Федеральное агентство по образованию

Новосибирский государственный университет экономики и управления

Кафедра управления

Дипломная работа

по дисциплине основы менеджмента на тему:

"Бизнес-план "

Новосибирск

2010

**Содержание**

1. Теоретические основы бизнес – планирования

1.1 Ценность бизнес – планирования

1.2 Функции бизнес-плана

1.3 Особенности бизнес – планирования в России

1.4 Структура бизнес – плана

2. Бизнес-план создания предприятия ООО "Квант"

2.1 Резюме

2.2 Общая характеристика предприятия

2.3 Анализ рынка и основных конкурентов

2.4 Планирование производства

2.5 План маркетинга

2.6 Организационный план

2.7 План по рискам

2.8 Финансовый план

Список литературы

Приложения

1. Теоретические основы бизнес – планирования

* 1. Ценность бизнес – планирования

Бизнес-планирование является одним из наиболее важных шагов для любого хозяйствующего субъекта на пути к функционированию в условиях становления рыночной экономики.

Необходимо отметить, что в бизнес-планировании наибольшую ценность представляют анализ и прогноз ситуации - это те параметры, которые не возможно просчитать, но как раз они являются определяющими при написании бизнес-плана. По своей сути бизнес-план не должен содержать каких-либо глобальных не апробированных нововведений - это может создать не устойчивость проекта, для которого разрабатывается бизнес-план, и повысить риски. Кроме того, как и всякий рабочий инструмент, бизнес-план должен представлять собой адаптируемый в соответствии с текущим моментом документ: анализ "план-факт" должен порождать обратную связь, либо с деятельностью компании (было сделано что-то не так, надо вносить коррективы), либо необходимо внести изменения в бизнес-план, при необходимости с внесением изменений в производство, затем опять анализ "план-факт" с обратной связью. Регулярная работа по бизнес-плану, постоянная его коррекция, анализ текущей ситуации через призму планирования, позволяет наиболее оптимально использовать ресурсы и минимизировать риски. Данная схема работы позволяет добиться устойчивого развития бизнеса.

Бизнес-планирование представляет собой важную часть регулярного менеджмента, который включает в себя целый комплекс мер структурного, управленческого, финансового характера [6].

Успех любой деятельности субъекта хозяйствования напрямую зависит не только от влияния рыночных механизмов, но и от того насколько успешно планирует субъект хозяйствования свои действия. Этап предварительного анализа и планирования намечаемой деятельности всегда должен предшествовать этапу внедрения и функционирования. В этом случае немаловажной является предварительная оценка, анализ получаемой прибыли, расчет рентабельности, ликвидности и т.д., то есть на основании этих показателей предприятие решает вопрос о дальнейшей деятельности в данном направлении.

Бизнес-план дает представление о том, как предприятие в своей деятельности будет учитывать социально-экономическое развитие обслуживаемого региона, производственные возможности промышленных предприятий и состояние у них товарных запасов, объем и структуру предлагаемого поступления товаров из других регионов республики, дальнего и ближнего зарубежья, трудовой и интеллектуальный потенциал самого предприятия.

Бизнес-план предприятия может быть составлен на один год, в котором детально рассматриваются вопросы хозяйственной деятельности предприятия в предстоящие 12 месяцев и укрупнённо характеризуются периоды на 1-4 года. При подготовке инвестиционных проектов бизнес-планы разрабатываются на период их осуществления. Бизнес-план включает описание предприятия. Его потенциала, оценку внутренней и внешней среды в бизнесе и времени, конкретные данные о стратегии маркетинга и развития бизнеса. Кроме того, в бизнес-плане отмечаются возможности рисков, то есть показывается, что существование рисков учтено в бизнес-плане и намечены меры по их снижению.

1.2 Функции бизнес-планирования

Бизнес-план - это программа действий по реализации проектов, или осуществления отдельных сделок, направленная на обеспечение прибыльного функционирования предприятия.

Необходимость бизнес-плана обусловлена следующими причинами:

* решением вопросов планирования, строительства проектов, их реализацией, расширением, реструктуризацией, модернизацией и др. причинами;
* привлечением денежных средств в виде кредитов для реализации проектов, коммерческих сделок;
* привлечением к реализации планов предприятия потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или имеющиеся у них новейшие технологии.

Первая функция связана с возможностью использования для разработки концепции, стратегии бизнеса. Эта функция жизненно необходима как в период создания предприятий, так и выработки (выбора) новых направлений деятельности.

Вторая - функция планирования, позволяющая оценить возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы развития предприятия, выполнение бизнес-плана.

Третья функция позволяет привлекать денежные средства (ссуды и кредиты).

Четвертая функция позволяет привлечь к реализации планов предприятия потенциальных партнеров, которые смогут вложить собственный капитал или имеющиеся у них новейшие технологии. Бизнес-план должен убедить потенциального инвестора в том, что он сможет получить прибыль, вступив в коммерческие отношения с данным предприятием.

Конечная цель разработки бизнес-плана - планирование хозяйственной деятельности предприятия на будущее. Планирование деятельности фирмы дает многое, например:

* заставляет руководителей заниматься перспективами фирмы.
* позволяет осуществлять более четкую координацию предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей.
* устанавливает показатели деятельности фирмы, необходимые для последующего контроля.
* заставляет руководителей четче и конкретнее определить свои цели и пути их достижения.
* делает фирму более подготовленной к внезапным изменениям рыночных ситуаций.
* наглядно демонстрирует обязанности и ответственность всех руководителей фирмы.

1.3 Особенности бизнес – планирования в России

Можно выделить следующие основные проблемы и особенности бизнес - планирования в условиях экономики переходного периода:

* неподготовленность и отсутствие опыта современного бизнес-планирования и управления проектами у большинства руководителей производств,
* практическое отсутствие опыта маркетинговых исследований и разработки обоснованных планов маркетинга,
* высокая переменная инфляция - обоснование сметных цен, их структуры и динамики,
* ориентация на мировые цены (особенно по топливу) и валютное регулирование,
* проблемы паритета валют и оценки удельной (долларовой) капиталоемкости инвестиционных проектов,
* проблема неплатежей [4],
* правовые проблемы определения собственности и долевого участия при реализации проектов энергосбережения и реновации объектов энергетики,
* правовые и экономические проблемы оценки стоимости активов реконструируемых предприятий и их доли в инвестициях,
* • проблемы налоговой политики и льгот на федеральном и местном уровне,
* переплетение проблем частного предпринимательства и государственного регулирования естественных монополий (цены на топливно-энергетические ресурсы, тарифы на электро и теплоэнергию),
* изменяющаяся экономическая и законодательная ситуация,
* определение и количественная оценка рисков [1].

Следствием незавершенности структурной и идеологической перестройки экономики и ограниченности финансовых ресурсов является кардинальное изменение инвестиционной политики и существенная реконструкция всей инвестиционной сферы, включая систему капитального строительства [6]. Определяющими направлениями новой инвестиционной политики Российской Федерации являются:

* практический отказ от централизации планирования основной массы инвестиций за исключением инвестирования объектов государственного значения
* изменение источников финансирования с преимущественным замещением госбюджетных ассигнований средствами коллективных и частных, отечественных и зарубежных инвесторов,
* предпочтительное инвестирование рентабельных и быстроокупаемых проектов, в том числе энергосберегающих малой и средней капиталоемкости,
* создание свободного рынка инвестиционных ресурсов,
* переход на современную технологию управления инвестиционными проектами [2].

1.4 Структура бизнес – плана

1. Титульный лист, где отражается наименование и адрес фирмы, имена и адреса учредителей, местоположение фирмы, суть предлагаемого проекта, его стоимость и ссылки на секретность.

2. Резюме (вводная часть) - основные положения проекта, цели и задачи, новизна предлагаемой продукции (услуг), сведения об объемах ожидаемых продаж, затратах, прибыли, оценка срока возврата кредитов.

3. Описание товара (услуги) - потребительские свойства товара (услуги), отличие от товаров(услуг) конкурентов, степень защищенности патентами, технические параметры, условия эксплуатации и т.п.

4. Стратегия маркетинга - прогноз цен, каналы сбыта, реклама, анализ внешних и внутренних факторов реализации, анализ сильных и слабых сторон фирмы, прогнозирование объема продаж.

5. Организационный план - организационно-функциональная структура предприятия, штатное расписание, должностные инструкции ведущих менеджеров, их роль в управленческом процессе по данному бизнес-плану, порядок взаимодействия между службами предприятия, потребность в рабочей силе, условиях труда, организации оплаты труда и т. п.

6. План производства отражает производственный процесс. В этом разделе рассчитываются: потребность в производственных мощностях и их площадь, потребность в дополнительном оборудовании и материальных ресурсах, структура трудоемкости продукции, издержки производства и себестоимость производимой продукции и т. д.

Даются предложения по поставке сырья, материалов и комплектующих изделий с полным перечнем условий (по цене, качеству, количеству), устанавливается перечень базовых операций по обработке и сборке, по утилизации отходов и обеспечении охраны окружающей среды.

7. Финансовый план, который содержит прогноз доходов и расходов, баланс денежных поступлений и платежей, сводный баланс активов и пассивов предприятия. В данном разделе определяется общая потребность в инвестировании и предполагаемые источники финансирования, рассчитывается срок окупаемости проекта и график достижения точки безубыточности, определяется потребность в оборотном капитале и в оптимальных запасах ресурсов и т. д.

8. Оценка риска и страхование. В грамотно изложенном бизнес-плане обязательно присутствует оценка возможных рисков, меры их профилактики и страхования. Наиболее часто при бизнес-планировании используется страхование имущества, в том числе автотранспорта, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование грузов.

2. Бизнес-план создания предприятия ООО "Квант"

2.1 Резюме

Бизнес-план предусматривает создание предприятия по производству компотов из фруктов.

Производство организуется на арендованных площадях.

Оборудование по переработке и упаковке приобретается в собственность. Производитель – ООО "Феррон".

Первоначально предусматривается закупка оборудования для производства консервированных компотов из фруктов, выпускаемых в жестяных банках объемом 0,33 л.

Для обеспечения проекта необходимо нанять 2 сотрудников.

Проект рассчитан на 3 года.

Приобретение оборудования – декабрь 2008 года, расчет за оборудование в январе 2009 года. Стоимость оборудования 260700 руб.

При оценке потребности в инвестициях ООО "Квант" будем исходить из необходимости привлечения банковского кредита для закупки оборудования и первоначальных запасов сырья в размере 300000 руб. под 19% годовых сроком на четыре года.

Срок окупаемости проекта составит 10 месяцев.

Низкий уровень издержек будет обеспечиваться благодаря низким общепроизводтвенным расходам, поскольку аппарат управления будет состоять только из 1 человека – директора предприятия, выполняющего основные управленческие функции – бухгалтерские, маркетинговые.

Реализация проекта позволит получить существенную прибыль предприятия. Уже в первый год реализации проекта прогнозируемый размер прибыли составит примерно 70 тыс. руб., во второй год – 150 тыс.р. Рентабельность продаж по проекту в 2009 году будет равна 8,7%, в 2010 году – 15,3%, в 2011 году – 20,4%. Нераспределенная прибыль в 2011 году может быть направлена на расширение производственной деятельности предприятия.

2.2 Общая характеристика предприятия

Полное наименование: Общество с ограниченной ответственностью "Квант",

Краткое наименование: ООО "Квант"

Дата и место регистрации: декабрь 2008 г., г. Новосибирск

Юридический адрес: 630007, г. Новосибирск, ул. Свердлова, 42.

Организационно-правовая форма предприятия: частная

Размер уставного капитала: 40000 руб.

Учредитель предприятия: Суслов С.И.

Директор предприятия: Суслов С.И., 36 лет, высшее экономическое, предыдущая должность – коммерческий директор, ООО "Парус".

Главный бухгалтер: Суслов С.И.

Общество с ограниченной ответственностью "Квант" относится к малым предприятиям.

Вид деятельности - производство продуктов питания.

Основными конкурентами ООО "Квант" на рынке консервированных компотов из фруктов г. Новосибирска являются ООО "Альтер" (г. Краснодар), ЗАО "Истра" (г.Новосибирск).

Проведем анализ сильных и слабых сторон ЗАО "Истра" (таблица 1).

Таблица 1 **Анализ сильных и слабых сторон ЗАО "Истра"**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы, характеризующие предприятие | Преимущества | Недостатки | Оценка |
| Менеджмент предприятия:  - предпринимательская культура и философия  - цели и формулируемые стратегии  - система мотивации сотрудников | Основная цель предприятия – стать лидером на рынке г. Новосибирска. Стратегия заключается в постоянном расширении сбытовой сети. | Не используются нематериальные стимулы мотивации сотрудников –служебный транспорт при доставке на работу, социальный пакет | Средняя |
| Производство:  - оборудование  - гибкость производственных линий | На предприятии используется новейшее оборудование.  Производственные линии достаточно гибкие – выпускаются консервированные компоты из различных видов фруктов, консервы морепродуктов |  | Высокая |
| - качество производственного планирования и управления | Производственное управление и планирование налажено хорошо |  |  |
| Маркетинг:  - организация сбыта  - расположение сбытовых филиалов  - фаза "жизненного цикла" продукта | Торговая сеть широко развита. Реализация изделий производится через крупные продуктовые магазины города. | При организации сбыта крайне редко проводятся рекламные акции.  Необходимо отметить, что предприятие практически не проводит маркетинговые исследования потребителей | Средняя |
| Кадры:  - возрастная структура  - уровень образования  - квалификация труда персонала | 25% сотрудников имеет высшее образование, остальные – среднее специальное.  Кадры высоко квалифицированы |  | Высокая |
| Финансы:  - доля собственного капитала  - уровень финансового состояния  - возможности получения кредита | Доля собственного капитала составляет 38%. Финансовое состояние достаточно устойчивое. Возможность получения кредита также высокая. |  | Высокая |

Результаты анализа сильных и слабых сторон ООО "Квант" представлены в таблице 2.

Таблица 2 **Анализ сильных и слабых сторон ООО "Квант"**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Факторы, характеризующие предприятие | Преимущества | Недостатки | Оценка |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Менеджмент предприятия:  - предпринимательская культура и философия  - цели и формулируемые стратегии  - система мотивации сотрудников | Основная цель предприятия – обеспечить устойчивые объемы продаж консервированных компотов на рынке г. Новосибирска. | Не выработана организационная культура предприятия. Не создана система мотивации сотрудников | Средняя |
| Производство:  - оборудование  - гибкость производственных линий  - качество производственного планирования и управления | На предприятии закуплено новейшее оборудование. Система планирования и управления разрабатывается по высоким требованиям рынка |  | Высокая |
| Маркетинг:  - организация сбыта  - расположение сбытовых филиалов  - фаза "жизненного цикла" продукта | Компоты будут поставляться в крупные магазины города |  | Высокая |
| Кадры:  - возрастная структура  - уровень образования  - квалификация труда персонала | На предприятии будут работать сотрудники в возрасте 20 – 35 лет.  Кадры высоко квалифицированы |  | Высокая |
| Финансы:  - доля собственного капитала  - уровень финансового состояния  - возможности получения кредита | Доля собственного капитала составляет 10%. Есть возможность получения кредита на новое производство |  | Средняя |

Привлекательность этого бизнеса обусловлена тем, что консервированные компоты пользуются устойчивым спросом у потребителей.

В настоящее время существует довольно перспективная маркетинговая возможность выхода на рынок консервированных компотов путем предложения продукции по более низким ценам за счет экономии на управленческих издержках.

Ассортиментная программа производства и ценовая политика были составлены на основе изучения возможностей рынка, в том числе - платежеспособности населения, предпочтений потенциальных потребителей, ассортимента и цен на продукцию конкурентов.

Отличительные особенности продукции ООО "Квант":

1. Высокое качество готовой продукции.

2. Доступные цены для потребителей со средним уровнем доходов.

Гарантией высокого качества продукции является контроль за качеством изделий на всех этапах производства.

В качестве стратегии охвата рынка был избран концентрированный маркетинг, так как возможности малого предприятия ограничены.

Сильные и слабые стороны предлагаемого товара представлены в таблице 3.

Таблица 3 **Сильные и слабые стороны товара**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Постановка вопроса | Сильные стороны продукции | Слабые стороны продукции |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Можете ли Вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована Ваша продукция | Консервированные компоты будут выпускаться для потребителей со средним и высоким уровнем дохода |  |
| 2 | Изучены ли Вами запросы ваших клиентов | Да, именно на основании запросов клиентов был выбран сегмент |  |
| 3 | Какие преимущества предоставляет ваша продукция клиентам | Ценовые преимущества |  |
| 4 | Можете ли Вы эффективно довести свою продукцию до тех потребителей, на которые она ориентирована | Планируется поставка продукции во все продуктовые магазины города |  |
| 5 | Может ли ваша продукция успешно конкурировать с продукцией других производителей в отношении:  - качества, надежности, эксплуатационных и других товарных характеристик  - цены | да, новое оборудование позволяет выпускать консервированные изделия высокого качества  Цена на продукцию будут устанавливаться на среднерыночном уровне |  |
|  | - места распространения | распространение предусматривается в крупных супермаркетах г. Новосибирска |  |
| 6 | Понимаете ли Вы, на какой стадии "жизненного цикла" находится ваша продукция? | Да. Эта продукция пользуется стабильным спросом |  |
| 7 | Есть ли у Вас идеи относительно новых видов продукции |  | Нет |
| 8 | Обладаете ли Вы сбалансированным ассортиментом продукции с точки зрения её существенного разнообразия и степеней морального старения |  | Нет |
| 9 | Проводите ли вы регулярную модификацию вашей продукции в соответствии с запросами клиентов | Да. Регулярно планируется производить опросы потребителей, результаты которых будут влиять на производимую продукцию |  |
| 10 | Проводите ли вы политику создания новой продукции | Да. Ассортимент будет обновляться |  |
| 11 | Возможно ли копирование Вашей продукции конкурентами |  | Да. Консервированные компоты производятся по утвержденным нормативам. Эта продукция легко копируется |
| 12 | Имеют ли ваши производственные идеи адекватную защиту торговой и фабричной маркой, патентами |  | Нет |
| 13 | Отслеживаете ли вы жалобы потребителей | Да |  |

2.3 Анализ рынка и основных конкурентов

Оценка наиболее перспективных рынков сбыта представлена в таблице 4.

Таблица 4 **Оценка рынков сбыта компотов из фруктов**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | г. Новосибирск | Населенные пункты в радиусе 100 км | Рынки, удаленные за 100 км |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Уровень спроса | 2050 тыс. в год | 3000 тыс. в год | 250 млн. в год |
| 2 | Степень удовлетворения спроса | 90% | 80% | 80 – 90% |
| 3 | Уровень конкуренции | средний | высокий | высокий |
| 4 | Доля потребителей, готовых купить продукцию | 90% | 80% | 80 - 90% |

Рынок г. Новосибирска является очень привлекательным для ООО "Квант".

Анализ основных конкурентов представлен в таблице 5.

Таблица 5 **Анализ и оценка конкурентов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Характеристика конкурентов | Основные конкуренты | |
| ООО "Альтер" | ЗАО "Истра" |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Объем продаж компотов на рынке г. Новосибирска, тыс. шт | 210 | 150 |
| 2 | Занимаемая доля рынка по г. Новосибирску, % | 10,2 | 7,3 |
| 3 | Уровень цены, руб. | 29 | 26 |
| 4 | Финансовое положение (рентабельность, %) | 7,4 | 3,1 |

Таким образом, видно, что конкурирующие компании занимают высокую долю на рынке по реализации консервированных компотов, выпуская высококачественную продукцию.

2.4 Планирование производства

ООО "Квант" планирует выпускать консервированные компоты из абрикосов, ананасов, ягод. Необходимо отметить, что себестоимость замороженных фруктов перечисленных видов примерно одинакова, поэтому расчет будет производиться для общего выпуска консервов.

Производственная программа предприятия ООО "Квант" на 2009 – 2011 гг. приведена в таблице 6.

Таблица 6 **Производственная программа ООО "Квант" шт.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | | 2010 год | | 2011 год | |
| Коэффи-циент роста объемов выпуска продукции | Объем выпуска продукции | Коэффи-циент роста объемов выпуска продукции | Объем выпуска продукции | Коэффи-циент роста объемов выпуска продукции | Объем выпуска продукции |
| Консервированные компоты, шт. | - | 48000 | 1,1 | 52800 | 1,1 | 58080 |

Произведем расчет потребности в основных фондах. Вспомогательные расчеты представлены в таблицах 7 – 9 в приложении к работе.

Таблица 10 **Потребность в основных фондах для производства консервированных компотов руб.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Основные фонды | 2008 год | 2009 год | | 2010 год | |
| Действующие | Общая потребность | Прирост основных фондов | Общая потребность | Прирост основных фондов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. Здания производственного назначения | - | - | - | - | - |
| 2. Рабочие машины и оборудование | - | 255700 | 255700 | 255700 | - |
| 3. Транспортные средства | - | - | - | - | - |
| 4. Прочие | - | 5000 | 5000 | 5000 | - |
| Итого | 0 | 260700 | 260700 | 260700 | 0 |

Произведем расчет необходимого количества исходного сырья (см. таблицу 12). Вспомогательные расчеты представлены в таблице 11 приложении к работе.

Необходимо отметить, что при расчете стоимости переходящего запаса были сделаны следующие предположения:

Норматив запасов сырья, материалов, тары составляет 2 дня, готовой продукции – 1 день.

Норматив по запасным частям принят в размере 2% от балансовой стоимости оборудования.

Таблица 14 **Планирование потребности в оборотных средствах**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Виды и наименование ресурсов | 2009 год | | | | 2010 год | | | |  | | | |
| Коли-чество | Цена едини-цы ресур-са, руб. | Стои-мость, руб. | Стои-мость перехо-дящего запаса, руб. | Коли-чество | Цена едини-цы ресур-са, руб. | Стои-мость, руб. | Стои-мость перехо-дящего запаса, руб. | Коли-чество | Цена едини-цы ресурса, руб. | Стои-мость, руб. | Стои-мость перехо-дящего запаса, руб. |
| 1 | Сырье и материалы |  |  | 213284,6 | 1699,5 |  |  | 253382,07 | 2018,98 |  |  | 298230,6974 | 3564,51 |
| 2 | Топливо |  |  | 0,0 | 0,0 |  |  | 0 | 0 |  |  | 0 | 0 |
| 3 | Электроэнергия | 3526 | 1,8 | 6346,8 | 0,0 | 3526 | 1,98 | 6981,48 | 0 | 3878,6 | 2,14 | 8294,00 | 0 |
| 4 | Тара | 96 | 25 | 2390,4 | 19,0 | 95,61753 | 27,5 | 2629,4821 | 20,95 | 105,1793 | 29,7 | 3123,824701 | 37,34 |
| 5 | Запасные части |  |  | 2607,0 | 5214,0 |  |  | 2867,7 | 5214,0 |  |  | 3097,12 | 5214,0 |
| 6 | Незавершенное производство |  |  |  | 3,6 |  |  |  | 4,2 |  |  |  | 7,5 |
| 7 | Готовая продукция на складе |  |  |  | 6,8 |  |  |  | 8,04 |  |  |  | 14,20 |
| 8 | Прочие |  |  |  | 0,0 |  |  |  | 0 |  |  |  | 0 |
|  | Итого |  |  | 224628,8 | 6942,9 |  |  | 265860,73 | 7266,22 |  |  | 312745,64 | 8837,53 |

Произведем расчет потребности в персонале. Вспомогательные расчеты приведены в таблице 13 в приложении к работе.

Таблица 14 **Потребность в персонале и заработной платы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование категорий работников | 2009 год | | | | 2010 год | | 2011 год | |
| Потреб-ность, чел. | Средне-годовая зара-ботная плата, руб. | Затраты на зар-плату, руб. | ЕСН, 26%, руб. | Затраты на зар-плату, руб. | ЕСН, 26%, руб. | Затраты на зар-плату, руб. | ЕСН, 26%, руб. |
| 1. Рабочие основного производства | 1 | 80320,00 | 80320,00 | 20883,2 | 80320 | 20883,2 | 80320 | 20883,2 |
| 2. Рабочие вспомога-тельного производства | 0 | - | - | - | - | - | - | - |
| 3. Специалисты и служащие | 1 | 180000 | 180000 | 46800 | 180000 | 46800 | 180000 | 46800 |
| Итого | 2 | 52064 | 260320 | 67683 | 260320 | 67683 | 260320 | 67683 |

Произведем калькуляцию себестоимости компотов, производимых ООО "Квант" (см. табл. 15).

Срок полезного использования производственного оборудования составляет 12 лет.

Расходы на рекламу приняты в размере 1% от выручки, прочие расходы в размере 3% от затрат на сырье и материалы.

Таблица 15 **Калькуляция себестоимости руб.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2009 год при объеме производства 48 тыс. шт. | | 2010 год при объеме производства 52,8 тыс. шт. | | 2011 год при объеме производства 58080 шт. | |
| на единицу продукции | всего | на единицу продукции | всего | на единицу продукции | всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. Выручка от реализации (без НДС) | 16,80 | 806400,00 | 18,14 | 958003,20 | 19,41 | 1127569,8 |
| 2. Себестоимость |  |  |  |  |  |  |
| 2.1 Сырье и материалы | 4,49 | 215675,01 | 4,85 | 256011,55 | 5,19 | 301354,52 |
| 2.2 Вода на технологические цели | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2.3 Топливо на технологические цели | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2.4 Электроэнергия на технологические цели | 0,13 | 6346,80 | 0,13 | 6981,48 | 0,14 | 8294,00 |
| 2.5 Затраты на оплату труда | 5,42 | 260320,00 | 4,93 | 260320,00 | 4,48 | 260320,00 |
| 2.6 Начисления на заработную плату | 1,41 | 67683,20 | 1,28 | 67683,20 | 1,17 | 67683,20 |
| 2.7 Амортизация основных производственных фондов | 0,45 | 21725,00 | 0,41 | 21725,00 | 0,37 | 21725,00 |
| 2.8 Расходы на рекламу | 0,17 | 8064,00 | 0,09 | 4790,02 | 0,10 | 5637,85 |
| 2.9 Налоги в дорожные фонды | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 2.10 Арендная плата | 2,50 | 120000,00 | 2,50 | 132000,00 | 2,45 | 142560,00 |
| 2.11 Затраты на запасные части | 0,05 | 2607,00 | 0,05 | 2867,70 | 0,05 | 3097,12 |
| 2.12 Плата за воду | 0,08 | 3600,00 | 0,08 | 3960,00 | 0,07 | 4276,80 |
| 2.13 Прочие затраты | 0,13 | 6470,25 | 0,15 | 7680,35 | 0,16 | 9040,64 |
| Полная себестоимость (итого по разделу 2) | 14,84 | 712491,26 | 14,47 | 764019,30 | 14,19 | 823989,12 |
| 3. Налоги, относимые на финансовые результаты |  |  |  |  |  |  |
| 3.1 Налог на имущество | 0,04 | 1782,75 | 0,03 | 1348,25 | 0,02 | 913,75 |
| 3.2 Целевые сборы на содержание правоохранительных органов и другие цели | 0,00 | 48,00 | 0,00 | 48,00 | 0,00 | 48,00 |
| Итого по разделу 3 | 0,04 | 1830,75 | 0,03 | 1396,25 | 0,02 | 961,75 |
| 4. Балансовая прибыль (разд. 1 - итог разд. 2 - итого разд. 3) | 1,92 | 92077,99 | 3,65 | 192587,65 | 5,21 | 302618,90 |
| 5. Налог на прибыль | 0,46 | 22098,72 | 0,88 | 46221,04 | 1,25 | 72628,53 |
| 6. Чистая прибыль (разд. 4 - разд. 5) | 1,46 | 69979,27 | 2,77 | 146366,62 | 3,96 | 229990,36 |

Динамика отпускной цены и себестоимости единицы продукции представлена на рисунке 1.

2009 год

2010 год

2011 год

0

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

**руб.**

отпускная цена

себестоимость

Рис. 1. Динамика отпускной цены и себестоимости консервированных компотов

Динамика прогнозного объема продаж компотов, производимых ООО "Квант" представлена на рис. 2.

0

10000

20000

30000

40000

50000

60000

70000

2009 год

2010 год

2011 год

**шт.**

Рис. 2. Динамика производства консервированных компотов ООО "Квант" в 2009 – 2011 гг.

2.5 План маркетинга

В 2009 – 2010 гг. планируется реализация консервированных компотов, производимых ООО "Квант" через супермаркеты и продуктовые магазины г. Новосибирска.

В 2011 гг. планируется увеличить объем продаж за счет охвата новых рынков сбыта в соседних регионах.

Благодаря доступным ценам, а также отличному качеству консервированные компоты от ООО "Квант" будут пользоваться спросом.

Ценовая стратегия ООО "Квант" заключается в поддержании цены на уровне среднерыночной, поскольку продукция рассчитана на потребителей со средним и высоким доходом.

Так, в 2009 году прогнозируемая розничная цена на консервированные компоты из фруктов объемом 0,33 л. составит 28 – 29 руб. Отпускная цена на консервы ООО "Квант" составит 16,8 руб.

Анализ ценовой политики ООО "Квант" приведен в таблице 16, поскольку предприятие в 2009 году только начнет свою производственную деятельность, то представлен прогноз положения дел.

Таблица 16 **Анализ ценовой политики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Постановка вопроса при исследовании объекта или метод его анализа | Прогноз положения дел, оценка его показателями и действиями по его улучшению |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Насколько цены отражают издержки вашего предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него | Цены на продукцию будут устанавливаться в соответствии с запросом покупателей, имеющих средний уровень дохода |
| 2 | Какова вероятная реакция покупателей на повышение (понижение) цены | Повышение цены на компоты повлечет за собой сокращение спроса на них. |
| 3 | Как оценивают покупатели уровень цен на товары вашего предприятия | - |
| 4 | Как относятся покупатели к установленным Вами ценам | Положительно |
| 5 | Используется ли предприятием политика стимулирующих цен | Нет |
| 6 | Используется ли предприятием политика стандартных цен | Да |
| 7 | Как действует предприятие, когда конкуренты изменяют цены | Цены на продукцию ООО "Квант" устанавливаются относительно среднерыночного уровня цены. При изменении цены конкурентами цены на продукцию ООО "Квант" также меняются |
| 8 | Известны ли цены на товары вашего предприятия потенциальным покупателям | Да |

Расходы на рекламу, как уже было отмечено, устанавливаются в процентном соотношении от объема продаж. Планируется, что рекламный бюджет будет составлять 1% от выручки, получаемой предприятием.

Рекламная кампания предусматривает размещение рекламных плакатов в магазинах города.

Методы стимулирования продаж, формирования спроса описаны в таблице 17.

Таблица 17 **Анализ системы формирования спроса и стимулирования сбыта**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Постановка вопроса при исследовании объекта или метод его анализа | Характеристика и оценка фактического состояния дел в 2009 году | Прогноз положения дел, оценка его показателя и действия по его улучшению |
| 1 | Есть ли программа ФОССТИС | Нет. Вопросами стимулирования сбыта занимается директор ООО "Квант". | Планируется расширение службы, выделение специалистов по стимулированию сбыта |
| 2 | Каковы результаты её реализации | - | Более детальное изучение потребителей позволит выявить новые привлекательные сегменты рынков |
| 3 | Какие приемы ФОССТИС используются | Реклама | Реклама, предоставление скидок торговым посредникам, стимулирование менеджеров по сбыту |
| 4 | Какова эффективность каждого приема | Низкая | Планируется, что грамотный подход к организации ФОССТИС существенно повысит эффективность описанных приемов |
| 5 | Используете ли вы рассрочку и другие виды кредита в качестве стимулятора сбыта | нет | Планируется разработать несколько видов торговых кредитов |
| 6 | Известны ли потенциальным покупателям условия рассрочки и иных видов кредитов. Если нет – что нужно сделать, чтобы стали известны | нет | Необходимо разработать рекламный буклет, содержащий наряду с описанием продукции информацию о торговых кредитах |
| 7 | Передаете ли вы образцы товара на пробу | нет | нет |
| 8 | Какие каналы распространения информации ФОССТИС вы используете: почта, пресса, коммивояжеры, радио, телевидение, выставки и ярмарки, симпозиумы, показы | - | Планируется организовать рекламные кампании в крупных магазинах города |
| 9 | Какие из перечисленных в п.8 каналов наиболее эффективны, по какому критерию эффективности | - | По критерию охвата потребителей наиболее эффективным рекламным средством является пресса |
| 10 | Какие приемы побуждения сбытового персонала вы применяете | - | Премии за высокие объемы продаж |
| 11 | Используете ли вы премиальную торговлю | Нет | Да |
| 12 | Соответствует ли торговая сеть поставленным целям фирмы | Да. Реализация изделий через супермаркеты способствует снижению издержек обращения предприятия, а также ускорению процесса доставки продукции до конечного потребителя | - |
| 13 | Специализируется персонал по рынкам и товарам | нет | Нет. Выпускается однотипная продукция |
| 14 | Как определяются предполагаемые объемы продаж | Исходя из оценки спроса покупателей и доли, занимаемой на рынке | - |
| 15 | Как оцениваются результаты работы торгового персонала | - | По итогам каждого месяца будут определяться объемы продаж каждого менеджера, в соответствии с достигнутыми результатами будут определяться премии |
| 16 | Какие цели поставлены перед рекламой | Информирование потребителей | Достижение запланированного объема продаж |
| 17 | Сколько выделено средств на рекламу | - | 1% от запланированного объема продаж |
| 18 | Как оценивают покупатели качество ваших рекламных текстов | - | - |
| 19 | Какими критериями вы пользуетесь при выборе каналов распространения рекламы | - | Максимальный охват аудитории |
| 20 | Прослеживается ли связь между активностью рекламы и уровнем сбыта, уровнем прибыли |  | Да |
| 21 | Имеется ли у вашей рекламы фирменный стиль | нет | да |
| 22 | Хорошо ли заметен ваш товарный знак среди конкурирующих | - | Планируется создание фирменного знака, размещение его на упаковке |
| 23 | Насколько упаковка способствует увеличению уровня продаж, привлекая внимание | - | Яркая упаковка привлекает потребителей |
| 24 | Сохраняет ли упаковка товар от повреждения | - | Да |
| 25 | Облегчает ли упаковка работу продавца | - | Да |
| 26 | Можно ли использовать упаковку после изъятия из нее товара покупателем | - | Нет |
| 27 | Узнаваем ли товар предприятия на фоне других товаров в магазине или на улице | - | Да. Этому способствует фирменная упаковка |
| 28 | Что следует сделать, чтобы товар был безусловно узнаваем | - | - |

2.6 Организационный план

Предприятие является обществом с ограниченной ответственностью. Организационно-правовая форма – частная организация.

Структура управления ООО "Квант" является линейной: во главе находится руководитель, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления.

Численность персонала ООО "Квант" составляет 2 человека.

В ООО "Квант" к аппарату управления относится директор.

На работника аппарата управления затраты на управление составляют 180 тыс. руб. ежегодно. Удельный вес численности управленческих работников в общей численности персонала предприятия составляет 50%. Фондовооруженность по предприятию в 2009 году составит 133350 руб., фондоотдача – 3,02.

Расчет показателя эффективности оргструктуры следует производить по формуле:

Кэ.ф.у. = 1 – Зу \* Куп / (Фо \* Фв)

где Зу – затраты на управление, приходящиеся на одного работника аппарата управления,

Куп – удельный вес численности управленческих работников в общей численности персонала,

Фв – фондовооруженность,

Фо – фондоотдача.

Показатель эффективности оргуструктуры управления по ООО "Квант" составит:

Кэ.ф.у. = 1 – 180 \* 0,5 / (133,35 \* 3,02) = 0,78.

Таким образом, видно, что управление организовано достаточно эффективно, поскольку рассчитанный коэффициент выше 0,7.

2.7 План по рискам

Наибольшую опасность для проекта ООО "Квант" представляют риски повышения цен на сырье, а также плохого качества сырья.

За предыдущие 5 лет уровень рентабельности при реализации компотов по аналогичным предприятиям – производителям составлял: 2%, 3,4%, 5,3%, 9,3%, 5,8%, а планируемый уровень рентабельности 7,2%.

Средний уровень рентабельности продаж составляет 5,2%.

Дисперсия составит: (2 – 5,2)2 \* 1/5 + (3,4 – 5,2)2 \* 1/5 +(5,3 – 5,2)2 \* 1/5 +(9,3 – 5,2)2 \* 1/5 +(5,8 – 5,2)2 \* 1/5 = 6,13.

Квадратное отклонение составит: (6,13)1/2 = 2,48.

Таким образом, наиболее вероятное отклонение рентабельности продаж от её средней величины составит +/- 2,5%, т.е. по пессимистическому прогнозу можно ожидать, что рентабельность продукции составит 2,7%, а по оптимистическому – 7,7%. Проект обладает низкой степенью рискованности, поскольку планируемый уровень рентабельности продаж находится в рассчитанных границах и составляет 7,2%.

Главной мерой по борьбе с риском повышения цен на сырье может должно стать расширение каналов снабжения предприятия. Для борьбы с риском поступления сырья плохого качества необходимо более тщательно осуществлять выбор поставщиков. Для уменьшения этого риска нужно ориентироваться на надежные фирмы при заключении договоров поставки, обеспечивать юридическое сопровождение договорной работы.

2.8 Финансовый план

Представим распределение чистой прибыли предприятия (табл. 18).

Необходимо отметить, что в целях погашения кредита вся чистая прибыль в первые два года направляется в фонд накопления. В 2011 году в фонд накопления направляется только 50% прибыли.

Таблица 18 **Распределение чистой прибыли (планирование средств фондов накопления и потребления)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер | Показатель | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Фонд накопления | | | | |
| 1 | Чистая прибыль | 69979,27 | 146366,6 | 229990,36 |
| 2 | Источники формирования средств фонда накопления |  |  |  |
| 2.1 | Остатки средств фонда на начало планируемого периода | 0,0 | 32000,7 | 13849,0 |
| 2.2 | Амортизационные отчисления | 21725,0 | 21725,0 | 21725,0 |
| 2.3 | Отчисления от чистой прибыли | 69979,3 | 146366,6 | 137994,2 |
| 2.4 | Прирост устойчивых пассивов | 13406,9 | 1622,5 | 1779,0 |
| 2.5 | Долгосрочный кредит банка | 400000,0 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | Всего источников | 505111,2 | 201714,8 | 175347,2 |
| 4 | Направления использования средств фонда накопления |  |  |  |
| 4.1 | Уплата процентов за пользование долгосрочным кредитом | 76000,0 | 50666,7 | 25333,3 |
| 4.2 | Затраты на приобретение основных фондов | 260700,0 | 0,0 | 0,0 |
| 4.3 | Затраты на прирост оборотных средств | 3077,1 | 3865,8 | 323,4 |
| 4.4 | Погашение долгосрочного кредита банка | 133333,3 | 133333,3 | 133333,3 |
| 5 | Всего затрат | 473110,4 | 187865,8 | 158990,0 |
| 6 | Излишек средств | 32000,7 | 13849,0 | 16357,2 |
| 7 | Недостаток средств |  |  |  |
| Фонд потребления | | | | |
| 1 | Чистая прибыль | 69979,3 | 146366,6 | 229990,4 |
| 2 | Источники формирования средств фонда потребления |  |  |  |
| 2.1 | Остатки средств фонда потребления на начало планируемого периода | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2.2 | Отчисления от чистой прибыли | 0,0 | 0,0 | 45998,1 |
| 2.3 | Прочие поступления | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2.4 | Фонд оплаты труда | 260320,0 | 260320,0 | 260320,0 |
| 3 | Всего источников | 260320,0 | 260320,0 | 306318,1 |
| 4 | Направления использования средств фонда потребления |  |  |  |
| 4.1 | Оплата труда | 260320,0 | 260320,0 | 260320,0 |
| 4.2 | Долевое участие в строительстве жилого дома для сотрудников | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 4.3 | Социальные и трудовые выплаты работникам | 0,0 | 0,0 | 1301,6 |
| 4..4 | Премирование | 0,0 | 0,0 | 26032,0 |
| 5 | Всего затрат | 260320,0 | 260320,0 | 287653,6 |
| 6 | Излишек средств | 0,0 | 0,0 | 18664,5 |
| 7 | Недостаток средств |  |  |  |

Таблица 19 **Баланс денежных средств**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | на 01.01.2008 | на 01.01.2009 | на 01.01.2010 | на 01.01.2011 |
| 1 | Денежные средства на начало года | 30000 | 30000 | 6263,83 | 16056,6 |
| 2 | Денежные поступления |  |  |  |  |
|  | \* выручка от продажи с НДС |  | 951552 | 1130444 | 1330532 |
|  | \* кредиты |  | 300000 | 0 | 0 |
|  | \* прирост устойчивых пассивов |  | 13407 | 1622 | 1779 |
| 3 | Всего поступлений | 0 | 1264959 | 1132066 | 1332311 |
| 4 | Платежи на сторону |  |  |  |  |
|  | \* затраты на производство продукции без амортизации |  | 690766 | 742294 | 802264 |
|  | \* уплата налогов, относимых на финансовый результат |  | 1830,75 | 1396,25 | 961,75 |
|  | \* затраты на приобретение основных фондов |  | 260700 | 0 | 0 |
|  | \* уплата процентов за кредит |  | 57000 | 42750 | 28500 |
|  | \* норматив оборотных средств |  | 6942,87 | 7266,22 | 8837,53 |
|  | \* прирост оборотных средств |  | 3077,1 | 3865,8 | 323,4 |
|  | \* погашение кредита |  | 75000 | 75000 | 75000 |
|  | \* уплата НДС |  | 171279 | 203480 | 239496 |
|  | \* уплата налога на прибыль |  | 22098,7 | 46221 | 72628,5 |
| 5 | Всего платежей |  | 1288695 | 1122273 | 1228011 |
| 6 | Остаток денежных средств на конец периода | 30000 | 6263,83 | 16056,6 | 120357 |

Далее представлена таблица, в которой отражены доходы и затраты на производство продукции, рентабельность продукции и продаж (табл. 20).

Таблица 20 **Доход и затраты, руб.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1 | Доходы от реализации (без НДС) | 806400,0 | 958003,2 | 1127569,8 |
| 2 | Полная себестоимость - всего | 712491,3 | 764019,3 | 823989,1 |
|  | в том числе: условно-переменные затраты | 222021,8 | 262993,0 | 262993,0 |
|  | условно-постоянные затраты | 490469,5 | 501026,3 | 560996,1 |
| 3 | Налоги, относимые на финансовые результаты | 1830,8 | 1396,3 | 961,8 |
| 4 | Балансовая прибыль | 92078,0 | 192587,7 | 302618,9 |
| 5 | Налог на прибыль | 22098,7 | 46221,0 | 72628,5 |
| 6 | Чистая прибыль | 69979,3 | 146366,6 | 229990,4 |
| 7 | Рентабельность продукции, % | 9,8 | 19,2 | 27,9 |
| 8 | Рентабельность продаж, % | 8,7 | 15,3 | 20,4 |

Результаты расчетов подтверждают выгодность реализации предложенного проекта, поскольку по мере выплаты кредита рентабельность деятельности предприятия существенно увеличивается.

Финансовый план предприятия представлен в таблице 21.

Таблица 21 **Финансовый план (баланс доходов и расходов)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источники средств | Прибыль | Амортизация | Отчисления от себестоимости | Прочие доходы | Кредиты банка | Фонд потребле-ния | Фонд накопле-ния | Итого |
| Направление средств |
| 1. Платежи в бюджет |  |  |  |  |  |  |  |  |
| \* налог на прибыль | 22098,7 |  |  |  |  |  |  | 22098,72 |
| \* налог на имущество |  |  |  | 1782,75 |  |  |  | 1782,75 |
| \* налог на добавленную стоимость |  |  |  | 171279,4 |  |  |  | 171279,4 |
| \* целевые сборы |  |  |  | 48 |  |  |  | 48 |
| 2. Арендная плата |  |  | 120000 |  |  |  |  | 120000 |
| 3. Погашение ссуд банка |  |  |  |  |  |  | 75000 | 75000 |
| 4. Капитальные вложения |  |  |  |  |  |  | 260700 | 260700 |
| 5. Прирост оборотных средств |  |  |  |  |  |  | 3077,107 | 3077,107 |
| 6. Налоги в дорожные фонды |  |  |  |  |  |  |  | 0 |
| 7. Расходы на социально-культурные мероприятия |  |  |  |  |  | 0 |  | 0 |
| 8. Отчисления в фонд потребления | 0 |  | 260320 |  |  |  |  | 260320 |
| 9. Отчисления в фонд накопления | 69979,3 | 21725 |  | 13406,9 | 300000 |  |  | 405111,2 |
| 10. Платежи по ЕСН |  |  | 67683,2 |  |  |  |  | 67683,2 |
| 11. Неиспользованные остатки фонда накопления на конец года |  |  |  |  |  |  | 9334,06 | 9334,06 |
| 12. Неиспользованные остатки фонда потребления на конец года |  |  |  |  |  | 0,0 |  | 0 |
| 13. Уплата процентов по кредиту |  |  |  |  |  |  | 57000 | 57000 |
| 13 .Прочие затраты на производство продукции |  |  | 264488,1 |  |  | 260320 |  | 524808,1 |
| Итого | 92078 | 21725 | 712491,3 | 186517 | 300000 | 260320 | 405111,2 | 1978242 |

Расчет критического объема продаж и запаса финансовой прочности представлен в таблице 22.

Таблица 22 **Расчет критического объема продаж**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | 2011 год |
| Выручка, руб. | 806400 | 958003,2 | 1127569,77 |
| Условно-переменные затраты, руб. | 222021,81 | 262993,033 | 262993,033 |
| Условно-постоянные затраты ,руб. | 490469,45 | 501026,263 | 560996,088 |
| Критический объем продаж, руб. | 676812,7 | 690615,5 | 731643,8 |
| Критический объем продаж, шт. | 40286,47 | 38063,02 | 37686,25 |
| Запас финансовой прочности, руб. | 129587,3 | 267387,7 | 395925,9 |

Полученные данные позволяют сделать вывод, что проект окупится через 10 месяцев после начала его реализации. График точки безубыточности (Q\*) представлен на рис. 3.



Q\*

Рис. 3. Точка безубыточности ООО "Квант"

Прогнозный баланс предприятия ООО "Квант" приведен в таблице 23.

Таблица 23 **Прогнозный баланс активов и пассивов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Актив | 2009 | 2010 | 2011 | Пассив | 2009 | 2010 | 2011 |
| 1. Внеоборотные активы |  |  |  | 4. Капитал и резервы |  |  |  |
| 1.1. Основные средства по балансовой стоимости | 260700,0 | 260700,0 | 260700,0 | 4.1. Уставный капитал | 40000,0 | 40000,0 | 40000,0 |
| 1.2 Амортизация | 21725,0 | 43450,0 | 65175,0 | 4.2. Специальные фонды | 9334,1 | 57432,4 | 115107,2 |
| 1.3 Основные фонды по остаточной стоимости | 238975,0 | 217250,0 | 195525,0 | 4.3. Нераспределенная прибыль | 0,0 | 0,0 | 45998,1 |
| Итого по разделу 1 | 238975,0 | 217250,0 | 195525,0 | Итого по разделу 4 | 49334,1 | 97432,4 | 201105,3 |
| 2. Оборотные активы |  |  |  | 5. Долгосрочные пассивы | 225000,0 | 150000,0 | 75000,0 |
| 2.1. Запасы | 6942,9 | 7266,2 | 8837,5 |  |  |  |  |
| 2.2 Дебиторская задолженность | 22093,2 | 26246,7 | 30892,3 |  |  |  |  |
| 2.3. Денежные средства | 6263,8 | 16056,6 | 120356,8 |  |  |  |  |
| Итого по разделу 2 | 35299,9 | 49569,5 | 160086,7 | Итого по разделу 5 | 225000,0 | 150000,0 | 75000,0 |
| 3 Убытки |  |  |  | 6. Краткосрочные пассивы |  |  |  |
|  |  |  |  | 6.1 Кредиторская задолженность |  |  |  |
|  |  |  |  | \* поставщикам | 9938,7 | 11350,4 | 12993,4 |
|  |  |  |  | \* по оплате труда | 1854,3 | 1854,3 | 1854,3 |
|  |  |  |  | \* задолженность перед бюджетом | 11580,9 | 15072,5 | 18942,0 |
|  |  |  |  | \* прочие кредиторы | 9385,8 | 8198,3 | 7010,8 |
|  |  |  |  | 6.2 Фонд потребления | 0,0 | 0,0 | 18664,5 |
| Итого по разделу 3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | Итого по разделу 6 | 32759,8 | 36475,6 | 59465,1 |
| Итого по разделам | 274274,9 | 266819,5 | 355611,7 | Итого по разделам | 307093,9 | 283907,9 | 335570,3 |
| "Пробка" | 32819,0 | 17088,4 |  | "Пробка" |  |  | 20041,3 |
| Баланс | 307093,9 | 283907,9 | 355611,7 | Баланс | 307093,9 | 283907,9 | 355611,7 |

Таким образом, видно, что реализация предложенного проекта выгодна для предприятия.

**Список литературы**

1. Бизнес – план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. Уткин Э.А. – М.: Акалис, 1997. – с. 96.
2. Блэквелл Эдвард. Как составить бизнес-план. Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 1996.
3. Грибалев Н.П., Игнатьева И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. – СПб.: Белл, 1994.
4. Как подготовить успешный бизнес-план. Подг. Щудра В.Ф., Величко А.Н. – Киев, 1994.
5. Загвоздкина Г.П., Маслов Е.В. ,Яковенко Л.И. Методическое пособие по написанию и защите курсовых и выпускных квалификационных работ. – Новосибирск, 1997.
6. Уткин Э.А. Бизнес-план: организация и планирование предпринимательской деятельности. – М., 1997.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Таблица 7 **Расчет необходимого исходного сырья**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Годы | Количество, шт. | Используемое сырье на единицу изделия, кг | Всего | |
| Чистая масса, кг | Необходимое сырье, кг |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 (гр. 3 \* гр. 4) | 6 (гр. 5 \* 1,2) |
| Консервированные компоты, 0,33 л | 2009 | 48000 | 0,2 | 9600 | 11520 |
| 2010 | 52800 | 0,2 | 10560 | 12672 |
| 2011 | 58080 | 0,2 | 11616 | 13939 |

Таблица 8 **Расчет общей потребности оборудования по годам**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование оборудования | Необходимая масса исходного сырья, кг | | | Технологический коэффициент, Кт | Годовой фонд эффективного рабочего времени, ГФРВ | Произво-дитель-ность, кг/ч | Количество единиц оборудования (К) | | |
| 2009 | 2010 | 2011 | в 2009 г. | в 2010 г. | в 2011 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 = гр. 3 \* гр. 6 / (гр. 7 \* гр.8) | 10 = гр. 4 \* гр. 6 / (гр. 7 \* гр.8) | 11 = гр. 5 \* гр. 6 / (гр. 7 \* гр.8) |
| 1 | Машина для резки фруктов | 11520 | 12672 | 13939 | 1 | 2011 | 7,5 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | Конвейер | 11520 | 12672 | 13939 | 1 | 2011 | 12 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | Упаковочное оборудование | 11520 | 12672 | 13939 | 3 | 2011 | 12 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | Поддоны | 11520 | 12672 | 13939 | - | 2011 |  | 5 | 5 | 5 |

Таблица 9 **Стоимость основных производственных фондов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид и наименование ОПФ | Предприятие производитель | 2009 год | | | 2010 год | | | 2011 год | | | Всего руб. |
| Коли-чество, шт. | Цена, руб. | Всего, руб. | Коли-чество, шт. | Цена, руб. | Всего, руб. | Коли-чество, шт. | Цена, руб. | Всего, руб. |
| 1 | Машина для резки фруктов | ООО "Феррон" | 1 | 49200 | 49200 | - |  |  | - |  |  | 49200 |
| 2 | Конвейер | ООО "Феррон" | 1 | 198000,0 | 198000 | - |  |  | - |  |  | 198000 |
| 3 | Упаковочное оборудование | ООО "Феррон" | 2 | 4250,0 | 8500 | - |  |  | - |  |  | 8500 |
| 4 | Поддоны | Дерево-обрабатывающее предприятие ООО "Вирт" | 5 | 1000 | 5000 |  |  |  |  |  |  | 5000 |

Таблица 11 **Стоимость сырья и вспомогательных материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Виды и наименование сырья и вспомога-тельных материалов | Ед. изм. | 2009 год | | | 2010 год | | | | | 2011 год | | | | |
| Коли-чество | Цена едини-цы ресур-са, руб. | Стои-мость, руб. | Коэффициент роста объема выпуска продукции | Коли-чество с учетом роста объемов | Индекс цен на сырье, материалы, топливо и энергию | Цена с учетом индекса цен, руб. | Стои-мость, руб. | Коэффициент роста объема выпуска продукции | Количество с учетом роста объемов | Индекс цен на сырье | Цена с учетом индекса цен, руб. | Стои-мость, руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 = гр. 4 \* гр. 5 | 7 | 8 = гр. 4 \* гр. 7 | 9 | 10 = гр. 5 \* гр. 9 | 11 = гр. 8 \* гр. 10 | 12 | 13 = гр. 8 \* гр. 12 | 14 | 15 = гр. 10 \* гр. 14 | 16 = гр. 13 \* гр. 15 |
| 1 | Фрукты замороженные | кг | 11520 | 12,0 | 138240 | 1,1 | 12672,0 | 1,1 | 13,0 | 164229,1 | 1,1 | 13939,2 | 1,1 | 13,9 | 193297,7 |
| 2 | Вода питьевая фильтрованная | кг | 4608,0 | 8,5 | 39168,0 | 1,1 | 5068,8 | 1,1 | 9,2 | 46531,6 | 1,1 | 5575,7 | 1,1 | 9,8 | 54767,7 |
| 3 | Сахар | кг | 1645,7 | 19,0 | 31269 | 1,1 | 1810,3 | 1,1 | 20,5 | 37147,1 | 1,1 | 1991,3 | 1,1 | 22,0 | 43722,1 |

Таблица 13 **Планируемая численность персонала и уровень затрат на заработную плату**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Категории работников и занимаемая должность | Число работников, чел. | Тарифная ставка, руб. | Оклад, руб. | Фонд рабочего времени, ч. | Затраты на заработную плату с учетом районного коэффициента, руб. | | |
| 2009 | 2010 | 2011 |
|  | Рабочие основного производства |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Технолог | 1 | 32 |  | 2011 | 80320 | 80320 | 80320 |
|  | Специалисты и служащие |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Директор, бухгалтер | 1 |  | 12000 | 2011 | 180000 | 180000 | 180000 |
|  | Итого | 2 |  |  |  | 260320 | 260320 | 260320 |