Содержание

Введение

1. Возможности фирмы (резюме)

2. Виды товаров (услуг)

3. Рынки сбыта товаров (услуг)

4. Конкуренция на рынках сбыта

5. План маркетинга

6. План производства

7. Организационный план

8. Финансовый план

9. Оценка риска и страхование

Заключение

Список использованной литературы

## Введение

Каждая фирма, осуществляя 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. Одним из широко применяемых инструментов планирования и обобщения информации в современной экономике является бизнес-план.

Бизнес-план - это подробный, четко структурированный и тщательно подготовленный документ, описывающий, к чему стремится фирма, как она предполагает добиться поставленных целей и как будет выглядеть после их достижения. Это удобная, общепринятая форма ознакомления потенциальных инвесторов с проектом, в котором им предлагается принять участие. Бизнес-план должен включать в себя следующие разделы: возможности фирмы (резюме); виды товаров (услуг); рынки сбыта товаров (услуг); конкуренция на рынках сбыта; план маркетинга; организационный план; финансовый план; правовое обеспечение деятельности; оценка риска и страхование; приложения.

Актуальность разработки бизнес-планов для современных предприятий состоит в том, что он способен убедить посторонних инвесторов в целесообразности вкладывания денег в бизнес или предоставления кредита, а также помогает сохранить избранный курс деятельности и не позволить случайным обстоятельствам отклонить от выбранной цели.

Целью курсовой работы является разработка бизнес-плана модернизации производства на примере отдельного предприятия.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

определить возможности фирмы;

рассмотреть виды выпускаемых и планируемых товаров;

изучить рынки сбыта товаров;

рассмотреть конкуренцию на рынках сбыта;

разработать план маркетинга;

разработать план производства;

рассмотреть и доработать организационный план;

разработать финансовый план;

определить правовое обеспечение деятельности;

оценить риски и страхование;

Объектом данного курсового проекта является ОАО "Ливгидромаш", на материалах которого была произведена основная работа по изучению представленной темы. ОАО "Ливгидромаш" - предприятие, которое специализируется на выпуске насосов.

## 1. Возможности фирмы (резюме)

ОАО "Ливгидромаш" - это крупное предприятие по производству насосного оборудования. Оно принадлежит отрасли химического и нефтяного машиностроения.

Открытое акционерное общество "Ливгидромаш" - крупнейший поставщик насосного оборудования для нефтегазодобывающей, нефтехимической, судостроительной промышленности, энергетических, коммунальных предприятий, агропромышленного комплекса и других ведущих отраслей народного хозяйства России.

Торговая марка Ливгидромаш известна на европейском и мировом рынках насосов. ОАО "Ливгидромаш" - член Российской Ассоциации производителей насосов, объединивший насосные предприятия России и стран ближнего зарубежья.

В условиях свободного рынка на предприятии не жалеют времени, средств и сил для совершенствования производственного процесса, внедрения прогрессивных технологий, повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Цель настоящего проекта - снизить себестоимость продукции ОАО "Ливгидромаш". В данном проекте предлагается повысить эффективность технологического процесса за счет внедрения новых технологий, что приведет к снижению себестоимости продукции.

В результате реализации проекта себестоимость насосов снизится с 1641 руб. до 1590 руб. за 1 шт., что приведет к увеличению объема реализации, значительному росту прибыли - на 15%.

В целях реализации данного проекта необходимо привлечение инвестиций в размере 430000 руб.

Для осуществления инвестиционного проекта выполнено следующее:

разработан настоящий бизнес-план;

определены поставщики комплектующих и сырья; рынки сбыта;

определен состав технологического оборудования.

Инвестирование средств на модернизацию производства планируется осуществить из собственных средств (ставка дисконта 20%). Средствами для пополнения оборотных фондов предприятие располагает.

Обеспечение производства основными и вспомогательными материалами, комплектующими изделиями будет осуществляться по налаженным связям с поставщиками РФ.

Реализация проекта не требует изменения организационной структуры фирмы, а также изменений в кадровой политике ОАО "Ливгидромаш".

Проект имеет высокий NPV = 12997332,18 руб., следовательно, его необходимо принять, срок его окупаемости с учетом ставки дисконта 20% - 10 месяцев.

Суммарный риск при реализации проекта мал, что дает основание на реализацию проекта.

## 2. Виды товаров (услуг)

ОАО "Ливгидромаш" является крупным предприятием, существующим более 60 лет. Предприятие известно на рынке как успешное, эффективно работающее, выпускающее высокого качества насосов.

Основным видом деятельности ОАО "Ливгидромаш" является производство насосного оборудования.

В номенклатуру выпускаемой предприятием продукции входят различные виды насосов.

Таблица 1 - Динамика производства продукции ОАО "Ливгидромаш"

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Годы | | |
|  | 2005 | 2006 | 2007 |
| 1. Объем товарной продукции | 83673 | 86805,4 | 96955,4 |
| в действующих ценах, тыс. руб. |  |  |  |
| 2. Индекс физического объема | 100 | 100 | 100 |
| товарной продукции,% |  |  |  |
| 3. Основная номенклатура |  |  |  |
| выпускаемой продукции |  |  |  |
| -однофазные насосы | 18913 | 14361,4 | 5257,4 |
| -двухфазные насосы | 27509 | 33052,3 | 45516,6 |
| -трехфазные насосы | 5081 | 5567,1 | 7575,5 |
| -центробежные насосы | 22220 | 22172,8 | 23487,7 |
| -мотонасосы | 4100 | 4454,6 | 6912,8 |
| -запчасти к ППО, насосам и прочая продукция | 5850 | 71972 | 8205,4 |

Для производства продукции основными материалами являются алюминиевые сплавы, лист, порошок огнетушащий, латунь, РТИ, химикаты, краски, пластмассы.

Продукция предприятия применяется во всех отраслях промышленности.

Изготовление и отгрузка готовой продукции производилось в соответствии с заявками потребителей при условии предварительной оплаты. За 2007 г. реализовано продукции на 180495 тыс. руб., больше в сравнении с 2006 годом и составило 44983 тыс. руб. Не значительный рост вызван понижением спроса на выпускаемую продукцию. Исходя из данной ситуации, предприятие вынуждено было снизить цены на ряд изделий. Предприятие имеет товарный знак. По российским меркам качество выпускаемой продукции находится на высоком уровне.

Товарный знак предприятия известен по всему миру. Наиболее ходовым товаром на рынке потребителей являются насосы для добычи высоковязкой нефти и перекачивание газонефтяных смесей. Их отличительная особенность - неприхотливость, простота конкуренции и относительная дешевизна. Отличительные технические показатели ливенских насосов и низкая по сравнению с иностранными конкурентами цена привлекают внимание потребителей из многих стран мира. Сегодня ОАО "Ливгидромаш" имеет взаимовыгодные контракты на поставки оборудования в Германию, Швецию, Испанию, Италию, Португалию, Индию, Иран, Ирак, Китай.

Насосы типа НШ предназначены для нагнетания рабочей жидкости в гидравлические системы привода управления навесными, полунавесными, прицепными орудиями сельскохозяйственных и промышленных тракторов, самоходных сельскохозяйственных и дорожных машин.

Насос центробежный НЦ-60/125 предназначен для перекачивания чистой воды (кроме морской). Применяется на поливомоечных машинах. Возможно применение в комплектации с другими силовыми агрегатами для полива или орошения земель, для перекачки воды из водоемов и емкостей.

Мотонасос МН-7/60 предназначен для забора и подачи воды из открытых водоисточников или емкостей закрытого и открытого типа, с возможным присутствием в ней взвешенных необразивных частиц грунта не более 0,5% по объему для целей: орошения или полива, подачи воды из емкости в емкость, наполнения водой емкостей всех типов и других подобных целей. Колонка водоразборная предназначена для отбора воды из подземного гидранта с целью заправки цистерн пожарных, поливомоечных и других машин (Приложение Б).

Изготовление и отгрузка продукции производится в соответствии с заявками потребителей при условии предварительной оплаты. По российским меркам качество продукции находится на высоком уровне, а по мировым на среднем уровне.

Вся продукция ОАО "Ливгидромаш" сертифицирована.

Гарантией качества является четко организованный контроль за соблюдением государственных стандартов и рецептур. Для этих целей используется самые современные приборы и оборудование.

Продукция ОАО "Ливгидромаш" была внесена в список "100 лучших товаров России".

## 3. Рынки сбыта товаров (услуг)

Предприятие планирует увеличить свой рынок сбыта за счет снижения себестоимости продукции, а также за счет предложения на рынок новых видов товаров.

Для ознакомления со своей продукцией предприятие использует страничку в Internet, где желающий может подробно узнать о продукции производителя, историю завода и многое другое.

Основными потребителями продукции предприятия "Ливгидромаш" являются: АОЗТ "Юкос - Сервис" нефтяной компании "Юкос", МЧС Российской Федерации, АО "Мострансгаз", Министерство энергетики республики Узбекистан, АО "Узмашторг" республики Узбекистан и другие заводы.

ТОО "Алтей", г. Анапа;

ЗАО "Ракурс", г. Волгоград;

ЗАО "Маяк", г. Новосибирск;

ООО "Фоктореал Брукс", г. Нижний Новгород.

ОАО "Ливгидромаш" действует на рынке монополистической конкуренции, состоящего из большого числа независимо действующих продавцов и покупателей данного товара, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен связано с предложением потребителям разных вариантов товаров, отличающихся друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением.

ОАО "Ливгидромаш" использует следующие типы рынков:

1) по сфере общественного производства - рынок товаров материального производства;

2) по характеру конечного использования - рынок товаров производственного назначения;

3) по сроку использования - рынок товаров долговременного пользования;

4) по территориальному охвату - внутренний рынок;

5) по объему реализации - основной рынок.

Предприятие имеет товарный знак. По российским меркам качество выпускаемой продукции находится на высоком уровне.

Конкурентные преимущества:

выгодное географическое положение (центр России);

достаточно низкие цены при хорошем качестве

гибкая система скидок;

транспортные связи (автомобильные дороги, железнодорожный транспорт);

сеть коммуникации (факс, телефон, телетайп, Интернет).

Продукция предприятия применяется во всех отраслях промышленности. Изготовление и отгрузка готовой продукции производилось в соответствии с заявками потребителей при условии предварительной оплаты.

## 4. Конкуренция на рынках сбыта

Продукция ОАО "Ливгидромаш" пользуется устойчивым, причем большим спросом. В современных рыночных условиях в целях конкурентоспособности предприятие выпускает продукцию высокого качества.

Продукция ОАО "Ливгидромаш" хорошо зарекомендовала себя благодаря высоким качественным показателям, которые неоднократно подтверждались и отмечались на различных выставках, ярмарках путем награждения золотыми, серебряными и бронзовыми медалями, дипломами, грамотами. Продукция ОАО "Ливгидромаш" была внесена в список "100 лучших товаров России".

ОАО "Ливгидромаш" действует на рынке монополистической конкуренции, состоящего из большого числа независимо действующих продавцов и покупателей данного товара, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен связано с предложением потребителям разных вариантов товаров, отличающихся друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением.

Конкурентоспособность выпускаемой продукции ОАО "Ливгидромаш" во многом обусловлена философией развития фирмы, которая заложена в выработанной коллективным мнением мотивирующей формулировке:

стратегическое мышление

ориентация на потребителя

постоянные изменения.

ОАО "Ливгидромаш" отличают следующие положительные качества:

1. Рыночная ориентация как результат максимального использования экономических методов управления (аренда, ЦФО), активного развития сбытовой службы, тотального и целенаправленного обучения персонала.

2. Постоянный поиск путей совершенствования структуры предприятия, менеджмента, мотивации труда, ассортиментной политики, дилерской сети, инвестиционной привлекательности фирмы.

Конкурентные преимущества фирмы:

авторитетные позиции на традиционном рынке в течение 20 лет;

цены среднеотраслевые при высоком качестве;

хорошее знание рынка России.

Из приведенной характеристики можно заметить, что в условиях свободного рынка на предприятии не жалеют времени, средств и сил для совершенствования производственного процесса, внедрения прогрессивных технологий, повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции [13]. А качество выпускаемой продукции позволяет предприятию занимать все большую долю рынка в отрасли.

## 5. План маркетинга

Стратегической целью ОАО "Ливгидромаш" является увеличение объемов сбыта продукции, что возможно за счет следующих конкурентных преимуществ товара: ценовое преимущество, качество товара. Достижение этих целей возможно за счет модернизации производства. То есть модернизация производства приведет к снижению себестоимости и к улучшению качества насосов [16].

Ценообразование на предприятии будет производиться по прежней схеме: Цена = Прямые расходы (сырье) + Косвенные + Реализационные расходы + Плановые накопления. С помощью таблицы 2 можем проследить снижение себестоимости. Снижение себестоимости приведет к снижению цены и увеличению накоплений предприятия при увеличении сбыта.

Таблица 2 - Снижение цены насоса НЦ-60/125 в результате реализации проекта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Перечень видов сырья и материалов | | Ед. изм. | Цена за ед. | Нормы на 1 шт до реализации  (после реализации проекта) | Затраты на 1 шт (руб) | Затраты на 1 щт (руб)  в результате реализ. проекта |
| 1 | | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| СЫРЬЕ И МАТЕРИАЛЫ | | | | | | |
| Сталь тонколистовая 1÷б3 | Кг | | 10,32 | 0,314 | 108,90 | 108,90 |
| Сталь сортовая конструкционная СТ45 Ø56 | Кг | | 8,10 | 2,7 | 10,37 | 10,37 |
| Сталь сортовая конструкционная СТ40 Ø56 | Кг | | 9,58 | 7,2 | 7,51 | 7,51 |
| Сталь листовая х/к б1÷ | Кг | | 10,67 | 0,5 | 8,68 | 8,68 |
| Сталь калибров. ст.45 Ø14,8 | Кг | | 8,12 | 1,04 | 0,09 | 0,09 |
| Сталь калибров. шестигранная ст. А20 S24 | Кг | | 9,00 | 0,511 | 0,23 | 0,23 |
| Сталь 45 Ø6 | Кг | | 9,12 | 0,014 | 7,31 | 7,31 |
| Сталь 20В S10 | Кг | | 11,0 | 0,016 | 0,26 | 0,26 |
| Сталь А20 S32 | Кг | | 8,21 | 0,21 | 8,73 | 8,73 |
| Продолжение таблицы 2 |  | |  |  |  |  |
| Сталь 45 шпоночная 8×7 | Кг | | 11,50 | 0,04 | 5 | 5 |
| Сталь А20 S14 | Кг | | 11,00 | 0,035 | 3,2 | 3,2 |
| Проволока Ø3,5÷Ø4÷0,4 | Кг | | 15,00 | 0,072 | 2,5 | 2,5 |
| Прокат свинцовый (аноды) | Кг | | 42,50 | 0,003 | 14,13 | 14,13 |
| Прокат цинковый (аноды) | Кг | | 54,33 | 0,03 | 27 | 27 |
| Шнур резиновый Ø6,3 | Кг | | 50, 20 | 0,06 | 25,6 | 25,6 |
| Паронит | Кг | | 38,33 | 0,144 | 17,9 | 17,9 |
| ИТОГО: | | | | | 247,31 | 247,31 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вспомогательные материалы |  |  |  | 94,01 | 90,2 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ИТОГО: | | | | 94,01 | 90,02 |
| ПОКУПНЫЕ ИЗДЕЛИЯ | | | | | |
| Покупные материалы |  | 10,18 | 1 | 10,18 | 10,18 |
| Болты, гайки | Кг | 27,79 | 0,518 | 10,18 | 10,18 |
| Шайбы пруж.65г. | Кг | 50,00 | 0,08 | 24,60 | 24,60 |
| Шплинты | Кг | 28,00 | 0,0037 | 13,35 | 13,35 |
| Заклепка | Кг | 24,00 | 0,002 | 10,046 | 10,046 |
| Манжеты 41.45×65 | Шт | 10,00 | 5 | 7,59 | 7,59 |
| Табличка | Шт | 5,00 | 1 | 2,5 | 2 |
| Паспорт | Шт | 6,50 | 1 | 3 | 3 |
| Подшипник | Шт | 83,33 | 2 | 46,3 | 44 |
| ИТОГО | | | | 127,746 | 124,946 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Зарплата основная | Руб. | 0 | 98,80 | 99,2 |
| Зарплата дополнительная | Руб. |  |  |  |
| Начисление на зарплату | Руб. |  | 36,26 | 30,5 |
| Производственные расходы | Руб. |  | 1185,60 | 1142,3 |
| ИТОГО: | | | 1320,66 | 1268 |
| Полная себестоимость | Руб. |  | 1320,66 | 1268 |
| Рентабельность | Руб. | 10% | 132,06 | 126,8 |
| Оптовая цена | Руб. |  | 1452,72 | 1394,8 |
| НДС | Руб. |  | 188,8 | 181,3 |
| Отпускная цена | Руб. |  | 1641,57 | 1575,3 |

Из таблицы 2 видно, что модернизация производства снизит цену продукции, что вызовет увеличение спроса у потребителей.

В целях продвижения товара на рынке планируется проводить широкую рекламную компанию, в рамках законодательства РФ.

Реклама ОАО "Ливгидромаш" необходима не только как средство увеличения спроса, а спрос у предприятия высок, но и как средство повышения имиджа предприятия в глазах покупателей и партнеров по бизнесу. Реклама продукции ОАО "Ливгидромаш" ограничивается в средствах массовой информации. Но ее не мешают представлять на рынках и ярмарках, где продукция предприятия не раз награждалась золотыми, серебряными и бронзовыми медалями, а также почетными грамотами и дипломами. Продукция ОАО "Ливгидромаш" была внесена в список "100 лучших товаров России".

Главной целью рекламы и рекламных кампаний на ОАО "Ливгидромаш" является расширение рынка сбыта товаров, повышение имиджа предприятия и его торговых центров.

У ОАО "Ливгидромаш" имеется собственная страничка в Internet, где желающий может подробно узнать о продукции производителя, а также об истории завода и много другое.

Одним из средств рекламы является ежегодный выпуск предприятием календарей, буклетов.

Способ осуществления рекламы ОАО "Ливгидромаш" таков:

на страничке Internet постоянно размещается информация о последних достижениях предприятия в организации производства новых товаров, о социально значимых направлениях деятельности предприятия и т.п.;

распространение собственной печатной продукции в форме фирменных журналов, брошюр, буклетов и т.п., в которых представлена история ОАО "Ливгидромаш", его производственные достижения, общественно полезная деятельность, забота о благе потребителей;

ОАО "Ливгидромаш" заботится о своей высокой репутации, при этом основными критериями престижа являются:

уровень ответственности по отношению к потребителям и местной общественности;

охрана окружающей среды;

финансовая стабильность;

активная инновационная деятельность;

высокое качество товаров и услуг;

рентабельность производства;

забота о рабочих и инженерно-техническом персонале;

высокий профессиональный уровень и компетентность руководителей и т.п.

Прибыль, получаемую от рекламной кампании, следует оценивать по прибыли, получаемой от реализации продукции "Ливгидромаш". При этом будем считать прибыль полученную от рекламной кампании - 11%. В таблице 3 представлена эффективность рекламной кампании.

Таблица 3 - Планируемая эффективность рекламной кампании

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | От реализации продукции, тыс. руб. | От реализации 11% продукции тыс. руб. |
| Выручка | 1392938 | 153223,18 |
| Затраты | 1116857 | 122854,27 |
| Прибыль | 218679 | 24054,7 |

Следовательно, эффективность рекламной кампании составит 153223,18/122854,37 = 1,25 или 125%, что в абсолютном выражении составляет 24054,7 тыс. руб.

Таким образом, для улучшения отношения покупателей к торговой марке "Ливгидромаш" целесообразно провести рекламную кампанию. Эффектом будет получение прибыли, исчисляемой сотнями тысяч рублей, а также существенным повышением имиджа предприятия в глазах покупателей.

В 2008 году предприятие провело маркетинговое исследование по поводу поведения потребителей по отношению к марке "Ливгидромаш". Исследование производилось с помощью анкетирования. Было роздано 170 анкет. Использовалась механистическая выборка респондентов.

Для анализа отношения покупателей к марке составим таблицу 4.

Таблица 4 - Отношение покупателей к марке "Ливгидромаш"

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Категории отношения | Число покупателей, чел. | Доля покупателей,% |
| Очень плохое (А) | 0 | 0,00% |
| Плохое (Б) | 0 | 0,00% |
| Нормальное (В) | 0 | 0,00% |
| Хорошее (Г) | 34 | 16,30% |
| Отличное (Д) | 136 | 83,70% |
| Итого | 170 | 100,00% |

Из таблицы 4 видно, что покупателей, относящихся к марке "Ливгидромаш" очень плохо, плохо или нормально из числа опрашиваемых не обнаружено. Число покупателей относящихся хорошо к торговой марке "Ливгидромаш" составляет 16,3%, другие же 83,7% относятся отлично.

Таким образом, мы видим, что марка "Ливгидромаш" зарекомендовала себя на рынке с самой лучшей стороны. Большинство покупателей считают товары этой марки высокого качества, хорошего имиджа, вполне удовлетворяющих потребности покупателей. И для предприятия в настоящий момент должна быть одной за важнейших задач - снижение себестоимости продукции, что возможно при модернизации производства. Снижение себестоимости продукции вызовет увеличение спроса, улучшит отношение покупателей к продукции предприятия, следовательно, повысит прибыльность предприятия.

## 6. План производства

Производство продукции организуется на существующих производственных площадях ОАО "Ливгидромаш". На предприятии имеются обустроенные подъезды, площади для погрузочно-разгрузочных работ и все необходимые объекты энергообеспечения. Запланировано провести работы по освоению изготовления модельной оснастки на фрезерно-сверлильно-расточном станке модели 6906ВМФ2, разработать и внедрить стенд для сборки роторов насосов типа 14НДСН и 1Д 2000-21, за счет внедрения новой конструкции винтов на насосы типа 3В500/10 упростить технологию изготовления винтов, повысить стойкость фрезы при нарезке винтов.

Планируется также внедрить ряд технологических новшеств с целью снижения трудоемкости и материалоемкости изготовления ряда деталей, это:

внедрение безотходной технологии штамповки из ленты унифицированного ряда регулировочных прокладок на все агрегаты;

внедрение безотходной технологии изготовления кронштейнов ограждения муфт насосов "1Д";

внедрение изготовления корпуса насоса "Бурун" из нурамида, вместо алюминия.

В части литейно-заготовительного производства предусмотрен блок работ по реконструкции коксовых вагранок производительностью 3 тн. /час с переводом на газообразное топливо; решение вопроса изготовления стержней на плацевом участке цеха №15 по новой технологии; реконструкции станции нейтрализации сточных вод с целью замены изношенного оборудования; проектирование и монтаж системы разделения потоков выбитых формовочных смесей ПГС и ЖСС и т.д. (подробнее перечень мероприятий представлен формой ПРиТ №2).

Внедрение безотходной технологии штамповки из ленты унифицированного ряда регулировочных прокладок на все агрегаты предполагает закупку оборудования на сумму 180 тыс. руб. Это позволит снизить затраты на электроэнергию на 6%, кроме того снизит потери до 8%, когда в настоящее время они составляют 11%. То есть произойдет экономия 7% сырья.

В таблице 5 указана потребность предприятия в оборудовании.

Таблица 5 - Потребность в оборудовании

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Цена оборудования, т. руб. | Нормативный срок службы, лет | Амортизация за год, т. руб. | Кол-во выпуск. продукц. в год, шт. | Амортизация на ед. продукции, руб. |
| Оборудование по внедрению безотходной штамповки | 180 | 12 | 15000 | 55000 | 2,73 |
| ИТОГО | 180 | 12 | 15000 | 55000 | 2,73 |

Для работы с новым оборудованием не требуются дополнительные рабочие места, а также сокращения рабочих мест. Требуется обучить работе операторов-контролеров на приобретенном оборудовании, что потребует затрат в размере 10 тыс. руб. Качество продукции будет обеспечиваться отлаженным техническим процессом с соблюдением оптимальных режимов и техническим контролем на всех этапах производства [5]. Сырьем и комплектующими предприятие будет снабжаться регулярно. Материалы, и комплектующие изделия, предполагается получать по прямым договорам с предприятиями РФ. С основными поставщиками имеется предыдущий опыт работы. Потребность предприятия в сырье, материалах и комплектующих на 2009 год приводится в таблице 6.

Таблица 6 - Потребность ОАО "Ливгидромаш" в сырье материалах, комплектующих на 2009 год при производстве насосов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование элементов затрат | Затраты на 1 шт (руб) | Затраты на 55000 шт (руб) |
| 1 | 2 | 3 |
| Сырье и основные материалы | 247,31 | 13602050 |
| Вспомогательные материалы | 90,2 | 4961000 |
| Покупные материалы | 124,95 | 6872250 |
| Полная себестоимость | 1295 | 71225000 |
| Рентабельность | 129,5 | 7122500 |
| Оптовая цена | 1394 | 78347500 |
| НДС | 181,3 | 10219000 |
| Отпускная цена | 1575,3 | 88566500 |

Прогнозируемый объем производства насосов на 2009 год составляет 55000 шт. Уже можем заметить, что с 55000 шт. прибыли будет 17,341500 млн. руб. .

## 7. Организационный план

Структура управления ОАО "Ливгидромаш" является линейно-функциональной (Приложение А). Органами управления предприятия являются:

Общее собрание акционеров;

Совет директоров;

Генеральный директор.

Высшим органом Общества является Общее собрание акционеров, которое избирает членов Совета директоров общества, а также назначает генерального директора. Председатель Совета директоров общества избирается членами Совета директоров. Совет директоров общества состоит из 9 человек, руководство текущей деятельностью общества осуществляется генеральным директором, который избирается сроком на 5 лет. В непосредственном подчинении генерального директора находятся: заместитель генерального директора, помощник генерального директора по кадрам и быту, главный бухгалтер и главный инженер, отдел технического контроля, отдел труда и заработной платы, отдел экономического анализа и. др. Управление производством на ОАО "Ливгидромаш" осуществляет заместитель директора по производству.

В непосредственном подчинении генерального директора находятся: заместитель генерального директора, заместитель генерального директора по капитальному строительству, помощник генерального директора по кадрам и быту, начальник ОТК и ЦЗЛ, главный бухгалтер и главный инженер, ОЭА. ОТиЗ.

Во внутриорганизационной жизни управление производством играет роль координирующего начала, формирующего и приводящего в движение ресурсы организации для достижения ею своих целей.

Структура организации отражает сложившееся в организации выделение отдельных подразделений, связей между этими подразделениями и объединение подразделений в единое целое.

Управление производством на ОАО "Ливгидромаш" осуществляет заместителем директора по производству. Техническое руководство проектом организации и технической подготовки производства осуществляет главный инженер предприятия. Планово-экономические вопросы ведет начальник отдела экономического анализа, вопросы финансово - бухгалтерские - гл. бухгалтер. Заместитель генерального директора осуществляет решение общих вопросов, вопросов маркетинга, сбыта, снабжения. В техническом отделе ведутся разработки новых конструкций изделий, внедрение их в производство. Модернизируют и повышают надежность серийных изделий. Проектируют приспособления и специнструменты, обеспечивающие высокую надежность, производительность. В состав предприятия входит корпуса, где расположены цеха основного и вспомогательного производства.

## 8. Финансовый план

Для осуществления проекта в 2009 г. необходимо приобрести и установить оборудование для внедрение безотходной технологии штамповки из ленты унифицированного ряда регулировочных прокладок на все агрегаты на сумму 180000 руб. Необходимы средства на обучение персонала 10 тыс. руб., и на рекламную кампанию 250 тыс. руб. - итого 430000 руб. Оборудование доставляется, устанавливается и налаживается за счет собственных сил предприятия [7].

Инвестирование средств на модернизацию производства планируется осуществить из собственных средств (ставка дисконта 20%).

В 2007-2009 году объемы реализации насосов будут следующими - таблица 8.

Таблица 8 - Прогноз объема реализации насосов на 2007-2009 гг., руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Период | 01/ 07 | 02/ 07 | 03/ 07 | 04/ 07 | 05/ 07 | 06/ 07 | 07/ 07 | 08/ 07 | 09/ 07 | 10/ 07 | 11/ 07 | 12/ 07 | 1/08-3/08 | 4/08 - 6/08 | 7/08 - 9/08 | 10/08 - 12/08 | 1/2009 - 12/2009 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| Продукт | 2190015 | 2190015 | 2243430 | 2350260 | 2457090 | 2617335 | 2670750 | 2721165 | 2670750 | 2617335 | 2403675 | 2296845 | 5848942,5 | 9614700 | 9828360 | 10683000 | 45402750 |

Из таблицы 8 видно, что объем реализации увеличивается и также как и объем продаж носит сезонный характер: зимой - снижение продаж, летом - увеличение. В лучшем случае объем продаж будет равен объему реализации.

На основе прогноза объема продаж и калькуляции себестоимости составим прогноз доходов и расходов - таблица 9 (Приложение Е). Из таблице 9 видно, что с ростом объектов продаж растут издержки предприятия, а так же растет прибыль ОАО "Ливгидромаш". Предприятие начнет получать чистую прибыль с первого месяца реализации проект.

Изменение прибыли будет изменяться в следующих темпах: на конец второго года по отношению к первому на 10,73%, в третий год почти в 2 раза. То есть реализация проекта принесет существенную прибыль при ежегодном увеличении объемов реализации насосной продукции. Следовательно, реализация проекта приведет к увеличению прибыли, снижению издержек при небольшом увеличении объемов реализации.

Для того, чтобы выяснить, когда проект окупится, составим следующую таблицу, позволяющую узнать величину чистой прибыли предприятия на 2007-2009 годы, а соответственно и срок окупаемости - таблица 10.

Таблица 10 - Расчет чистых доходов и срока окупаемости

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Годы | Прибыль, руб. | Коэффициент дисконтирования,  Кn | Дисконтный доход, руб.  (чист приб. × Кn) |
| 2007 | 3887577 | 1/ (1+0,1) = 0,91 | 3538059,07 |
| 2008 | 4305012 | 1/ ( (1+0,1) \* (1+01)) = 0,826 | 3555939,91 |
| 2009 | 8433200 | 1/ (1+0,1) 3 = 0,751 | 6333333,2 |
| Итого | 16625789 |  | 13426968,18 |

Из таблицы 10 видно, что доходы в конце 1 года составляют 3538059,07 руб.; в конце 2 года - 3555939,91 руб., в конце 3 года - 6333333,2 руб.

С помощью показателя чистой дисконтированной стоимости оценим эффективность проекта:

,



где I - первоначальные инвестиции;

PV - денежный поток в год t (чистая прибыль);

n - жизненный цикл проекта;

r - ставка дисконта.

NPV = - 430000 + 3538059,07 +3555939,91 + 6333333,2 = 12997332,18 (руб)

В первый год прибыль превышает инвестиции на 3538059,07 - 430000= 3108059,07 руб.3108059,07/3538059,07 = 0,87 первого года. Следовательно, срок окупаемости проекта 10 месяцев.

По истечении 3 лет от реализации данного проекта планируется получить прибыль 12997332,18 руб.

Следовательно, проект модернизации производства эффективен.

## 9. Оценка риска и страхование

При реализации данного проекта могут возникать риски - события приводящие либо к потере части ресурсов предприятия, недополучению доходов или появлению дополнительных расходов; либо к увеличению прибыли, сокращению расходов, либо вообще не к чему не приводящие. Каждый из возможных рисков можно отнести к одной из зон, приведенных в таблице 11.

Таблица 11 - Классификация зон риска

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Зона минимального риска | Зона повышенного риска | Зона критического риска | Зона недопустимого риска |
| Незначительные потери прибыли | Потери прибыли при возможности компенсации всех затрат | Потери соизмеримы с доходом от продаж | Потери соизмеримы со стоимостью собственных средств |

Данный проект имеет рискованность в пределах зоны повышенного риска, следовательно, требуется постоянное внимание и опережающая реакция на возможность возникновения и устранения неблагоприятных ситуаций (факторов). Уверенность в положительном результате проекта позволила участникам принять решение о модернизации производства.

Качественный анализ рисков, опираясь на оценку конкурентоспособности продукции ОАО "Ливгидромаш" и системы продвижения ее на рынки сбыта, а также на макроокружение, возможности сырьевого обеспечения, показывает:

в части маркетинга:

рынок насосной продукции требует снижения ее стоимости. Модернизация производства позволит это сделать;

снижение стоимости запорно-пускового устройства приведет к снижению стоимости огнетушителей, следовательно, риски не дополучения прибыли от реализации огнетушителей могут быть сведены к минимуму за счет надлежащего функционирования сбытового подразделения.

в части собственного производства риски связаны в основном с финансовыми аспектами. Снижение этих рисков обусловлено, в основном субъективными факторами, а именно: профессионализмом управленческого состава, налаженной системой управления финансами и регулярным мониторингом текущего состояния денежных потоков, себестоимости и обеспеченности оборотными средствами;

в части привлечения инвестиционных средств для обеспечения проекта риски связаны с отказом или несвоевременным предоставлением кредитов, при этом снижение риска связано непосредственно от инициаторов проекта. То есть в данном случае инвестирование проекта зависит напрямую и в целом от умения преподнести его инвесторам.

Риски прединвестиционной и инвестиционной стадии малы.

В целом проект устойчив к влиянию неблагоприятных факторов, он имеет достаточные финансовые и организационные ресурсы для нейтрализации воздействующих факторов риска эксплуатационного периода.

## Заключение

Применение бизнес-планирования производства продукции создает следующие важные преимущества:

делает возможной подготовку к использованию будущих благоприятных условий;

проясняет возникающие проблемы;

стимулирует менеджеров к реализации своих решений в дальнейшей работе;

улучшает координацию действий в организации;

создает предпосылки для повышения образовательной подготовки менеджеров;

увеличивает возможности в обеспечении фирмы необходимой информацией;

способствует более рациональному распределению ресурсов для производства продукции;

улучшает контроль в организации.

То есть бизнес-план обобщает анализ возможностей для начала производства продукции в конкретной ситуации и дает четкое представление о том, каким образом менеджмент данной компании намерен использовать этот потенциал. Велико его значение для привлечения деловых партнеров, а также для получения финансирования.

Качество бизнес-плана зависит в первую очередь от его структуры, логики построения, последовательности разработки. Правильно разработанный бизнес-план производства продукции дает предприятию конкретный план действия, выполнение которого сулит предприятию определенные выгоды.

В данной курсовой работе составлен бизнес-план модернизации производства, для чего предлагается в 2009 г. приобрести и установить оборудование на сумму 180000 руб., на обучение персонала 10 тыс. руб., и на рекламную кампанию 250 тыс. руб. - итого 430000руб.

Разработанный бизнес-план дал понять о его необходимости для предприятия ОАО "Ливгидромаш", позволил экономически обосновать целесообразность предложений. Так, в результате реализации проекта себестоимость насосов снизится с 414,33 руб. до 393,63 руб. за 1 шт., что приведет к увеличению объема реализации, значительному росту прибыли - на 15%.

Необходимость разработанного бизнес-плана состоит в том, что он дает предприятию конкретную программу действий по модернизации производства, получению прибыли, повышению имиджа предприятия, на что предприятию потребуются средства в размере 430000 руб. Инвестирование средств на модернизацию производства планируется осуществить из собственных средств. Средствами для пополнения оборотных фондов предприятие располагает.

Таким образом, механизм реализации бизнес-плана должен будет высвечивать внутреннее состояние ОАО "Ливгидромаш" и положение относительно других объектов, создавая тем самым условия для своевременного регулирования.

## Список использованной литературы

1. Алексеева ММ. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.
2. Бекетова, О.Н. Бизнес-план: теория и практика: учеб. пособие для вузов / О.Н. Бекетов, В.И. Найденков. - М.: "Приор-издат", 2005. - 288 с.
3. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред.В.М. Попова и С.И. Ляпунова. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 672 с.: ил.
4. Бизнес-план инвестиционного проекта: Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация: Учеб. пособие. - 5-е изд., перераб. и доп. / Под ред.В.М. Попова. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 432 с.: ил.
5. Бизнес-план. Методические материалы. - 2-е изд., доп. / Под ред.Р.Г. Маниловского - М.: Финансы и статистика, 1998. - 160 с.
6. Бизнес-план: рекомендации по составлению. Нормативная база / под ред. А.В. Громков, Е.Г. Четвертаков. - М.: "Книга сервис", 2003. - 320 с.
7. Буров, В.П. Бизнес-план. Теория и практика: учеб. пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломахин, В.А. Морошкин. - М.: Инфра-М, 2004. - 292 с.
8. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план: Методика разработки.25 реальных образцов бизнес-плана. - М.: "Ось - 89", 2000. - 576 с.
9. Грибалев Н.П., Игнатьева И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. СПб.: Изд-во "Белл", 2001.
10. Индрисов А.Б. и др. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. М.: Информ. - изд. дом. "Филин", 2000.
11. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. - М.: Центр экономики и маркетинга. - Изд.2-е, перераб. и доп., 2000. - 256 с.: ил.
12. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план. Учебно-практическое пособие. - М.: "Издательство ПРИОР", 1998. - 96 с.
13. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. - Изд.2-е испр. и доп. - М.: Омега-Л, 2005. - 152 с.
14. Пелих А.С. Бизнес-план. - М.: Издательство "Ось-89", 1998 г. - 96 с.
15. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред.В.М. Попова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 488 с.: ил.
16. Секерин В.Д. Маркетинг / Учебно-практическое пособие. Издание 2-е исправленное и дополненное - М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1999. - 352 с.
17. Сергеев, А.А. Экономические основы бизнес-планирования: учеб. пособие / А.А. Сергеев. - Изд.2-е перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 462 с.
18. Токаренко, Г.С. Основы риск-менеджмента в предпринимательской деятельности / Г.С. Токаренко // Финансовый менеджмент. - 2006. - №1. - С.125-134.
19. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело, - М.: Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ". Издательство ЭКМОС, 1998. - 176 с.
20. Финансовый бизнес-план: учеб. пособие / В.М. Попов, С.И. Ляпунов. - Изд.2-е. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 464 с.
21. Циферблат Л.Ф. Бизнес-план: работа над ошибками. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 144 с.: ил.