Содержание

[1. Теоретические основы бизнес-планирования](#_Toc117364156)

[2. Разработка бизнес-плана](#_Toc117364157)

[2.1 Резюме](#_Toc117364158)

[2.2 Общая характеристика предприятия, отрасли, продукции](#_Toc117364159)

[2.3. Анализ рынка и основных конкурентов](#_Toc117364160)

[2.4 Планирование производства](#_Toc117364161)

[2.5 План маркетинговой деятельности](#_Toc117364162)

[2.6 Организационный план](#_Toc117364163)

[2.7. Финансово-экономические риски](#_Toc117364164)

[2.8 Финансовый план](#_Toc117364165)

[Приложение](#_Toc117364166)

[Список использованной литературы](#_Toc117364167)

# 

# 1. Теоретические основы бизнес-планирования

Говоря о главных направлениях в планировании бизнеса, можно сказать, что 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.

Цель разработки бизнес-плана — спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов. Бизнес-план помогает решить следующие проблемы:

* определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
* сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;
* определить лиц, ответственных за реализацию стратегии;
* выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
* оценить производственные и торговые издержки по их формированию и реализации;
* выявить соответствие имеющихся кадров фирмы;
* определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
* оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей;
* предусмотреть трудности, которые могут помешать практическому выполнению бизнес-плана.

Обобщение опыта составления бизнес-плана отечественными предприятиями и организациями позволяют 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.

Чтобы стать жизнеспособным, стабильным и прибыльным, бизнес нуждается в чем-то большем, чем деньги. Он нуждается в планировании.

Существуют две важнейшие причины для подготовки бизнес-плана: убедить посторонних инвесторов в целесообразности вкладывания денег в ваш бизнес или предоставления кредита; сохранять избранный курс и не позволить случайным обстоятельствам отклонить вас от него.[[1]](#footnote-1)

Основной целью бизнес-плана является достижение разумного и выполнимого компромисса между тем, что фирма хочет и что может делать.

# 2. Разработка бизнес-плана

## 2.1 Резюме

Целью проекта является получение прибыли в следующем году в размере 886434 рубля.

Задачами бизнес-плана является подробный анализ рынка, конкурентов, товара; описание производственного, организационного, финансового планов, выявление существующих рисков; расчет экономических показателей.

Инициатор проекта – ООО «Спорт +».

Организация занимается пошивом спортивных костюмов.

Генеральный директор – Перепелкин Сергей Александрович. Возраст 37 лет. Образование высшее экономическое. Опыт работы в коммерческих структурах – 15 лет, в том числе в высшем звене управления – 5 лет.

Главный бухгалтер – Хмельницкая Ольга Андреевна. Возраст 36 года. Образование высшее экономическое. Опыт работы в коммерческих структурах 10 лет, в том числе в производственной сфере – 7 лет.

Основными преимуществами нашей продукции на рынке является ориентированность на покупателей со средним доходом, возможность изменить платье по желанию покупателя, высокое качество, быстрота выполнения заказа, удобное месторасположение магазина.

На данный момент предприятие обладает всеми необходимыми ресурсами. Ежегодно фирма планирует рост производства. В 2006 году объем производства составит 1300 костюмов в год, в 2007г – 1365, в 2008г – 1365. Соответственно выручка от реализации продукции возрастет за три года с 2600000 руб. до 2730000 руб. А чистая прибыль составит в 2006 году 886434 руб., в 2007 г. – 888046 руб., в 2008 г. – 873093 руб.

В настоящее время на новосибирском рынке существует 5 фирм, занимающихся производством спортивных костюмов.

Планируемая рентабельность продаж высокая, при этом возможность отклонение составляет ±2,4, что говорит о том, что финансово-экономические риски не высоки.

Данное предприятие не нуждается в привлечении кредита.

Срок окупаемости составляет 6,4 месяца.

Критический объем продаж – 606 костюмов в год.

Данный проект, безусловно, является целесообразным. Его рентабельность высока на фоне невысокого уровня рисков. Фирма получит прибыль в размере 886434 рублей за первый год.

## 2.2 Общая характеристика предприятия, отрасли, продукции

Инициатор проекта – ООО «Спорт +»

Организационно-правовая форма – общество с ограниченной ответственностью.

Форма собственности – частная.

Адрес: Новосибирская область, пгт Кольцово, 20

Предприятие зарегистрировано 15.03.1999.

Номер регистрационного удостоверения –25648912.

Учредители предприятия: Быков Артем Михайлович (75% уставного капитала), Потапов Альберт Владиславович (25% уставного капитала).

Генеральный директор – Андреев Иван Дмитриевич. Возраст 35 лет. Образование высшее экономическое. Опыт работы в коммерческих структурах – 15 лет, в том числе в высшем звене управления – 5 лет.

Главный бухгалтер – Селезнева Юлия Васильевна. Возраст 34 года. Образование высшее экономическое. Опыт работы в коммерческих структурах 10 лет, в том числе в производственной сфере – 7 лет.

Основной вид деятельности предприятия – пошив спортивных костюмов.

Цель проекта: получение прибыли в размере в размере 650000 рублей.

Миссией предприятия является удовлетворение потребностей молодежи. Анализ рынка показал наличие неудовлетворенного платежеспособного спроса. Рынок является открытым, продукция – конкурентоспособной как по качеству, так и по цене.

Финансово-экономическая целесообразность проекта характеризуется следующими показателями: рентабельность продаж – 29%, рентабельность продукции – 48%.

Финансирование данного проекта планируется осуществлять на основе собственных средств, без привлечения кредитов.

Цены на покупку спортивного костюма составляют 2000 рублей.

Оценку сильных и слабых сторон конкурентов и нашего предприятия можно оценить с помощью таблицы 1

Таблица 1. Анализ сильных и слабых сторон конкурентов и собственного предприятия

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Факторы, характеризующие предприятие | преимущества | недостатки |
| Менеджмент предприятия  - цели и формулируемые стратегии  - система мотивации сотрудников | Максимизация прибыли  Премии |  |
| Производство  - оборудование  - гибкость производственных линий  - качество производственного планирования и управления | Высокотехнологичное  Высокое | средняя |
| Научные исследовательские разработки  - Интенсивность и результаты  - ноу-хау  - использование новых технологий |  | нет |
| Маркетинг  - организация сбыта  - фаза жизненного цикла продукта | Продажа в магазине  3 дня |  |
| Кадры  - возрастная структура  - уровень образования  - квалификация и мотивация труда персонала | 25-40лет  высшее  высококвалифицированные |  |
| Финансы  - доля собственного капитала  - финансовое состояние | 100%  рент-ть = 29% |  |

В таблице 2 приведены сильные и слабые стороны товара.

Из ответов на вопросы, приведенные в таблице 2, можно сделать выводы о сильных и слабых сторонах производимого товара, а следовательно о том, существует ли спрос на производимую продукцию, можно ли на него повлиять и сколько это будет стоить.

Таблица 2. Сильные и слабые стороны товара

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Вопросы | Сильные стороны | Слабые стороны |
| 1 | Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша продукция? | Да |  |
| 2 | Изучены ли вами запросы ваших покупателей? | Да |  |
| 3 | Какие преимущества предоставляет ваша продукция клиентам? | Цена |  |
| 4 | Можете ли вы эффективно донести свою продукцию до тех потребителей, на которых она ориентирована? |  | Не всегда |
| 5 | Может ли ваша продукция успешно конкурировать с продукцией других производителей в отношении:   * качества * цены * месторасположения | Да  Да  Да |  |
| 6 | Есть ли у вас идеи относительно новой продукции? |  | нет |
| 7 | Возможно ли копирование вашей продукции конкурентами? |  | да |
| 8 | Отслеживаете ли вы жалобы покупателей? | да |  |
| 9 | Каково качество вашего обслуживания? | Высокое |  |

Из таблицы можно сделать главный вывод - наиболее сильными сторонами товара являются: четкое определение сегмента рынка, на который ориентирована продукция (молодеж).

К слабым сторонам относятся: не всегда возможно донести информацию до всех потенциальных потребителей, возможность копирования продукции.

## 

## 2.3. Анализ рынка и основных конкурентов

Таблица 3. Наиболее перспективные рынки сбыта можно наблюдать в таблице 3.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Новосибирск | Населенные пункты в радиусе 100 км |
| Уровень спроса | 10000 | 6000 |
| Степень удовлетворения спроса | 80% | 60% |
| Уровень конкуренции | Высокий | средний |
| Доля потребителей, готовых купить продукцию | 75% | 60% |

В Новосибирске существует 5 фирм, производящих спортивные костюмы. В основном они специализируются на продаже костюмов, не выделяя конкретного сегмента, для которой будет производиться данная продукция.

Более подробно информация об основных конкурентах представлена в таблице 4.

Таблица 4. Оценка и анализ конкурентов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристика конкуренции | I | II | III | IV | V |
| 1. 1. Объем продаж за 2004 год (шт.) 2. 2. Занимаемая доля рынка (%) 3. 3. Уровень цен (тыс.руб./шт.) 4. 4. Качество товара 5. 5. Время существования фирмы (лет) 6. 6. Привлекательность внешнего вида | 1500  10.5  3000  высокое  10  среднее | 930  15.5  2500  высокое  7  среднее (в подвале) | 1250  25.0  1500  высокое  более 20  хорошее | 1300  25.0  2000  среднее  3  среднее | 1200  9.0  1800  высокое  5  хорошее |

Создаваемая фирма является конкурентоспособной по сравнению с другими конкурентами. Цены на товар в среднем соответствуют ценам конкурентов, качество высокое.

## 2.4 Планирование производства

В этом разделе бизнес-плана определяется производственная программа предприятия, дается подробное описание производственного процесса с указанием узких с технологической и организационной точек зрения мест и путей их преодоления. Важным аспектом этого раздела является точное определение себестоимости производимого продукта.

2.4.1 Производственная программа предприятия представлена в таблице 5

Таблица 5. Производственная программа предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 2003 | | 2004 | | 2005 | |
| Коэф-т роста объема продукции | Объем выпуска продукции с учетом к-та | Коэф-т роста объема продукции | Объем выпуска продукции с учетом к-та | Коэф-т роста объема продукции | Объем выпуска продукции с учетом к-та |
| Спортивные костюмы | 1,05 | 1300 | 1,05 | 1365 | 1,0 | 1365 |
| В том числе доля реализации костюмов в соответствии с договорами купли-продажи | 1,02 | 100 | 1,1 | 101 | 1,1 | 102 |
| Аксессуары | 1,02 | 6800 | 1,02 | 6936 | 1 | 6936 |
| В том числе доля реализации аксессуаров в соответствии с договорами купли-продажи | 1,01 | 130 | 1,1 | 143 | 1,3 | 186 |
| Итого |  | 8100 |  | 8301 |  | 8301 |

2.4.2 Для подробного изучения технологического процесса необходимо изучить следующую схему

Калька, миллиметровка

Карандаши Моделирование

Резинка ст.

Линейка

###### Стол Раскрой

Ножницы

Иголки

Нитки

Иголки Наметка

Шв. Машинки

Иголки Пошив ( + снятие наметки)

Нитки

Ножницы

Оверлог Обработка оверлогом

Нитки

Ножницы

Утюг Разглаживание

Глад.доска

Замки Фурнитура

Этикетки

Др. аксессуары

Плечики Упаковка

Пакеты

Моделирование. Время, затрачиваемое на первую операцию, составляет 50 минут, на вторую – 50 минут. На данный процесс необходимо 100 минут.

Раскрой. На вторую операцию необходимо затратить 60 минут.

Наметка – на данную операцию необходимо затратить 60 мин.

Пошив на данный процесс затрачивается 60 минут.

Обработка оверлогом – 5 минут.

Утюжка - необходимо затратить 60 минут.

Дополнительные детали – 2 часа.

Упаковка –2 минуты.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что на пошив одного платья необходимо затратить 18 часов, что составляет 3 рабочих дня.

2.4.3 Потребность в основных фондах

Количество единиц оборудования рассчитывается по формуле:

К=М\*Кт / МФРВ\*Пт,

где М – необходимая масса исходного сырья за год (м)

Кт – технологический коэффициент

ГФРВ –годовой фонд рабочего времени (ч)

Пт – производительность (м/ч)[[2]](#footnote-2)

Потребность в швейных машинках:

М=3м\* 1300=3900м

Кт=0,98

ГФРВ=40/60\*264=176

Пт=30м/час

М=3900\*0,98 / 176\*30=3822/5280=0,724

В нашем производстве участвует 1 швейная машинка.

Потребность в оверлоге:

М= 1,1м\*1300=1430м

Кт=0,8

ГФРВ=5м/60м\*264=176ч

Пт=30м/час

М=1430\*0,8/22\*30=1144/660=1,733

В нашем производстве участвует 1 оверлог.

Также в производственном процессе участвуют утюг, гладильная доска, раскроечный стол, мебель для офиса, мебель для кабинета администрации, мебель для склада.

Таким образом, потребность в основных фондах выглядит следующим образом:

1. Оборудование:

1.1 Швейная машинка 1 шт.

Производство – «Подольск»

1.2 Оверлог 1 шт.

1.3 Стулья 2 шт.

1.4 Утюг 1 шт.

1.5 Гладильная доска 1 шт.

1. Мебель для офиса

2.1 Столик 1 шт.

2.2 Стул 2 шт.

2.3 Кондиционер 1 шт.

2.4 Диван 1 шт.

2.5 Телефон 1 шт.

2.6 Зеркала 20м2

1. Мебель для администрации:

3.1 Стол 2 шт.

3.2 Стул 4 шт.

3.3 Компьютер 1 шт.

3.4 Шкаф 1 шт.

3.5 Телефон 1 шт.

1. Мебель для склада:

Полки

* 1. Сан. Узел

Расчеты, связанные с потребностью в основных средствах и их стоимостью представлены в приложении в таблицах А, Б, В

Таблица 6. Потребность в основных фондах (руб)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ОФ | 2006 | 2007 | | 2008 | |
| действующие | Общая потребность | Прирост ОФ | Общая потребность | Прирост ОФ |
| Здания, сооружения | 10000 | 10000 | - | 10000 | - |
| Рабочее оборудование | 26000 | 26000 | - | 26000 | - |
| Прочие | 148000 | 148000 | - | 148000 | - |
| Итого | 184000 | 184000 |  | 184000 |  |

Амортизационные отчисления на основные фонды рассчитываются по формуле:

Н=Фп / Т\*Фп \*100%,

где Фп – первоначальная стоимость основных фондов

Т – нормативный срок службы данного вида основных фондов

Годовая амортизация:

А=Фп\*Н / 100%

Амортизация на швейную машинку:

Н=10000р / 10л\*10000р \* 100%=10%

А=10000р\*10% / 100%=1000р

Амортизация на оверлог:

Н=15000р / 10л\*15000р \* 100%=10%

А=15000р\*10% / 100%=1500р

Амортизация на утюг:

Н=500р / 5л\*500р \* 100%=20%

А=500р\*20% / 100%=100р

Амортизация на гладильную доску:

Н=500р / 10л\*500р \* 100%=10%

А=500р\*10% / 100%=50р

Амортизация на мебель

Н=77000р / 20л\*77000р \* 100%=5%

А=77000р\*5% / 100%=3850р

Амортизация на кондиционер:

Н=15000р / 10л\*15000р \* 100%=10%

А=15000р\*10%/100%=1500р

Амортизация на компьютер:

Н=40000р / 5л\*40000р \* 100%=20%

А=40000р\*20% / 100%=8000р

Годовая амортизация на все виды основных фондов составила 16000р.

2.4.4 План производства

План производства представлен в таблице 6, которая основана на данных таблицы Г приложения.

Таблица 7

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды ресурсов | 2006 | | | | 2007 | | | | 2008 | | | |
| Кол-во натуральных ед-ц | Цена ед-цы | Ст-ть | Ст-ть переходящего запаса | Кол-во натуральных ед-ц | Цена ед-цы | Ст-ть | Ст-ть переходящего запаса | Кол-во натуральных ед-ц | Цена ед-цы | Ст-ть | Ст-ть перех запаса |
| Сырьё:  -ткань  -нитки  -молнии  -аксессуары  Материалы:  -иголки  швейные  ручн.  Булавки  -раскр ножницы  -канц принадлежности  миллиметровка | 1430  3уп  1300  1уп  1уп  2уп  2  4 рул | 280  100  5  30  20  20  50  100 | 400400  300  6500  1000  30  20  40  100  500  400 |  | 1500  4  1365  1,2уп  1,2уп  2,2уп  2  4,2 | 290  100  5  31  21  20  50  105 | 435000  400  6825  1100  37,2  25,2  44  100  520  441 |  | 1700  4  1365  1,3уп  1,3уп  2,3  2  4,2 | 290  100  5  32  22  21  51  110 | 493000  400  6825  1150  41,6  28,6  48,3  102  550  462 |  |
| электрознергия | 3000 кВт | 0,88 | 2640 |  | 3100 кВт | 0,88 | 2728 |  | 3150 кВт | 0,9 | 2835 |  |
| вода | 60 м3 | 2,3 | 138 |  | 65 м3 | 2,33 | 151,5 |  | 68 м3 | 2,4 | 163,2 |  |
| телефон |  |  | 135 |  |  |  | 140 |  |  |  | 150 |  |
| Аренда помещения | 60 м2 | 2000 | 120000 |  |  |  | 120000 |  |  |  | 120000 |  |
| Итого |  |  | 532203 | 33094 |  |  | 567512 | 0 |  |  | 625756 | 0 |

Норма переходящего запаса:

T=Q\*M/Д , где

Q - стоимость сырья, материалов, руб

М – норма переходящего запаса, дней

Д – число дней планируемого периода[[3]](#footnote-3)

Т=225\*30/1,02=33094

2.4.5 Потребность в персонале и зарплате

На предприятии работает персонал, непосредственно участвующий в производственном процессе, администрация и обслуживающий персонал

На моделирование необходимо 2 часа, на раскрой – 1 час, на наметку – 1 час, на пошив (исходя из производительности швейной машинки) – 40 минут, на обработку оверлогом – 5 минут, на утюжку – 1 час. В сумме на эти процессы необходимо затратить 6 часов, т.е. 1 рабочий день. Исходя из планируемых объемов производства, на эти операции необходим 1 человек.

Дополнительная работа занимает 14 часов, 2 рабочих дня. Следовательно, для того, чтобы производственный процесс был постоянным, на эту операцию необходимо 2 человека.

Годовой фонд рабочего времени каждой швеи-мотористки составляет 360 часов. Заработная плата – почасовая. Час = 150 руб. Затраты на заработную плату составляют 162000 руб.

Годовой фонд рабочего времени уборщицы составляет 240 часов, часовая тарифная ставка – 100 руб. Затрата на з/п – 24000 руб.

2 продавца работают через день, меняя друг друга. 1 час рабочего времени стоит 120 рублей. Они работают 7 дней в неделю, 10 часов в день. Их заработная плата составляет 7000, т.е. каждая из них получает 8400 рублей в месяц, годовые затраты на з/п – 100800 руб.

Заработная плата директора и бухгалтера зависит от прибыли предприятия (они являются учредителями). В среднем их месячная заработная плата составляет 15000 рублей.

Таблица 8. Потребность в персонале и заработной плате

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| работники | 2006 | | | | 2007 | | 2008 | |
| Потребность, чел | Среднегодовая з/п | Затраты на з/п | Начисления на з/п | Затраты на з/п | Начисления на з/п | Затраты на з/п | Начисления на з/п |
| директор | 1 | 180000 | 180000 | 64080 | 190000 | 67640 | 195000 | 69420 |
| бухгалтер | 1 | 180000 | 180000 | 64080 | 190000 | 67640 | 195000 | 69420 |
| швея | 3 | 162000 | 162000 | 57672 | 162000 | 57672 | 162000 | 57672 |
| Уборщиц  продавец | 12 | 24000  100800 | 24000  100800 | 8544  35885 | 24000  100800 | 8544  35885 | 24000  100800 | 8544  35885 |

Вспомогательные данные рассчитаны в приложении в таблице Д.

2.4.6 Калькуляция себестоимости

Таблица 9

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 2006, V произв-ва=1300 | | 2007, Vпроизв-ва=1365 | | 2008, Vпроизв-ва=1365 | |
| На ед-цу продукции | всего | На ед-цу продукции | всего | На ед-цу продукции | всего |
| 1. Объем продаж, выручка от реализ-ции (без НДС) | 2000 | 2600000 | 2000 | 2720000 | 2000 | 2750000 |
| 2. Себестоимость |  |  |  |  |  |  |
| Сырье и материалы | 314,8 | 409290 | 1539,6 | 500372 | 1601,4 | 536473 |
| Вода | 0,53 | 138 | 0,58 | 151,5 | 0,48 | 163,2 |
| Электроэнергия | 10,09 | 2640 | 8,39 | 2728 | 8,46 | 2835 |
| Затраты на оплату труда | 2487,69 | 646800 | 2051,69 | 666800 | 2020,3 | 676800 |
| Начисления на З/П | 885,62 | 230261 | 730,4 | 237381 | 719,23 | 240941 |
| Амортизация | 61,54 | 16000 | 49,23 | 16000 | 47,76 | 16000 |
| Расходы на рекламу | 19,23 | 5000 | 14,15 | 4600 | 13,43 | 4500 |
| Аренда | 461,54 | 120000 | 369,23 | 120000 | 358,21 | 120000 |
| ИТОГО по разделу 2 | 1100 | 1430129 | 4763,2 | 1548033 | 4769,29 | 1597712 |
| 3. Налоги, относимые на финансовый результат |  |  |  |  |  |  |
| Налог на имущество (2.2%) | 2,5 | 3256 | 2,3 | 3256 | 2,4 | 3256 |
| Налог на рекламу (5%) | 0,188 | 245 | 0,168 | 230 | 0,0,165 | 225 |
| ИТОГО по разделу 3 | 2,7 | 3510 | 2,55 | 3486 | 2,55 | 3481 |
| 4. Балансовая прибыль | 897,2 | 1166361 | 856,03 | 1168481 | 4218,61 | 1148807 |
| 5. налог на прибыль (24%) | 215,3 | 279927 | 206,9 | 280435 | 202 | 275714 |
| 6. Чистая прибыль | 682 | 886434 | 650,6 | 888046 | 639,6 | 873093 |

## 2.5 План маркетинговой деятельности

В этом разделе описана стратегия маркетинга, заключающаяся в приведении возможностей предприятия в соответствие с ситуацией на рынке.

Анализ ценовой политики представлен в таблице 10.

Таблица 10. Анализ ценовой политики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| вопрос | Характеристика фактического состояния дел | Прогноз положения дел |
| 1. насколько цены отражают издержки предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него? | Цены на товар средние, что дает возможность конкурировать с другими фирмами, цены удовлетворяют спросу | Цены планируется оставить на том же уровне |
| 2. какова вероятная реакция покупателей на повышение (понижение) цен? | Повышение цен снизит спрос на товар, но не намного, и наоборот | Повышение цены не ожидается |
| 3. как оценивают покупатели уровень цен на товары вашего предприятия? | Покупатели удовлетворены, т.к. за приемлемую для них цену, они могут купить товар высокого качества | Цены на прежнем уровне |
| 4. используется ли предприятием политика стимулирования цен? | да | Продолжение ее использования |
| 5. как действует предприятие, когда конкуренты изменяет цены? | Тоже изменяет, но в разумных пределах |  |
| 6. известны ли цены на товар вашего предприятия потенциальным покупателям?  7. как относятся покупатели к установленным вами ценам?  8. используется ли предприятием политика стандартных цен? | Да  Положительно  нет |  |

Планируемая цена определяется следующим образом:

Ц = (Сс+П)+НДС,

где

Ц – цена

Сс – полная себестоимость единицы продукции, руб

П – планируемая прибыль на единицу продукции

НДС – налог на добавленную стоимость[[4]](#footnote-4)

Ц = 1100+682+220 = 2922 руб.

Коэффициент эластичности =  ,

где

Q1,Q2 – объемы продаж планируемого предприятия и основного конкурента

Р1,Р2 – цены единицы продукции планируемого предприятия и основного конкурента.[[5]](#footnote-5)

К =  = 0,3

0,3<1, следовательно спрос неэластичен по цене, то есть изменение цены единицы продукции на 1% повлечет изменение объема продаж в натуральных единицах меньше чем на 1%.

Не менее важным является выбор ценовой стратегии. Так как фирма существует уже несколько лет на рынке, то она придерживается стратегии высокого качества и высокой цены.

Планируется осуществить рекламную компанию через СМИ.

* 1. Бесплатная реклама в газете
  2. Платная реклама в газете и журнале
  3. Рекламный щит в центре города, рядом с нашим магазином.

Методы стимулирования продаж, формирования спроса и организация послепродажного сервиса представлены в таблице 11.

Таблица 11. Анализ системы формирования спроса и стимулирования сбыта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| вопрос | Характеристика и оценка фактического состояния дел | прогноз |
| Есть ли программа ФОССТИС? | да | да |
| Каковы результаты ее реализации? | Повышение спроса на товар | Усовершенствование |
| Какие приемы ФОССТИС используются | Скидки | Скидки |
| Какова эффективность каждого приема | средняя | Повышение |
| Используете ли вы рассрочку и другие виды кредита? | нет | нет |
| Передаете ли вы образцы товара на пробу? | нет | нет |
| Какие каналы распространения вы используете? | Пресса, радио, телевидение | выставки |
| Какие каналы наиболее эффективны? | телевидение | телевидение |
| Какие приемы побуждения сбытового персонала вы применяете? | Поощрения, бонусы | Надбавки |
| Используете ли вы премиальную торговлю? | нет | да |
| Соответствует ли торговая сеть поставленным целям фирмы? | да | Да |
| Специализируется ли персонал по рынкам и товарам? | да | да |
| Как определяются предполагаемые объемы продаж? | Исходя из предполагаемого спроса на товар | Исходя из предполагаемого спроса на товар |
| Как оцениваются результаты работы торгового персонала? | Исходя из количества продаж | Исходя из количества продаж |
| Какие цели поставлены перед рекламой? | Обратить внимание потенциальных покупателей | Обратить внимание потенциальных покупателей |
| Как оценивают покупатели качество ваших рекламных текстов? | средне | Высоко |
| Какими критериями вы пользуетесь при выборе каналов распределения рекламы | Наибольшей эффективностью | Наибольшей эффективностью |
| Прослеживается ли связь между активностью рекламы и уровнем сбыта, уровнем прибыли? | да | Да |
| Имеется ли у вашей фирмы стиль? | нет | Да |
| Хорошо ли заметен ваш товарный знак среди конкурирующих? | да | да |
| Насколько упаковка способствует увеличению продаж? | Упаковка не имеет значения | Упаковка не имеет значения |
| Сохраняет ли упаковка товар от повреждения? | да | да |
| Облегчает ли упаковка работу продавца? | нет | Нет |
| Можно ли использовать упаковку после изъятия из нее товара? | да | Да |
| Узнаваем ли товар среди других? | да | Да |
| Соответствуют ли варианты партионности требованиям данного рынка? | да | да |

## 2.6 Организационный план

Форма собственности – Общество с ограниченной ответственностью.

Организационная структура имеет следующий вид:

Директор

Бухгалтер швея 1 швея 2 швея 3 Уборщица

Перечень рабочих:

Генеральный директор –Перепелкин Сергей Александрович. Возраст 37 лет. Образование высшее экономическое. Опыт работы в коммерческих структурах – 15 лет, в том числе в высшем звене управления – 5 лет.

Главный бухгалтер – Хмельницкая Ольга Андреевна. Возраст 36 года. Образование высшее экономическое. Опыт работы – 10 лет.

Швеи-мотористки:

1. Иванова Анна Михайловна. Возраст 25 лет. Образование среднее специальное, специальность – закройщик-портной. Опыт работы – 5 лет.
2. Попова Светлана Ивановна. Возраст 33 год. Образование среднее специальное, специальность – закройщик-портной. Опыт работы – 10 лет.
3. Грещук Татьяна Александровна. Возраст 35 лет. Образование – среднее специальное, специальность – закройщик-портной. Опыт работы – 10 лет.

Продавцы:

1. Врунова Валентина Алексеевна. Возраст 27 лет. Образование высшее экономическое.
2. Пестрекова Мария Степаносна. Возраст 23 лет. Образование – высшее педагогическое.

Уборщица –Милюкова Мария Михайловна. Возраст 46 лет.

Эффективность оргструктуры определяется по формуле:

К = 1 - 

где

З – затраты на управление, приходящиеся на одного работника.

Л – удельный вес численности управленческих рабочих в общей численности

Фо – фондоотдача

Фв – фондовооруженность[[6]](#footnote-6)

К = 1-  = 1-0,002 = 0,992, что говорит об эффективности организационной структуре.

## 2.7 Финансово-экономические риски

В данном разделе приведен перечень рисков, из которых выбраны наиболее важные.

Таблица 12 Финансово-экономические риски

|  |  |
| --- | --- |
| Виды рисков | Отрицательное влияние на прибыль |
| 1. Неустойчивость спроса 2. Снижение цен конкурентов 3. Увеличение производства у конкурентов 4. Рост налогов 5. Снижение платежеспособности потребителей 6. Рост цен на сырье, материалы   7. Недостаток оборотных средств | Падение спроса с ростом цен  Снижение цен  Падение продаж или снижение цен  Уменьшение чистой прибыли  Падение продаж  Снижение прибыли из-за роста себестоимости  Снижение объемов производства |

Риск рассчитывается следующим образом:

1. За предыдущие 6 лет уровень рентабельности составлял: 7, 11, 13, 10, 6, 8%.
2. планируемый уровень рентабельности – 10 %
3. Средневзвешенная рентабельность = 1/6·7+1/6·11+1/6·13+1/6·10+1/6·6+1/6·8 = 9,17
4. Дисперсия = (7-9,17)2·1/6+(11-9,17)2·1/6+(13-9,17)2·1/6+(10-9,17)2·1/6+(6-9,17)2·1/6+(8-9,17)2·1/6 = 5,91
5. Стандартное отклонение =  = =2,4

Это означает, что вероятное отклонение рентабельности продукции от средней величины составляет ±2,4, т.е. по пессимистическому прогнозу можно ожидать, что рентабельность составит 7,6%, а по оптимистическому – 12,4%. Здесь присутствует незначительный риск, т.к. планируемый уровень рентабельности – 10%.

## 2.8 Финансовый план

В данном разделе обобщаются все предшествующие материалы разделов и представляются они в стоимостном выражении.

Таблица 13. Распределение чистой прибыли (планирование средств фондов накопления и потребления)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | показатели | 2006 | 2007 | 2008 |
| Фонд накопления | | | | |
| 1 | Чистая прибыль | 886434 | 888046 | 873093 |
| 2 | Источники формирования средств фонда накопления |  |  |  |
| 2.1 | Остатки ср-в фонда на начало периода | 2650 | 29911 | 52292 |
| 2.2 | Амортизационные отчисления | 16000 | 16000 | 16000 |
| 2.3 | Отчисления от чистой прибыли | 279927 | 280435 | 275714 |
| 2.4 | Прирост устойчивых пассивов | 5000 | 3000 | 2000 |
| 3 | Всего источников | 303577 | 329346 | 346006 |
| 4. | Направления использования средств фонда накопления |  |  |  |
| 4.1 | Уплата % за пользование кредитом |  |  |  |
| 4.2 | Затраты на приобретение основных средств | 174000 | 174000 | 174000 |
| 4.3 | Затраты на прирост оборотных средств | 50000 | 60000 | 80000 |
| 4.4 | Погашение долгосрочного кредита |  |  |  |
| 5 | Всего затрат | 224000 | 234000 | 254000 |
| 6 | Излишек средств | 79577 | 95346 | 92006 |
| 7 | Недостаток средств |  |  |  |
| Фонд потребления | | | | |
| 1 | Чистая прибыль | 886434 | 888046 | 873093 |
| 2 | Источники формирования средств потребления |  |  |  |
| 2.2 | Отчисления от чистой прибыли | 279927 | 280435 | 275714 |
| 2.3 | Прочие поступления |  |  |  |
| 2.4  2.5 | Фонд оплаты труда  Остатки средств | 650000 | 660000  83461 | 665000  94042 |
| 3 | Всего источников | 929927 | 1023896 | 1034756 |
| 4 | Направления использования фонда потребления |  |  |  |
| 4.1 | Оплата труда | 646800 | 666800 | 676800 |
| 4.2 | Долевое участие в строит-ве жилого дома |  |  |  |
| 4.3 | Социальные и трудовые выплаты работникам | 50000 | 70000 | 80000 |
| 4.4 | Премирование | 100000 | 150000 | 170000 |
| 5 | Всего затрат | 796800 | 886800 | 926800 |
| 6 | Излишек средств | 133127 | 137096 | 107956 |
| 7 | Недостаток средств |  |  |  |

Таблица 14. Баланс денежных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | показатели | На 1.01.06 | На 1.01.07 | На 1.01.08 |
| 1 | Денежные средства на начало периода | 213148 | 377551 | 860211 |
| 2 | Денежные поступления |  |  |  |
|  | Выручка от реализации | 2600000 | 2720000 | 2750000 |
|  | Кредиты |  |  |  |
|  | Прирост устойчивых пассивов | 5000 | 3000 | 2000 |
| 3 | Всего поступлений | 2300000 | 2958000 | 3017000 |
| 4 | Платежи на сторону |  |  |  |
|  | Затраты на производство продукции (без амортизации) | 1387425 | 1532033 | 1581712 |
|  | Уплата налогов, относимых на финансовый результат | 3510 | 3486 | 3481 |
|  | Уплата % за кредит |  |  |  |
|  | Прирост оборотных средств | 50000 | 60000 | 80000 |
|  | Погашение кредита |  |  |  |
|  | Уплата НДС | 413100 | 526500 | 542700 |
|  | Уплата налога на прибыль | 279927 | 280435 | 275714 |
| 5 | Всего платежей | 2133962 | 2402454 | 2483307 |
| 6 | Остаток денежных средств на конец периода | 379186 | 933097 | 1393904 |

Таблица 15. Доходы и затраты

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | показатели | 2006 | 2007 | 2008 |
| 1 | Доходы (выручка) от реализации | 2600000 | 2720000 | 2750000 |
| 2 | Полная себестоимость | 1430129 | 1548033 | 1597712 |
|  | Условно-переменные затраты | 409290 | 500372 | 536473 |
|  | Условно-постоянные затраты | 1020839 | 1047661 | 10612399 |
| 3 | Налоги, относимые на финансовый результат | 3510 | 3486 | 3481 |
| 4 | Балансовая прибыль | 1166361 | 1168481 | 1148807 |
| 5 | Налог на прибыль | 279927 | 280435 | 275714 |
| 6 | Чистая прибыль | 886434 | 888046 | 873093 |
| 7 | Рентабельность продукции, % | 61,98 | 57,37 | 54,6 |
| 8 | Рентабельность продаж, % | 34,1 | 32,6 | 31,7 |

Рентабельность продукции = Чист. Прибыль / полн. себестоимость\*100% = 886434/1430129\*100% = 61,98%

Рентабельность продаж = чист.прибыль / доход \*100% = 886434/2600000\*100% = 34,1%

Критический объем производства:

Vкр=УПЗ / Ц – УППЗ,

где УПЗ – сумма условно-постоянных затрат (руб)

Ц – цена единицы продукции, руб

УППЗ – сумма условно-переменных затрат на единицу продукции, руб

2004 год: Vкр =  = 606, т.е. при выпуске 606 костюмов в год предприятие не будет нести убытков, но и прибыли тоже не будет.

Сроки окупаемости:

Т = ЗПФ / (V/360)

Где ЗПФ – запас финансовой прочности

ЗПФ = V – Vкр

V – планируемый объём производства за первый год.

Т =  = 192,8 день или 6,4 месяца.

Таблица 16. Прогнозный баланс активов и пассивов предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| актив | 2006 | 2007 | 2008 | пассив | 2006 | 2007 | 2008 |
| 1. Внеоборотные активы    1. основные фонды    2. амортизация    3. осн фонды по остаточной ст-ти | 174000  16000  158000 | 158000  16000  142000 | 142000  16000  126000 | 4. Капитал и резервы  4.1 уставный фонд  4.2 специальные фоны  4.3 нераспред прибыль | 421000  79577 | 421000  95346  421655 | 421000  92006  898132 |
| Итого | 158000 | 142000 | 126000 | Итого | 500577 | 938001 | 1411138 |
| 1. Оборотные активы    1. запасы    2. дебиторская задолженность    3. денежные средства | 33094  379186 | 933097 | 1393904 | 5. задолженность по кредиту |  |  |  |
| Итого | 310492 |  |  | Итого |  |  |  |
| 3. убытки |  |  |  | 6. краткосрочные пассивы  6.1 кредиторская зад-ть  6.2 фонд потребления | 133127 | 137096 | 107956 |
| Итого по разделам | 633704 | 1075097 | 1519094 | Итого по разделам | 633704 | 1075097 | 1519094 |
| Баланс | 633704 | 1075097 | 1519094 | Баланс | 633704 | 1075097 | 1519094 |

# 

# Приложение

Таблица А. Расчет необходимой массы исходного сырья

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | годы | Количество м. | Вес единицы изделия, кг | Всего | |
| Чистый вес, кг | Масса необходимого сырья, кг |
| Ткань | 2006  2007  2008 | 3900  4095  4095 | 1  1  1 | 3900  3970  3980 | 3898,6  4093,6  3093,6 |

Таблица Б. Расчет общей потребности оборудования по годам

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование оборудования | Необходимая масса исходного сырья | | | Технологический коэффициент (Кт) | Годовой фонд эффективного рабочего времени (ГФРВ) | Производительность м/ч (Пт) | Количество единиц оборудования (К) | | |
| 2006 | 2007 | 2008 |  |  |  | 2006 | 2007 | 2008 |
| 1  2 | Швейная машинка  Оверлог | 3900  1320 | 4095  1330 | 4095  1340 | 0,98  0,8 | 176  22 | 30  30 | 1  1 | 1  1 | 1  1 |

Таблица В. Стоимость основных производственных фондов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Основные фонды | Кол-во ед. | Цена за ед. (руб) | Стоимость (руб) |
| 1. Оборудование   - шв. Машинка   * оверлог * стул * утюг * глад.доска  1. Мебель для офиса  * столик * стул * кондиционер * диван * зеркала * телефон  1. Мебель для каб. Администрации  * стол * стул * шкаф * телефон  1. Мебель для склада  * полки  1. Сан. Узел 2. Косметический ремонт помещения | 1  1  2  1  1  1  2  1  1  30м3  1  2  4  1  1 | 10000  15000  500  500  500  10000  2000  15000  20000  500  2000  5000  1000  15000  2000  10000  20000  20000 | 10000  15000  1000  500  500  10000  4000  15000  20000  15000  2000  10000  4000  15000  2000  10000  20000  20000 |

Итого стоимость основных фондов на 2006 год составила 174000 рублей. В последующие годы покупка основных средств не планируется.

Таблица Г. Стоимость сырья вспомогательных материалов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды сырья и материалов | 2006 | | | 2007 | | | | | |
| Кол-во, м | Цена, руб | Ст-ть, руб | К-т роста | Кол-во с учетом роста | Индекс цен | Цена с учетом индекса цен | Сть-ть, руб |  |
| ткань | 1320 | 284,3 | 375276 | 1,25 | 1650 | 1,05 | 298,5 | 492550 |  |
| Аксессуары | 4520  7800 | 15,1  7 | 68280  54600 | 1,06  1,02 | 4791  7956 | 1,01  1,03 | 16,61  7,21 | 79578,5  5736,3 |  |

Таблица Д. Планируемая численность персонала и уровень затрат на заработную плату

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| работники | Число работников, чел | Тарифная ставка, руб | Фонд рабочего времени за год, ч | Затраты на з/п, руб | | |
| 2006 | 2007 | 2008 |
| директор | 1 |  |  | 180000 | 190000 | 195000 |
| бухгалтер | 1 |  |  | 180000 | 190000 | 195000 |
| швея | 3 | 150 | 360 | 162000 | 162000 | 162000 |
| уборщица | 1 | 100 | 240 | 24000 | 24000 | 24000 |
| продавец | 2 | 120 | 420 | 100800 | 100800 | 100800 |

# 

# Список использованной литературы

1. Бизнес-планирование: Учебник под редакцией В.М. Попова и С.И. Ляпунова.-М.: Финансы и статистика, 2000.-672 с.
2. Бизнес – планирование: Полное руководство / Колин Барроу, Пол Барроу, Роберт Браун.-М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003-400с.
3. Бизнес-планирование. Практическое руководство. В.Г Поляков, В.Д. Маркова.-Новосибирск, «Экор»,1993.-79с.
4. Бизнес-планы. Полное справочное руководство./Под ред. И.М. Степанова –М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2001.-240с
5. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия: Учебник. Практикум.-М.: Финансы и статистика,2004.-336с.
6. Дэвид Г. Бэнгз. Руководство по составлению бизнес-плана. Под ред. Макаревича Л.М.- М.: Издательство «Финпресс», 1998.-256с.
7. Орлова Е.Р. Бизнес–план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании.- М.: Омега-Л, 2004.-160с.
8. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003.-160с.
9. Экономика предприятия: Учебник. Практикум.-3-е изд., перераб., доп..-М.: Финансы и статистика,2004.-336с.
10. экономика предприятия: Учебник/под ред. Н.А. Сафронова.-М.: Юристъ, 2003.-608с.

1. Бизнес-планирование: Учебник под редакцией В.М. Попова и С.И. Ляпунова.-М.:Финансы и статистика, 2000.-423 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Орлова Е.Р. Бизнес–план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании.- М.:Омега-Л, 2004.-83с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Бизнес – планирование: Полное руководство / Колин Барроу, Пол Барроу, Роберт Браун.-М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003-251с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Орлова Е.Р. Бизнес –план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании.-М.:Омега-Л, 2004.-96с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Бизнес-планы. Полное справочное руководство./Под ред. И.М. Степанова –М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2001.-154с [↑](#footnote-ref-5)
6. Орлова Е.Р. Бизнес–план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании.-М.:Омега-Л, 2004.-110с. [↑](#footnote-ref-6)