке 2100 метров на территории Кыргызской Республики;
2. Великолепная по вкусу, оптимально сбалансированная, несущая энергию родниковая «живая» вода;
3. Качество воды соответствует международным стандартам;

4. Оптимальное сочетание комбинации минералов в воде, позволяет рекомендовать ее для ежедневного употребления.

Вода «Айсберг»

Уникальность «Айсберга» — ее природное происхождение, обеспечивающее стабильное качество воды. По своим целебным свойствам эта природная питьевая вода не имеет аналогов в Кыргызстане и отличается стабильным химическим составом.



Характерная особенность этой воды, согласно заключению государственных экспертов, - присутствие солей кальция, что придает ей особую ценность. Однако, несмотря на природный фильтр, перед тем как продаваться, вода проходит процесс многоступенчатого контроля качества. При этом сохраняются все ее минеральные свойства.

Выбор питьевой воды в современных экологических условиях определяется ее физиологической полноценностью и способностью выполнять функции, предназначенные ей природой: нормализовать и активизировать обмен веществ, выводить шлаки. Природная вода «Айсберг» обладает высокой физиологической активностью, благодаря чему положительно влияет на функциональные системы организма.

Газированная вода «Байтик»

Еще одна продукция компании, в виде газированной питьевой воды, является великолепным источником жизненной активности. Вода «Байтик» рождается высоко в горах. Родник, из которого бьет ее чистая влага, находится на территории охраняемого Государственного национального природного парка Ала-Арча. Источник целебной воды выше уровня моря на 2100 метров. Это - гарантия кристальной чистоты и первозданного природного вкуса.



«Байтик» рекомендуется для ежедневного употребления. Утоляя жажду этой водой, можно не бояться накопления и отложения минеральных солей в организме.

Ыссык Ата

Одной из первых газированных продуктов компании является вода – Ыссык-Ата. Данный напиток добывается в горах Ала-Тоо, которая богата минералами и элементами, которые необходимы и ценны для здоровья. Вода проходит через горы и впитывает в себя природные минералы. Пить Иссык-Ату - это важная часть здорового образа жизни.



Еще одним интересным моментом является то, что вода добывается в одном из древнейших

курортных зон Средней Азии – в курортной зоне - Ыссык-Ата, который функционирует с 1891 г.

Чистый курут

Натуральный кисломолочный продукт с содержанием кальция является полезным для взрослых и детей.



Выпускается Курут классический, Курут с чесноком, Курут с укропом, Курут с копченостями, Курут с чили. А также Курут детский с кальцием, необходимый для полноценного роста ребенка и формирования здоровых зубов.

Данная продукция может считаться одной из последних представленных продуктов жителям Кыргызстана. За короткий промежуток времени эта продукция успела стать популярной, как среди

молодежи, так и среди взрослых.

Ice Tea

Для приготовления данного продукта, компания закупает жидкий натуральный экстракт зеленого чая из Австрии. Этот экстракт добавляют в родниковую воду Легенда, после добавляют в полученный чайный раствор, натуральный аромат лимона и сахарозаменитель.

Экстракт зеленого чая содержит примерно от 2 до 4% кофеина, 0,15% до 0,25% витамина С. Он также содержит минералы, такие как цинк, магний, селен и хром.



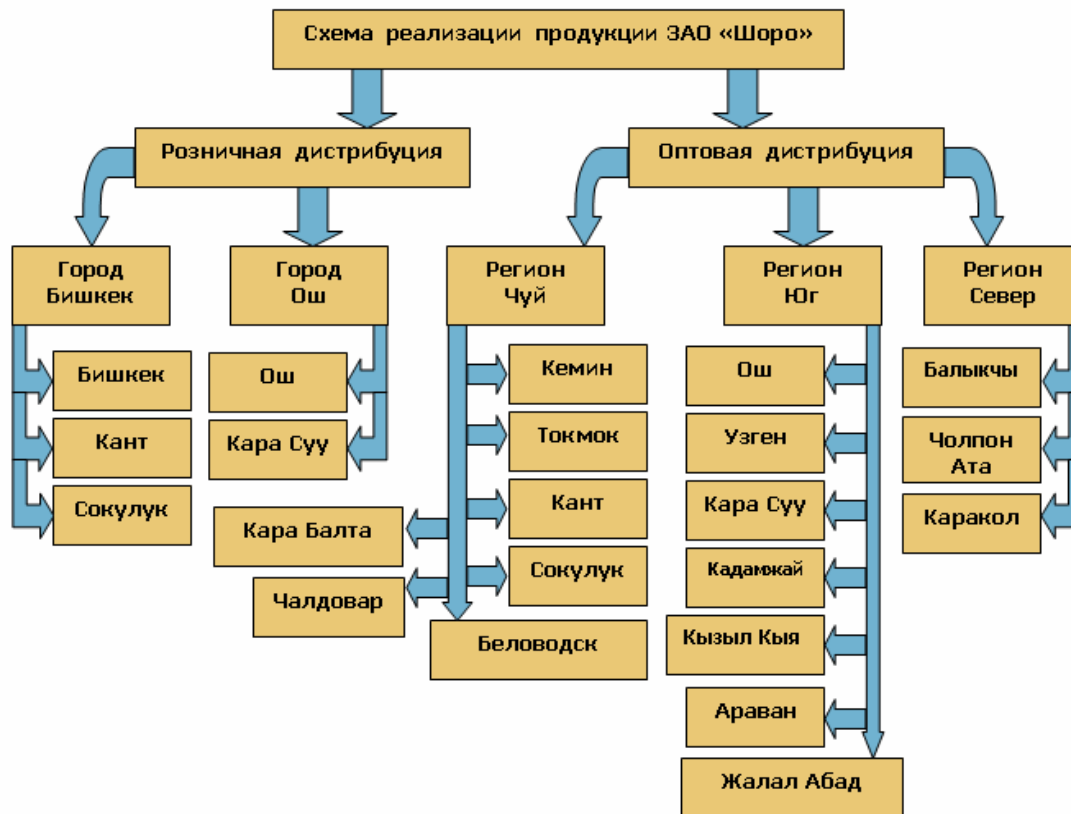
Чайный кофеин способствует мочеиспусканию и удаляет поверхностные ушибы, выводит яды, алкогольную интоксикацию, укрепляет сердце, выравнивает дыхание, расширяет стенки кровеносных сосудов и т.д. Поэтому чаем можно лечить болезни, связанные с гипертонией.

Зеленый чай способствует выделению желудочного сока, помогает аппетиту, пищеварению, регулирует метаболизм жиров. Более того, чай не действует агрессивно на стенки желудка. Чай предотвращает повышение уровня холестерина, коронарную болезнь сердца, уничтожает вирусы, повышает иммунитет.

Содержащиеся в чае антиоксиданты усиливают действие витамина Е, сохраняют клетки печени, что продлевает жизнь и сохраняет активность в пожилом возрасте. Чай предотвращает привыкание к алкоголю. Зеленый чай рекомендуется пить без сахара, для тех же, кто не может обойтись без сладкого, можно добавить в чай немного меда.

5.4. Дистрибуция продукции

Ресурсы компании позволяют обеспечить 100% охват рынка и обеспечить 98% присутствия на рынке.



На современном этапе развития ЗАО «Шоро» реализует продукцию через розничные и оптовые дистрибьюторские сети.

Розничная дистрибуция

Розничные продажи национальных напитков «Максим-Шоро», «Чалап-Шоро» и «Ice Tea» Шоро осуществляются собственной розничной дистрибьюторской сетью представленной в г. Бишкек и в г. Ош. Город Бишкек – обеспечивается ресурсами ЗАО «Шоро». В территорию охвата входит: Кант, Бишкек и Сокулук. Среднее количество торговых точек одновременно функционирующих в день составляет 260 штук.

Город Ош – обеспечивается ресурсами ОсОО «Шоро Ош», продукция которой распространяется в городах Ош и Кара Суу. Среднее количество торговых точек в южном регионе, в сезон достигает до 160 штук.

Оптовая дистрибуция

В настоящий момент оптовые поставки продукции ЗАО «Шоро» осуществляются по трем участкам страны:

1. Регион «Чуй» - обеспечивается ресурсами ЗАО «Шоро». Оптовые поставки осуществляются по следующим наиболее крупным городам и селам: Кемин, Токмок, Кант, Бишкек, Сокулук, Беловодск, Кара Балта и Чалдовар.

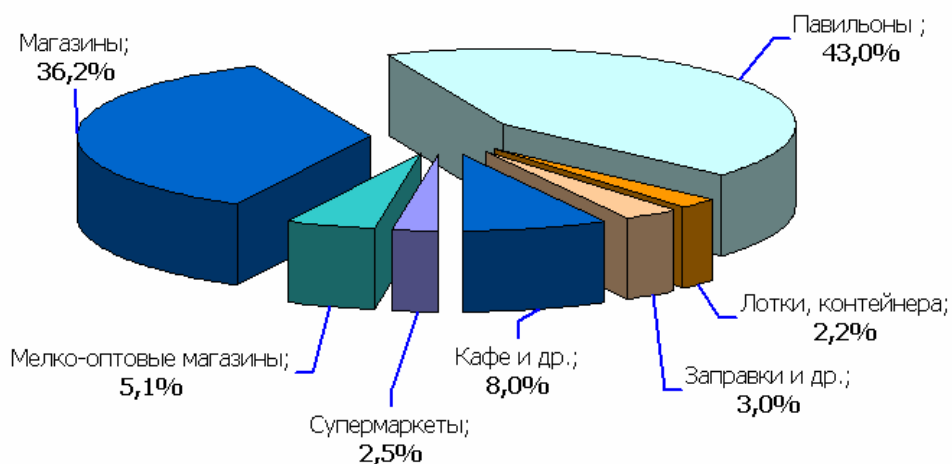
На данной территории распространение осуществляется по более 3 700 торговым точкам, из них: около 80 % продукции распространяется через магазины и павильоны, более 2 % - через супермаркеты, остальная часть - через мелкооптовые магазины, лотки, заправки, кафе и т.д.

2. Регион «Юг» обеспечивается ресурсами ОсОО «Шоро – Ош». Поставки осуществляются по таким крупным городам южного региона страны как: Жалал Абад, Ош, Узген, Кара-Суу, Кадамжай, Кызыл-Кыя, Араван. Данная территория охвата разделена по торговым агентам, для эффективной работы которых, компанией выделены 3 грузовых автомашины. Охват торговых точек по всей территории в летние сезоны достигает более 590 точек, из них: 74 % приходится на различные магазины и павильоны, более 21 % - на лотки и контейнера, остальная часть - на супермаркеты и мелкооптовые магазины.

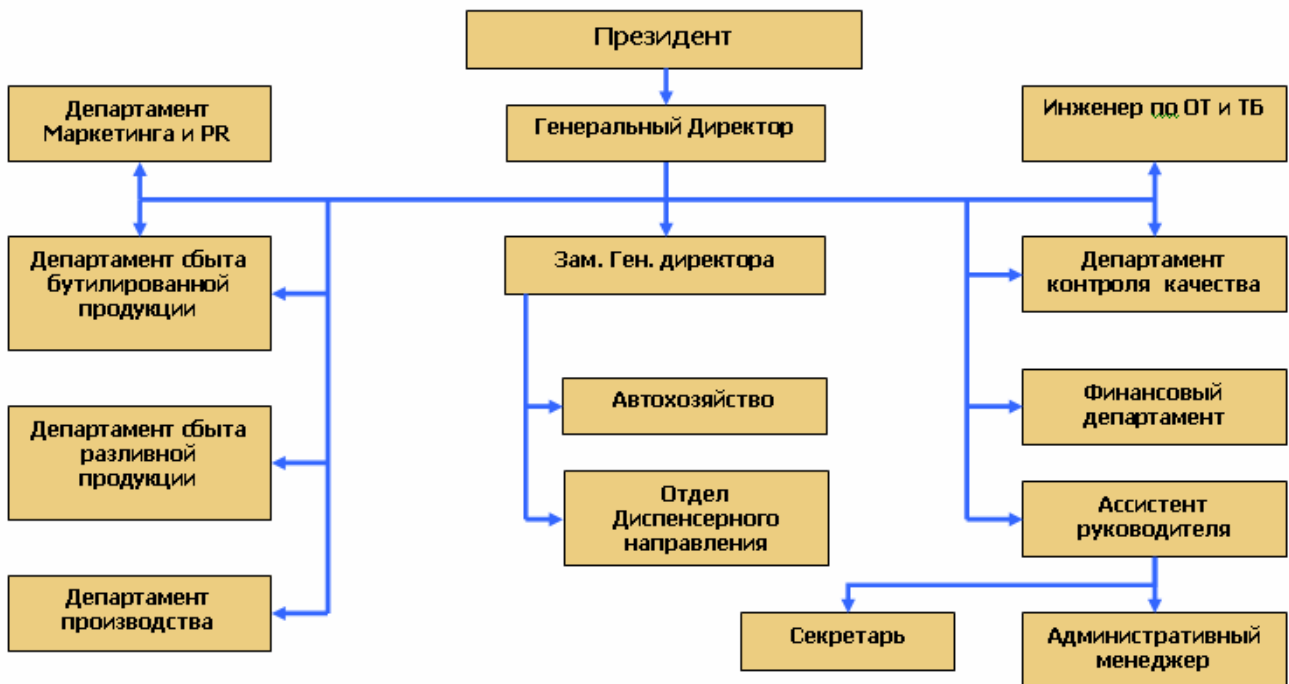
3. Регион «Север» обеспечивается ресурсами ОсОО «Шоро – Иссык Куль». В территорию охвата «Шоро – Иссык Куль» входят следующие северные районы республики: Иссык Кульский, Тюпский, Ак Суйский, Жети Огузский и Тонский. Количество торгового персонала составляет 6 человек. Охват торговых точек по всей территории в среднем – 750 торговых точек, из них: более 33 % приходится на магазины, более 26 % - на различные супермаркеты и мелкооптовые магазины и оставшаяся часть - на павильоны, лотки и др.

Следует отметить, что форма оплаты в основном осуществляется за наличный расчет. Методом ценообразования принят метод установления цены товара на основе издержек производства с учетом ценовой политики конкурентов.

Среднее соотношение торговых точек по категориям



5.5. Организационная структура ЗАО «Шоро»



5.6. Структура уставного капитала

Уставный капитал ЗАО «Шоро» на конец 2010 года, составил 1 440 000 сом.

К настоящему моменту в состав акционеров входят:

1. Эгембердиева Анаркан Бердигуловна с 5% долей акций;
2. Эгембердиев Таабалды Бердигулович с 47,5 % долей акций компании;
3. Эгембердиев Жумадил Бердигулович с 47,5 % долей акций.

5.7. Менеджмент компании

Кадровая политика ЗАО «Шоро» основана на современных принципах демократии. Прием на работу новых кадров производится, исключительно, на конкурсной основе. Значительные средства направляются на профессиональный рост персонала компании, это различные обучения в лучших консалтинговых компаниях, как нашей страны, так и зарубежья.

В компании для работников создана библиотека: включающая в себя мировые бестселлеры книг по менеджменту, маркетингу, сбыту, PR и т.д.

Компания строго выполняет обязательства перед работниками, предусмотренные действующим законодательством и трудовыми контрактами. Принимает меры по созданию условий труда, способствующих творческому росту работника, укреплению его здоровья и социального благополучия, обеспечению его личной безопасности.

В состав высшего менеджмента ЗАО «Шоро» входят:

Коммерческий Директор ЗАО «Шоро»

Абдыбачаев Айбек Азатбекович

Дата рождения 23 Января 1985 г.

Образование Кыргызский Аграрный Университет им. Скрябина. Бухучёт и аудит 2009 – 2011 г.г. Академия Управления при Президенте КР. Присвоена степень «МАГИСТРА» по направлению «менеджмент».

Опыт работы в ЗАО «ШОРО»

2010 г. и по настоящее время Коммерческий Директор ЗАО «Шоро»
2009 – 2010 гг. Генеральный Директор ОсОО «Шоро – Ош».
2008 – 2009 гг. Заместитель Генерального Директора ОсОО «Шоро – Ош».
2007 – 2008 гг. Представитель по внешним связям.

Директор по сбыту розничной продукции.

Карабаев Акыл Кыдырмаевич

Дата рождения 5 ноября 1967 г.

Образование Средне образование СШ им. Дзержинского Ат-Башинский район

Опыт работы в ЗАО «ШОРО»:

2009 – 2011гг. ЗАО «Шоро» Директор по сбыту розничной продукции.
2008 – 2009гг. ЗАО «Шоро» Директор Департамента по сбыту розничной продукции и начальника автохозяйства по совместительству.
2006 – 2008гг. ЗАО «Шоро» Директор Департамента по сбыту розничной продукции.
2004 – 2006гг. ЗАО «Шоро» начальник отдела по сбыту розничной продукции.

2000 – 2004гг.	ЗАО «Шоро» управляющий отдела по сбыту розничной продукции.
1996 – 2000гг.	ЗАО «Шоро» менеджер по сбыту продукции.
1995г. – 1996г	ЗАО «Шоро» производственный отдел.

Начальник автохозяйства ЗАО «Шоро»

Абдыбачаев Мелис

Дата рождения	30 августа 1965 г
Образование	Средне-техническое, специальность бухгалтер
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2010 – по настоящее время	начальник автохозяйства ЗАО «Шоро»
2007 – 2010 гг.	Начальник ЦРВ ЗАО «Шоро»
2006 – 2007 гг.	Начальник ОРДН ЗАО «Шоро»
2005 – 2006 гг.	Менеджер по продажам ЗАО «Шоро»
2004 – 2005 гг.	водитель ЗАО «Шоро»

**Директор департамента качества, по совместительству представитель руководства по СМК
Исманова Гульмира Асанбековна**

Дата рождения	13 декабря 1963 г.
Образование	
1980 – 1984 гг.	Фрунзенский техникум советской торговли Самаркандский кооперативный институт
1983 – 1988 гг.	Московский институт предпринимательства и права
2005 – 2009 гг.	
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2009 – по настоящее время	Директор департамента качества по совместительству представитель руководства по СМК
2007 – 2008 гг.	Директор по сбыту
2006 – 2007 гг.	Представитель руководства по системе менеджмента качества
2005 – 2006 гг.	Начальник Отдела контроля обслуживания
2004 – 2005 гг.	Директор по качеству
2002 – 2003 гг.	Менеджер по качеству

Директор производства

Османбаев Нурдин Мукаевич

Образование	Высшее техническое. Инженер технолог молока и молочных продуктов
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2007 - по настоящее время	Директор департамента производства – ЗАО «ШОРО»
2005 – 2007 гг	Начальник производства молочных продуктов – ЗАО «ШОРО»
2004 – 2005 гг.	Оператор цеха производства чалапа – ЗАО «ШОРО»

Финансовый директор

Турганбаева Айчурек Турдакуновна

Дата рождения	19 Ноября 1971 г.
Образование	
1997 – 1999 гг.	Академия Управления при Президенте КР Магистр бизнес администрирования (МВА)
1990 – 1995 гг.	Бишкекский Гуманитарный Университет Филолог
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2004 – 2006 гг.	ЗАО «Шоро» Внутренний аудитор. Контроль финансового состояния компании
2003 – 2004 гг.	Финансист. Эффективное распределение финансовых ресурсов
2001 – 2003 гг.	Бухгалтер. Учет и контроль финансовых ресурсов

7) Начальник Отдела Рекламы Компании ЗАО «Шоро»

Татьяна Владимировна Дортман

Образование	
2003 – 2007 гг.	Кыргызский Государственный Национальный Университет факультет экономики, специализация - маркетинг.
2003 – 2004 гг.	Школа экономики при центре Управления и экономики Кыргызского Национального Государственного Университета, факультет компьютерной графики, дизайна и рекламы.
1993 -1995 гг.	Кыргызский Государственный Национальный Университет, факультет - финансы и банковское дело.
1989-1992 гг.	Бишкекское медицинское училище
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2009 – по настоящее время	Начальник отдела рекламы компании «Шоро».
2008 – 2009 гг.	Менеджер по рекламе/отдел маркетинга компании «Шоро».
2007 – 2008 гг.	Специалист по BTL/отдел маркетинга компании «Шоро».

Заместитель Генерального Директора ЗАО « Шоро»

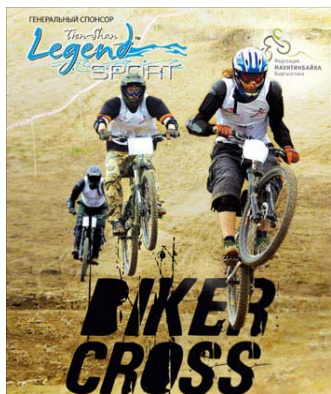
Эгембердиев Шабдан Жумадилович

Дата рождения	13 апреля 1981 г.
Образование	
2000-2005 гг.	КНУ им. Ж. Баласагына, факультет: финансы и кредит.
Опыт работы в ЗАО «ШОРО»	
2009 г. – по настоящее время	Заместитель Генерального Директора ЗАО « Шоро»
2006 – 2008 гг.	Финансист ЗАО «Шоро»
2006 – 2007 гг.	Снабженец в департаменте
2005 - 2007 гг.	Бригадир в ЦРВ (цех розлива воды)

5.8. Социальная деятельность компании

Согласно своей миссии, компания стремится к процветанию Кыргызстана путем производства товаров и предоставления услуг, пропагандирующих здоровый образ жизни, используя местные ресурсы и технологии ноу – хау.

Компания «Шоро» относится к числу тех предприятий, которые активно поддерживают здоровый образ жизни и спонсируют разного рода спортивные мероприятия на территории страны.



Одним из наиболее поддерживаемых спортивных мероприятий в Кыргызской Республике является Маунтинбайк. Так, торговая марка «Легенда Спорт» компании ЗАО «Шоро» является генеральным спонсором проведения различных соревнований по этому виду спорта в нашей стране, совместно с городским спортивным комитетом.

К настоящему моменту компанией были спонсированы различные соревнования по дисциплине: «Dual Slalom» (Параллельный Слалом), Байкер кросс, Кросс кантри.

Следует отметить, что 12 февраля текущего года на горнолыжной базе «Тогуз Булак» состоялся Второй благотворительный фестиваль «Кыргызстан – страна горных лыж и зимнего отдыха – 2011», для проведения которого компания «Шоро» выступила одним из генеральных спонсоров.

Особое внимание руководством компании уделяется благотворительной деятельности. Компания проводит различные мероприятия по оказанию благотворительной помощи во всех регионах страны.

Ко дню защиты детей компанией «Шоро» были проведены благотворительные мероприятия в котором компания Шоро организовала для ребят из Военно-Антоновского детского дома поездку на горнолыжную базу.

В текущем году компания «Шоро» была единственной компанией, отозвавшейся на призыв Агенства по развитию города, и отремонтировала городской перинатальный центр.

Благотворительные акции компании «Шоро» не ограничиваются лишь территорией нашей страны, тому свидетельство безвозмездно предоставленные 3 тонны питьевой воды народу Японии.

Гуманитарная помощь, оказанная пострадавшим после июньских событий на юге страны, составила более 60 тонн воды и национальных напитков.

Компания активно поддерживает акции, направленные на защиту окружающей среды, среди которых проводимая в этом году «Эко Акция за чистый Кыргызстан», целями которой является донесение до жителей столицы важности охраны окружающей среды, посредством уменьшения загрязнения столицы.

6. Финансовый анализ

6.1. Анализ актива баланса

Основой анализа финансового положения эмитента является установленная форма бухгалтерской отчетности за 3 последних года, принятая налоговыми органами и заверенная аудиторской проверкой, проведенной ОсОО «Идис Аудит».

Совокупность имущества компании, отражающая структуру и стоимость активов представлена в нижеследующей таблице:

Наименование показателя	2008 г. (сом)	%	2009 г. (сом)	%	2010 г. (сом)	%
Денежные средства в кассе (1100)	82 810,0	0,1	9 416 328,0	5,4	1 612 035,0	0,9
Денежные средства в банке (1200)	1 584 951,0	1,0	7 313 381,0	4,2	3 157 298,7	1,8
Счета к получению (1400)	3 568 512,0	2,2	6 233 179,0	3,6	6 341 142,0	3,7
Дебиторская задолженность по прочим операциям (1500)	2 138 844,0	1,3	1 772 798,0	1,0	16 379 448,0	9,5
Товарно-материальные запасы (1600)	22 892 094,0	14,4	20 115 713,0	11,6	14 747 766,0	8,6
Запасы вспомогательных материалов (1700)	18 744 501,0	11,8	19 400 169,0	11,1	22 467 802,1	13,0
Авансы выданные (1800)	2 457 380,0	1,5	11 316 516,0	6,5	6 099 815,0	3,5
Итого по разделу оборотные активы	51 469 092,0	32,4	75 568 084,0	43,4	70 805 306,7	41,1
Балансовая стоимость основных средств (2100)	94 866 779,0	59,8	85 545 364,0	49,1	84 023 691,0	48,8
Долгосрочные инвестиции (2800)	12 130 624,0	7,6	12 962 089,0	7,4	17 334 500,0	10,1
Балансовая стоимость нематериальных активов (2900)	226 030,0	0,1	6 250,0	0,0	128 002,2	0,1
Итого по разделу внеоборотные активы	107 223 433,0	67,6	98 513 703,0	56,6	101 486 193,2	58,9
ИТОГО АКТИВЫ	158 692 525,0	100,0	174 081 787,0	100,0	172 291 500,0	100,0

По состоянию на конец 2010 года совокупные активы компании составили 172,29 млн. сом, снизившись с началом года на (- 1 %). Основной причиной послужила кризисная ситуация в стране вызванная политической нестабильностью, что сопровождалось: застоями ряда предприятий, закрытиями границ с соседними странами. Однако, в целом, за последние 3 года активы выросли, рост составил (+ 8,5 %), с 158,69 млн. сом по состоянию на конец 2008 года.

Анализ структуры актива баланса

Анализируя вышеприведенную таблицу, можно увидеть, что больший удельный вес валюты баланса по состоянию на конец 2010 года для ЗАО «Шоро» приходится на долгосрочные активы. Так, на конец 2010 года доля внеоборотных активов предприятия составила почти 60 % от валюты баланса. Данный показатель для компании снизился с 67 % в 2008 году до 60 % в

2010 году. Это связано, прежде всего, со стабильным снижением стоимости основных средств компании, которая аккумулируется в наиболее ликвидные активы, тем самым оптимизируется производственный потенциал предприятия. Тому свидетельство значение доли оборотных активов, которая на конец 2010 года увеличилась почти на 9 %, составив 41 % от общего объема активов, по сравнению с 2008 годом. В целом, данный показатель за рассматриваемый период достаточно стабилен и привлекателен, поскольку свидетельствует о значительном объеме наиболее мобильного и ликвидного имущества компании.

Активы	2008 г. (сом)	2009 г. (сом)	2010 г. (сом)
Доля оборотных активов	32,4 %	43,4 %	41 %
Доля внеоборотных активов	67,6 %	56,6 %	59 %
Всего активов	100 %	100 %	100 %

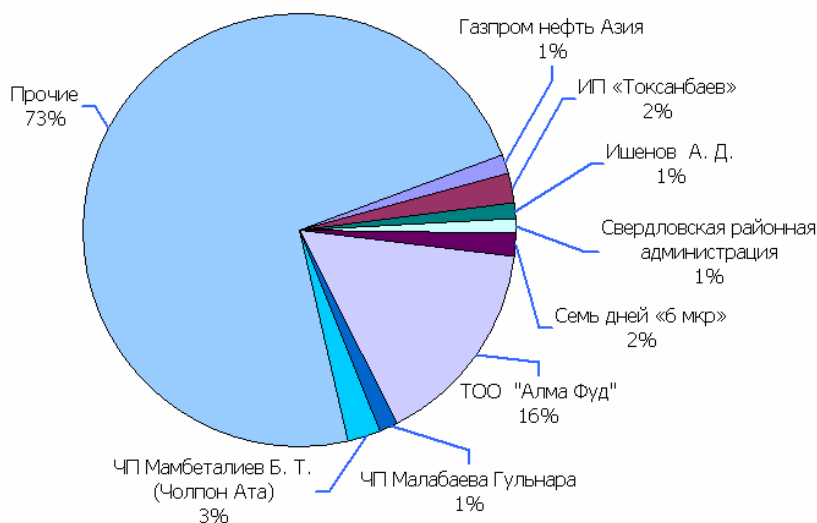
Анализ текущих активов

Дебиторская задолженность представляет основную часть оборотных средств компании ЗАО «Шоро», в которую входят статьи балансов: счета к получению, прочая дебиторская задолженность и авансы выданные.

В течении анализируемого периода наблюдается достаточно стабильная ситуация в динамике основной дебиторской задолженности, в то время как прочая задолженность выросла в более чем в 7,8 раза за период анализа, что может свидетельствовать об увеличении предоставляемых беспроцентных долгосрочных займов другим субъектам, в том числе работникам предприятия. Что привело к общему росту дебиторской задолженности почти в три раза, составив на конец отчетного года 28,8 млн. сом, по сравнению с 2008 годом почти в четыре раза, с 8,1 млн. сом. А доля дебиторской задолженности в совокупном объеме активов выросла с 5 % до 16,7 %, что говорит об ухудшении динамики платежей и о росте непогашенной задолженности.

Структура основных дебиторов компании

на 31 декабря 2010 года:



Следующая по величине статья в текущих активах компании – запасы вспомогательных материалов, динамика которого свидетельствует о стабильном росте за анализируемый период: 18,7 млн. сом в 2008 году, 19,4 млн. сом в 2009 году и 22,4 млн. сом в 2010 году. При этом ежегодный прирост составил в среднем за три года 9,6 %. Рост наблюдается практически по всем составляющим запасов: по запасным частям к оборудованию предприятия, по строительным материалам, по малоценным и быстро изнашивающимся материалам и по прочим материалам, что свидетельствует о росте производственного потенциала предприятия.

Доля товарно – материальных запасов в течении анализируемого периода снижается в совокупном объеме активов, снижение составило, как видно из таблицы, на конец 2010 года 8,6 %, по сравнению с 2008 годом равную 14,4 %.

6.2. Анализ пассива баланса

Наименование показателя	2008 г. (сом)	%	2009 г. (сом)	%	2010 г. (сом)	%
Счета к оплате (3110, 3190)	16 186 357,0	10,2	14 581 576,0	8,4	13 526 193,3	7,9
Авансы полученные (3210, 3220)	37 855,0	0,1	116 720,0	0,1	6 141 206,6	3,6
Краткосрочные долговые обязательства (3300)	15 892 296,0	10,0	9 543 444,0	5,5		
Налоги к оплате (3400)	128 560,0	0,1	-639 569,0	-0,4	1 425 256,1	0,8
Краткосрочные начисленные обязательства (3500)	9 335 057,0	5,9	8 046 844,0	4,6	256 703,0	0,1
Итого краткосрочные обязательства	41 580 125,0	26,2	31 649 015,0	18,2	21 349 359,0	12,4
Долгосрочные обязательства (4100)	59 880 411,0	37,7	78 067 652,0	44,8	74 203 565,0	43,1
Отсроченные доходы (4200)	327 046,0	0,2	327 046,0	0,2	327 046,0	0,2
Отсроченные налоговые обязательства (4300)	864 448,0	0,5	1 290 568,0	0,7	1 101 254,6	0,6
Итого долгосрочные обязательства	61 071 905,0	38,5	79 685 266,0	45,8	75 631 865,5	43,9
Итого обязательства	102 652 030,0	64,7	111 334 281,0	64,0	96 981 224,5	56,3
Уставный капитал (5100)	1 440 000,0	0,9	1 440 000,0	0,8	1 440 000,0	0,8
Нераспределенная прибыль (5300)	29 031 289,0	18,3	35 738 300,0	20,5	48 301 069,9	28,0
Резервный капитал (5400)	25 569 206,0	16,1	25 569 206,0	14,7	25 569 205,8	14,8
Итого собственный капитал	56 040 495,0	35,3	62 747 506,0	36,0	75 310 275,7	43,7
Итого собственный капитал и обязательства	158 692 525,0	100,0	174 081 787,0	100,0	172 291 500,2	100,0

Анализ структуры пассива баланса

Анализируя вышеприведенную таблицу, можно сделать вывод, что структура пассива баланса компании в течении анализируемого периода не претерпела значительных изменений. В 2008 году текущие обязательства компании составляли 26,2 % от валюты баланса, в то время как собственный капитал предприятия составил 35,3 %. Однако, по состоянию на конец 2010 года данное соотношение меняется в положительную сторону, о чем свидетельствует снижение текущих обязательств предприятия до 12,4 % от общего объема валюты баланса и в последующем наращивание собственного капитала компании до 43,7 % на 31 декабря 2010

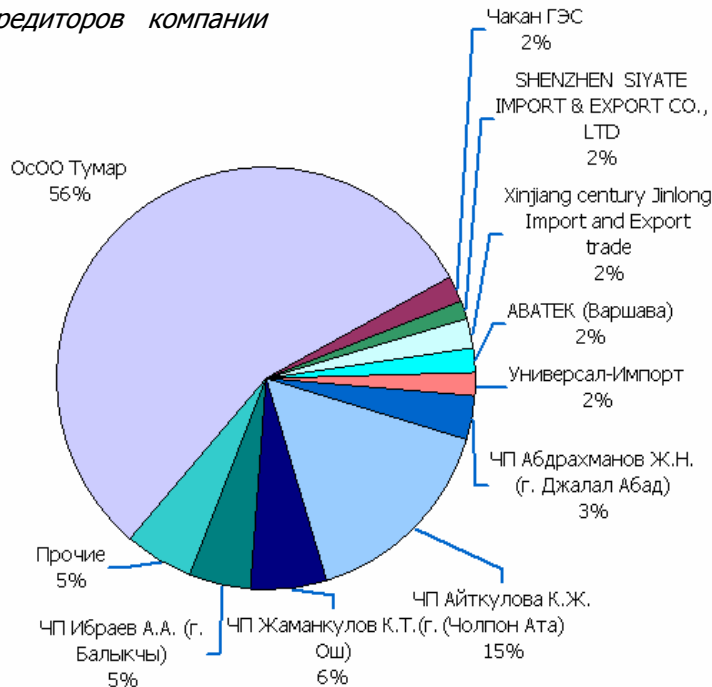
года. Данная тенденция свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости предприятия. Основной рост собственных средств, произошел в результате увеличения реинвестирования чистой прибыли направляемых на дальнейшее развитие компании.

Ввиду того, что компания активно использует банковские кредиты в основной деятельности, в динамике долгосрочных обязательств компании не наблюдается резких изменений. В среднем доля долгосрочных обязательств составила 41,8 %, но, несмотря на высокую долю полученных кредитов в валюте баланса, она считается, вполне, приемлемой для современных производственных предприятий в Кыргызской Республике.

Анализ текущих обязательств

Основная доля текущих обязательств ЗАО «Шоро» приходится на кредиторскую задолженность. Доля которой, в общем объеме валюты баланса составила 11,5 % на конец 2010 года, при этом значительные изменения в структуре наблюдались по статьям авансы полученные. Так, в течении анализируемого периода авансы полученные увеличились в 52 раза, при этом доля авансов составила 3,6 % в общем объеме валюты баланса, рост с 0,1 % (в 2008 году). Данный рост произошел в результате направления значительной суммы денежных средств на погашение краткосрочных кредитов и займов в сумме 9,5 млн. сом, а не на покрытие авансов. В конечном итоге, это привело к росту кредиторской задолженности с 8,5 % (в 2009 г.) до 11,5 % в 2010 г.

Структура наиболее крупных кредиторов компании на 31 декабря 2010 года:



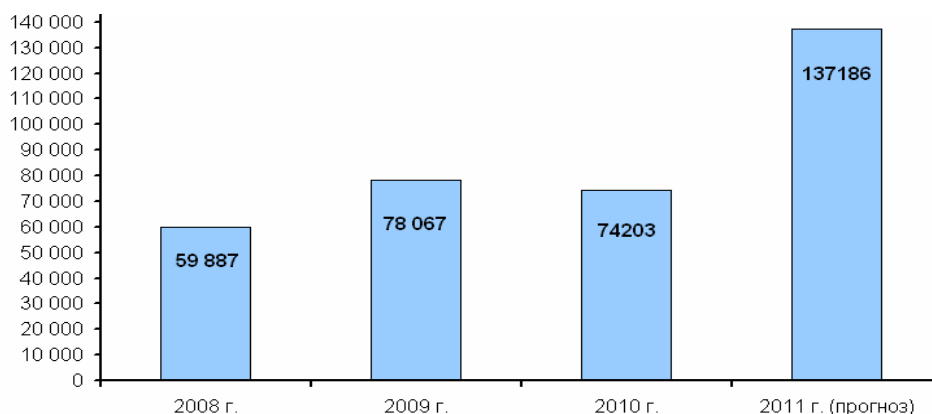
Краткосрочные начисленные обязательства снизились на (- 97,2 %), что было достигнуто, в результате выплат в полном размере дивидендов по акциям и начисленной заработной платы акционерам и сотрудникам предприятия.

В результате, по итогам 2010 года текущие обязательства компании снизились на 32,5 %, что в абсолютном значении составило 10 299 тыс. сом, по сравнению с показателем 2009 года - 31 649 тыс. сом.

Анализ долгосрочных обязательств

ЗАО «Шоро» в своей основной деятельности активно пользуется банковскими кредитами долгосрочного характера, тому свидетельство показатели долгосрочных обязательств в балансе предприятия, в среднем доля долгосрочных обязательств компании в валюте баланса составляет 42,7 %. Так, на конец 2010 года долгосрочные обязательства компании составили 74 203 тыс. сом или 43,1 % от валюты баланса.

Динамика полученных долгосрочных займов с 2008 по прогнозный, 2011 гг.: (тыс. сом)



Последний долгосрочный займ компании был получен в ЗАО «Кыргызском Инвестиционном Кредитном Банке» в декабре 2010 года, в размере 3 000 тыс. долларов США под 12,75 %, 1 500 тыс. долларов которого было получено траншем в декабре отчетного года. К настоящему моменту уже погашена часть кредита в сумме 700 тыс. долларов США, за период с апреля по июнь 2011 года.

Согласно прогнозам, уже на конец 2011 года в результате привлечения облигационного займа и с учетом уже полученных банковских кредитов объемы полученных займов ЗАО «Шоро» составят более 137 млн. сом, что, безусловно, отразится на дальнейшей деловой активности предприятия.

Таким образом, за последнее время обязательства компании снизились в абсолютном выражении на 14 млн. сомов и составили на конец 2010 года - 96 981 тыс. сом. При этом рост собственного капитала за анализируемый период составил более 19 млн. сом. В связи с этим доля обязательств компании в валюте баланса снизилась с 64,7 % (в 2008 г.) до 56,3 % (в 2010 г.)

Данная тенденция, прежде всего, влияет положительным образом на прибыльность предприятия, поскольку использование заемного капитала, в хозяйственной деятельности построено на условиях срочности, платности и возвратности.

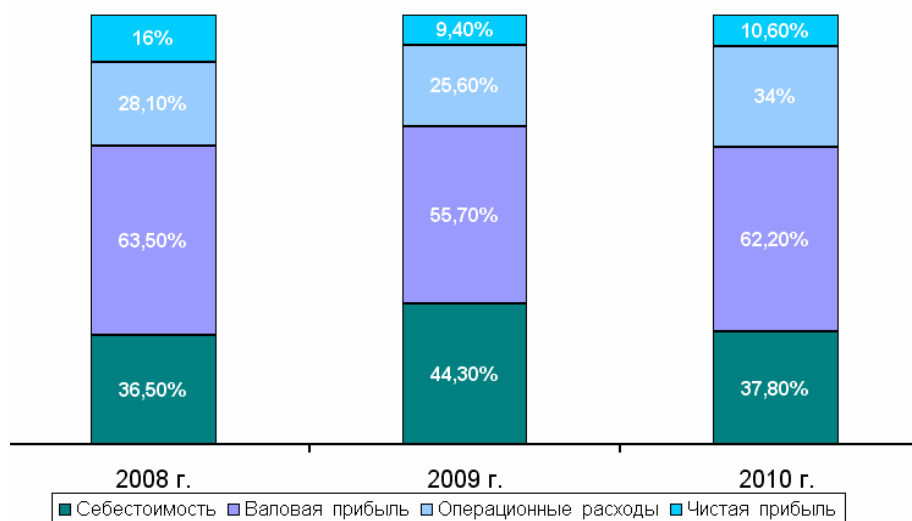
6.3. Анализ доходов и расходов

Наименование показателя	2008 г. (сом)	2009 г. (сом)	рост, %	2010 г. (сом)	рост, %
Выручка	150 983 683,0	135 283 679,0	-10,4	148 599 547,0	9,8
Себестоимость	55 174 002,0	59 910 763,0	8,6	56 193 680,0	-6,2
Валовая прибыль	95 809 681,0	75 372 916,0	-21,3	92 405 867,0	22,6
Доходы (расходы) от прочей операционной деятельности	-11 469 820,0	-9 797 526,0	-14,6	-8 720 834,0	-11,0
Операционные расходы	42 369 345,0	34 647 306,0	-18,2	50 482 632,0	45,7
Прибыль (убыток) от операционной деятельности	41 970 516,0	30 928 084,0	-26,3	33 202 401,0	7,4
Доходы от инвестиций	0,0	0,0		859 000,0	
Итого доходы и расходы от неоперационной деятельности	-15 185 547,0	-16 779 607,0	10,5	-15 706 647,0	-6,4
Прибыль (убыток) до вычета налогов	26 784 969,0	14 148 477,0	-47,2	17 495 754,0	23,7
Расходы по налогу на прибыль	2 678 496,9	1 414 847,7	-47,2	1 749 575,4	23,7
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	24 106 472,1	12 733 629,3	-47,2	15 746 178,6	23,7
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	24 106 472,1	12 733 629,3	-47,2	15 746 178,6	23,7

В связи с общим спадом экономики по стране в 2009 году, деловая активность компании снижается, что проявляется в снижении общей выручки компании на (- 10,4 %). Но уже к концу 2010 года данный показатель увеличился на (+ 9,8 %), приравняв выручку предприятия к 148 599 тыс. сом, рост в абсолютном выражении составил на 13 315 тыс. сом.

Снижение себестоимости произведенной продукции компании составило (- 6,2 %) к концу 2010 года, в то время как выручка от реализации выросла на (+ 9,8 %), обеспечив рост чистой прибыли предприятия на конец анализируемого периода на (+ 23,7 %) составив 15,74 млн. сом.

Динамика долевых соотношений: себестоимости, валовой прибыли, операционных расходов и чистой прибыли в выручке ЗАО «Шоро» (2008 – 2010 гг.):



Учитывая данные выше приведенной диаграммы можно сделать следующие выводы:

- наибольшая часть расходов предприятия приходится на себестоимость производимой продукции ЗАО «Шоро». В 2008 году доля себестоимости в общем объеме выручки составила 36,5 %, в 2009 году данный показатель заметно увеличился и составил 44,3 %. Но к концу анализируемого периода доля себестоимости снижается до 37,8 %;

- показатели доли себестоимости свидетельствуют о росте расходов на производство единицы продукции. При полученной выручке в 148 599 тыс. сом в 2010 году себестоимость составила 56 193 тыс. сом, в то время как в 2008 году при полученной выручке равной 150 983 тыс. сом, себестоимость составила 55 174 тыс. сом. Такая тенденция в подобной ситуации означает, что предприятие к концу анализируемого периода несет больше расходов на производство продукции;

- заметно увеличились к концу 2010 года операционные расходы компании, рост составил на 8,4 %, по сравнению с 2009 годом, который составлял 34 647 тыс. сом. Тем самым, доля операционных расходов в общей выручке компании составила 34 %, что свидетельствует о росте затрат предприятия по реализации продукции;

- таким образом, в течении анализируемого периода по всем расходам компании наблюдается тенденция роста, что в результате приводит к уменьшению чистой прибыли предприятия. Так, в течении рассматриваемого периода при полученной выручке 150 983 тыс. сом в 2008 году, доля чистой прибыли составила 24 106 тыс. сом или 16 %, к концу 2010 года доля чистой прибыли составила 10,6 %, при полученной выручке 148 599 тыс. сом.

6.4. Анализ ликвидности и платежеспособности

При оценке финансового положения предприятия с точки зрения краткосрочной перспективы критериями оценки выступают показатели ликвидности и платежеспособности, т.е. способность своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам.

Коэффициент текущей ликвидности

Коэффициент текущей ликвидности дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько сомов текущих активов приходится на один сом текущих обязательств. Логика исчисления данного показателя заключается в том, что предприятие погашает краткосрочные обязательства в основном за счет текущих активов, следовательно, если текущие активы превышают по величине текущие обязательства, предприятие может рассматриваться как успешно функционирующее.

наименование	2008	2009	2010
Оборотные активы	51 469 092,0	75 568 084,0	70 805 306,7
Краткосрочные обязательства	41 580 125,0	31 649 015,0	21 349 359,0
Коэф. текущей ликвидности	1,2	2,4	3,3

Так, согласно данным выше приведенной таблицы показатель текущей ликвидности компании в 2008 году был равен 1,2. Данный показатель считается ниже нормативного в западной учетно – аналитической практике, критическое значение которого равно 2. При этом, низкое значение данного показателя свидетельствует о высоком объеме краткосрочных обязательств компании, что составляет 26,2 % от валюты баланса в 2008 году. Это связано с получением краткосрочных банковских кредитов и займов в сумме 15 892 тыс. сом. В последующем коэффициент текущей ликвидности повышается ввиду наблюдающейся тенденции роста текущих активов и снижающейся доли текущих обязательств компании. В 2010 году в результате погашения банковских кредитов и займов на один сом текущих обязательств компании уже приходится 3,3 сома текущих обязательств, данное соотношение свидетельствует о том, что предприятие является успешно функционирующим.

Коэффициент быстрой ликвидности

По своему смысловому значению данный коэффициент аналогичен коэффициенту текущей ликвидности. Но исчисляется по более узкому кругу текущих активов, из расчета исключается наименее ликвидная их часть - производственные запасы. Логика такого исключения состоит не только в значительно меньшей ликвидности запасов, но, что гораздо более важно, в том, что денежные средства, которые можно выручить в случае вынужденной реализации производственных запасов, могут быть существенно ниже затрат по их приобретению. Поэтому так важно определение способности предприятия расплатиться по краткосрочным обязательствам, не прибегая к продаже товарно-материальных запасов.

наименование	2008	2009	2010
Оборотные активы	51 469 092,0	75 568 084,0	70 805 306,7
Запасы ТМЗ	22 892 094,0	20 115 713,0	14 747 766,0
Краткосрочные обязательства	41 580 125,0	31 649 015,0	21 349 359,0
Коэф. срочной ликвидности	0,7	1,8	2,6

В результате анализа коэффициент быстрой ликвидности имел аналогичную с коэффициентом текущей ликвидности предприятия положительную тенденцию роста. Следует отметить, что в 2008 году компания испытывала недостаток наиболее ликвидных активов, в связи с чем значение коэффициента было на 0,3 пункта меньше минимального нормативного значения. Но уже к концу 2010 года ввиду заметного превышения ликвидных активов над текущими обязательствами, данный коэффициент увеличился до 2,6. Таким образом, компания не прибегая к продаже неликвидных активов, может погасить свои текущие обязательства.

Коэффициент абсолютной ликвидности

Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием ликвидности предприятия и показывает, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости

погашена немедленно только с использованием имеющихся денежных средств, не прибегая к использованию других активов.

наименование	2008	2009	2010
Денежные средства	1 667 761	16 729 709	4 769 333,65
Краткосрочные обязательства	41 580 125,0	31 649 015,0	21 349 359,0
Коэф. абсолютной ликвидности	0,04	0,53	0,22

Рекомендуемая нижняя граница показателя, приводимая в западной практике составляет 0,2.

Согласно вышеприведенной таблице, краткосрочные обязательства компании за анализируемый период стабильно снижаются, в то время как динамика объемов денежных средств компании заметно варьируется за период анализа. В результате, показатель ликвидности компании характеризующий уровень наиболее ликвидных активов, за счет которых может быть погашены краткосрочные обязательства компании, значительно варьируются. Так в 2009 году показатель имел достаточно высокое значение, но уже в 2010 году данный показатель почти приравнялся к рекомендуемой нижней границе показателя, что свидетельствует заметное снижение денежных средств в компании ввиду направления основной наличности компании для погашения кредита в 2010 году.

Таким образом, как видно из проделанного анализа, на ликвидность предприятия главным образом, влияют два элемента: объемы текущих активов и текущих обязательств. Согласно динамике которых, за период анализа текущие обязательства имели тенденцию снижения, что отразилось на повышении ликвидности предприятия.

Величина собственных оборотных средств

наименование	2008	2009	2010
Оборотные активы	51 469 092,0	75 568 084,0	70 805 306,7
Краткосрочные обязательства	41 580 125,0	31 649 015,0	21 349 359,0
Величина собственных оборотных средств	9 888 967,0	43 919 069,0	49 455 947,8

Величина собственных оборотных средств представляет разницу между суммой текущих активов и текущих обязательств. Соответствующий показатель, как видно из выше приведенной таблицы, стремительно растет в течении анализируемого периода. При этом, рост собственных оборотных средств компании за анализируемый период составил 400 %, в абсолютном значении это - повышение почти на 40 млн. сом. Данная тенденция в основной хозяйственной деятельности компании свидетельствует о повышении деловой активности за анализируемый период.

Маневренность собственного капитала

Данный коэффициент показывает, какая часть собственного капитала компании используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована.

наименование	2008	2009	2010
Величина собственных оборотных средств	9 888 967,00	43 919 069,00	49 455 947,8
Величина собственного капитала	56 040 495,00	62 747 506,00	75 310 275,70
Маневренность собственного капитала	0,18	0,70	0,66

В западной практике данный коэффициент в нормально функционирующих компаниях варьируется в значениях от нуля и выше. Согласно значениям ЗАО «Шоро», является возможным сделать вывод, что их значения соответствуют значениям успешно функционирующих компаний или уровень финансирования текущей деятельности за счет собственного капитала компании заметно повысился, что свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости предприятия.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами

В финансовом плане текущая деятельность компании выражается в постоянной трансформации краткосрочных активов и пассивов. Любые активы успешно функционирующего предприятия имеют два источника финансирования: собственные и привлеченные. Если на предприятии наблюдается недостаток собственных оборотных средств – это предприятие имеет, как правило, неудовлетворительную структуру баланса, неустойчивое финансовое состояние. Наличие собственных оборотных средств является одним из важных показателей финансовой устойчивости организации, отсутствие собственного оборотного капитала свидетельствует о том, что все оборотные средства организации сформированы за счет заемных источников.

В связи с чем мировая практика разработала ряд коэффициентов характеризующих уровень обеспеченности предприятия оборотными средствами. Наиболее распространенным показателем характеризующим уровень финансирования оборотных активов компании за счет собственных средств является коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Исходя из расчетов, ниже приведенной таблицы, следует отметить постоянный рост данного коэффициента, что свидетельствует о постоянном увеличении своей кредитоспособности. В мировой учетно – аналитической минимальное значение данного коэффициента составляет 0,1.

Таким образом уже к концу анализируемого периода значение данного коэффициента составило 0,7 что свидетельствует о достаточно высоком объеме обеспеченности собственными оборотными средствами в хозяйственной деятельности.

наименование	2008	2009	2010
Собственные оборотные средства	9 888 967,0	43 919 069,0	49 455 947,8
Оборотные активы	51 469 092,0	75 568 084,0	70 805 306,7
Коэффициент обеспеченности Собственными оборотными средствами	0,19	0,58	0,70

6.5. Анализ финансовой устойчивости

Одной из основных характеристик финансового состояния предприятия является его стабильность с позиции долгосрочной перспективы. Способность хозяйствующего субъекта своевременно отвечать по своим долгосрочным займам свидетельствует об его финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе. В связи с этим, мировая учетно – аналитическая практика разработала ряд систем показателей для оценки финансовой устойчивости предприятия. Данные системы показателей условно можно разделить на две категории:

- коэффициенты капитализации;
- коэффициенты покрытия;

Коэффициент капитализации

В группе коэффициентов капитализации можно выделить следующий основной показатель финансовой устойчивости - соотношение заемных и собственных средств компании.

наименование	2008	2009	2010
Величина обязательств	102 652 030	111 334 281	96 981 224,51
Собственный капитал	56 040 495	62 747 506	75 310 275,7
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	1,83	1,77	1,29

Как видно из таблицы, за анализируемый период величина обязательств компании превышает величину собственных средств. Так, в 2008 году компания использовала в хозяйственной деятельности в два раза больше заемных средств, нежели собственный капитал, тому свидетельство показатель коэффициента соотношения заемных и собственных средств равный 1,83. Данный коэффициент имеет следующую интерпретацию: на каждый вложенный сом собственных средств, приходится 1,83 сома заемных средств и свидетельствует о достаточно высоком уровне риска финансовой устойчивости. Но в течении рассматриваемого периода, как видно из динамики собственного капитала, можно сделать вывод, что компания стремительно наращивает и использует в основной деятельности собственные средства, посредством реинвестирования полученной прибыли компании в дальнейшее развитие. В связи с чем, компания становится финансово устойчивой, что способствует минимизации проблем с кредитоспособностью и уровнем риска финансовой устойчивости.

Коэффициенты покрытия:

Коэффициент концентрации собственного капитала

Коэффициент характеризует долевое соотношение собственности владельцев предприятия в общем объеме капитала предприятия.

наименование	2008	2009	2010
Собственный капитал	56 040 495	62 747 506	75 310 275,7
Активы	158 692 525	174 081 787	172 291 500,2
Коэффициент концентрации собственного капитала	0,35	0,36	0,44

В течении рассматриваемого периода, показатель использования средств владельцев, как видно из выше приведенной таблицы, имел тенденцию роста, что было связано, динамикой реинвестирования части прибыли в развитие компании. Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие наращивает финансовую устойчивость, при этом становясь стабильным в развитии и независимым от внешних кредиторов предприятия.

Коэффициент структуры долгосрочных вложений

наименование	2008	2009	2010
Долгосрочные обязательства	61 071 905,0	79 685 266,0	75 631 865,5
Внеоборотные активы	107 223 433,0	98 513 703,0	101 486 193,0
Коэффициент структуры долгосрочных вложений	0,57	0,81	0,75

Основная идея расчета коэффициента структуры долгосрочных вложений основана на предположении, что долгосрочные кредиты и займы используются для финансирования основных средств и других капитальных вложений. Тем самым, показывая, какая часть основных средств и прочих внеоборотных активов финансируются за счет внешних инвесторов.

Вышеприведенные расчеты свидетельствуют о том, что в 2008 году 57 % внеоборотных активов покрыты за счет привлечения долгосрочных займов. В последующем данный показатель увеличивается в связи с увеличением долгосрочных займов компании и уже концу 2010 года 75 % внеоборотных активов были покрыты за счет долгосрочных займов.

Уровень финансового левериджа

Данный коэффициент считается одной из основных характеристик финансовой устойчивости предприятия. Экономическая интерпретация которого следующая: сколько сомов заемного капитала приходится на один сом собственных средств.

наименование показателя	2008	2009	2010
Долгосрочные заемные средства	59880411	78067652	74203565,02
Собственный капитал	56040495	62747506	75310275,7
Уровень финансового левериджа	1,07	1,24	0,99

Таким образом, исходя из расчетов уровня финансового левериджа следует, что в 2008, 2009 годах на каждый сом собственного капитала, приходилось чуть больше заемных средств. Но уже в последующем, согласно уровню финансового левериджа, уровень собственных средств и уровень заемного капитала приравниваются, что свидетельствует об улучшении финансовой устойчивости предприятия.

6.6. Анализ рентабельности

Показатели рентабельности предназначены для оценки общей эффективности вложения средств в предприятие. Данные показатели широко используются для оценки финансово - хозяйственной деятельности предприятий. Это одни из наиболее важных показателей при оценке деятельности предприятия, которые отражают степень прибыльности деятельности предприятия.

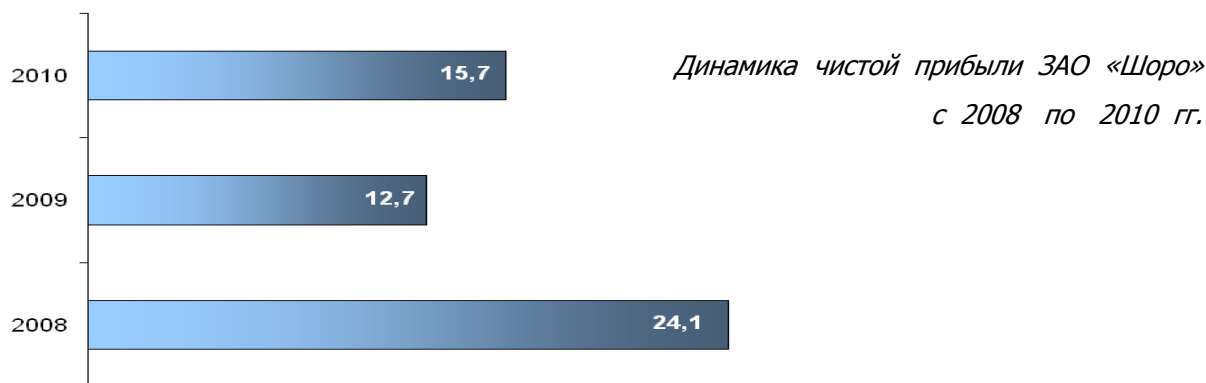
По всем показателям рентабельности финансово – хозяйственной деятельности предприятия, на конец анализируемого периода, наблюдается устойчивый рост.

наименование	2008	2009	2010
Чистая прибыль	24 106 472	12 733 629	15 746 179
Себестоимость	55 174 002,00	59 910 763,00	56 193 680,00
Рентабельность продукции	43,69%	21,25%	28,02%
Чистая прибыль	24 106 472	12 733 629	15 746 179
Основные средства	94 866 779	85 545 364	84 023 691
Рентабельность ОС	25,41%	14,89%	18,74%
Чистая прибыль	24 106 472	12 733 629	15 746 179
Выручка	150 983 683,00	135 283 679,00	148 599 547,00
Рентабельность продаж	15,97%	9,41%	10,60%
Чистая прибыль	24 106 472	12 733 629	15 746 179
Активы	158 692 525	174 081 787	172 291 499,8
Рентабельность активов	15,19%	7,31%	9,14%
Чистая прибыль	24 106 472	12 733 629	15 746 179
Собственный капитал	56 040 495	62 747 506	75 310 275,7
Рентабельность СК	43,02%	20,29%	20,91%

Анализируя рентабельность финансово – хозяйственной деятельности можно сделать следующие выводы:

- исключительно высокая рентабельность продукции наблюдалась в начале рассматриваемого периода, в результате получения высокой прибыли при наименьших затратах на производство продукции, когда рентабельность продукции составила 43,69 %. Но в связи со спадом в экономике в 2009 году, выручка компании снижается, что отразилось на уменьшении чистой прибыли предприятия и снижении рентабельности производимой продукции. Но даже минимальное значение рентабельности за рассматриваемый период

времени, равный 21,25 % в 2009 году, может свидетельствовать о высокой рентабельности производимой продукции в компании



- частичное избавление за рассматриваемый период от наименее ликвидных активов предприятия лучшим образом отразилось на рентабельности основных средств. Часть неликвидных активов предприятия аккумулируется в более мобильный вид активов, которая в дальнейшем направляется для производственного оборота предприятия. Это наглядно показано в расчетах рентабельности основных средств, рост за последний год составил до 18,74%, с 14,89 % на конец 2009 года.

- как видно из расчетов, рентабельность по продажам и рентабельность активов компании имеет несколько низкое значение за несколько лет, ввиду специфики производственной отрасли, которая является наиболее капиталоемким видом производства.

- увеличение доли собственного капитала в источнике финансирования для развития производства, позволила добиться исключительно высоких показателей рентабельности собственного капитала в течении рассматриваемого периода. Тем самым, достигнув результатов рентабельности не менее 20 % за анализируемый период.

6.7. Анализ деловой активности

Деловая активность предприятия в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота его средств. В связи с этим, анализ деловой активности позволяет выявить, насколько эффективно предприятие использует свои средства.

Для обобщенного представления хозяйственной активности предприятия мировой учетно – аналитической практикой разработаны 6 коэффициентов оборачиваемости. Данные коэффициенты будут использованы в дальнейшем для характеристики деловой активности ЗАО «Шоро».

Оборачиваемость активов

Согласно расчетам оборачиваемости активов, в течении рассматриваемого периода полный цикл производства совершался более чем за годовой период времени, тому свидетельство показатели оборачиваемости, варьирующиеся в пределах 400 – 450 дней. На 1 сом совокупной стоимости активов компания за период получает порядка 80 – 90 тыйын, что свидетельствует о достаточно приемлемой оборачиваемости активов компании для данной отрасли.

наименование	2008	2009	2010
Выручка	150 983 683,00	135 283 679,00	148 599 547,00
Среднегодовая стоимость активов	168 355 270,7	168 355 270,7	168 355 270,7
Оборачиваемость совокупных активов	0,90	0,80	0,88
Оборачиваемость активов, в днях	407,00	454,23	413,53

Оборачиваемость основных средств

Стоимость основных средств предприятия характеризует его производственный потенциал, в связи с чем оборачиваемость основных средств предприятия раскрывает эффективность использования имеющихся производственных средств предприятия.

наименование	2008	2009	2010
Выручка	150 983 683,0	135 283 679,0	148 599 547,0
Среднегодовая стоимость ОС	88 145 278,0	88 145 278,0	88 145 278,0
Оборачиваемость ОС (Фондоотдача)	1,71	1,53	1,69

Анализируя оборачиваемость основных средств, следует отметить, что на каждый сом основных средств компания за анализируемый период имела порядка 1,70 – 1,50 сом дохода. Данная доходность объясняется спецификой компании, которая является производственной компанией, предполагающей использование в основной деятельности большого количества оборудования и других основных средств.

Оборачиваемость собственного капитала

наименование	2008	2009	2010
Выручка	150 983 683,0	135 283 679,0	148 599 547,0
Среднегодовая величина СК	59 394 000,5	59 394 000,5	69 028 890,9
Оборачиваемость СК	2,54	2,28	2,15
Оборачиваемость СК, в днях	143,58	160,25	169,55

Оборачиваемость собственного капитала за период анализа, имела динамику снижения и на конец 2010 года составила 2,15, что свидетельствует о превышении уровня продаж более чем в 2 раза, вложенного капитала. Учитывая увеличение собственных средств предприятия за период, тем самым уменьшение заемного капитала в финансово – хозяйственной деятельности, компания снизила вероятность возникновения затруднений с кредиторами предприятия и возможности возникновения проблем, связанных с уменьшением дохода предприятия. В целом собственный капитал предприятия на конец 2010 года оборачивался в течении 170 дней, продемонстрировав увеличение на 27 дней за анализируемый период.

Оборачиваемость дебиторской задолженности

Оборачиваемость дебиторской задолженности показывает насколько компания эффективно организовала работу по сбору долгов за предоставленные товары.

наименование	2008	2009	2010
Выручка	150 983 683,0	135 283 679,0	148 599 547,0
Среднегодовая величина ДЗ	6 856 666,5	6 856 666,5	15 363 283,5
Оборачиваемость ДЗ	22,02	19,73	9,67
Оборачиваемость ДЗ, в днях	16,58	18,50	37,74

В течении рассматриваемого периода, согласно вышеприведенным расчетам, оборачиваемость падает, что свидетельствует об увеличении потребности компании в оборотном капитале, прежде всего данная тенденция была связана с увеличением прочей дебиторской задолженности, ввиду увеличения предоставляемых беспроцентных долгосрочных займов другим субъектам, не связанных с реализацией, и увеличением предоставленных займов работникам предприятия. В связи с этим вырос и средний период времени затрачиваемый на сбор образованной суммы долга. В целом данный рост данного показателя за период составила более двух недель.

Оборачиваемость кредиторской задолженности

Динамику данного показателя можно интерпретировать следующим образом, т.е. чем выше значение данного показателя, тем быстрее компания рассчитывается со своими поставщиками.

наименование	2008	2009	2010
Себестоимость	55 174 002,0	59 910 763,0	56 193 680,0
Среднегодовая величина КЗ	15 461 254,0	15 461 254,0	17 182 847,9
Оборачиваемость КЗ	3,6	3,9	3,3
Оборачиваемость КЗ, в днях	102,3	94,2	111,6

В целом, за рассматриваемый период значение данного показателя сохраняется на, достаточно, стабильном уровне, который свидетельствует о стабильной деловой активности. Так, возникшая кредиторская задолженность за период погашалась в среднем за 102 дня. В связи, с чем способствовала более эффективной организации взаимоотношений с поставщиками, обеспечивающую более выгодный, отложенный график платежей и использующую кредиторскую задолженность как источник получения дешевых финансовых ресурсов.

Оборачиваемость функционирующего капитала

Анализируя значения этого коэффициента, можно увидеть замедление или ускорение оборачиваемости капитала, непосредственно участвующего в производственной деятельности. Получаемые значения этого коэффициента очищены, в сравнении с показателем общей оборачиваемости активов, от влияния инвестиций предприятия, которые не оказывают непосредственного воздействия на объем реализации.

наименование	2008	2009	2010
Выручка	150 983 683,0	135 283 679,0	148 599 547,0
Средняя величина функционирующего капитала	95 878 049,5	95 878 049,5	115 110 194,0
Оборачиваемость функционирующего капитала	1,57	1,41	1,29

Так, согласно данным оборачиваемости функционирующего капитала деловая активность предприятия за период незначительно снижается, что было вызвано, прежде всего со снижением выручки предприятия на вложенный капитал.

7. Анализ эффективности инвестиционного проекта

В настоящий момент ЗАО «Шоро» имеет значительный потенциал увеличения производства и расширения ассортимента продукции: развита производственная инфраструктура, имеется огромный опыт работы в данной области и наработаны технологии производства, имеются квалифицированные кадры специалистов.

Исходя из потенциалов фирмы, планируется закупить новую линию розлива холодного чая в ПЭТ бутылки производительностью 12 000 бут/в час.

Комплектация линии:

- автомат выдува роторного типа, подаватель преформы, производительностью 12 000 бутылок в час;

- компрессорное отделение, с фильтрацией воздуха, охладитель замкнутого типа;

- триблок ополаскивания – розлива – укупорки;

- аппликатор нанесения ручки на пакет;

- автомат нанесения бумажной и пластиковой, резанной этикетки с помощью горячего клея;

- термотеннель для упаковки готовой продукции с группиратором;

- палетизатор;

- транспортеры бутылок пластинчатые;

- транспортеры бутылок воздушные;

- миксер-сатуратор на 30 000 литров.



Данная линия является полностью автоматической и в течении часа может выпустить до 12 тысяч бутылок готовой продукции. Приобретение новой линии розлива позволит компании выйти на дополнительный рынок безалкогольных напитков, в частности на быстрорастущий по объемам рынок холодного чая.

С учетом производительной мощности закупаемой линии по розливу холодного чая, срока эксплуатации закупаемого оборудования и спрогнозированных объемов спроса на новый продукт, были разработаны следующие планы продаж со сроком на 5 лет.

Годы	План продаж холодного чая (сом)
2012	9 132 894
2013	16 407 170
2014	26 534 976
2015	30 567 317
2016	27 654 258

Для оценки эффективности инвестиционного проекта международная практика разработала несколько показателей, позволяющих подготовить решение о целесообразности инвестиционного проекта.

Эти показатели можно объединить в две группы:

1. Показатели, определяемые на основании использования концепции дисконтирования:

- чистая текущая стоимость;
- внутренняя норма доходности;
- срок окупаемости инвестиций с учетом дисконтирования;

2. Показатели, не предполагающие использования концепции дисконтирования:

- простой срок окупаемости инвестиций;
- показатели простой рентабельности инвестиций;
- чистые денежные поступления;
- индекс доходности инвестиций;
- максимальный денежный отток.

Поскольку первая группа показателей является наиболее распространенной и обобщающей, далее с помощью данных показателей рассчитаем эффективность инвестиционного проекта.

Важнейшим показателем эффективности инвестиционного проекта является чистая текущая стоимость, другими словами это накопленный дисконтированный эффект за расчетный период, которая показывает, достигнут ли инвестиции за экономический срок их жизни желаемого уровня отдачи, при этом:

положительное значение чистой текущей стоимости показывает, что за расчетный период дисконтированные денежные поступления превысят дисконтированную сумму капитальных вложений и тем самым обеспечат увеличение ценности фирмы;

отрицательное значение чистой текущей стоимости показывает, что проект не обеспечит получения нормативной (стандартной) нормы прибыли и, следовательно, приведет к потенциальным убыткам.

Для определения чистой текущей стоимости, прежде всего, необходимо рассчитать ставку дисконтирования и, исходя из ее значения, найти соответствующие коэффициенты дисконтирования за анализируемый расчетный период.

Ставка дисконтирования – это та норма доходности (в %), которую необходимо получить инвестору на вложенный капитал. Т.е. проект является привлекательным для инвестора, если его норма доходности превышает ставку дисконтирования для любого другого способа вложения капитала с

аналогичным риском.

С другой стороны ставка дисконтирования отражает стоимость денег с учетом временного фактора и рисков, так как деньги, полученные в настоящий момент, более предпочтительны, чем деньги, которые будут получены в будущем.

Ставка дисконтирования включает в себя:

- минимальный гарантированный уровень доходности;
- коэффициент, учитывающий степень риска конкретного инвестирования.

Исходя из вышесказанного, рассчитаем ставку дисконтирования: за минимальный гарантированный уровень доходности будем использовать ставку доходности по облигациям ЗАО «Шоро», которая составляет 17 %.

Коэффициенты, учитывающие степень риска проекта предполагают премии по следующим их видам:

- технологический риск, которая составляет 0,5 %;
- коммерческий риск, ввиду специфики и уровню конкуренции на рынке безалкогольных напитков, составляет 0,5 %;
- экологический риск, которая равна 0,5 %.

Следует отметить, при расчете ставки дисконтирования не учитывается инфляционная ставка, поскольку сумма денежного потока, обесцениваемая ежегодной инфляцией, компенсируется ежегодным приростом цен на продукцию компании.

Таким образом, с учетом всех премий за риски и гарантированного уровня доходности инвестиций, ставка дисконтирования составила 18,5 %.

Расчет чистой текущей стоимости проекта: (NPV)

Год	Денежные потоки	Ставка дисконтирования	Денежный поток, с учетом дисконта
0	- 45 000 000	18,5 %	-
1	9 132 894	0,84388	7 707 066,58
2	16 407 170	0,71213	11 684 037,97
3	26 534 976	0,60096	15 946 459,18
4	30 567 317	0,50714	15 501 909,14
5	27 654 258	0,42796	11 834 916,25

NPV = (7 707 066,58 + 11 684 037,97 + 15 946 459,18 + 15 501 909,14 + 11 834 916,25) – 45 000 000 = 17 674 389,13 сом.

Таким образом, согласно показателям NPV, можно сделать вывод: предполагаемые инвестиции

оправданы и рассчитаны на долгосрочную перспективу. За анализируемый период дисконтированные денежные потоки превысили сумму капитальных вложений, тем самым обеспечив рост рыночной цены компании.

Экономическая эффективность проекта может быть определена также показателем внутренней нормы доходности (IRR). Данный метод состоит в определении чистого приведенного дохода, равного нулю.

Рассчитанная внутренняя норма доходности проекта показывает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным проектом. Для ЗАО «Шоро» в качестве платы за авансированные средства в эту деятельность будет являться ставка дисконтирования, рассмотренная выше, т.е. цена авансированного капитала. (CC)

Экономический смысл показателя (CC) заключается в следующем: компания может принимать любые решения инвестиционного характера, уровень рентабельности которых не ниже текущего значения показателя CC (или цены источника средств для данного проекта, если он имеет целевой источник). Именно с ним сравнивается показатель IRR, рассчитанный для конкретного проекта. При этом связь между ними такова: если $IRR > CC$, то проект следует принять;

Расчет внутренней нормы доходности для инвестиционного проекта ЗАО «Шоро». **(IRR):**

Оценим левую границу интервала изменения внутренней нормы доходности:

$$IRR_{\min} = \sqrt[5]{\frac{9132894 + 16407170 + 26534976 + 30567317 + 27654258}{45000000}} - 1 = 0,296 = 2,96 \%;$$

Определим правую границу интервала по соотношению:

$$IRR_{\max} = \frac{9132894 + 16407170 + 26534976 + 30567317 + 27654258}{45000000} - 1 = 0.157 = 15.7 \%;$$

Итак, внутренняя норма доходности рассматриваемого инвестиционного проекта заключена в интервале $2,96\% < IRR < 15,7\%$. Значения границ этого интервала можно использовать как ориентировочные величины, для расчета IRR по формуле:

Для этого в качестве первого шага найдем **NPV при 2,96%:**

$$\begin{aligned} NPV(2.96\%) &= - 45\,000\,000 + \frac{9132894}{(1 + 0.0296)} + \frac{16407170}{(1 + 0.0296)^2} + \frac{26534976}{(1 + 0.0296)^3} \\ &+ \frac{30567317}{(1 + 0.0296)^4} + \frac{27654258}{(1 + 0.0296)^5} = 54\,098\,476,7; \end{aligned}$$

Второй шаг, расчет NPV, при **15,7%**:

$$NPV(15.7\%) = - 45\,000\,000 + \frac{9\,132\,894}{(1+0.157)} + \frac{16\,407\,170}{(1+0.157)^2} + \frac{26\,534\,976}{(1+0.157)^3} + \frac{30\,567\,317}{(1+0.157)^4} + \frac{27\,654\,258}{(1+0.157)^5} = 22\,711\,343,2;$$

Окончательно рассчитаем IRR:

$$IRR = 0.0296 + \frac{54098476.7}{54098476.7 - 22711343.2} * (0.157 - 0.0296) = 0.249 = 24.9 \%$$

Таким образом, окончательная величина внутренней нормы доходности инвестиционного проекта ЗАО «Шоро» составила – 24,9 %, что свидетельствует о целесообразности данного проекта, превысив минимальную цену возврата на вложенный капитал на 6,4 %. (24,9% > 18,5%)

Последний не менее важный показатель эффективности инвестиционного проекта, который применяется для измерения уровня возвратности инвестиций, в частности характеризующий необходимый период времени для возврата вложенного капитала – срок окупаемости проекта.

Для расчета срока окупаемости проекта, далее воспользуемся методом дисконтированного срока окупаемости. Для нашего проекта ставка дисконта составляет 18,5 %.

годы	Денежные потоки	С учетом дисконта	Расчет срока окупаемости	
			Исходный денежный поток	Кумулятивный денежный поток
0	- 45 000 000	-	-	- 45 000 000
1	9 132 894	7 707 066,58	- 45 000 000	- 37 292 933,42
2	16 407 170	11 684 037,97	- 37 292 933,42	- 25 608 895,45
3	26 534 976	15 946 459,18	- 25 608 895,45	- 9 662 436,27
4	30 567 317	15 501 909,14	- 9 662 436,27	5 839 472,87
5	27 654 258	11 834 916,25	5 839 472,87	17 674 389,12

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что через четыре года приведенная стоимость денежных поступлений по данному проекту будет равна 50 839 472,87 сома, превысив первоначальные инвестиции. Это означает, что к четвертому году проект полностью окупится или точнее срок окупаемости инвестиционного проекта составит 3,62 года.

$$\text{Срок окупаемости проекта} = 3 + \frac{9662436.27}{15501909.14} = 3,62 \text{ года};$$

В связи, с чем можно принять данный проект, если учитывать что получаемые денежные потоки позволяют своевременно погашать обязательства по привлеченному капиталу, и проект ориентирован на долгосрочную перспективу, посредством роста объемов производства и расширением ассортимента производимой продукции ЗАО «Шоро».

7.1. Выводы

Проанализировав финансовые показатели за три последних года, можно сделать следующие выводы:

Несмотря на продолжающийся мировой кризис в 2008 – 2009 годах, внутривалютную нестабильность 2010 года, сопровождавшийся закрытиями границ со странами потребителями продукции, финансовые показатели сохранялись на стабильном уровне, и компания оставалась прибыльной.

В результате снижения деловой активности в экономике, к концу анализируемого периода в структуре активов компании наблюдается рост задолженностей среди дебиторов, что свидетельствует о построении более лояльных отношений с клиентами.

В целях повышения финансовой устойчивости компания ежегодно наращивала собственный капитал, достигнув к концу 2010 года, 44 % доли использования собственного капитала в основной деятельности.

Результат грамотной работы финансового менеджмента компании в неблагоприятные периоды ведения бизнеса, можно пронаблюдать в показателях ликвидности компании, динамика которых свидетельствует о стабильном росте ликвидности.

Основные показатели рентабельности свидетельствуют об эффективном использовании вложенных средств и соответствуют взятой позиции менеджмента компании, нацеленной на повышение конкурентоспособности, и на расширение рынков сбыта.

Исследование уровня и динамики основных финансовых коэффициентов деловой активности показывает, что оборачиваемость средств компании поддерживается на высоком для данной отрасли уровне.

Проанализировав инвестиционный проект ЗАО «Шоро», можно сделать следующие выводы:

Для оценки экономического эффекта инвестиционного проекта были использованы наиболее распространенные методики, такие как: чистая текущая стоимость, внутренняя норма доходности и срок окупаемости проекта.

Согласно показателям этих методик инвестиционный проект, нацеленный на расширение ассортимента продукции, на повышение стоимости компании и увеличении доходов компании целесообразен, выгоден и эффективен.

Поскольку денежные потоки от проекта покрыли, в течении прогнозируемого периода, расходы по проекту, обеспечив положительный показатель чистой текущей стоимости проекта.

Внутренняя норма доходности проекта превысила на 6,4 %, минимальный показатель возврата привлеченного капитала.

8. Прогноз финансового состояния ЗАО «Шоро» на 2011 – 2014 гг.

Для обоснования способности компании генерировать финансовые ресурсы, достаточные для погашения облигационного займа, расчета по текущим платежам и финансирования операционной деятельности, была составлена прогнозная отчетность по прибылям и убыткам компании, прогнозный бухгалтерский баланс и отчет о движении денежных средств на период 2011 – 2014 годы.

Расчеты были произведены на основании анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности за предшествующие 2008 - 2010 годы. Во внимание были приняты основные тенденции ключевых показателей за данный период, текущие и стратегические планы, разработанные руководством, основные характеристики закупаемого оборудования, ее потенциальная производственная мощность, основные направления расходования денежных средств, прогнозы объемов реализации продукции, ее себестоимости и динамика цен.

Так, в соответствии с технологическими характеристиками производственного оборудования, как имеющегося, так и закупаемого, увеличиваются объемы производства готовой продукции. За прогнозируемый период прирост всей продукции компании в среднем составит 32,6 % ежегодно, что на 10 – 15 % выше показателей предыдущих периодов. Уже к концу 2012 года компания намерена получить от продажи бутелированного холодного чая, выручку в сумме 9 132 тыс. сом, это без учета продажи данной продукции в виде разливной продукции. Динамика прироста разливной продукции за прогнозируемый период ожидается в среднем на уровне 20 % ежегодно, в основном данный прирост ожидается за счет продажи холодного чая, популярность которого с каждым годом набирает обороты. К 2014 году ожидаемый прирост продажи новой продукции компании Шоро составит более 60 %, или в абсолютном выражении более 26 534 тыс. сом.

План продаж ЗАО «Шоро» (сом)

Национальные напитки	2011	2012	2013	2014
Бренд Максим Шоро	17 094 398	26 283 070	36 724 583	48 595 016
Бренд Чалап Шоро	7 679 669	10 203 297	13 891 425	18 381 530
Бренд Жарма Шоро	2 649 335	3 853 144	5 258 377	6 958 035
Бренд Бозо Шоро	1 885 896	2 597 280	3 544 500	4 690 183
Итого	29 309 298	42 936 790	59 418 885	78 624 764
Воды				
Бренд вода Легенда	47 268 395	68 746 270	93 817 898	124 142 520
Бренд вода Байтик	20 974 982	30 505 621	41 630 960	55 087 275
Бренд вода Ысык ата	22 447 025	37 033 287	50 539 253	66 874 982
Холодный чай				
Ice Tea Shoro		9 132 894	16 407 170	26 534 976
Итого (бутелированная)	119 999 700	188 421 042	261 933 057	351 456 800
Курут	4 542 685	5 367 986	6 559 217	8 305 309
Разливная продукция	57 442 426	68 056 723	78 658 959	99 598 313
Всего	181 984 811	261 845 751	347 151 234	459 360 422

Прогнозный отчет о прибылях и убытках (сом)

Наименование	2011	2012	2013	2014
Выручка	181 984 811	261 845 751	347 151 234	459 360 422
Себестоимость	71 971 244	103 554 601	137 291 162	181 667 585
Валовая прибыль	110 013 567	158 291 150	209 860 072	277 692 837
Прочие расходы от операционной деятельности	12 561 573	18 074 006	23 962 251	31 707 534
Итого: доходы (расходы) от прочей операционной деятельности	(12 561 573)	(18 074 006)	(23 962 251)	(31 707 534)
Расходы по реализации	34 760 046	50 013 901	66 307 692	87 740 231
В том числе амортизация	6 999 471	10 071 070	13 352 076	17 667 847
Общие административные расходы	18 407 011	26 484 615	35 112 912	46 462 408
в том числе амортизация	2 653 450	3 817 872	5 061 679	6 697 757
Итого по операционным расходам	53 167 057	76 498 516	101 420 604	134 202 638
Прибыль от операционной деятельности	44 284 937	63 718 628	84 477 217	111 782 665
Доходы от инвестиций	1 051 988	1 513 635	2 006 755	2 655 396
Расходы по процентам	19 667 844	22 164 742	18 555 020	12 339 939,9
Доходы (убытки) от курсовой разницы	(6 463 601)	(9 300 043)	(12 329 859)	(16 315 222)
Прочие неоперационные доходы и расходы	(349 469)	(502 827)	(666 640)	(882 118)
Итого доходы (расходы) от неоперационной деятельности	(25 428 926)	(30 453 977)	(29 544 764)	(26 881 884)
Прибыль до вычета налогов	18 856 011	33 264 651	54 932 453	84 900 781
Расходы по налогу на прибыль	1 885 601	3 326 465	5 493 245	8 490 078
Чистая прибыль	16 970 410	29 938 186	49 439 208	76 410 703

Себестоимость производства и валовые платежи, с увеличением объемов производства, соответственно, возрастут пропорционально выручке, примерно в таком же объеме, что будет связано с ожидаемыми приростами цен на сырье, провоцируемое ожидаемыми темпами инфляции на сырьевые товары, как по стране, так и по миру.

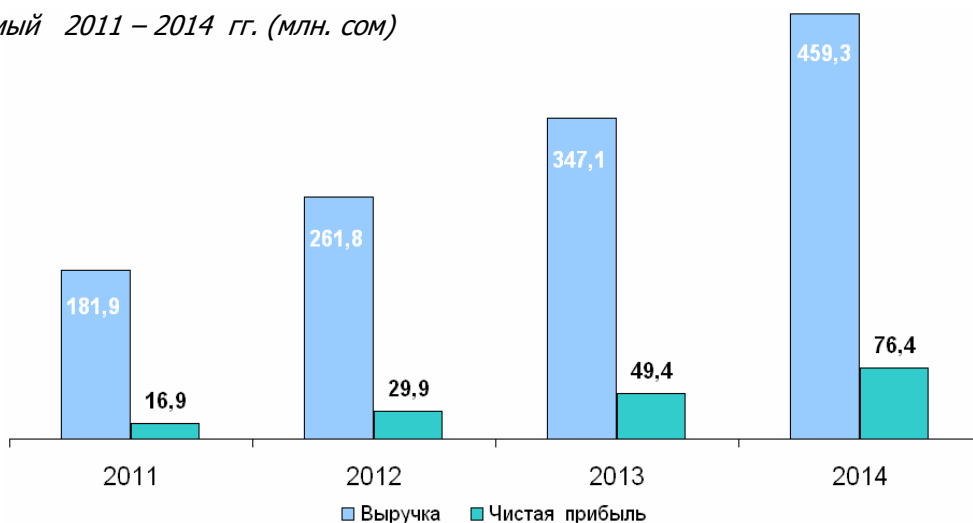
За прогнозируемый период заметно увеличится статья амортизация основных средств компании, прежде всего, что связано с намерениями компании потратить около 45 000 тыс. сом на покупку основных средств, в виде новой линии оборудования по розливу холодного чая, и модернизации старого оборудования.

С привлечением облигационного займа и имеющегося банковского кредита, компания в 2011 году потратит на выплату процентов 19 667 тыс. сом, в последующем уже в 2012 году расходы по процентам составят 22 164 тыс. сом, что на 12 % больше показателя предыдущего года. Со временем в результате периодических выплат процентов и основного долга по займам, расходы по процентам будут снижаться, составив на конец 2014 года – 12 339 тыс. сом.

Таким образом, в результате внедрения в производство нового продукта – холодного чая, к концу 2011 года компания намерена получить чистую прибыль на 7 % больше показателя 2010 года, прирост с 15 746 тыс. сом до 16 970 тыс. сом в абсолютном выражении. В

последующем с запуском нового оборудования и продажей холодного чая уже в бутелированной форме, ежегодный прирост чистой прибыли составит в среднем 65 %.

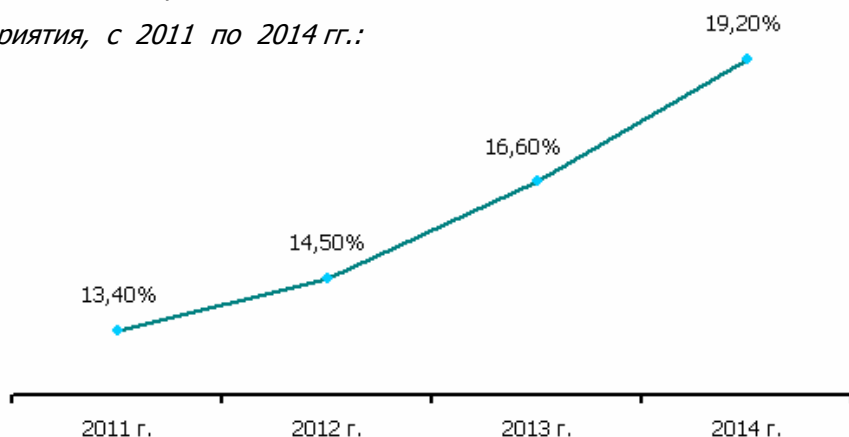
Динамика выручки и чистой прибыли ЗАО «Шоро» за прогнозируемый 2011 – 2014 гг. (млн. сом)



По прогнозам ожидаются следующие изменения в структуре баланса предприятия:

- результатом инвестиционной деятельности в прогнозируемом периоде будет являться увеличение основных средств предприятия до 119 370 тыс. сом уже к концу 2011 года. Прежде всего, за счет покупки нового оборудования;
- пропорционально увеличению выручки предприятия увеличится дебиторская задолженность предприятия, что свидетельствует о построении более лояльных отношений с клиентами, с целью захвата большей доли рынка безалкогольных напитков, в частности рынка холодного чая. Прогнозируемый уровень прироста дебиторской задолженности составит порядка 14 % ежегодно.

Прогнозируемая доля дебиторской задолженности в активах предприятия, с 2011 по 2014 гг.:



- с увеличением объемов производства будут увеличиваться товарно – материальные запасы предприятия и запасы вспомогательных материалов, в среднем на 19 % ежегодно. При

этом наибольший прирост будет наблюдаться в 2012 – 2013 года, что связано с максимизацией производственного потенциала предприятия.

Прогнозный бухгалтерский баланс ЗАО «Шоро» (сом)

Наименование	2011	2012	2013	2014
Денежные средства	24 603 401	29 898 850	35 523 416	18 176 012
Дебиторская задолженность	40 144 365,1	43 784 143	51 048 370	59 203 701
Товарно-материальные запасы	48 613 379,5	68 006 656	72 348 989	90 303 048
Запасы вспомогательных материалов	43 544 481,7	30 084 406	35 383 777	48 971 439
Итого по разделу оборотные активы	156 905 627	171 774 055	194 304 552	216 654 201
Основные средства	119 370 770	105 481 828	87 068 074	62 702 469
Долгосрочные инвестиции	21 228 972	23 544 946	26 215 542	27 689 153
Стоимость нематериальных активов	128 002	128 002	128 002	128 002
Итого по разделу внеоборотные активы	140 727 744	129 154 776	113 411 618	90 519 624
Итого активы	297 633 371	300 928 831	307 716 170	307 173 825
Кредиторская задолженность	26 145 834	37 619 488	49 875 363	65 996 504
Итого по разделу краткосрочные обязательства	26 145 834	37 619 488	49 875 363	65 996 504
Облигации к оплате	45 000 000	45 000 000	45 000 000	
Банковские кредиты, займы	123 607 429	96 045 814	66 367 794	34 410 854
Отсроченные доходы	327 046	327 046	327 046	327 046
Отсроченные налоговые обязательства	1 211 380	1 332 518	1 465 770	732 885
Прочие долгосрочные обязательства	19 667 844	22 164 742	18 555 020	12 339 940
Итого по разделу долгосрочные обязательства	189 813 699	164 870 120	131 715 629	47 810 725
Итого обязательств	215 959 533	202 489 609	181 590 992	113 807 228
Уставный капитал	1 440 000	1 440 000	1 440 000	1 440 000
Нераспределённая прибыль	54 664 632	71 430 016	99 115 973	166 357 391
Резервный капитал	25 569 206	25 569 206	25 569 206	25 569 206
Итого по разделу капитал	81 673 838	98 439 222	126 125 179	193 366 597
Итого обязательства и капитал	297 633 371	300 928 831	307 716 170	307 173 825

- компания намерена и в дальнейшем наращивать свои вложения, в виде долговых инвестиций и инвестиций в совместную деятельность, достигнув на конец прогнозируемого периода суммарного объема долгосрочных инвестиций более чем в 27 млн. сом и ежегодной прибыли от поступлений в виде полученных дивидендов на конец 2014 года в сумме 2,6 млн. сом.

- в целях повышения финансовой устойчивости предприятия, ввиду возросших

долгосрочных обязательств за счет привлечения облигационного займа на 45 млн. сомов. Компания намерена ежегодно наращивать собственный капитал, путем реинвестирования прибыли на дальнейшее развитие компании, достигнув объема нераспределенной прибыли на конец прогнозируемого периода в 166,3 млн. сом.

Прогнозируемая динамика структуры собственного капитала с 2011 по 2014 гг. (млн. сом)



- с увеличением производственной мощности предприятия кредиторская задолженность предприятия увеличивается, как результат временного отвлечения средств в хозяйственный оборот. Прогнозируемый ежегодный прирост кредиторской задолженности ожидается на уровне 35 %, достигнув на конец 2014 года более 65 млн. сом. При этом стремительный рост кредиторской задолженности в течении прогнозируемого периода не повлияет отрицательным образом на финансовом состоянии заемщика, тому свидетельство основные показатели ликвидности предприятия.

Наименование	2011	2012	2013	2014
Оборотные активы	121 598 725,9	136 467 154,0	158 997 651,4	181 347 300,0
Краткосрочные обязательства	26 145 833,8	37 619 488,4	49 875 362,8	65 996 503,7
Денежные средства	24 603 401,0	29 898 850,3	35 523 416,4	18 176 012,2
Козф. текущей ликвидности	4,65	3,63	3,19	2,75
Козф. абсолютной ликвидности	0,94	0,79	0,71	0,28

В связи с тем, что основным источником погашения долгов является денежный поток от основной операционной деятельности, был построен прогноз движения денежных средств компании с 2011 года по 2014 года т.е. на периоды обращения облигационного займа.

Рост поступлений денежных средств от реализации продукции основывался на предположении роста объемов продукции за прогнозируемый период и отпускных цен, исходя из прогноза

отчета производства продукции и динамики реализации произведенной продукции за предыдущие периоды.

В результате на конец 2014 года компания намерена получить валовые поступления от основной деятельности на сумму более 518 тыс. сом, что будет достигнуто за счет увеличения объемов продаж произведенной продукции, с учетом полного возврата возникшей задолженности по дебиторам на конец текущего года. Следует отметить, что по прогнозам благодаря приобретению основных средств, данный показатель превысит прогнозируемые показатели 2011 года почти на 300 млн. сом.

С ростом выручки пропорционально повысятся расходы по операционной деятельности, при этом превышение составит чуть более 235 млн. сом, что свидетельствует о незначительном сокращении закупок по запасам и других расходов по операционной деятельности.

Сумма долгосрочных инвестиций, в частности в совместную деятельность в 2010 году составило 17 334 тыс. сом, сумма полученных доходов, в виде дивидендов полученных составило 859 тыс. сом. Руководство компании намерена продолжать инвестиционную политику и инвестировать в таком же объеме, как и в предыдущие периоды. Тем самым на конец 2014 года руководство компании прогнозирует получить от инвестиций в совместную деятельность и в прочие долгосрочные инструменты более 2,6 млн. сом.

Всю сумму привлеченного облигационного займа в объеме 45 млн. сом ожидается направить на приобретение нового оборудования и модернизацию старого, что приведет к оттоку средств равносильной сумме привлеченных средств.

Выплаты дивидендов акционерам компании были спрогнозированы исходя из предыдущих процентных направлений на дивиденды из чистой прибыли предприятия. Таким образом, за прогнозируемый период компания собирается направлять на дивиденды 44 % от чистой прибыли, за исключением последнего 2014 года. За последний год компания планирует направить около 9 млн. сом или всего 12 % от чистой прибыли, что в первую очередь связано с погашением облигационного займа.

Поскольку облигационный займ ожидается получить в последние кварталы 2011 года сумма выплат процентов по облигационному займу будет начисляться только в сумме 1 912 500 тыс. сом, но уже в последующие годы сумма ежегодных выплат процентов по облигациям будет составлять в размере 7 650 000 тыс. сом. Конец 2014 года связан с погашением основной суммы облигационного займа, в связи с чем проценты по облигациям будут выплачиваться за три квартала в сумме 5 737 500 тыс. сом.

Исходя из выше перечисленных притоков и оттоков, денежный поток от операционной деятельности практически за весь период положителен, чистое изменение на конец 2012 года составит более 5 млн. сом, на конец 2014 года, после выплат основного долга по облигационному займу, уже более 18 млн. сом.

Инвестиционный меморандум ЗАО «Шоро»

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что финансовое состояние ЗАО «Шоро» позволит компании своевременно выполнить обязательства, как по основной сумме облигационного займа, так и по начисленным процентам.

Прогнозный отчет о движении денежных средств ЗАО «Шоро» (сом)

Наименование показателя	2011	2012	2013	2014
Движение денежных средств от операционной деятельности				
Денежные поступления от покупателей	217 280 181	305 629 894	398 199 604	518 564 123
Прочие поступления от операционной деятельности	8 848 504	12 446 452	16 216 255	21 117 972
Чистые денежные средства от операционной деятельности	226 128 685	318 076 346	414 415 859	539 682 095
Валовые платежи по операционной деятельности				
Денежные средства, выплаченные при закупке запасов	116 832 784	97 100 349	139 783 591	199 425 415
Оплаченные операционные расходы(услуги)	29 744 831	41 839 571	54 512 013	70 989 458
Прочие выплаты по операционной деятельности	60 826 972	85 560 224	111 474 852	145 170 559
Погашение налогов	19 120 512	26 895 228	35 041 302	45 633 299
Итого валовые платежи по операционной деятельности	226 525 099	251 395 372	340 811 757	461 218 731
Чистый поток денежных средств от операционной деятельности	(396 414)	66 680 974	73 604 102	78 463 364
Денежные средства от инвестиционной деятельности				
Полученные дивиденды	1 051 988	1 513 635	2 006 755	2 655 396
Итого валовые поступления от инвестиционной деятельности	1 051 988	1 513 635	2 006 755	2 655 396
Валовые платежи по инвестиционной деятельности				
Денежные средства выплаченные при покупке основных средств	45 000 000			
Итого валовые платежи по инвестиционной деятельности	45 000 000			
Чистый поток денежных средств от инвестиционной деятельности	-43 948 012	1 513 635	2 006 755	2 655 396
Движение денежных средств от финансовой деятельности				
Полученные кредиты и займы	120 000 000			
Итого валовые поступления от финансовой деятельности	120 000 000	-	-	-
Валовые платежи по финансовой деятельности				
Выплаченные дивиденды собственникам компании	10 606 848	13 172 802	21 753 251	9 169 284
Погашение кредитов, займов	43 351 479,6	42 076 357,7	40 583 039,8	38 559 379,9
Прочие выплаты от финансовой деятельности	1 912 500	7 650 000	7 650 000	50 737 500
Итого валовые платежи по финансовой деятельности	55 870 827	62 899 160	69 986 291	98 466 164
Чистый поток денежных средств от финансовой деятельности	64 129 173	-62 899 160	-69 986 291	-98 466 164
Чистое изменение в состоянии средств:	19 784 746	5 295 449	5 624 566	(17 347 404)
Денежные средства на конец отчетного периода по балансу	24 603 401	29 898 850	35 523 416	18 176 012
Денежные средства на начало отчетного периода по балансу	4 818 655	24 603 401	29 898 850	35 523 416

9. Факторы риска

Производственный риск

Компания «Шоро» владеет богатым опытом по производству национальных напитков. Внедренные стандарты в производство готовой продукции позволяют непрерывно отслеживать качество продукции. Постоянная модернизация оборудования, наличие опытного персонала свидетельствуют о минимальном уровне производственного риска компании.

Коммерческий риск

За период существования ЗАО «Шоро» реализовала множество различных маркетинговых мероприятий, которые обеспечили успех компании. Уже сейчас, компания является одним из конкурентоспособных производителей безалкогольных напитков на территории Кыргызстана с разветвленной и налаженной сетью сбыта, что свидетельствует о минимальном уровне коммерческого риска.

Финансовые риски

К наиболее вероятному финансовому риску, с которыми компания может столкнуться, относится риск снижения финансовой устойчивости.

Этот риск генерируется несовершенством структуры капитала (чрезмерной долей используемых заемных средств), порождающим несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объемам.

Согласно финансовому отчету ЗАО «Шоро» за 2010 год обязательства компании составили 96 981 тыс. сом, а собственный капитал приравнялся 75 310 тыс. сом, данное соотношение свидетельствует об оптимальном уровне соотношения собственного и заемного капитала для производственных компаний на территории Кыргызстана, и о низком уровне риска финансовой устойчивости компании.

Инфляционный риск

Учитывая уровень инфляции за прошедший год равный 19,2 %, влияние данного риска вполне вероятно, с учетом динамики индекса потребительских цен за первый квартал текущего года равный 6,8 %.

Основными причинами ускорения инфляционных процессов в экономике являются:

- высокие цены на мировом и внутреннем рынках продовольственных товаров и энергоносителей, в связи с нестабильной ситуацией на ближнем востоке, природными катаклизмами в Японии и в России;
- ужесточение контрольно-пропускного режима на границах с соседними государствами, в частности с Казахстаном.

Положительным моментом является, то что согласно прогнозам Министерства Экономики и Развития уровень инфляции в 2011 году составит 13 %.

Валютный риск

На современном этапе развития компания Шоро практически не подвержена валютному риску, поскольку основной объем продукции компании реализуется на внутреннем рынке, а современный подход к ведению бизнеса позволил компании выйти на рынки соседних стран путем вывоза капитала. Таким образом, продукция продаваемая в Казахстане производится на территории Казахстана, тем самым минимизируя валютный риск.

Социальный риск

Наличие высокопрофессионального менеджмента позволило компании Шоро минимизировать социальный риск. Следует отметить, за время существования компании проводимая грамотная кадровая политика исключила случаи, связанные с конфликтом интересов на рабочем месте. Не было забастовок, выступлений и противоречий с руководством, что свидетельствует о низком уровне социального риска.

Экологический риск

Установленное современное оборудование позволяет наладить практически безотходное производство, которое не наносит существенного вреда окружающей среде, тем самым минимизируется экологический риск.

Технический риск.

Поскольку в своей деятельности компания использует большое количество оборудования, влияние технологического риска есть, но команда высококвалифицированных инженеров и работников постоянно проводит мониторинг состояния оборудования и удерживает этот риск на минимальном уровне.