**Смоленский Институт Экономики Филиал**

**НГОУ Санкт-Петербургской Академии управления и Экономики**

**Контрольная работа**

**По дисциплине: «Бизнес-планирование»**

**Выполнила:**

**студентка гр. ГМУ 593**

**Карелина А.Н.**

**Смоленск 2009**

**1. Планирование затрат на производство предприятия**

В современных условиях процесс эффективного управления производством зависит от того, насколько рационально построена система внутрипроизводственного управленческого учета на предприятии и насколько объективно она отражает его производственные процессы. Формирование многих экономических показателей зависит от правильности организации внутрипроизводственного учета. Вопросы организации управленческого учета на предприятии тесно связаны с вопросами управления затратами на всех уровнях его производственно-коммерческой деятельности. Стремление построить такую внутрипроизводственную учетную систему, которая взаимосвязано отражала бы весь производственный процесс, является одной из приоритетных задач. Основным объектом управленческого учета являются затраты на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг. Уровень затрат является критерием использования эффективных или неэффективных форм и методов хозяйствования и обусловлен сложившимися производственными отношениями. Этот показатель выражает интересы широкого круга предпринимателей в наиболее рациональном и эффективном использовании производственного потенциала, а именно в получении высоких результатов при минимальных затратах.

Для принятия управленческих решений необходимо знать свои затраты и в первую очередь разбираться в информации о производственных расходах. Анализ издержек помогает выяснить их эффективность, установить не будут ли они чрезмерными, регулировать и контролировать расходы, планировать уровень прибыли и рентабельности производства.

Эффективное управление затратами является действенным инструментом повышения прозрачности и эффективности деятельности компании и ее структурных подразделений. В экономической литературе можно встретить такие понятия, как издержки, затраты, расходы. В своей основе все эти понятия означают одно и то же - затраты предприятия, связанные с выполнением определенных операций. Термин "издержки" применяется, как правило, в экономической теории. Это суммарные жертвы предприятия, связанные с выполнением определенных операций. Они включают в себя как явные (бухгалтерские, расчетные), так и вмененные (альтернативные) издержки. Явные (расчетные) издержки - это выраженные в денежной форме фактические затраты, обусловленные приобретением и расходованием разных видов экономических ресурсов в процессе производства и обращения продукции, товаров или услуг. Эти издержки, выраженные в денежной форме, называются себестоимостью и являются частью стоимости продукта. В нее включают стоимость сырья, материалов, топлива, электроэнергии и других предметов труда, амортизационные отчисления, заработная плата производственного персонала и прочие денежные расходы.

Альтернативные (вмененные) издержки означают упущенную выгоду предприятия, которую оно получило бы при выборе производства альтернативного товара, по альтернативной цене, на альтернативном рынке и т.д.

Под затратами следует понимать явные (фактические, расчетные) издержки предприятия, а под расходами - уменьшение средств предприятия или увеличение его долговых обязательств в процессе хозяйственной деятельности. Расходы означают факт использования сырья, материалов, услуг. Лишь в момент реализации предприятие признает свои доходы и связанную с ним часть затрат - расходы. Предприятие в процессе своей деятельности совершает материальные и денежные затраты на простое и расширенное воспроизводство основных фондов и оборотных средств, производство и реализацию продукции, социальное развитие трудового коллектива и др. Наибольший удельный вес во всех расходах предприятий занимают затраты на производство продукции. Совокупность производственных затрат показывает, во что обходится предприятию изготовление выпускаемой продукции, т.е. составляет производственную себестоимость продукции.

Предприятия производят также затраты по реализации (сбыту) продукции, т.е. осуществляют внепроизводственные, или коммерческие расходы (на транспортировку, упаковку, хранение, рекламу и др.). Производственная себестоимость и коммерческие расходы составляют полную, или коммерческую, себестоимость продукции.

Ее реальное определение на предприятии необходимо для:

• маркетинговых исследований и принятия на их основе решений о начале производства нового изделия (оказания нового вида услуг) с наименьшими затратами;

• определения степени влияния отдельных статей затрат на себестоимость продукции (работ, услуг);

• ценообразования;

• правильного определения финансовых результатов работы, а соответственно, и налогообложения прибыли.

Процесс управления затратами и себестоимостью продукции предприятия носит комплексный характер и предусматривает решение вопросов формирования издержек производства и себестоимости как отдельных видов продукции, так и по всей их совокупности, установление продажных цен по каждому изделию и определение их рентабельности, выявление и практическое использование резервов экономии затрат и снижения себестоимости, осуществление контроля за состоянием и характером изменений фактической себестоимости и величины затрат по сравнению с плановыми показателями, утвержденными предприятием, и в динамике. Исходя из содержания понятия «управление» основными элементами управления затратами и себестоимостью продукции промышленного предприятия является прогнозирование и планирование, нормирование затрат, организация их учета и калькулирование себестоимости продаж, анализ, контроль и регулирование деятельности по ходу ее осуществления. Трудно переоценить то значение, которое имеет наличие информации об издержках для деятельности предприятия и результатов этой деятельности. Пользователями такой информации выступают собственники и управляющие предприятием, акционеры, кредиторы, органы исполнительной власти. Непосредственно в процессе управления издержками и себестоимостью продукции решают, где, когда и в каких объемах должны расходоваться ресурсы предприятия, где, для чего и в каких объемах нужны дополнительные финансовые ресурсы и, как достичь максимально высокого уровня отдачи от использования ресурсов. Поэтому целью управления издержками и себестоимостью продукции является обеспечение экономного использования ресурсов и максимизация отдачи от них. Каждое предприятие должно предусматривать использование разнообразной информации о деятельности предприятия в системе управления затратами и себестоимостью продукции:

• при прогнозировании, оценке ожидаемой величины затрат и установлении показателей себестоимости продукции с целью выявления путей развития предприятия и ожидаемой прибыли и рентабельности на период более двух лет;

• в процессе планирования, т.е. обоснования величины затрат и себестоимости продукции на предстоящие один два года с учетом организационного уровня производства и влияния всех факторов, которые поддаются количественной оценке.

Особое значение при текущем планировании затрат и себестоимости продукции имеет экономическое обоснование решений о производстве новых изделий и снятии с производства устаревших, об учете эффективности использования всех видов ресурсов, новой техники, организационно-технических мероприятий, внедрения новой технологии и т.д.;

• при нормировании, определении оптимального размера затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов при производстве запланированной к выпуску продукции;

• в процессе улучшения учета фактических затрат, обоснования калькуляции себестоимости продукции;

• при анализе затрат и себестоимости продукции путем сравнения фактических показателей с плановыми, в динамике, с предприятиями-конкурентами и расчете факторов, влияющих на эти изменения;

• в процессе контроля и регулирования показателей по ходу хозяйственно-финансовой деятельности, выявления резервов экономии издержек производства и возможностей по снижению величины и уровня себестоимости продукции (за счет совершенствования управления и организации производства, устранения имеющихся недостатков в деятельности предприятия и т.д.).

В целях обеспечения эффективного управления издержками и формированием себестоимости выпускаемой продукции промышленное предприятие должно добиваться осуществления следующих мероприятий (соблюдать следующие правила работы):

•увеличивать производство конкурентоспособной продукции за счет более низких издержек и, следовательно, цен;

• обеспечивать качественной и реальной информацией о себестоимости отдельных видов продукции и учитывать их позиции на рынке по сравнению с продуктами предприятий-конкурентов;

• использовать возможности гибкого ценообразования;

• предоставлять объективные данные для составления финансового плана и бюджета предприятия;

• иметь возможность оценивать деятельность каждого структурного подразделения с финансовой точки зрения;

• принимать обоснованные и эффективные решения. Предприятие должно учитывать две составляющих в деле управления издержками - внутреннюю и внешнюю. Первая составляющая в основном влияет на величину производственной себестоимости, а внешняя - на себестоимость реализованной продукции;

**2. Бизнес – план ООО «Мастер салат»**

Адрес предприятия: г. Смоленск, пр-т Гагарина 9

тел. 38-58-33

Учредители: Тарасов С. Л., Гусельникова Е.Г., Антошин М. В.

Назначение бизнес-плана:

Разработка плана создания и функционирования предприятия по обеспечению потребителей салатами.

**1. Резюме**

В данном бизнес-плане содержится описание, анализ и планирование деятельности ООО “Мастер салат “ по производству и реализации салатов. Для осуществления данного проекта нам необходим банковский кредит в размере 800000 руб. На 12 месяцев. С целью «открытия» нашего производства и дальнейшего развития.

Здание производства будет располагаться на проспекте Гагарина 9, это оптимальное место для расположения, так как там расположены: учебные заведения (СГИФК, Институт Бизнеса и Предпринимательства), общежитие, многочисленные жилые дома. Производство будет располагаться в арендованном здании площадью 200м2. В дальнейшем по мере развития производства здание может быть выкуплено.

На поставки сырья для реализации продукции были заключены договора с “Колос” и оптовым рынком “Скороход”

Основной продукцией данного производства будут высококачественные салаты по приемлемым ценам. Если производство окупится за короткие сроки, то планируется открыть при нём кафе.

**2. Описание товаров**

Таблица 1 - Перечень производимых товаров

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Стоимость за 100 г в рублях |
| 1 | Свекольный | 10-00 |
| 2 | Редечка | 10-50 |
| 3 | Овощной | 15-00. |
| 4 | капустный | 6-50. |
| 5 | Гнездо глухаря | 25-00 |
| 6 | Соус мира | 8-50 |
| 7 | Мясной | 25-00 |
| 8 | Новогодний | 25-00 |
| 9 | Кальмарчик | 35-50 |
| 10 | Осминожек | 35-50. |

Для того чтобы данная продукция была предоставлена покупателям нам необходимо сырьё, которое мы получаем благодаря нашим партнёрам: ЗАО “Колос” и оптовому рынку “Скороход”.

Таблица 2 - Используемое сырьё

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Сырьё | Цена за 1кг. в рублях |
| 1 | Свекла | 16-00 |
| 2 | Картофель | 25-00 |
| 3 | Растительное масло | 30-00 |
| 4 | Капуста | 18-00 |
| 5 | Соль | 5-00 |
| 6 | Мрковь | 16-00 |
| 7 | Помидоры | 20-00 |
| 8 | Огурцы | 25-00 |
| 9 | Яйца (10шт.) | 20-00 |
| 10 | Мясо Говядина | 150-00 |
| 11 | Кальмары | 40-00 |
| 12 | Горошек | 60-00. |
| 13 | Свинина | 60-00. |
| 14 | Куриное филе | 70-00. |
| 15 | Колбаса молочная | 60-00. |
| 16 | Сервелат | 60-00. |
| 17 | Лук | 15-00 |
| 18 | Редька | 15-00 |
| 19 | Майонез | 70-00 |
| 20 | Осьминог | 200-00 |
| 21 | салат зелёный | 16-00 |
| 22 | Приправы | 20-00 |

**3. Расчёт производственной себестоимости**

Мы планируем изготавливать в день:

«Гнездо глухаря» салат 100 кг.

«Редечка» салат100кг.

«Овощной» салат 100кг

«Капустный» салат 100кг

«Новогодний» салат 100кг.

Таблица 3 - Расчёт стоимости продуктов на 100 кг салата «Гнездо глухаря»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продуктов на 1 кг салата в граммах | Стоимость в рублях 1 кг. продуктов | Продуктов на 100 кг. Салата в килограммах | Стоимость продуктов на 100 кг салата в рублях |
| Яйца 200 | 20-00 | 20 | 400-00 |
| Курица 300 | 70-00 | 30 | 2100-00 |
| Картофель 200 | 25-00 | 20 | 500-00 |
| Майонез 250 | 70-00 | 25 | 1750-00 |
| Соль 50 | 5-00 | 5 | 25-00 |
| Итого на 100кг. салата | | | 4770,5 |

Суточная норма:100 кг салата:

Таблица 4 - Расчёт стоимости на 100 кг салата «Редечка»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продуктов на 1 кг салата в граммах | Стоимость в рублях 1кг. продуктов | Продуктов на 100 кг. Салата в килограммах | Стоимость продуктов на 10 кг салата в рублях |
| Мясо Говядина 200 | 150-00 | 20 | 3000-00 |
| Редька 450 | 15-00 | 40 | 600-00 |
| Лук 300 | 15-00 | 25 | 375-00 |
| Масло раст 100 | 30-00 | 10 | 300-00 |
| Соль 50 | 5-00 | 5 | 25-00 |
| Итого на 100кг. Салата | | | 4300-00 |

Суточная норма:100кг салата.

Таблица 5 - Расчёт стоимости продуктов на 100 кг салата «Овощной»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продуктов на 1 кг салата в граммах | Стоимость в рублях 1кг. продуктов | Продуктов на 100 кг. Салата в килограммах | Стоимость продуктов на 10 кг салата в рублях |
| Огурцы 300 | 25-00 | 30 | 750-00 |
| Помидоры 350 | 20-00 | 35 | 700-00 |
| Приправы 150 | 20-00 | 15 | 300 |
| Масло раст 150 | 30-00 | 15 | 450 |
| Соль 50 | 5-00 | 5 | 25-00 |
| Итого на 100кг. Салата | | | 2225-00 |

Таблица 6 - Расчёт стоимости продуктов на 100 кг салата «Капустный»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продуктов на 1 кг салата в граммах | Стоимость в рублях 1кг. продуктов | Продуктов на 100 кг. Салата в килограммах | Стоимость продуктов на 10 кг салата в рублях |
| Соль 50 | 5-00 | 5 | 25-00 |
| Морковь 200 | 16-00 | 20 | 320-00 |
| Приправы 100 | 20-00 | 10 | 200-00 |
| Капуста 500 | 18-00 | 45 | 810-00 |
| салат зелёный 250 | 16-00 | 20 | 320-00 |
| Итого на 100кг. Салата | | | 1675-00 |

Суточная норма:100кг салата

Таблица 7 - Расчёт стоимости продуктов на 100 кг салата «Новогодний»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продуктов на 1 кг салата в граммах | Стоимость в рублях 1 кг. продуктов | Продуктов на 100 кг. Салата в килограммах | Стоимость продуктов на 10 кг салата в рублях |
| Соль*.*50 | 5-00 | 5 | 25-00 |
| Морковь 200 | 16-00 | 20 | 320-00 |
| Приправы 100 | 20-00 | 10 | 200-00 |
| Яйца 500 | 20-00 | 45 | 900-00 |
| Горошек зелёный 250 | 16-00 | 20 | 320-00 |
| Итого на 100кг. Салата | | | 1765-00 |

Суточная норма:100кг салата

**4. Организационный план**

На нашем предприятии работает 20 человек, каждый из них знает своё дело и качественно выполняет поставленные задачи.

Таблица 8 - Обязанности работников

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Должность | Количество | Обязанности |
| Директор | 1 | занимается кадрами, заключает договора на поставку хлебобулочных изделий нашего предприятия в учреждения, отвечает за поставку оборудования в случае его износа, технического старения. |
| Коммерческий директор | 1 | обеспечивает регулярную поставку сырья, выполняет расчёты, связанные с изменением технологии, упаковки. Осуществляет современную замену МБП. |
| Главный Бухгалтер | 1 | ведёт всю финансовую деятельность фирмы (начисление и уплата налогов, распределение прибыли и выдача зарплаты). |
| Повар-кондитер | 1 | занимается тем, что следит и руководит производством продукции, а также занимается украшением продукции |
| Повара | 7 | осуществляют деятельность связанную непосредственно с производством салатов, т.е. работу с оборудованием. |
| Охранник | 3 | ответственен за сохранность нашего персонала, оборудования и самого предприятия. |
| Продавец-кассир | 2 | осуществляет продажу товара покупателям и отвечает за деньги, полученные непосредственно им с продаж нашей продукции. |
| Уборщица | 2 | занимается уборкой нашего предприятия в конце рабочего дня |
| Водитель | 2 | доставляет готовую продукцию по учреждениям, с которыми был заключён договор на поставку наших товаров. |

**5. План маркетинга**

Цель маркетинга – проведение услуги на рынок и получение прибыли от ее реализации

При реализации плана маркетинга ООО «Мастер салат» основывается на следующих принципах:

- Принцип «понимания потребителей», основанный на учете потребностей и динамики рыночной коньюктуры (клиенты)

- Принцип «борьбы за потребителей» - этот принцип реализуется воздействием на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качество услуги, реклама, цена, сервис)

- Принцип «Максимального приспособления» производства к требованием рынка. Данный принцип состоит в том, что вся деятельность предприятия основывается на знании потребительского спроса его изменений в перспективе.

Для выполнения этих целей фирма ООО «Мастер салат» придерживается следующей стратегии маркетинга:

а) интенсификация коммерческих усилий, утверждающая, что услуги найдут, сбыт на рынке, если фирма затратит значительные усилия на сферу сбыта и стимулирование продаж

б) в комплекс мероприятий фирмы ООО «Мастер салат» по маркетингу входят:

- изучение потребителей услуг фирмы и их поведение на рынке

- оценка предлагаемых услуг, перспектив их развития

- анализ используемых форм и каналов сбыта

- оценка используемых фирмой методов ценообразования

- исследование мероприятий по продвижению услуг на рынок

- изучение конкурентов

- выбор наиболее благоприятного сегмента рынка

**6. Анализ конкурентного рынка**

На проспекте Гагарина помимо нашей Фирмы есть ещё две фирмы способных составить нам конкуренцию, это столовая школы №178,

ООО« Корейские салаты ».

Высчитывать конкурентоспособность мы будем по определённым параметрам.

Из таблицы 9 по расчёту конкурентно способности видно, что наше производство превосходит нынешних конкурентов, поэтому у нас не будет беспокойства по поводу количества клиентов в день и полной продаже товаров.

Таблица 9 - Расчёт конкурентоспособности

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметры | Весомость параметров | ООО “Мастер салат ” | | Пекарня школы №178 | | ООО “Корейские салаты” | |
| P | AP | P | AP | P | AP |
| Качество | 0,20 | 0,9 | 0,18 | 0,4 | 0,08 | 0,5 | 0,1 |
| Местонахождение | 0,18 | 0,5 | 0,09 | 0,2 | 0,036 | 0,4 | 0,072 |
| Уровень цен | 0,15 | 0,2 | 0,03 | 0,3 | 0,045 | 0,1 | 0,015 |
| Дизайн | 0,11 | 0,9 | 0,099 | 0,1 | 0,011 | 0,3 | 0,033 |
| Исключительность товара | 0,1 | 1,0 | 0,1 | 0,2 | 0,02 | 0,3 | 0,09 |
| Ассортимент | 0,09 | 0,4 | 0,036 | 0,5 | 0,045 | 0,1 | 0,009 |
| Послепродажное обслуживание | 0,08 | 0,1 | 0,008 | 0,3 | 0,024 | 0,5 | 0,04 |
| Время работы | 0,05 | 0,3 | 0,015 | 0,2 | 0,01 | 0,4 | 0,02 |
| Репутация фирмы, товаров | 0,04 | 0,0 | 0,0 | 0,3 | 0,012 | 0,2 | 0,008 |
| Сумма | 1,00 | 0,4464 | | 0,283 | | 0,3702 | |

**7. Реклама**

В целях продвижения товара на рынке мы будем проводить широкую рекламную компанию:

* Будут даны рекламные объявления для оптовых покупателей в газеты “Из рук в руки” и “Ва-банк”.
* Планируется разместить небольшой латок в супермаркете “Универсам” с продукцией нашей Фирмы для бесплатной дегустации посетителей.
* Планируется создать группы из двух-трёх девушек, которые будут распространять буклеты, с информацией о нашей Фирме, а также ручки и значки с логотипом нашей фирмы.

Мы провели анкетирование среди населения, проживающего на Проспекте Гагарина в возрасте от 15-40 лет, в результате чего были сделаны следующие выводы (рис. 1):

Анкета.

1) Как относитесь к открытию новой Фирмы по производству салатов на вашем жил массиве;

2) Какое ваше отношения к нашему конкуренту «Корейские салаты»;

3) Покупаете ли вы у наших; конкурентов салаты

4) Считаете ли вы цены наших конкурентов завышенными.



Рис. 1

**8. Калькуляция себестоимости**

Таблица 10 - Калькуляция себестоимости

|  |  |
| --- | --- |
| Статьи расхода | Сумма ежемесячно в рублях |
| Постоянные расходы  Арендная плата  Заработная плата работников  Отчисления из заработной платы  Плата за телефон  Расходы на эл. энергию  Страховые взносы  Амортизационные отчисления:  А) Оборудование  Б) Здание  В) Транспорт | 8000  71000  21868  250  1686  23730  33900  11500  14400 |
| Переменные расходы  Расходы на закупку сырья  Расходы на рекламу  Оплата бензина  Прочие неучтённые расходы  НДС  Налог на прибыль | 320000  9000  1500  9000  24085 |
| Первоначальные выплаты  Стоимость оборудования  Первоначальный взнос за аренду | 339000  37500 |

Арендная плата

Мы арендуем 200м2, если в год от 500р. 1м2, а в месяц от 40р. 1м2. Арендную плату мы будем оплачивать ежемесячно в размере 8000р.

Отчисления на зарплату:

Пенсионный фонд – 20% от ФЗП

Фонд социального страхования – 3,2% от ФЗП

Фонд обязательного медицинского страхования – 2,8% от ФЗП

Транспортный налог – 1% от ФЗП

Амортизационные отчисления:

Износ оборудования составит 10% от стоимости оборудования

Здание 15% от аренды в год

Транспорт 12% от стоимости транспорта

НДС (13% от налогооблагаемой базы)

Налогооблагаемой базой является прирост стоимости, то есть заработная плата + амортизационные отчисления + чистая прибыль (но т. к. мы рассчитываем на 1 месяц деятельности предприятия, то следует заметить, что чистой прибыли не будет).

Таблица 11 - Месячная выручка

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | 2009 | | | |
| Квартал | I Квартал | II Квартал | III Квартал | IV Квартал |
| Итого | 1 901 820 руб. | 1 971 450 руб. | 1 902 500 руб. | 1 971 500 руб. |
| Выручка | 7 693 270 руб. | | | |

При расчёте месячной выручки умножали всё кол-во салатов на их среднюю цену, наименьшую цену.

**9. Финансовый план**

Таблица 12 - Расчёт фонда заработной платы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование категорий рабочих | | За 1 месяц | | |
| Кол-во человек | Выплата 1 человека | Сумма выплаты |
| Директор | | 1 | 10000 | 10000 |
| Коммерческий директор | | 1 | 8000 | 8000 |
| Глав. Бухгалтер | | 1 | 6000 | 6000 |
| Повар кондитер | | 1 | 4000 | 4000 |
| Рабочие основного производства | | 7 | 3000 | 21000 |
| Рабочие вспомогательного производства | | 8 | 2500 | 20000 |
| Водитель | | 1 | 2000 | 2000 |
| Итого: | 20 | | 35500 | 71000 |

Таблица 13 - Стоимость оборудования

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Цена | | Кол-во | Сумма |
| 1. Печь А/8-36 | 15000 | | 1 | 15000 |
| 2 Печь АС/9-36 | 18000 | | 2 | 36000 |
| 3 Печь ГД/10-18 | 15000 | | 2 | 30000 |
| 4.Тестомес А/9-2 | 10000 | | 3 | 30000 |
| 5.Машина А/129 | 17000 | | 1 | 17000 |
| 6.Машина Б/18-78 | 15000 | | 1 | 15000 |
| 7. Машина Ж/1-17 | 19000 | | 1 | 19000 |
| 8.Машина Д/12-89 | 17000 | | 1 | 17000 |
| 9. Компьютер DELL | 30000 | | 2 | 60000 |
| 10. Мебель | 100000 | | 1 | 100000 |
| Итого: | | 166000 | 15 | 339000 |

Оборудование б/у, но проверено и одобрено Сан. мед. инспекцией и работает отлично. В будущем мы планируем закупить оборудование европейского класса

Для осуществления проекта необходимо 800000р. Источником получения этих средств будет кредит в коммерческом банке “СкаБанк”, в котором находится наш расчётный счёт. В качестве поручителя выступит ООО «Универсам».

**10. Оценка возможных рисков**

1. Экономические:

- риск, связанный с экономическими кризисами

2. Коммерческие:

- риск, связанный с реализацией товара

- риск, связанный с перевозкой груза или транспортный риск

- неплатежеспособность заказчика

- риск от потери спроса и заинтересованности в услуге

- риск от банкротства основного поставщика

3. Политические:

- риск, связанный с забастовками (войнами) во время перевозки груза.

Источники возникновения рисков:

- недостаточная информация о спросе на данный вид услуг

- недостаточный анализ рынка

- недооценка своих конкурентов

- падение спроса

Риски в предпринимательстве:

1. Имущественный ущерб:

а) страхование

б) тщательный подбор и регулярная профилактическая работа с персоналом

в) противопожарные мероприятия, охрана

2. Коммерческие и финансовые риски:

а) страхование

б) постоянное изучение состояние рынка, конкурентов и законодательства

в) наем на работу квалифицированных менеджеров

3. Длительная болезнь или смерть руководителя или ведущего специалиста

а) забота о своем здоровье и здоровье сотрудников

б) создание резерва управления кадров

4. Травмы, профессиональные заболевания от несчастного случая на производстве:

а) страхование

б) оборудование рабочих мест в соответствии с нормами ТБ и производственной санитарии

в) обязательное проведение инструктажа по ТБ при приеме на работу с фиксацией в специальном журнале

5. Вымогательство:

а) уклонение от сомнительных контактов

б) консультация у юриста и опытных предпринимателей

в) обращение в правоохранительные органы

**3. Задача**

Инвестору предлагают купить облигации акционерного общества по 10 тыс. рублей с погашением через 5 лет по 15 тыс.руб. Стоит ли покупать эти облигации, если имеется реальная возможность положить эти деньги в банк на депозитный счет под 10 % годовых? (При решении задачи необходимо применять формулу дисконтирования).

Для решения воспользуемся формулой дисконтирования:

Kt

K=

(1+n) t

Отсюда Kt = K\*(1+n)t

Kt = 10\* (1+0,1)5 = 10\*1,61051 = 16,1051 тыс. руб.

Ответ: инвестору выгоднее вложить свои деньги в банк

**4. Задача**

Ремонтное предприятие оказывает услуги по цене 380 руб. за единицу. В первом квартале постоянные затраты были равны 720 тыс. руб., удельные переменные затраты-300 руб. Во втором квартале величина постоянных затрат снизилась на 10%. Рассчитайте, как изменение постоянных затрат отразилось на критический объем продаж.

1) Определим количество проданных единиц, необходимых для достижения критической точки в первом квартале:

q = F

(p-v)

q = 720000/ (380-300) = 9000 единиц

2)Определим критический объем продаж в первом квартале:

Q = q\*p

Q = 9000\*380 = 3 420 тыс. руб.

3)Определим величину постоянных затрат во втором квартале:

F = 720000- 720000\*0,1 = 648 тыс. руб.

4) Определим количество проданных единиц, необходимых для достижения критической точки во втором квартале:

q = 648000/ (380- 300) = 8100 единиц

5) Определим критический объем продаж во втором квартале:

Q = 8100\*380 = 3 078 тыс. руб.

6) Изменение объема продаж:

∆Q = 3420- 3078 = 342 тыс. руб.

Ответ: при снижении постоянных затрат на 10% критический объем продаж снизился на 342 тыс. руб.

**Список литературы**

1. Попов В.М., Ляпугнов С.И. Бизнес-планирование. М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Черняк В.З. Бизнес-планирование. М.: Юнити, 2003.
4. Попов В.М. Бизнес-план инвестиционного проекта предпринимателя. М.: Кнорус, 2005.
5. Черняк В.З. Бизнес-планирование. М.: Юнити, 2002.