СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Введение | 3 |
| 1. | Бизнес-план как основа инвестиционного проекта | 5 |
| 2. | Практический пример составления бизнес-плана | 22 |
|  | Заключение | 46 |
|  | Список литературы | 47 |

Введение

Упорядоченную схему действий по достижению определенной цели называют "планом”, следовательно, планирование есть непрерывный процесс поиска новых путей и методов оптимизации целевых действий за счет новых возможностей.

Так, руководство любого предприятия все время ощущает необходимость выбора. Оно должно осуществить выбор оптимальной цены реализации, величины выпускаемой серии продукции, принимать решения в область кредитной и инвестиционной политики и многое другое. Чтобы обеспечить возможность принятия экономически обоснованных решений, на предприятиях производятся и анализируются расчеты альтернативных предложений и описываются ожидаемые результаты экономической деятельности. Правда, руководители многих предприятий (особенно небольших) склонны считать, что не следует тратить время на так называемое "формальное планирование” (т.е. подробно фиксировать на бумаге всю схему действий), поскольку экономическая ситуация так быстро меняется, что приходится постоянно вносить изменения и дополнения в первоначальную схему. Следовательно, эта часть руководителей полагает, что в быстроменяющихся экономических условиях достаточно неформального планирования, т.е. такого планирования, при котором все держится в уме и нет необходимости тратить время на фиксацию (запись) своих действий.

Однако ученые, а также руководители крупных предприятий относят планирование к деятельности высшего порядка и считают, что формальное планирование предоставляет немало выгод:

 - помогает руководству предприятия мыслить перспективно;

- способствует четкой координации предпринимаемых предприятием усилий;

- формирует систему целевых показателей деятельности для последующего контроля;

- готовит предприятие к возможным внезапным рыночным переменам;

- демонстрирует взаимосвязь обязанностей всех должностных лиц.

Несмотря на все трудности и проблемы, в сфере частного предпринимательства в России заняты уже миллионы людей. Однако бизнес - этот совершенно особая манера жизни, предполагающая готовность предпринимать самостоятельные решения и рисковать. Решив заняться бизнесом, предприниматель должен тщательно спланировать его организацию. Речь идет о бизнес-планах, с которыми во всем мире принято начинать любое коммерческой предприятие. В условиях рынка подобные планы необходимы всем: банкирам и потребителям-инвесторам, сотрудникам фирм, желающим оценить свои перспективы и задачи, и, прежде всего, самому предпринимателю, который должен тщательно проанализировать свои идей, проверить их реалистичность. Собственно говоря, без бизнес-плана, вообще нельзя браться за коммерческую деятельность, т.к. возможность неудачи будет слишком велика.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, обязана четко представлять потребность в перспективе в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь точно рассчитывать эффективность использования имеющихся средств в процессе работы фирмы. В рыночной экономике предприниматели не могут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию, как о состоянии целевых рынков, положения на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

При всем многообразии форм предпринимательства существуют ключевые положения, применимые практически во всем областях коммерческой деятельности и для различных фирм, необходимые для того, чтобы своевременно подготовится, обойти потенциальные трудности и опасности.

В связи с этим тема является актуальной.

Цель данной курсовой работы – разработка экономического обоснования целесообразности получения долгосрочного кредита на производство оконных блоков ООО «Евроокно».

Задача работы – ближе познакомиться с методикой подготовки и расчета бизнес-плана по налаживанию производства новой продукции на примере ООО «Евроокно».

1. бизнес-план КАК ОСНОВА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Отечественные предприятия имеют пока небольшой опыт работы в условиях рынка, да и рыночные отношения еще далеки от их уровня в развитых странах. Наша экономика находится в глубоком экономическом кризисе. Экономическая и социальная ситуация, в которой работают предприятия, не позволяет осуществлять прямое использование зарубежных методических разработок при составлении бизнес-планов российскими предприятиями. Необходима их адаптация к реальным экономическим условиям нашей страны.

Бизнес-план представляет собой документ внутрифирменного планирования, излагающий все основные аспекты планирования производственной и коммерческой деятельности предприятия, анализирующий проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяющий способы решения финансово-хозяйственных задач. (10)

В кризисных экономических условиях переходного периода бизнес-план предприятия должен, прежде всего, решать задачи улучшения его финансового состояния. В этой связи рассмотрение именно финансового аспекта бизнес-плана наиболее актуально.

Поскольку бизнес-план является документом внутрифирменного планирования, при его разработке на предприятии возникает вопрос: в какой мере можно использовать накопленный опыт составления применявшихся ранее на практике техпромфинпланов?

Представляется, что такая преемственность возможна. В экономических условиях переходного периода бизнес-план предприятия должен быть планом производственной, хозяйственной и финансовой деятельности, своеобразной трансформацией годового техпромфинплана, его адаптацией к рыночным условиям. Ошибочно противопоставление бизнес-плана техпромфинплану как совершенно разных документов. Конечно, по целям они отличаются, но полное отрицание взаимосвязи методических вопросов, их разработки отрицает и преемственность в необходимости планирования. Игнорируется при этом богатейший опыт работников плановых служб предприятий. Это недопустимо для переходного к рынку периода, когда у работников предприятий частично еще сохраняются традиционные для плановой экономики навыки планирования, а новые методы еще достаточно хорошо не известны.

В зависимости от целей потребность в разработке бизнес-планов выявляется при решении финансовых и управленческих задач в различных сферах хозяйственной деятельности. Обобщение пока еще небольшого опыта составления бизнес-плана отечественными предприятиями и организациями позволяет выделить следующие области их применения:

* подготовка инвестиционных заявок существующими и вновь создаваемыми предприятиями на получение кредитов в коммерческих банках;
* обоснование предложений по приватизации предприятий государственной и муниципальной собственности;
* разработка проектов создания частных фирм, без чего риск разорения новых предпринимателей оказывается чрезмерным;
* выбор экономически выгодных направлений и способов достижения положительных финансовых результатов предприятиями и фирмами, находящимися сегодня в новых условиях работы, сбыта продукции, общей неплатежеспособности хозяйствующих субъектов;
* составление проектов эмиссии ценных бумаг (акций, облигаций) предприятий;
* привлечение иностранных инвестиций для развития предприятия.

К основным задачам, которые акционерное общество может решить при помощи составления бизнес-плана, относятся:

* определение емкости и перспектив развития рынка сбыта продукции по основному производству;
* оценка возможных затрат по изготовлению и реализации продукции и услуг;
* соизмерение затрат с возможными ценами для прогнозирования прибыли;
* обнаружение в планировании финансово-хозяйственной деятельности возможных просчетов и ошибок;
* определение целесообразности развития данного производства в сложившихся экономических условиях. (13)

Законодательство не закрепляет обязательность разработки бизнес-плана. Зарубежный опыт и пока еще небольшой опыт отечественных предприятий показывают, что составлять бизнес-планы заставляет сама жизнь. Бизнес-план решает задачи не только оперативного планирования, но может иметь и стратегические цели. В этой сфере хозяйственных интересов предприятия бизнес-план может помочь решить проблему финансирования. При заключении договоров банка с инвестиционным фондом либо другим возможным инвестором бизнес-план позволяет убедить их в том, что предприятие имеет перспективные возможности развития производства, что есть последовательная и реальная программа проведения предпринимательской идеи в жизнь.

Хозяйственные партнеры предприятия прежде чем установить с ним договорные отношения, могут с помощью бизнес-плана убедиться в наличии шансов на коммерческий успех и обеспечение достаточного уровня прибыльности. Таким образом можно строить хозяйственные взаимоотношения с поставщиками сырья, материалов, топлива, оборудования; с посредниками в реализации собственной продукции предприятия; с фирмами, с которыми предполагается осуществлять кооперирование научно-технической, производственной, инвестиционной и иной хозяйственной деятельности. (18)

Бизнес-план можно составлять на несколько лет вперед, с его корректировкой и пересмотром по мере необходимости.

Целью проведения экспресс-анализа финансового состояния предприятия является оценка структуры его баланса с точки зрения платежеспособности в соответствии с системой критериев для определения неудовлетворительной структуры баланса предприятий, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 20 мая 1994 г. М 448 «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий», На основе предлагаемой методики можно дать оценку финансовому состоянию, сопоставимую с официальными требованиями государства, понятную для российских акционерных обществ. Вместе с тем следует заметить, что методика эта пока несовершенна. Поиск новых, более точных критериев оценки продолжается.

Для проведения экспресс-анализа финансового состояния предприятия используются его годовая и квартальная отчетность: форма 1 «Баланс предприятия»; форма 2 «Отчет о финансовых результатах их использовании», справка к форме 2 «Справка к отчету о финансовых результатах и их использовании». Анализ и оценка структуры баланса предприятия проводятся на основе показателей:

- коэффициента текущей ликвидности;

- коэффициента обеспеченности собственными средствами.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует общую обеспеченность предприятия оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности. Он рассчитывается как отношение фактической стоимости находящихся в наличии оборотных средств в виде производственных запасов, готовой продукции, денежных средств, дебиторской задолженности и прочих оборотных активов (сумма итогов II и III разделов актива баланса) к наиболее срочным обязательствам предприятия в виде краткосрочных кредитов банков, краткосрочных займов и различных видов кредиторской задолженности (итог II пассива баланса за вычетом строк 500, 510, 730, 740). (13)

Коэффициент обеспеченности собственными средствами характеризует наличие собственных оборотных средств у предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости. Данный коэффициент определяется как отношение разности между объемами источников собственных средств (итог 1 раздела пассива баланса) к фактической стоимости находящихся в наличии у предприятия оборотных средств в виде производственных запасов, незавершенного производства, готовой продукции, денежных средств, дебиторской задолженности, прочих оборотных активов (сумма итогов II и III разделов актива баланса).

Сопоставление рассчитанных значений показателей с их позитивной величиной и фактическими данными за другие периоды хозяйственной деятельности позволяет дать оценку не только фактически сложившегося финансового состояния, но и динамики показателей, определить тенденции в результатах хозяйственной деятельности. И, следовательно, наметить первоочередные меры и направления работы по улучшению финансового положения путем использования внешних и внутренних факторов, влияющих на производство.

Большой практический интерес для руководителей предприятий вызывает составление программы выполнения организационного плана с указанием сроков выполнения работы и ответственных исполнителей и подготавливаемых выходных документов.

Такая программа, помимо уже названных подготовительных работ, должна предусмотреть проведение по направлениям, выявленным экспресс-анализом, более детального анализа финансово-хозяйственной деятельности включающего:

* анализ структуры стоимости имущества предприятия и средств, вложенных в него;
* анализ платежеспособности предприятия;
* анализ финансовой его устойчивости;
* оценку возможных перспектив развития предприятия. (15)

Организационный план разработки бизнес-плана целесообразно рассмотреть и утвердить Правлением предприятия либо Советом директоров акционерного общества. Вопросы методического обеспечения реализации бизнес-плана и контроль за ходом его выполнения интересуют всех акционеров и работников предприятия, поскольку от успешного решения зависит и курс акций общества и уровень выплачиваемых дивидендов.

В методических указаниях отделам и службам предприятия по составлению основных разделов бизнес-плана обычно предусматривается разработка Программы социальной защиты работников и акционеров. Рекомендуется также иметь график контрольных проверок и периодические отчеты администрации и другие формы информирования акционеров и работников предприятия о результатах проведения работ по составлению и реализации бизнес-плана.

Разработчикам бизнес-планов на предприятиях следует иметь в виду, что не существует общепринятой, единой для всех, регламентированной его формы и структуры. В то же время при значительных внешних различиях бизнес-планов методы из разработки практически совпадают. Это позволяет для решения проблем методического обеспечения разработки бизнес-плана пользоваться наиболее типичными методами его составления.

Структура и содержание бизнес-плана строго не регламентированы. В отличие оргтехпромфинплана (плана производственно-хозяйственной деятельности предприятия) бизнес-план может иметь 6, 7, 12, 18 и другое число разделов. Он ориентирован на достижение успеха главным образом в финансово-экономической деятельности. Хотя бизнес-план не имеет строго регламентированных содержания и структуры, при его подготовке следует обратить внимание на следующие условия.

1. Бизнес-план должен быть профессиональным. По содержанию, внешнему виду судят о компетенции предпринимателя, разработавшего этот бизнес-план. Этот документ должен быть простым, понятным и доступным для пользования.

2. Бизнес-план должен быть разделен на главы (разделы). Первый раздел (глава) - цели и задачи предпринимательского дела. Бизнес-план должен быть составлен таким образом, чтобы любой инвестор мог легко отыскать в плане интересующие его разделы, части, пункты. С этой целью необходимо предусмотреть функциональное подразделение каждой главы. Для более полного и наглядного восприятия информации рекомендуется использовать таблицы, схемы, диаграммы, графики.

3. Следует заручиться объективной оценкой бизнес-плана. Прежде всего необходимо ознакомить с ним всех членов предпринимательского коллектива. Бухгалтер или главный бухгалтер должен тщательно проверить все финансовые расчеты. При возможности заключение по бизнес-плану должен сделать аудитор. Другими словами, ни один потенциальный инвестор не должен обнаружить какой-либо ошибки в бизнес-плане.

4. Необходимо контролировать распространение бизнес-плана, так как он содержит конфиденциальную информацию о бизнесе предпринимателя или группы предпринимателей. Следует нумеровать каждый экземпляр. В любом случае при первом знакомстве с потенциальным инвестором следует представить ему краткий обзор или сводку данных, и если инвестор выразил свою заинтересованность, только в этом случае можно представить ему детальный план.

5. Оптимальным по структуре и содержанию считается бизнес-план, включающий семь разделов. (11)

Как уже говорилось, бизнес-план может содержать различное количество разделов, приведем схему наиболее распрастроненного из них.

Последовательность работы над составлением бизнес-плана выглядит следующим образом:

# Резюме

Данный раздел должен состоять из 3 - 4-х страниц.

Это сводный раздел бизнес-плана, представляющий основные идеи и содержание плана в миниатюре. Он должен быть наиболее четким, лаконичным и убедительным, так как ознакомление с ним должно дать относительно полное представление о содержании всего бизнес-плана. Поскольку этот раздел основной, он создается и уточняется по мере проработки плана, а завершается лишь после составления бизнес-плана в целом. В сводном разделе бизнес-плана представлены:

* генеральная цель проекта (сделки);
* краткая характеристика предпринимательского продукта, конечного результата намечаемого плана и их отличительные особенности;
* пути и способы достижения поставленных целей;
* сроки осуществления проекта (сделки);
* затраты, связанные с его реализацией; ожидаемая эффективность и результативность;
* область использования результатов;
* общие сводные показатели: объемы производства и реализации продукции и услуг, выручка, собственные и заемные средства, прибыль, рентабельность;
* специальные показатели: качество реализуемых товаров и услуг, их отличительные свойства, приспособленность к особым вкусам и запросам потребителя, срок окупаемости вложений, низкая степень риска, гарантированность получения планируемого результата.

## Проектируемый продукт или вид услуг

В этом разделе бизнес-плана должны быть зафиксированы:

* наглядные данные, позволяющие с требуемой полнотой “осязать" предпринимательский продукт (опытный образец, его характеристики, описания, модели и фотографии);
* сведения о круге потребителей предпринимательского товара и потребностях, которые он будет удовлетворять: прогноз платежеспособного спроса на товар;
* данные о регионе, группах населения, организациях, которые предпочтительно, исходя из анализа и прогноза, станут покупателями и потребителями товара;
* данные о динамике ожидаемого потребления товара по временным периодам с учетом факторов, влияющих на изменение потребностей в данном товаре.

Результаты прогнозно-аналитических оценок этих параметров включаются в бизнес-план; прогноз цен, по которым предполагается реализовать продукт предпринимательской деятельности (продукция, товар, работы, услуги). С учетом высокого уровня инфляции предвидение цены продукта предпринимательства представляет самый трудный элемент составления большинства бизнес-планов.

### Оценка рынка сбыта

Объем данного раздела должен содержать не более 5-6 страниц машинописного текста.

Этот раздел - непосредственное продолжение изучения потребностей и прогнозирования цен. Он предопределяет объемы производства и продаж товаров по временным периодам реализации предпринимательского проекта.

Исследование, анализ, оценка рынка в процессе подготовки бизнес-плана опираются, с одной стороны, на предположения, т.е. носят прогностический характер, а с другой, - на предварительную договоренность с потенциальным покупателем или с торговыми, сбытовыми организациями.

В случаях кратковременных мелких или долговременных крупных предпринимательских проектов ситуации различны. В первом случае можно с высокой степенью достоверности установить круг покупателей, потребителей предпринимательского продукта, что позволяет сделать вывод об объемах продаж. Во втором случае ситуация более сложная. Изменение спроса на товар, его продажа, потребление устанавливаются при составлении бизнес-плана на основе предположений, оценок, расчетов) прогнозов.

Наряду с расчетно-аналитической оценкой рынка сбыта бизнес-план должен предусматривать также способы активизации рынка посредством маркетинговой и других видов деятельности.

При разработке этого раздела необходимо учитывать конкурентов, их возможности, способности и ценовую политику. Поэтому работа над бизнес-планом должна включать корректировку прогнозируемого объема продаж с учетом конкуренции.

### Конкуренция

В данном разделе бизнес-плана необходимо охарактеризовать внешнюю маркетинговую среду предприятия.

Прежде всего следует объективно ответить на вопросы :

1. Кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров.

2. Как обстоят их дела:

* с объектами продаж;
* с доходами;
* с внедрением новых моделей;
* с техническим сервисом (если речь идет о машинах или оборудовании);
* много ли внимания и средств уделяют они рекламе своих изделий.

3.Что собой представляет продукция конкурентов:

* основные характеристики;
* уровень качества;
* дизайн;
* мнение покупателей.

4. Каков уровень цен на продукцию конкурентов. В общих чертах

(ориентировочно) их политика цен.

Однако следует оценивать конкурентов предельно трезво, в противном случае велик риск оказаться с репутацией плохого предпринимателя.

### Организационный план

Содержание этого раздела во многом зависит от вида предпринимательской деятельности (производственное, коммерческое, финансовое). Программа предпринимательских действий обычно включает:

* маркетинговую деятельность (реклама, определение рынка сбыта, контакты с потребителем, учет его запросов);
* осуществление производства продукции (производственное предпринимательство);
* закупку, хранение, транспортировку, реализацию товаров (особенности в коммерческом предпринимательстве); обслуживание покупателя, в том числе послепродажное. Организационные меры - неотъемлемая часть программы действий, призванные способствовать упорядочению исполнения бизнес-плана. Это способы управления реализацией бизнес-планом, организационные структуры управления проектом, методы координации действий исполнителей, а также меры по установлению специальных форм оплаты труда, стимулирования, набора и подготовки кадров (кадровое обеспечение), учета, контроля и др.

В разделе необходимо отметить, с кем предстоит организация нового дела и как планируется налаживание с ним работы. При этом отправной точкой должны быть квалифицированные требования, где указывается:

* какие именно специалисты (какого профиля, образования, опыта) и с какой заработной платой необходимы для успешного ведения дел;
* на каких условиях принимаются на работу специалисты (постоянная работа, совместители (внешние эксперты));
* есть ли возможность воспользоваться услугами какой-либо организации по найму такого рода профессионалов;
* в случае, если часть персонала уже нанята, необходимо дать о
* своих сотрудниках краткие биографические данные: квалификация, прежний опыт работы.

Так же в этом разделе приводится и организационная структура предприятия, которая отражает:

* кто и чем будет заниматься;
* взаимодействие всех служб друг с другом;
* координация и контроль их деятельности.

Целесообразно оговорить в этом разделе и вопросы оплаты труда руководящего персонала и его стимулирования.

В этом разделе также рассматривается, в какой форме, по мнению разработчика, должна осуществляться реализация проекта (совместное предприятие, долевое участие и др.), какие необходимы организационные меры по созданию организационной основы проектов.

## Стратегия маркетинга

Раздел должен быть содержательным, полезным и убедительным. Основная задача - объяснить потенциальным партнерам и инвеститорам основные элементы своего плана маркетинга (этот документ используется и для своего внутреннего пользования).

Объем раздела составляет 3-4 страницы машинописного текста.

К основным элементам плана маркетинга относятся:

1. Схема распространения товаров

* через собственные фирменные магазины;
* через оптовые организации.

2. Ценообразование

* методика определения цен на товары;
* ожидаемый уровень рентабельности на вложенные средства.

3. Реклама

* методы организации рекламы;
* величина средств, необходимых для реализации рекламы.

4. Методы стимулирования продаж:

* за счет расширения сбыта;
* за счет новых форм привлечения покупателей.
1. Организация послепродажного обслуживания клиентов (для технических товаров):
* методы организации службы сервиса;
* величина необходимых для этого финансовых ресурсов.

6. Формирование общественного мнения о фирме и товарах: разработка методик, позволяющих добиваться хорошей репутации своих товаров и самой фирмы в глазах общественности

 7. В случае реализации товара за рубежом желательно привести сведения об оценке патентоведами патентной чистоты этих товаров в странах их реализации.

# План производства

Главная задача данного раздела бизнес-плана доказать потенциальным партнерам реальность производства нужного объема товаров и в заданные сроки.

Необходимо ответить на следующие вопросы:

1.Место производства товаров на действующем или на вновь создаваемом предприятии.

2.Необходимые для этого производственные мощности и их рост из года в год.

3.Где и у кого, на каких условиях будет закупаться сырье, материалы и комплектующие. Какова репутация этих поставщиков и есть ли опыт работы с ними.

4.Предполагается ли производственная кооперация и с кем.

5.Возможно ли какое либо лимитирование объемов производства или поставок ресурсов.

6.Какое оборудование потребуется и где намечается его приобрести.

Возможны ли при этом проблемы и какого рода.

Данные этого раздела приводятся в перспективе на 2-3 года вперед, а для крупных предприятий и на 4-5 лет.

При этом рекомендуется составить схему производственных потоков непосредственно на предприятии, на которой должно быть наглядно показано:

* откуда и как будут поступать на предприятие все виды сырья и комплектующих изделий;
* в каких цехах и как они будут перерабатываться в продукцию;
* как и куда эта продукция будет поставляться с предприятия.

В этом разделе приводятся сведения о видах и объемах ресурсов, необходимых для осуществления предпринимательского проекта, источниках и способах получения ресурсов. Ресурсное обеспечение охватывает: материальные ресурсы (материалы, полуфабрикаты, сырье, энергия, здания, оборудование и др.);

* трудовые ресурсы;
* финансовые ресурсы (текущие денежные средства, капитальные вложения, кредиты, ценные бумаги);
* информационные ресурсы (статистическая, научно-техническая информация).

Завершает данный раздел бизнес-плана оценка возможных издержек производства и ее динамика на перспективу.

### Юридический план

Конкретное наполнение раздела зависит от выбранной формы организации, которую необходимо указать:

* частное владение;
* кооператив;
* государственное владение;
* совместное предприятие и так далее.

### Оценка риска и страхование

Раздел разбит на две части:

В первой предугадываются все типы рисков, с которыми авторы бизнес-плана могут столкнуться: пожары и землетрясения, забастовки и межнациональные конфликты, изменения в налоговом регулировании и колебания валютных курсов, а также источники и момент их возникновения.

Во второй части дается ответ на вопрос: как уменьшить риски и потери. Ответ должен состоять из двух пунктов:

1. Указываются организационные меры профилактики рисков, разрабатываются меры по сокращению этих рисков и потерь.
2. Приводится программа страхования от рисков.

В случае создания современной системы коммерческого страхования в бизнес-планах указываются типы страховых полисов (может страховаться любой шаг от покупки оборудования до обеспечения валютных средств из-за спекулятивных колебаний курсов валют) и на какие суммы их планируется приобрести.

# Финансовый план

Анализируя отечественный опыт по вопросам составления бизнес-плана, можно сделать вывод, что из всех его разделов наименее разработанным справедливо считается финансовый план. В этой связи подчеркнем, насколько велика роль методического обеспечения именно финансовой части бизнес-плана. Поскольку в данной главе рассматривается только финансовый аспект его составления, остановимся на изложении именно этой задачи.

Раздел призван обобщить материалы, полученные в результате всей предыдущей работы и представить их в стоимостном выражении. В данном случае необходимо подготовить сразу несколько стандартных для мировой практики документов:

## 1.Прогноз объемов реализации.

Основная задача дать представление о той доле рынка, которую предполагается завоевать новой продукцией. Рекомендуется составлять такой прогноз на три года вперед с разбивкой по годам:

первый год - данные приводятся помесячно второй год - данные приводятся поквартально третий год - приводится общей суммой продаж за 12 месяцев.

2.Баланс денежных расходов и поступлений.

Главная задача - проверить синхронность поступления и расходования денежных средств, а значит, и будущую ликвидность предприятия при реализации данного проекта. Полученная таким образом информация служит основой для определения общей стоимости всего проекта.

Баланс денежных расходов и поступлений требует тщательной проработки его при составлении, где статьи и суммы вложения средств и их поступления от реализации продукции отражаются:

первый год - помесячно

второй год - поквартально

третий год - в целом за 12 месяцев

3.Таблицу доходов и затрат.

Задача данного документа показать, как будет формироваться и изменяться прибыль:

первый год - помесячно

второй год - поквартально

третий год - в целом за 12 месяцев

Среди анализируемых показателей выделяются:

* доходы от продаж товаров;
* издержки производства товаров;
* суммарная прибыль от продаж;
* общепроизводственные расходы (по видам);
* чистая прибыль (строка в) минус строка г) ).

4.Сводный баланс активов и пассивов предприятия.

Назначение - главным образом для специалистов коммерческих банков в оценке тех сумм, которые намечается вложить в активы разных типов и за счет каких пассивов предприниматель собирается финансировать создание или приобретение этих активов, рекомендуется составлять на начало и конец первого года реализации продукции.

*5.График достижения безубыточности.*

Это схема, показывающая влияние на прибыль объемов производства, продажной цены и себестоимости продукции (в разбивке на условно-постоянные и условно-временные издержки).

С помощью этого графика можно найти так называемую точку безубыточности, то есть тот объем производства, при котором кривая, показывающая изменение выручки от реализации (при заданном уровне цен), пересечется с кривой, показывающей изменение себестоимости продукции. Допускается несколько вариантов такого графика, соответствующих разным уровням цен на продукцию.

Прогноз финансовых результатов предлагается составлять по форме, утвержденной распоряжением Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве). При этом предлагается при разработке финансового раздела бизнес-плана исходить из того, что определение средств, необходимых для финансового развития предприятия, предполагает оценку этого плана как инвестиционного проекта. Это означает, что предусмотренные бизнес-планом затраты предприятия должны быть обоснованы их экономической эффективностью.

Прогноз финансовых результатов только тогда будет достоверным, когда достоверны сведения о перспективах роста основных производственных показателей, динамика которых была обоснована в других разделах бизнес-плана. Выручка от реализации продукции определяется исходя из прогнозных объемов продаж на планируемый год и прогнозных цен. Естественно, что из-за большого ассортимента выпускаемой продукции выручка от реализации может быть дана только в общей сумме, а не применительно к одному виду продукции, как это предусмотрено методикой Федерального управления по делам о несостоятельности.

Прогнозирование объемов продаж, затрат на производство реализованной продукции, результатов от прочей реализации, доходов и расходов от внереализационных операций, а также платежей в бюджет из прибыли должно учитывать возможности предприятия по изысканию дополнительных резервов роста производства и реализации продукции. Такие дополнительные возможности могут появиться у предприятия уже на стадии реализации программы работ по разработке и реализации бизнес-плана, который составлен с учетом отраслевых особенностей предприятий топливно-энергетического комплекса.

Для реальной оценки дополнительных финансовых возможностей, выявленных в результате анализа финансово-хозяйственной деятельности общества, полезно эту оценку производить в нескольких вариантах.

Финансовый план является результирующей частью бизнес-плана. Содержит проектные данные о финансовых потоках, размерах инвестиций, объемах продаж, а также требования к инвестициям. Финансовый план разрабатывается, как правило, на 3-5 лет. Проект первого года расписывается помесячно, второго - поквартально, данные последующих лет даются в целом по годам. Если на первый год планирование осуществляется с привязкой к определенной группе показателей и специфике затрат первого года производства, то на второй - на основе результатов исследований емкости рынка и тенденций его изменения в целом. На третий - пятый годы финансовое планирование целесообразно осуществлять на основе моделей цен в процентном соотношении к объему продаж. В финансовом плане должны найти отражение следующие вопросы: объем продаж и общая прибыль; процентное отношение доходов и расходов; общий объем инвестиций; использование собственных и заемных средств, их источники и сроки погашения задолженности; срок окупаемости вложений; сроки начала выплаты дивидендов; издержки производства и обращения. Структура финансового плана состоит из плана доходов, плана расходов (кассового плана) и баланса первого (помесячно), второго (поквартально) и третьего (в целом за год) годов. На последние годы приводятся общие данные о доходах и расходах в соответствующем плане.

В плане доходов делается расшифровка динамики объема продаж, стоимости товара с учетом транспортных средств (издержки, непосредственно относимые на данный товар) и общей прибыли. Отдельно расшифровываются постоянные затраты, к которым относят аренду, страхование, амортизацию, управленческие затраты, затраты на маркетинг и сбыт.

План расходов содержит данные о динамике расходования и возмещении всего инвестированного капитала. В расходы включаются покупка активов, выплата займов, приобретение оборудования (непроизводственного), инвентаря, а также убытки от хозяйственной деятельности (определенные в плане доходов).

Баланс отражает структуру активов и пассивов компании и соответствует отчетной форме 1.

В целом необходимо отметить что данный план является стандартным и предприятие может его самостоятельно изменять под собственные особенности, при этом оставляя все необходимые разделы.

3. Практический пример составления бизнес-плана

**Резюме**

Общая информация

*Название предприятия*

ООО «Евроокно»

Сведения о предприятии

*Сфера деятельности и отраслевая принадлежность*

Деревообрабатывающая промышленность.

*Организационно-правовая форма предприятия*

Организационно-правовая форма предприятия – «Общество с ограниченной ответственностью».

*Основные виды выпускаемой продукции или оказываемых услуг*

Предприятие будет производить: евроокна высшего и первого сорта из древесины (в настоящее время на территории Вологодской области не выпускаются).

*Основные потребители*

Основными предполагаемыми потребителями будут строительные компании.

*Производственные мощности*

Заключены договора на поставку высокотехнологичного оборудования и технологий.

*Персонал*

Предполагаемое количество персонала составит 20 (двадцать) человек при 1-й сменной работе.

*Цель проекта*

Создание высокорентабельного завода по производству окон евростандарта в г. Вологде, способного производить конкурентно-способную продукцию.

*Стратегия реализации проекта*

Организация производства с целью разработки и выпуска новой конкурентоспособной продукции.

С 2001 года одним из приоритетов в инвестиционной сфере области остается поддержка высокоэффективных проектов в перспективных для области отраслях, имеющих местную сырьевую базу, и емкие рынки сбыта. В первую очередь это развитие лесного комплекса отраслей по производству стройматериалов и конструкций.

*Потребность в инвестициях*

Общая сумма необходимых инвестиций составляет 8 млн. 315 тыс. руб., в том числе – 5 млн. 315 тыс. руб. - это собственные средства участника, 3 млн. руб. - это кредит предоставляемый АКБ «Севергазбанк» сроком на 36 месяцев под 30% годовых.

*График реализации проекта*

Ñïèñîê ýòàïîâ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название | Äàòà íà÷àëà | Дата окончания |
| Строительно-монтажные работы | 01.10.2002 | 30.11.2002 |
| Приобретение и установка оборудования | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Угловой обрабатывающий центр "Окома" | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Шлифовальный станок "RMS-280S" | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пресс "Hess" | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Тележка гидравлическая\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Комплект ключей | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Мини торцовка\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Ручной фрезер\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Шуруповерт\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Дрель\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Фрезерный станок | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Четырехсторонний станок | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Стружко-уборочный агрегат АСУ-1 | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Стружко-уборочный агрегат АСУ-4 | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Насос с системой "Airles" | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Компрессор | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Ресивер | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Вентилятор в покрасочной камере | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Шкаф-сборник пыли и краски | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пневмопистолет для нанесения силикона | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Наконечник для пневмопистолета | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Лопатка для выравнивания силикона | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пневмопистолет для прибивания штапиков | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Гвозди к пистолету (5000 штук) | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Сверла | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Ножницы для прокладок | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Ручка для перемещения стеклопакета | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Профильная фреза | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пила к угловому центру | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пила для штапика | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пила для алюминиевого профиля | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Транспортер сушки окон | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Фреза наружного профиля рамы | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Фреза нижнего профиля рамы | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Пускатели | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Дрель стационарная | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Редуктор 3-х ступенчатый | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Приспособление для изготовления арочных окон | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Стационарная циркулярная пила | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Стационарная торцовочная пила | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Прибор для смазки оборудования | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Масла для смазки оборудования | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Компьютер | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Автомобиль "Газель"\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |
| Автомобиль ГАЗ – 3307\* | 01.11.2002 | 31.12.2002 |

\* - îáîðóäîâàíèå óæå ïðèîáðåòåíî

*Èñïîëüçîâàíèå êàïèòàëà*

Ïðèâëå÷åííûé êàïèòàëà áóäåò èñïîëüçîâàí äëÿ: ðåìîíòà çäàíèé è ñîîðóæåíèé, çàêóïêè è ìîíòàæà îáîðóäîâàíèÿ, ïðîôåññèîíàëüíîé ïîäãîòîâêè êàäðîâ, îðãàíèçàöèîííûõ è äðóãèõ ðàñõîäîâ ïîäãîòîâèòåëüíîãî ïåðèîäà, à òàêæå êàê îáîðîòíûé êàïèòàë.

*Ôèíàíñîâàÿ îöåíêà ïðîåêòà*

Èíòåãðàëüíûå ïîêàçàòåëè

|  |  |
| --- | --- |
| Ставка дисконтирования | 12,00 % |
| Период окупаемости | 14 мес. |
| Дисконтированный период окупаемости | 15 мес. |
| Средняя норма рентабельности | 86,94 % |
| Чистый приведенный доход | 22 601 776 руб. |
| Индекс прибыльности | 2,64 |
| Внутренняя норма рентабельности | 85,60 % |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности | 58,81 % |

Период расчета интегральных показателей - 39 мес.

**Описание товара**

Îêíà деревянные для жилых и общественных зданий подразделяются на две серии: С - со спаренными оконными пе­ре­­плё­та­ми и дверными полотнами; Р - с двойными раздельными переплета­ми и двой­ными полотнами. Оконные блоки изготовляют с неравными и равными створками. В блоках с не­рав­­ны­ми створками узкая створка служит форточкой для про­ветривания по­­ме­­щения

Оконные блоки с равными створками выпускают с форточками и без них. Оконные блоки со спаренными переплетами и дверные балконные блоки со спа­­рен­ными полотнами делают с наплавом, а с раздельными пере­плетами и по­лот­на­ми - с наплавом и без наплава.

Выпускаемые оконные блоки маркируют. Марка со­стоит из бук­венных индексов и двух двузначных цифр обозначающих высоту и ширину про­­ема в дециметрах. Буквенные индексы обозначают следующее: ОС - оконный блок со спаренными переплетами; ОР - оконный блок с раз­дельными переплетами; БС - балконный дверной блок со спаренными полот­нами; БР - то же с раз­дель­ны­ми полотнами. Оконные блоки с рав­ными створ-коми без фор­то­чек для жилых зда­ний и трех­створчатые для об­щест­вен­ных зданий без фрамуг обо­з­начают буквой А в конце марки.

Оконные блоки с форточками или фрамугами обозна­чают в кон­це марки до­пол­ни­тель­ны­ми буквенными индексами: В - с форточкой или верх­ней фра­мугой, Г - с верхней и ниж­ней фрамугами, Е - с ниж­ней фра­мугой. Трех­створ­ча­тые оконные блоки с верх­ней фрамугой для об­щест­вен­ных зданий обоз­на­ча­ют в кон­це марки буквой И.

Размеры оконных проемов для жилых и общественных зда­ний соответствуют мо­дулю 1М, равному 100 мм. Ос­нов­ные размеры проемов ре­ше­ны в укрупненном модуле ЗМ (300 мм). Высота проемов для жи­лых зданий принята равной 12М (1200 мм) и 15 М (1500 мм); для общественных зда­ний -18М (1800 мм) и 21М (2100 мм).

Ширина проемов принята 5М, 9М, 12М, 14М, 15М, 18М, 21М для жилых зда­ний и 9М,

В оконных блоках со спаренными переплетами толщина наружной и внут­ренней створок одинаковая - 42 мм, что упрощает технологию их производ­ства.

В связи с тем, что оконные блоки серии С можно изготовлять без импоста, створ­ки делают с правым притвором. Для обеспечения прочности навески боль­ших раз­меров створок, створки спаренных оконных переплетов высотой более 1400 мм или шириной свыше 800 мм при высоте более 1000 мм навешивают на три петли - две верхние и одну нижнюю. Остальные створки навешивают на две петли. Дверные бал­конные полотна навешивают на три петли, располагае­мые равномерно по вы­со­те полотна. Оконные и дверные балконные блоки для жилых зданий остекляют стек­лом толщиной 2,5-3 мм, а для общественных зданий - толщиной 3-4 мм.

Для снижения воздухопроницаемости по периметру притвора в переплетах устанавливают уплотняющие прокладки из шерстяного шнура, пенополиуретана и др. Прокладки должны быть упругими, прочными, свето- и морозостойкими, дол­го­веч­ными. Пенополиуретановые прокладки приклеивают клеем повышен­ной во­до­стой­кости (КН-2, № 88). Шерстяной шнур крепят к наплаву мелкими оцинкованными гвоз­дями длиной 10-15 мм с шагом 150-200 мм. Чтобы не смять шнур, гвозди за­би­вают в край его, сохраняя по всему периметру створки равномерную толщину шну­ра. При установке шнур не следует сильно натяги­вать, так как он от этого вы­тя­ги­вается и теряет свои упругие свойства.

Оконные блоки деревянные со спаренными створками, вращающимися на средних осях, для гражданских зданий подразделяются на два типа: вращаю­щиеся на сред­них горизонтальных осях - среднеподвесные ОСГ, имеющие дополнительно вен­ти­ля­ционные клапаны или верхние фрамуги, и окна со створ­ками, вращающимися на сред­них вертикальных осях, - среднеповоротные ОСВ.

Окна среднеповоротные ОСВ для проемов 18М. 21М и шириной 15М без фра­муг дают возможность делать сплошное ленточное остекление в зданиях кар­касной конструкции с двухрядной разрезкой навесных панелей.

Окна с проемом шириной 13,5М можно устанавливать рядом и этим самым заполнить проем шириной 27М.

Для окон с клапанами принята ширина проема 12М, 15М, 18М, 21М, а высота 12М и 15М; для остальных окон, в том числе и с фрамугами, ширина проема принята 13.5М, 15М, 18М, 21М, высота 18М, 21М.

Окно деревянные для зданий промышленных предприятий предназначены для заполнения оконных проемов в зданиях любой этажности. По это­му окна подразделяются на две серии: Н - с наружным открыванием створок, В - с внутренним открыванием створок.

Окна серии Н изготовляют без наплава с одинарными или со спаренными пе­ре­плё­тами, серии В - с наплавом со спаренными переплетами.

В одноэтажных зданиях рекомендуется применять окна с наружным и внут­ренним открыванием створок, а в многоэтажных - с внутренним открыванием.

Оконные блоки обозначают марками, состоящими из буквенных индексов и цифр. Буквенные индексы обозначают Н - наружное открывание, В - внутреннее от­крывание, С - спаренные переплеты

Цифра, стоящая после буквенных индексов, обозначает номер блока, а цифра, сто­­ящая после дефиса, - ширину брусков коробок в миллиметрах. Например, марка оконного блока НС6-124 обозначает, что оконный блок на­руж­но­го открывания, спа­рен­ной конструкции, типа 6 с шириной коробки 124 мм.

Окон­ные блоки при заполнении проемов по высоте одним блоком имеют сле­ду­ю­щие размеры: серии Н - высоту 1164, 1764 мм, ширину 1461, 2966 и 4490 мм, се­рии В - высоту 1182, 1782 мм, ширину 1445, 2693, 2943 мм, а при за­полнении по вы­со­те не­сколькими блоками имеют размеры: серии Н - высо­ту 1164, 1764 мм, ши­ри­ну 2966 и 4490 мм; серии В - высоту 1182, 1782 мм, ши­рину 2693, 2943 мм. Для жилых и общественных зданий, возводимых в I и II под­зонах Северной стро­­ительно-климати­ческой зоны, а также для районов с рас­чет­ной темпера­турой на­ружного воздуха -40°С и ниже (при со­ответ­ствующем обоснова­нии) применяют де­ре­вянные окна и бал­кон­ные двери с тройным остеклением и трой­ным уплотнением при­творов (ГОСТ 16289-70).

Для жилых зданий при­меняют окна од­но­створчатые с узкими створками высотой 863, 1163, 1463 мм и шириной 880, 1154, 1329, 1379, 1479, 2072 мм и окна с фор­точ­ка­ми – полу­створ­ками вы­сотой 1163, 1463 мм и шириной 1154, 1329, 1379, 1479, 2072 и 2172 мм.

Для общественных зданий применяют окна высо­той 1758 мм и шириной 875, 1150, 1350 и 1758 мм. Балконные двери для жилых и общественных зданий име­ют высоту 2198, 2398 мм, ширину 700 и 875 мм.

Створки спаренных переплетов высотой более 1400 мм или шириной более 800 мм (при высоте более 1000 мм) навешивают по три петли - две верхние и одну нижнюю, двери балконные - на три петли, располагаемые равномерно по высоте.

Для заполнения оконных проемов в животноводческих и птицеводческих зда­ни­ях применяют окна, изготовленные по ГОСТ 16470-70. В соответствии с этим ГОСТом окна бывают: с одинарными переплетами - с глухим, наружным или вну­трен­ним открыванием створок, со спаренными переплетами - с внутренним от­кры­ва­ни­ем створок, с раздельными переплетами - с открыванием створок в разные сто­ро­ны.

**Оценка рынка и конкурентов**

*Экономика и анализ окружающей среды*

Вологодская область относится к числу лесных регионов, поэтому вполне естественно, что лесопромышленный комплекс относится к числу приоритетных отраслей промышленности.

Рассматривая ситуацию с производством окон в Вологодской области, следует выделить несколько моментов, которые подчеркивают уникальность нашего производства в сравнении с другими производителями окон России:

1. *Сырье.* На настоящий момент на территории области клееный оконный брус производят 4 предприятия, еще 3 предприятия начнут производить брус в ближайшие полгода, кроме того, в соседних областях располагается еще более 10 предприятий;
2. *Транспортное расположение.* Именно удобное транспортное расположение г. Вологды для производства окон, а также торговли лесом и изделиями из него (Волго-Балтийский канал, автодороги федерального значения Москва–Архангельск и Вологда–Новая Ладога, а также железнодорожное сообщение), позволяет говорить о преимуществах нашего предприятия по сравнению с другими предприятиями России.

*Анализ потребителей*

Основными покупателями нашей продукции будут производители индивидуальных домов (по каркасно-панельной технологии), а также строительные компании.

По данным экспертов в 2002-2003 году в России прогнозируется строительный бум, который будет характеризоваться существенным увеличением темпов роста гражданского строительства, что даст значительный рост в различных областях экономики. Стремительно увеличится спрос на высококачественные строительные и отделочные материалы, удовлетворяемый в настоящее время на 95% за счет импорта. С другой стороны, высокие таможенные пошлины и транспортные расходы делают стоимость европейских стройматериалов на внутреннем рынке чрезвычайно высокой (в 2 - 2,5 раза выше, чем в странах Западной Европы). В связи с этим в России созданы условия, при которых высокотехнологичное производство стройматериалов европейского стандарта качества из отечественного сырья становится, несмотря на все трудности, достаточно высокорентабельным и быстро окупаемым.

Как показывают маркетинговые исследования, использование для благоустройства жилья материалов европейского качества становятся в России приоритетными статьями затрат у граждан со средними и высокими доходами. Так, уже около половины семей с совокупным доходом $12 - 15 тыс. в год рассматривают вышеупомянутые затраты для себя как абсолютно приоритетные, а с дальнейшим увеличением совокупного дохода этот процент резко увеличивается.

*Анализ каналов сбыта*

В настоящее время уже проводятся мероприятия по налаживанию связей и составлению предварительных договоренности о поставках готовой продукции по следующим направлениям:

* строительные компании г. Москвы и г. С-Петербурга – 60%;
* строительные компании г. Вологды и Вологодской области – 40%.

*Анализ конкурентов*

В настоящее время в России производство окон европейского стандарта качества ведется на более чем 30 предприятиях, но подавляющее большинство из них производят окна из пластика. Деревянные же окна являются «дышащими», а значит более полезными для здоровья людей.

Таможенные пошлины и накрутки посредников делают изделия импортных производителей чрезвычайно дорогими для основной массы потребителей. Впрочем, серьезный разрыв будет соблюдаться недолго. В последнее время стоимость отечественных окон стремительно растет, чего никак не скажешь о качестве.

**Организационный план**

*Участок*

Производственные мощности предприятия будут расположены на площадях собственного здания расположенного по адресу: г. Вологда, ул. Турундаевская, 126.

### *Имеющиеся сырье и материалы*

В данном производстве основными материалами будут следующие:

Материалы и комплектующие

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Ед. изм. | Цена($ US) |
| Клееный брус | м. пог. | 3,000 |
| Стеклопакет двухкамерный | кв. м. | 25,000 |
| Чехол для петель | шт. | 1,500 |
| Краска для прозрачного покрытия | л. | 8,300 |
| Фурнитура | комплект | 7,910 |
| Вспомогательные материалы | комплект | 13,420 |

*Защита окружающей среды*

Все производственные помещения, предполагаемые к запуску настоящим проектом, будут оснащены системами пневмотранспорта для удаления древесной пыли, опилок и стружки с рекуперацией и будут полностью соответствуют ТУ на данные типы помещений.

Собранные отходы (древесная пыль, опилки и стружка) являются экологически чистыми и отправляются на повторную переработку.

*Фискальные и правовые аспекты*

Вологодская область относится к числу регионов с привлекательным инвестиционным климатом. Инвестиционным законодательством региона предусматривается широкий спектр налоговых льгот для участников инвестиционной деятельности.

*Зависимость от инфраструктуры:*

Реализация проекта ООО «Евроокно» по производству окон европейского уровня не вызовет каких-либо серьезных инфраструктурных ограничений, т.к. непосредственно сам завод будет располагаться на площадях имеющих подъездные ж/д и автомобильные пути.

 *Доступность ресурсов:*

Для эффективной реализации данного проекта имеются в полной мере все вспомогательные производственные ресурсы. Размещение производства непосредственно в черте города позволит обеспечить предприятие водой, топливом, электроэнергией и т.д.

*Финансовые ресурсы:*

Общая сумма необходимых инвестиций составляет 8 млн. 052 тыс. руб., в том числе:

* 5 млн. 315 тыс. руб. - это собственные средства участника (финансирование учредителей);
* 3 млн. руб. - это кредит, предоставляемый АКБ «Севергазбанк» сроком на 36 месяцев под 30% годовых, проценты по кредиту и погашение кредита будет производиться ежемесячно, начиная с третьего месяца проекта.

**План маркетинга**

*Стратегические задачи предприятия*

* Добиться самоокупаемости проекта;
* Привлечь действующие предприятия и инвесторов к участию в проекте на взаимовыгодной основе;
* Захватить сегмент потребителей с высокой денежной способностью;
* Сотрудничать с органами местной власти, с целью распространения продукции в бюджетных организациях;
* Начиная со второго полугодия работы, расширить зону действия предприятия на соседние регионы;
* Выходить на рынок с новыми видами продукции, пользующимися наибольшим спросом у потребителей.

*Тип рынка*

С вводом завода в действие, рынок евроокон из древесины в Вологодской области на начальном этапе можно охарактеризовать как монопольный, так как качество и ассортимент производимой продукции несоизмеримо выше чем у конкурентов, к тому же ограниченность рынка (территория, сложность организации каналов сбыта, малый спрос, низкая платежеспособность) не позволят работать большому количеству компаний. Учитывая особенности местного рынка, очевидно, что для успешного развития предприятия необходимо организовывать каналы сбыта, как в соседних регионах, так и в целом по России, и данные каналы были успешно организованы, так были заключены договора на полный объем производимой продукции с двумя строительными фирмами г. Москвы.

Ñáûò (Öåíîîáðàçîâàíèå)

|  |  |
| --- | --- |
| Продукт/Вариант | Цена($ US) |
| евроокно высший сорт | 129,600 |
| евроокно 1 сорт | 110,400 |

Ñáûò (Óñëîâèÿ îïëàòû)

|  |  |
| --- | --- |
| Продукт/Вариант | Описание |
| евроокно высший сорт | Продажа с авансом, срок: 5 дней, предоплата: 50,00% |
| евроокно 1 сорт | Продажа с авансом, срок: 5 дней, предоплата: 50,00% |

Çàòðàòû íà ïðîèçâîäñòâî îêîí ñîñòàâÿò:

Ïðÿìûå èçäåðæêè

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Расход | ($ US) |
| Материалы и комплектующие |  | 48,46 |
|  Вспомогательные материалы, комплект | 0,500 | 6,71 |
|  Клееный брус, м3 | 1,000 | 3,00 |
|  Краска для прозрачного покрытия, литр | 1,000 | 8,30 |
|  Стеклопакет двухкамерный, м2 | 1,000 | 25,00 |
|  Фурнитура, комплект | 0,500 | 3,96 |
|  Чехол для петель, комплект | 1,000 | 1,50 |
| Всего |  | 48,46 |

**Производственный план**

*Здания и сооружения*

В настоящий момент подходит к завершению ремонт производственного здания и ведется подготовка к установке оборудования

*Технические параметры производства*

Планируемый объем производства на выходе - **250 м2** евроокна высшего сорта и **750 м2** евроокна 1 сорта в месяц. При этом поставки будут производиться по следующему графику:

Планируемый объём поставок

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | Ед. изм. | 1.2003 | 2.2003 | 3.2003 | 4.2003 | 5.2003 |
| евроокно высший сорт | м. кв. | 20,00 | 20,00 | 60,00 | 100,00 | 100,00 |
| евроокно 1 сорт | м. кв. | 80,00 | 80,00 | 240,00 | 400,00 | 400,00 |

Планируемый объём поставок

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | 6.2003 | 7.2003 | 8.2003 | 9.2003 | 10.2003 |
| евроокно высший сорт | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 200,00 |
| евроокно 1 сорт | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 600,00 |

Планируемый объём поставок

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | 11.2003 | 12.2003 | 1кв. 2004г. | 2кв. 2004г. |
| евроокно высший сорт | 250,00 | 250,00 | 750,00 | 750,00 |
| евроокно 1 сорт | 750,00 | 750,00 | 2 250,00 | 2 250,00 |

Планируемый объём поставок

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Продукт/Вариант | 3кв. 2004г. | 4кв. 2004г. | 2005 год |
| евроокно высший сорт | 750,00 | 750,00 | 3 000,00 |
| евроокно 1 сорт | 2 250,00 | 2 250,00 | 9 000,00 |

*Îáîðóäîâàíèå*

Çàòðàòû íà ñîçäàíèå ïðîèçâîäñòâà

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Íàçâàíèå | Ñòîèìîñòü, USD |
|  |  |
| Ñòðîèòåëüíî-ìîíòàæíûå ðàáîòû | 25 000 |
| Ïðèîáðåòåíèå è óñòàíîâêà îáîðóäîâàíèÿ |  |
| Óãëîâîé îáðàáàòûâàþùèé öåíòð "Îêîìà" | 150 000 |
| Øëèôîâàëüíûé ñòàíîê "RMS-280S" | 12 000 |
| Ïðåññ "Hess" | 14 000 |
| Òåëåæêà ãèäðàâëè÷åñêàÿ | 440 |
| Êîìïëåêò êëþ÷åé | 166,67 |
| Ìèíè òîðöîâêà | 200 |
| Ðó÷íîé ôðåçåð | 333,33 |
| Øóðóïîâåðò | 600 |
| Äðåëü | 200 |
| Ôðåçåðíûé ñòàíîê | 416,67 |
| ×åòûðåõñòîðîííèé ñòàíîê | 4 166,67 |
| Ñòðóæêî-óáîðî÷íûé àãðåãàò ÀÑÓ-1 | 393,33 |
| Ñòðóæêî-óáîðî÷íûé àãðåãàò ÀÑÓ-4 | 898,33 |
| Íàñîñ ñ ñèñòåìîé "Airles" | 2 099,17 |
| Êîìïðåññîð | 833,33 |
| Ðåñèâåð | 83,33 |
| Âåíòèëÿòîð â ïîêðàñî÷íîé êàìåðå | 83,33 |
| Øêàô-ñáîðíèê ïûëè è êðàñêè | 2 605,83 |
| Ïíåâìîïèñòîëåò äëÿ íàíåñåíèÿ ñèëèêîíà | 119 |
| Íàêîíå÷íèê äëÿ ïíåâìîïèñòîëåòà | 5 |
| Ëîïàòêà äëÿ âûðàâíèâàíèÿ ñèëèêîíà | 4,5 |
| Ïíåâìîïèñòîëåò äëÿ ïðèáèâàíèÿ øòàïèêîâ | 522,5 |
| Ãâîçäè ê ïèñòîëåòó (5000 øòóê) | 27,5 |
| Ñâåðëà | 25 |
| Íîæíèöû äëÿ ïðîêëàäîê | 135 |
| Ðó÷êà äëÿ ïåðåìåùåíèÿ ñòåêëîïàêåòà | 72,5 |
| Ïðîôèëüíàÿ ôðåçà | 973,33 |
| Ïèëà ê óãëîâîìó öåíòðó | 79,17 |
| Ïèëà äëÿ øòàïèêà | 8,33 |
| Ïèëà äëÿ àëþìèíèåâîãî ïðîôèëÿ | 12,5 |
| Òðàíñïîðòåð ñóøêè îêîí | 250 |
| Ôðåçà íàðóæíîãî ïðîôèëÿ ðàìû | 125 |
| Ôðåçà íèæíåãî ïðîôèëÿ ðàìû | 125 |
| Ïóñêàòåëè | 133,33 |
| Äðåëü ñòàöèîíàðíàÿ | 166,67 |
| Ðåäóêòîð 3-õ ñòóïåí÷àòûé | 416,67 |
| Ïðèñïîñîáëåíèå äëÿ èçãîòîâëåíèÿ àðî÷íûõ îêîí | 166,67 |
| Ñòàöèîíàðíàÿ öèðêóëÿðíàÿ ïèëà | 250 |
| Ñòàöèîíàðíàÿ òîðöîâî÷íàÿ ïèëà | 83,33 |
| Ïðèáîð äëÿ ñìàçêè îáîðóäîâàíèÿ | 41,67 |
| Ìàñëà äëÿ ñìàçêè îáîðóäîâàíèÿ | 50 |
| Êîìïüþòåð | 1 666,67 |
| Àâòîìîáèëü "Ãàçåëü" | 2 083,33 |
| Àâòîìîáèëü ÃÀÇ - 3307 | 6 500 |
| **ÈÒÎÃÎ** | **228 562,66** |

**Правовое обеспечение проекта**

ООО «Евроокно» было организованно в 1999 году и зарегистрировано регистрационной палатой г. Вологды. Уставный фонд был сформирован из вкладов частных лиц, которые несут ответственность по финансовым обязательствам предприятия в соответствии с законодательством РФ. Кроме того, в настоящий момент на постоянной основе предприятие заключило договор с «Вологодским юридическим агентством» о юридическом сопровождении своей деятельности.

**Оценка риска и страхование от них.**

При разработке проекта все риски были условно разбиты на три группы:

1. Юридические – самым надежным видом страхования был сочтен вариант заключения договора с «Вологодским юридическим агентством» о юридическом сопровождении своей деятельности;
2. Политические – от данной группы рисков в нашей стране практически не возможно застраховаться, поэтому данной группой рисков было решено пренебречь;
3. Экономические – данная группа являлась самой серьезной, поэтому был проведен анализ чувствительность на влияние различных экономических факторов на эффективность проекта (приложение №1), который показал, что проект является весьма устойчивым к достаточно большим изменениям конъюнктуры.

Ôèíàíñîâûé ïëàí

Ïðèáûëè-óáûòêè (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 10.2002 | 11.2002 | 12.2002 | 1.2003 | 2.2003 | 3.2003 | 4.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  Âàëîâûé îáúåì ïðîäàæ |  |  |  | 299 880 | 299 880 | 899 640 | 1 499 400 |
|  Ïîòåðè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè ñ ïðîäàæ |  |  |  | 2 999 | 2 999 | 8 996 | 14 994 |
| ×èñòûé îáúåì ïðîäàæ |  |  |  | 296 881 | 296 881 | 890 644 | 1 484 406 |
|  Ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå |  |  |  | 127 221 | 127 221 | 381 662 | 636 103 |
|  Ñäåëüíàÿ çàðïëàòà |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè |  |  |  | 127 221 | 127 221 | 381 662 | 636 103 |
| Âàëîâàÿ ïðèáûëü |  |  |  | 169 661 | 169 661 | 508 982 | 848 303 |
| Íàëîã íà èìóùåñòâî | 4 631 | 5 596 | 13 150 | 13 057 | 12 964 | 12 870 | 12 777 |
|  Àäìèíèñòðàòèâíûå èçäåðæêè | 23 250 | 36 583 | 56 583 | 80 836 | 40 717 | 65 717 | 99 646 |
|  Ïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 1 200 | 1 200 | 127 768 | 116 300 | 86 300 | 106 500 | 96 700 |
|  Ìàðêåòèíãîâûå èçäåðæêè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàðïëàòà àäìèíèñòðàòèâíîãî ïåðñîíàëà | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 |
|  Çàðïëàòà ïðîèçâîäñòâåííîãî ïåðñîíàëà |  |  |  | 102 181 | 102 181 | 102 181 | 102 181 |
|  Çàðïëàòà ìàðêåòèíãîâîãî ïåðñîíàëà |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 84 113 | 97 446 | 244 015 | 358 980 | 288 861 | 334 061 | 358 190 |
|  Àìîðòèçàöèÿ | 12 917 | 12 917 | 15 651 | 62 134 | 62 134 | 62 134 | 62 134 |
|  Ïðîöåíòû ïî êðåäèòàì |  |  |  | 43 978 | 120 370 | 114 661 | 108 953 |
| Ñóììàðíûå íåïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 12 917 | 12 917 | 15 651 | 106 113 | 182 504 | 176 796 | 171 087 |
|  Äðóãèå äîõîäû |  | 640 000 | 3 550 000 | 505 000 | 490 000 | 130 000 |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè |  | 10 021 | 9 697 |  |  |  |  |
|  Óáûòêè ïðåäûäóùèõ ïåðèîäîâ |  | 101 660 |  |  |  |  |  |
| Ïðèáûëü äî âûïëàòû íàëîãà | -101 660 | 412 360 | 3 267 487 | 196 511 | 175 332 | 115 255 | 306 249 |
|  Ñóììàðíûå èçäåðæêè, îòíåñåííûå íà ïðèáûëü |  | -640 000 | -3 550 000 | -505 000 | -490 000 | -130 000 |  |
|  Ïðèáûëü îò êóðñîâîé ðàçíèöû |  |  |  |  |  |  |  |
| Íàëîãîîáëàãàåìàÿ ïðèáûëü | -101 660 | -227 640 | -282 513 | -308 489 | -314 668 | -14 745 | 306 249 |
|  Íàëîã íà ïðèáûëü |  |  |  |  |  |  | 73 500 |
| ×èñòàÿ ïðèáûëü | -101 660 | 412 360 | 3 267 487 | 196 511 | 175 332 | 115 255 | 232 749 |

Ïðèáûëè-óáûòêè (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 5.2003 | 6.2003 | 7.2003 | 8.2003 | 9.2003 | 10.2003 | 11.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  Âàëîâûé îáúåì ïðîäàæ | 1 499 400 | 1 499 400 | 1 499 400 | 1 499 400 | 1 499 400 | 2 419 200 | 3 024 000 |
|  Ïîòåðè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè ñ ïðîäàæ | 14 994 | 14 994 | 14 994 | 14 994 | 14 994 | 24 192 | 30 240 |
| ×èñòûé îáúåì ïðîäàæ | 1 484 406 | 1 484 406 | 1 484 406 | 1 484 406 | 1 484 406 | 2 395 008 | 2 993 760 |
|  Ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 1 017 765 | 1 272 206 |
|  Ñäåëüíàÿ çàðïëàòà |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 636 103 | 1 017 765 | 1 272 206 |
| Âàëîâàÿ ïðèáûëü | 848 303 | 848 303 | 848 303 | 848 303 | 848 303 | 1 377 243 | 1 721 554 |
| Íàëîã íà èìóùåñòâî | 12 684 | 12 591 | 12 498 | 12 404 | 12 311 | 12 218 | 12 125 |
|  Àäìèíèñòðàòèâíûå èçäåðæêè | 66 417 | 62 250 | 96 179 | 57 217 | 57 217 | 57 217 | 102 217 |
|  Ïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 96 700 | 96 700 | 96 700 | 96 700 | 96 700 | 96 700 | 96 700 |
|  Ìàðêåòèíãîâûå èçäåðæêè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàðïëàòà àäìèíèñòðàòèâíîãî ïåðñîíàëà | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 | 59 663 |
|  Çàðïëàòà ïðîèçâîäñòâåííîãî ïåðñîíàëà | 102 181 | 102 181 | 102 181 | 102 181 | 102 181 | 102 181 | 102 181 |
|  Çàðïëàòà ìàðêåòèíãîâîãî ïåðñîíàëà |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 324 961 | 320 794 | 354 723 | 315 761 | 315 761 | 315 761 | 360 761 |
|  Àìîðòèçàöèÿ | 62 134 | 62 134 | 62 134 | 62 134 | 62 134 | 62 134 | 62 134 |
|  Ïðîöåíòû ïî êðåäèòàì | 103 244 | 97 536 | 91 827 | 86 119 | 80 410 | 62 247 | 60 041 |
| Ñóììàðíûå íåïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 165 378 | 159 670 | 153 961 | 148 253 | 142 544 | 124 381 | 122 176 |
|  Äðóãèå äîõîäû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Óáûòêè ïðåäûäóùèõ ïåðèîäîâ |  |  |  |  |  |  |  |
| Ïðèáûëü äî âûïëàòû íàëîãà | 345 280 | 355 248 | 327 121 | 371 885 | 377 687 | 924 883 | 1 226 493 |
|  Ñóììàðíûå èçäåðæêè, îòíåñåííûå íà ïðèáûëü |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèáûëü îò êóðñîâîé ðàçíèöû |  |  |  |  |  |  |  |
| Íàëîãîîáëàãàåìàÿ ïðèáûëü | 345 280 | 355 248 | 327 121 | 371 885 | 377 687 | 924 883 | 1 226 493 |
|  Íàëîã íà ïðèáûëü | 82 867 | 85 260 | 78 509 | 89 252 | 90 645 | 221 972 | 294 358 |
| ×èñòàÿ ïðèáûëü | 262 413 | 269 989 | 248 612 | 282 633 | 287 042 | 702 911 | 932 134 |

Ïðèáûëè-óáûòêè (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 12.2003 | 1êâ. 2004ã. | 2êâ. 2004ã. | 3êâ. 2004ã. | 4êâ. 2004ã. | 2005 ãîä |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  Âàëîâûé îáúåì ïðîäàæ | 3 024 000 | 9 072 000 | 9 072 000 | 9 072 000 | 9 072 000 | 36 288 000 |
|  Ïîòåðè |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè ñ ïðîäàæ | 30 240 | 90 720 | 90 720 | 90 720 | 90 720 | 362 880 |
| ×èñòûé îáúåì ïðîäàæ | 2 993 760 | 8 981 280 | 8 981 280 | 8 981 280 | 8 981 280 | 35 925 120 |
|  Ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå | 1 272 206 | 3 816 619 | 3 816 619 | 3 816 619 | 3 816 619 | 15 266 475 |
|  Ñäåëüíàÿ çàðïëàòà |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè | 1 272 206 | 3 816 619 | 3 816 619 | 3 816 619 | 3 816 619 | 15 266 475 |
| Âàëîâàÿ ïðèáûëü | 1 721 554 | 5 164 661 | 5 164 661 | 5 164 661 | 5 164 661 | 20 658 645 |
| Íàëîã íà èìóùåñòâî | 12 032 | 35 536 | 34 697 | 33 858 | 33 019 | 123 969 |
|  Àäìèíèñòðàòèâíûå èçäåðæêè | 62 217 | 186 650 | 186 650 | 186 650 | 186 650 | 746 600 |
|  Ïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 96 700 | 401 100 | 401 100 | 401 100 | 401 100 | 1 604 400 |
|  Ìàðêåòèíãîâûå èçäåðæêè |  |  |  |  |  |  |
|  Çàðïëàòà àäìèíèñòðàòèâíîãî ïåðñîíàëà | 59 663 | 178 989 | 178 989 | 178 989 | 178 989 | 715 956 |
|  Çàðïëàòà ïðîèçâîäñòâåííîãî ïåðñîíàëà | 102 181 | 306 543 | 306 543 | 306 543 | 306 543 | 1 226 172 |
|  Çàðïëàòà ìàðêåòèíãîâîãî ïåðñîíàëà |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 320 761 | 1 073 282 | 1 073 282 | 1 073 282 | 1 073 282 | 4 293 128 |
|  Àìîðòèçàöèÿ | 62 134 | 186 403 | 186 403 | 186 403 | 186 403 | 716 877 |
|  Ïðîöåíòû ïî êðåäèòàì | 57 835 | 160 271 | 140 418 | 120 565 | 100 712 | 183 019 |
| Ñóììàðíûå íåïðîèçâîäñòâåííûå èçäåðæêè | 119 970 | 346 674 | 326 821 | 306 968 | 287 115 | 899 897 |
|  Äðóãèå äîõîäû |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè |  |  |  |  |  |  |
|  Óáûòêè ïðåäûäóùèõ ïåðèîäîâ |  |  |  |  |  |  |
| Ïðèáûëü äî âûïëàòû íàëîãà | 1 268 792 | 3 709 170 | 3 729 862 | 3 750 553 | 3 771 245 | 15 341 651 |
|  Ñóììàðíûå èçäåðæêè, îòíåñåííûå íà ïðèáûëü |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèáûëü îò êóðñîâîé ðàçíèöû |  |  |  |  |  | 0 |
| Íàëîãîîáëàãàåìàÿ ïðèáûëü | 1 268 792 | 3 709 170 | 3 729 862 | 3 750 553 | 3 771 245 | 15 341 651 |
|  Íàëîã íà ïðèáûëü | 304 510 | 890 201 | 895 167 | 900 133 | 905 099 | 3 681 996 |
| ×èñòàÿ ïðèáûëü | 964 282 | 2 818 969 | 2 834 695 | 2 850 421 | 2 866 146 | 11 659 655 |

Êýø-ôëî (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 10.2002 | 11.2002 | 12.2002 | 1.2003 | 2.2003 | 3.2003 | 4.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ïîñòóïëåíèÿ îò ïðîäàæ |  |  | 29 988 | 359 856 | 419 832 | 1 139 544 | 1 799 280 |
|  Çàòðàòû íà ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå |  |  |  | 152 665 | 152 665 | 457 994 | 763 324 |
|  Çàòðàòû íà ñäåëüíóþ çàðàáîòíóþ ïëàòó |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè |  |  |  | 152 665 | 152 665 | 457 994 | 763 324 |
|  Îáùèå èçäåðæêè | 29 340 | 45 340 | 221 222 | 236 563 | 152 420 | 206 660 | 235 615 |
|  Çàòðàòû íà ïåðñîíàë | 42 374 | 42 374 | 42 374 | 114 946 | 114 946 | 114 946 | 114 946 |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 71 714 | 87 714 | 263 596 | 351 509 | 267 366 | 321 606 | 350 561 |
|  Âëîæåíèÿ â êðàòêîñðî÷íûå öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû ïî êðàòêîñðî÷íûì öåííûì áóìàãàì |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå ïîñòóïëåíèÿ |  | 640 000 | 3 550 000 | 505 000 | 490 000 | 130 000 |  |
|  Äðóãèå âûïëàòû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè | 17 289 | 12 399 | -3 210 | -58 674 | -50 135 | -26 115 | 78 797 |
| Êýø-ôëî îò îïåðàöèîííîé äåÿòåëüíîñòè | -89 003 | 539 887 | 3 319 601 | 419 356 | 539 936 | 516 059 | 606 598 |
|  Çàòðàòû íà ïðèîáðåòåíèå àêòèâîâ | 400 424 | 3 467 931 | 2 981 473 |  |  |  |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè ïîäãîòîâèòåëüíîãî ïåðèîäà |  | 12 025 | 11 637 |  |  |  |  |
|  Ïîñòóïëåíèÿ îò ðåàëèçàöèè àêòèâîâ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèîáðåòåíèå ïðàâ ñîáñòâåííîñòè (àêöèé) |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðîäàæà ïðàâ ñîáñòâåííîñòè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè |  |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè | -400 424 | -3 479 956 | -2 993 109 |  |  |  |  |
|  Ñîáñòâåííûé (àêöèîíåðíûé) êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàéìû | 3 000 000 |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû â ïîãàøåíèå çàéìîâ |  |  | 323 327 | 411 563 | 411 563 | 411 563 | 411 563 |
|  Âûïëàòû ïðîöåíòîâ ïî çàéìàì |  |  |  | 43 978 | 120 370 | 114 661 | 108 953 |
|  Ëèçèíãîâûå ïëàòåæè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû äèâèäåíäîâ |  |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò ôèíàíñîâîé äåÿòåëüíîñòè | 3 000 000 |  | -323 327 | -455 541 | -531 933 | -526 224 | -520 515 |
|  Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà íà÷àëî ïåðèîäà | 465 000 | 2 975 573 | 35 504 | 38 669 | 2 484 | 10 488 | 323 |
| Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà êîíåö ïåðèîäà | 2 975 573 | 35 504 | 38 669 | 2 484 | 10 488 | 323 | 86 405 |

Êýø-ôëî (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 5.2003 | 6.2003 | 7.2003 | 8.2003 | 9.2003 | 10.2003 | 11.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ïîñòóïëåíèÿ îò ïðîäàæ | 1 799 280 | 1 799 280 | 1 799 280 | 1 799 280 | 1 891 260 | 2 963 520 | 3 628 800 |
|  Çàòðàòû íà ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 1 221 318 | 1 526 648 |
|  Çàòðàòû íà ñäåëüíóþ çàðàáîòíóþ ïëàòó |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 763 324 | 1 221 318 | 1 526 648 |
|  Îáùèå èçäåðæêè | 195 740 | 190 740 | 231 455 | 184 700 | 184 700 | 184 700 | 238 700 |
|  Çàòðàòû íà ïåðñîíàë | 114 946 | 114 946 | 114 946 | 114 946 | 114 946 | 114 946 | 114 946 |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 310 686 | 305 686 | 346 401 | 299 646 | 299 646 | 299 646 | 353 646 |
|  Âëîæåíèÿ â êðàòêîñðî÷íûå öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû ïî êðàòêîñðî÷íûì öåííûì áóìàãàì |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå ïîñòóïëåíèÿ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå âûïëàòû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè | 173 645 | 189 659 | 230 937 | 179 348 | 197 884 | 251 820 | 457 509 |
| Êýø-ôëî îò îïåðàöèîííîé äåÿòåëüíîñòè | 551 625 | 540 612 | 458 619 | 556 962 | 630 406 | 1 190 736 | 1 290 997 |
|  Çàòðàòû íà ïðèîáðåòåíèå àêòèâîâ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè ïîäãîòîâèòåëüíîãî ïåðèîäà |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïîñòóïëåíèÿ îò ðåàëèçàöèè àêòèâîâ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèîáðåòåíèå ïðàâ ñîáñòâåííîñòè (àêöèé) |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðîäàæà ïðàâ ñîáñòâåííîñòè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè |  |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ñîáñòâåííûé (àêöèîíåðíûé) êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàéìû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû â ïîãàøåíèå çàéìîâ | 411 563 | 411 563 | 411 563 | 411 563 | 411 563 | 411 563 | 88 235 |
|  Âûïëàòû ïðîöåíòîâ ïî çàéìàì | 103 244 | 97 536 | 91 827 | 86 119 | 80 410 | 62 247 | 60 041 |
|  Ëèçèíãîâûå ïëàòåæè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû äèâèäåíäîâ |  |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò ôèíàíñîâîé äåÿòåëüíîñòè | -514 807 | -509 098 | -503 390 | -497 681 | -491 972 | -473 810 | -148 277 |
|  Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà íà÷àëî ïåðèîäà | 86 405 | 123 223 | 154 737 | 109 966 | 169 247 | 307 680 | 1 024 607 |
| Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà êîíåö ïåðèîäà | 123 223 | 154 737 | 109 966 | 169 247 | 307 680 | 1 024 607 | 2 167 328 |

Êýø-ôëî (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 12.2003 | 1êâ. 2004ã. | 2êâ. 2004ã. | 3êâ. 2004ã. | 4êâ. 2004ã. | 2005 ãîä |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Ïîñòóïëåíèÿ îò ïðîäàæ | 3 628 800 | 10 886 400 | 10 886 400 | 10 886 400 | 10 886 400 | 43 243 200 |
|  Çàòðàòû íà ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå | 1 526 648 | 4 579 943 | 4 579 943 | 4 579 943 | 4 579 943 | 18 319 770 |
|  Çàòðàòû íà ñäåëüíóþ çàðàáîòíóþ ïëàòó |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå ïðÿìûå èçäåðæêè | 1 526 648 | 4 579 943 | 4 579 943 | 4 579 943 | 4 579 943 | 18 319 770 |
|  Îáùèå èçäåðæêè | 190 700 | 705 300 | 705 300 | 705 300 | 705 300 | 2 821 200 |
|  Çàòðàòû íà ïåðñîíàë | 114 946 | 344 838 | 344 838 | 344 838 | 344 838 | 1 379 352 |
| Ñóììàðíûå ïîñòîÿííûå èçäåðæêè | 305 646 | 1 050 138 | 1 050 138 | 1 050 138 | 1 050 138 | 4 200 552 |
|  Âëîæåíèÿ â êðàòêîñðî÷íûå öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû ïî êðàòêîñðî÷íûì öåííûì áóìàãàì |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå ïîñòóïëåíèÿ |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå âûïëàòû |  |  |  |  |  |  |
|  Íàëîãè | 597 873 | 2 106 140 | 2 093 987 | 2 098 115 | 2 102 242 | 8 460 603 |
| Êýø-ôëî îò îïåðàöèîííîé äåÿòåëüíîñòè | 1 198 634 | 3 150 179 | 3 162 332 | 3 158 205 | 3 154 078 | 12 262 275 |
|  Çàòðàòû íà ïðèîáðåòåíèå àêòèâîâ |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå èçäåðæêè ïîäãîòîâèòåëüíîãî ïåðèîäà |  |  |  |  |  |  |
|  Ïîñòóïëåíèÿ îò ðåàëèçàöèè àêòèâîâ |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèîáðåòåíèå ïðàâ ñîáñòâåííîñòè (àêöèé) |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðîäàæà ïðàâ ñîáñòâåííîñòè |  |  |  |  |  |  |
|  Äîõîäû îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò èíâåñòèöèîííîé äåÿòåëüíîñòè |  |  |  |  |  |  |
|  Ñîáñòâåííûé (àêöèîíåðíûé) êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |
|  Çàéìû |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû â ïîãàøåíèå çàéìîâ | 88 235 | 264 706 | 264 706 | 264 706 | 264 706 | 882 353 |
|  Âûïëàòû ïðîöåíòîâ ïî çàéìàì | 57 835 | 160 271 | 140 418 | 120 565 | 100 712 | 183 019 |
|  Ëèçèíãîâûå ïëàòåæè |  |  |  |  |  |  |
|  Âûïëàòû äèâèäåíäîâ |  |  |  |  |  |  |
| Êýø-ôëî îò ôèíàíñîâîé äåÿòåëüíîñòè | -146 071 | -424 977 | -405 124 | -385 271 | -365 418 | -1 065 372 |
|  Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà íà÷àëî ïåðèîäà | 2 167 328 | 3 219 891 | 5 945 093 | 8 702 301 | 11 475 235 | 14 263 894 |
| Áàëàíñ íàëè÷íîñòè íà êîíåö ïåðèîäà | 3 219 891 | 5 945 093 | 8 702 301 | 11 475 235 | 14 263 894 | 25 460 797 |

Áàëàíñ (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 10.2002 | 11.2002 | 12.2002 | 1.2003 | 2.2003 | 3.2003 | 4.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äåíåæíûå ñðåäñòâà | 2 975 573 | 35 504 | 38 669 | 2 484 | 10 488 | 323 | 86 405 |
|  Ñ÷åòà ê ïîëó÷åíèþ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ñûðüå, ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íåçàâåðøåííîå ïðîèçâîäñòâî |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàïàñû ãîòîâîé ïðîäóêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Áàíêîâñêèå âêëàäû è öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Êðàòêîñðî÷íûå ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû | 259 | 130 585 | 1 141 136 | 1 024 404 | 892 284 | 750 154 | 655 018 |
| Ñóììàðíûå òåêóùèå àêòèâû | 2 975 833 | 166 089 | 1 179 805 | 1 026 888 | 902 771 | 750 477 | 741 423 |
|  Îñíîâíûå ñðåäñòâà | 3 100 000 | 3 756 250 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 |
|  Íàêîïëåííàÿ àìîðòèçàöèÿ | 12 917 | 25 833 | 41 484 | 103 619 | 165 753 | 227 887 | 290 021 |
| Îñòàòî÷íàÿ ñòîèìîñòü îñíîâíûõ ñðåäñòâ: | 3 087 083 | 3 730 417 | 8 766 705 | 8 704 571 | 8 642 437 | 8 580 303 | 8 518 168 |
|  Çåìëÿ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çäàíèÿ è ñîîðóæåíèÿ | 3 087 083 | 3 730 417 | 3 714 766 | 3 699 115 | 3 683 464 | 3 667 812 | 3 652 161 |
|  Îáîðóäîâàíèå |  |  | 5 051 940 | 5 005 456 | 4 958 973 | 4 912 490 | 4 866 007 |
|  Ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå àêòèâû |  |  |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â îñíîâíûå ôîíäû | 400 424 | 3 080 855 |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
| Èìóùåñòâî â ëèçèíãå |  |  |  |  |  |  |  |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÀÊÒÈÂ | 6 463 340 | 6 977 360 | 9 946 510 | 9 731 459 | 9 545 208 | 9 330 780 | 9 259 592 |
|  Îòñðî÷åííûå íàëîãîâûå ïëàòåæè |  |  |  |  |  | 31 899 | 139 525 |
|  Êðàòêîñðî÷íûå çàéìû | 4 027 390 | 4 438 953 | 4 203 861 | 3 880 534 | 3 557 206 | 3 233 879 | 2 910 552 |
|  Ñ÷åòà ê îïëàòå |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïîëó÷åííûå àâàíñû |  |  | 24 990 | 24 990 | 74 970 | 124 950 | 124 950 |
| Ñóììàðíûå êðàòêîñðî÷íûå îáÿçàòåëüñòâà | 4 027 390 | 4 438 953 | 4 228 851 | 3 905 524 | 3 632 176 | 3 390 728 | 3 175 027 |
| Äîëãîñðî÷íûå çàéìû | 2 529 210 | 2 117 647 | 2 029 412 | 1 941 176 | 1 852 941 | 1 764 706 | 1 676 471 |
|  Îáûêíîâåííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèâèëåãèðîâàííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Êàïèòàë âíåñåííûé ñâåðõ íîìèíàëà | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
|  Ðåçåðâíûå ôîíäû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîáàâî÷íûé êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íåðàñïðåäåëåííàÿ ïðèáûëü | -101 660 | 412 360 | 3 679 847 | 3 876 359 | 4 051 691 | 4 166 945 | 4 399 694 |
| Ñóììàðíûé ñîáñòâåííûé êàïèòàë | -93 260 | 420 760 | 3 688 247 | 3 884 759 | 4 060 091 | 4 175 345 | 4 408 094 |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÏÀÑÑÈÂ | 6 463 340 | 6 977 360 | 9 946 510 | 9 731 459 | 9 545 208 | 9 330 780 | 9 259 592 |

Áàëàíñ (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 5.2003 | 6.2003 | 7.2003 | 8.2003 | 9.2003 | 10.2003 | 11.2003 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äåíåæíûå ñðåäñòâà | 123 223 | 154 737 | 109 966 | 169 247 | 307 680 | 1 024 607 | 2 167 328 |
|  Ñ÷åòà ê ïîëó÷åíèþ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ñûðüå, ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íåçàâåðøåííîå ïðîèçâîäñòâî |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çàïàñû ãîòîâîé ïðîäóêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Áàíêîâñêèå âêëàäû è öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Êðàòêîñðî÷íûå ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû | 559 881 | 464 745 | 369 608 | 274 472 | 179 335 | 84 199 |  |
| Ñóììàðíûå òåêóùèå àêòèâû | 683 105 | 619 482 | 479 574 | 443 719 | 487 016 | 1 108 806 | 2 167 328 |
|  Îñíîâíûå ñðåäñòâà | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 |
|  Íàêîïëåííàÿ àìîðòèçàöèÿ | 352 155 | 414 290 | 476 424 | 538 558 | 600 692 | 662 826 | 724 960 |
| Îñòàòî÷íàÿ ñòîèìîñòü îñíîâíûõ ñðåäñòâ: | 8 456 034 | 8 393 900 | 8 331 766 | 8 269 632 | 8 207 497 | 8 145 363 | 8 083 229 |
|  Çåìëÿ |  |  |  |  |  |  |  |
|  Çäàíèÿ è ñîîðóæåíèÿ | 3 636 510 | 3 620 859 | 3 605 208 | 3 589 557 | 3 573 906 | 3 558 255 | 3 542 604 |
|  Îáîðóäîâàíèå | 4 819 524 | 4 773 041 | 4 726 557 | 4 680 074 | 4 633 591 | 4 587 108 | 4 540 625 |
|  Ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå àêòèâû |  |  |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â îñíîâíûå ôîíäû |  |  |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |  |
| Èìóùåñòâî â ëèçèíãå |  |  |  |  |  |  |  |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÀÊÒÈÂ | 9 139 139 | 9 013 382 | 8 811 340 | 8 713 350 | 8 694 513 | 9 254 169 | 10 250 557 |
|  Îòñðî÷åííûå íàëîãîâûå ïëàòåæè | 168 222 | 184 039 | 144 948 | 175 888 | 204 922 | 422 829 | 575 318 |
|  Êðàòêîñðî÷íûå çàéìû | 2 587 225 | 2 263 897 | 1 940 570 | 1 617 243 | 1 293 916 | 970 588 | 970 588 |
|  Ñ÷åòà ê îïëàòå |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïîëó÷åííûå àâàíñû | 124 950 | 124 950 | 124 950 | 124 950 | 201 600 | 252 000 | 252 000 |
| Ñóììàðíûå êðàòêîñðî÷íûå îáÿçàòåëüñòâà | 2 880 397 | 2 572 886 | 2 210 468 | 1 918 081 | 1 700 437 | 1 645 417 | 1 797 906 |
| Äîëãîñðî÷íûå çàéìû | 1 588 235 | 1 500 000 | 1 411 765 | 1 323 529 | 1 235 294 | 1 147 059 | 1 058 824 |
|  Îáûêíîâåííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèâèëåãèðîâàííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |  |
|  Êàïèòàë âíåñåííûé ñâåðõ íîìèíàëà | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
|  Ðåçåðâíûå ôîíäû |  |  |  |  |  |  |  |
|  Äîáàâî÷íûé êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |  |
|  Íåðàñïðåäåëåííàÿ ïðèáûëü | 4 662 107 | 4 932 096 | 5 180 707 | 5 463 340 | 5 750 382 | 6 453 293 | 7 385 427 |
| Ñóììàðíûé ñîáñòâåííûé êàïèòàë | 4 670 507 | 4 940 496 | 5 189 107 | 5 471 740 | 5 758 782 | 6 461 693 | 7 393 827 |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÏÀÑÑÈÂ | 9 139 139 | 9 013 382 | 8 811 340 | 8 713 350 | 8 694 513 | 9 254 169 | 10 250 557 |

Áàëàíñ (ðóá.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòðîêà | 12.2003 | 1êâ. 2004ã. | 2êâ. 2004ã. | 3êâ. 2004ã. | 4êâ. 2004ã. | 2005 ãîä |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  Äåíåæíûå ñðåäñòâà | 3 219 891 | 5 945 093 | 8 702 301 | 11 475 235 | 14 263 894 | 25 460 797 |
|  Ñ÷åòà ê ïîëó÷åíèþ |  |  |  |  |  |  |
|  Ñûðüå, ìàòåðèàëû è êîìïëåêòóþùèå |  |  |  |  |  |  |
|  Íåçàâåðøåííîå ïðîèçâîäñòâî |  |  |  |  |  |  |
|  Çàïàñû ãîòîâîé ïðîäóêöèè |  |  |  |  |  |  |
|  Áàíêîâñêèå âêëàäû è öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |
|  Êðàòêîñðî÷íûå ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû |  |  |  |  |  |  |
| Ñóììàðíûå òåêóùèå àêòèâû | 3 219 891 | 5 945 093 | 8 702 301 | 11 475 235 | 14 263 894 | 25 460 797 |
|  Îñíîâíûå ñðåäñòâà | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 808 190 | 8 750 724 | 8 716 818 |
|  Íàêîïëåííàÿ àìîðòèçàöèÿ | 787 095 | 973 497 | 1 159 900 | 1 346 302 | 1 475 239 | 2 158 211 |
| Îñòàòî÷íàÿ ñòîèìîñòü îñíîâíûõ ñðåäñòâ: | 8 021 095 | 7 834 692 | 7 648 290 | 7 461 887 | 7 275 485 | 6 558 607 |
|  Çåìëÿ |  |  |  |  |  |  |
|  Çäàíèÿ è ñîîðóæåíèÿ | 3 526 953 | 3 480 000 | 3 433 047 | 3 386 094 | 3 339 141 | 3 151 328 |
|  Îáîðóäîâàíèå | 4 494 142 | 4 354 692 | 4 215 243 | 4 075 793 | 3 936 344 | 3 407 279 |
|  Ïðåäîïëà÷åííûå ðàñõîäû |  |  |  |  |  |  |
|  Äðóãèå àêòèâû |  |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â îñíîâíûå ôîíäû |  |  |  |  |  |  |
| Èíâåñòèöèè â öåííûå áóìàãè |  |  |  |  |  |  |
| Èìóùåñòâî â ëèçèíãå |  |  |  |  |  |  |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÀÊÒÈÂ | 11 240 986 | 13 779 785 | 16 350 591 | 18 937 122 | 21 539 379 | 32 019 404 |
|  Îòñðî÷åííûå íàëîãîâûå ïëàòåæè | 689 700 | 674 237 | 675 053 | 675 870 | 676 686 | 631 410 |
|  Êðàòêîñðî÷íûå çàéìû | 970 588 | 970 588 | 970 588 | 970 588 | 882 353 |  |
|  Ñ÷åòà ê îïëàòå |  |  |  |  |  |  |
|  Ïîëó÷åííûå àâàíñû | 252 000 | 252 000 | 252 000 | 252 000 | 252 000 |  |
| Ñóììàðíûå êðàòêîñðî÷íûå îáÿçàòåëüñòâà | 1 912 288 | 1 896 825 | 1 897 641 | 1 898 458 | 1 811 039 | 631 410 |
| Äîëãîñðî÷íûå çàéìû | 970 588 | 705 882 | 441 176 | 176 471 |  |  |
|  Îáûêíîâåííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |
|  Ïðèâèëåãèðîâàííûå àêöèè |  |  |  |  |  |  |
|  Êàïèòàë âíåñåííûé ñâåðõ íîìèíàëà | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 | 8 400 |
|  Ðåçåðâíûå ôîíäû |  |  |  |  |  |  |
|  Äîáàâî÷íûé êàïèòàë |  |  |  |  |  |  |
|  Íåðàñïðåäåëåííàÿ ïðèáûëü | 8 349 709 | 11 168 678 | 14 003 373 | 16 853 794 | 19 719 940 | 31 379 595 |
| Ñóììàðíûé ñîáñòâåííûé êàïèòàë | 8 358 109 | 11 177 078 | 14 011 773 | 16 862 194 | 19 728 340 | 31 387 995 |
| ÑÓÌÌÀÐÍÛÉ ÏÀÑÑÈÂ | 11 240 986 | 13 779 785 | 16 350 591 | 18 937 122 | 21 539 379 | 32 019 404 |

Ïðèëîæåíèå ¹1

Àíàëèç ÷óâñòâèòåëüíîñòè (NPV-$ US)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ïàðàìåòð | -20% | -15% | -10% | -5% | 0% | 5% | 10% | 15% | 20% |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ñòàâêè íàëîãîâ | 910 978,75 | 887 351,30 | 864 205,51 | 841 529,31 | 819 329,62 | 797 596,04 | 776 318,50 | 755 487,27 | 735 092,93 |
| Îáúåì èíâåñòèöèé | 854 693,16 | 845 852,27 | 837 011,39 | 828 170,50 | 819 329,62 | 810 488,74 | 801 647,85 | 792 806,97 | 783 966,09 |
| Îáúåì ñáûòà | 584 411,51 | 643 141,04 | 701 870,57 | 760 600,09 | 819 329,62 | 877 979,56 | 936 519,86 | 995 060,17 | 1 053 600,47 |
| Öåíà ñáûòà | 411 053,37 | 512 910,38 | 614 959,58 | 717 144,60 | 819 329,62 | 921 293,16 | 1 023 147,07 | 1 125 000,98 | 1 226 854,88 |
| Ïðÿìûå èçäåðæêè | 992 693,67 | 949 380,07 | 906 066,46 | 862 752,86 | 819 329,62 | 775 874,13 | 732 418,63 | 688 963,14 | 645 507,64 |
| Îáùèå èçäåðæêè | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 |
| Çàðïëàòà ïåðñîíàëà | 847 188,36 | 840 251,09 | 833 313,81 | 826 327,07 | 819 329,62 | 812 332,18 | 805 334,73 | 798 337,29 | 791 339,84 |
| Ñòàâêè ïî êðåäèòàì | 827 596,99 | 825 557,56 | 823 493,74 | 821 411,68 | 819 329,62 | 817 247,56 | 815 165,50 | 813 083,44 | 811 001,38 |
| Çàäåðæêè ïëàòåæåé | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 | 819 329,62 |

Заключение

В процессе перехода нашей страны от административно- командной к рыночной экономике снова проявилась «болезнь крайностей»: государство, которое 70 лет существовало в плановой экономике буквально за один день полностью отказалось от каких либо видов планирования. И только спустя несколько лет на предприятиях вновь образовывают новые отделы планирования, прогнозирования. Теперь тратятся огромные денежные средства на подготовку и переподготовку современных специалистов в области экономического планирования. Поскольку план разрабатывают конкретные люди, то его качество во многом зависит от организованности, знаний и умений тех людей, которые занимаются планированием. На рассмотренном примере разработки бизнес-плана можно легко убедиться, что бизнес-план является очень удобным и перспективным инструментом развития производства, который сразу показывает:

* необходим ли кредит для реализации проекта (в нашем примере необходим кредит в размере 3 млн. руб.);
* сможет ли предприятие отдать этот кредит (да рассматриваемое предприятие сможет вернуть кредит и все проценты по нему в течении 36 месяцев);
* насколько выгодно планируемое производство (средняя норма рентабельности составила 87%, что чрезвычайно прибыльно); и т.д.

Но, не смотря на кажущуюся простоту, данная работа связана с большими трудностями, одной из основных причин которых является нехватка знаний по предмету.

Поэтому во многих крупных фирмах вопросами планирования занимаются иностранные специалисты. В условиях конкурентной борьбы просто необходимо применять последние достижения методов экономического планирования, чтобы выжить и победить. Поэтому БИЗНЕС-ПЛАН это один из инструментов ведения конкурентной борьбы в современной рыночной экономике. И безусловно за ним настоящее и будущее.

Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 1. М.: Юридическая литература, 1999
2. Гражданский кодекс РФ. Часть 2. М.: Юридическая литература, 1999
3. Налоговый кодекс РФ. М.: Юридическая литература, 2001
4. Алексеев М. Ю. Экономика предприятия. МГУ, 1999
5. Ефремов В. С. Внутрифирменное планирование. Изд. «Аякс», М., 2003
6. Синяговский И. Г. Справочник предпринимателя и бизнесмена. Изд. «Гонг» М., 1999
7. Аникеев С.А. Методика разработки плана маркетинга. Сер. «Практика маркетинга» – М.: Форум, Информ-Студио, 2001.
8. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом – М.: Финансы и статистика, 2001.
9. Берл Густав и др. Мгновенный бизнес-план. Двадцать быстрых шагов к успеху / Пер. с англ./.- М.: Дело ЛТД, 1999.
10. Бизнес-план. Методические материалы. Под редакцией профессора Р.Г. Маниловского. - М.: Финансы и статистика, 2002
11. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: АО Интерэксперт, Экономика, 1999.
12. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002.
13. Горохов Н.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. – М.: Информационно-издательский дом Филинъ, 2001.
14. Грибалев Н.П., Игнотов И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. С. Петербург: Белл, 2001.
15. Ковалев В.В. Анализ финансового состояния и прогнозирование банкротства. – С.Петербург, 1999.
16. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
17. Мамедов О. Ю. Современная экономика. Изд. «Феникс», Ростов-на-Дону, 2002.
18. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха. - М.: Машиностроение, 1998.
19. Пелих А.С. Бизнес-план. – М.: Ось –89, 2000.
20. Прокопенко В. В. Бизнес-план для вашей фирмы. Изд. «Фора», М., 2003 г.
21. Сухова Л.Ф. и др. анализ финансового состояния потребительской кооперации. Учебно-практическое пособие. – Ставрополь: БУПК СКИ, 1999.