**Содержание**

Введение

1. Характеристика бизнес-плана

2. Бизнес-план СК «Партер - Строй»

 3. Анализ рынка и конкуренты

 4 План производства

 5. План маркетинга

 6. Финансовый план и финансовая стратегия

Заключение

 Приложение

 Список используемой литературы

**Введение**

Бизнес-план является одним из первых обобщающих документов обоснования инвестиций и содержит укрупненные данные о планируемой номенклатуре и объемах выпуска продукции, характеристики рынков сбыта и сырьевой базы, потребность производства в земельных, энергетических и трудовых ресурсах, а также содержит ряд показателей, дающих представление о коммерческой, бюджетной и экономической эффективности рассматриваемого проекта и в первую очередь представляющих интерес для участников-инвесторов проекта. Расчеты показателей адаптированы к требованиям и условиям современного отечественного и зарубежного инвестирования.

Бизнес-план является объектом интеллектуальной собственности, предметом коммерческой тайны и подлежит соответствующей защите.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия и в тоже время необходимый инструмент проектно–инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план – одновременно поисковая, научно – исследовательская и проектная работа.

Бизнес – план предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием, независимо от его функциональной ориентации:

организационно – управленческая и финансово – экономическая оценка состояния предприятия;

выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых его сторон;

формирование инвестиционных целей на планируемый период.

В бизнес-плане обосновываются:

общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях рынка;

выбор стратегии и тактики конкуренции;

оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.

Бизнес – план дает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможные прибыли, основных финансово – экономических результатах деятельности предприятия, определяет зоны риска, предлагает пути их снижения. Бизнес – план используется независимо от сферы деятельности, масштабов, собственности и организационно – правовой формы компании. В нем решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими фирмами и организациями.

**1. Характеристика бизнес-плана**

Бизнес – план – это план осуществления бизнес – операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

 Цель разработки бизнес – плана – спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Задачами бизнес – плана является:

- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;

- определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;

 - выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;

- оценить производственные и непроизводственные издержки;

-определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию и т.п.;

- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей и т.д.

**Необходимо отметить, что различные экономисты выделяют несколько разные структуры бизнес – планов, однако все они имеют приблизительно одинаковое строение.**

Порядок изложения концепции является достаточно свободным, однако ее необходимо начинать с главной цели предлагаемого бизнеса (как правило получение прибыли) и назначения разрабатываемого бизнес – плана.

Далее в сжатой форме приводится основная информация о предприятии – дата основания, организационно – правовая форма, учредители, юридический адрес и т.п.

В разделе, характеризующем объект бизнеса, необходимо отметить направленность бизнес – плана (продукция, работы, услуги, создание нового предприятия, развитие действующего, финансовое оздоровление).

Завершает раздел, описание ключевых факторов, которые должны определить успех предлагаемого бизнеса.

Необходимо произвести сегментацию рынка, определить размеры и емкость рынков по продукции предприятия.

Также весьма важным является отслеживание и оценка конкурентов. Необходимо выявить и проанализировать их сильные и слабые стороны.

Необходимо определить возможный объем продаж в натуральном и денежном выражении.

Подразделом организационного плана является правовое обеспечение деятельности предприятия, в котором приводится вся информация о правовых аспектах деятельности (сведения о регистрации, учредительные документы, форма собственности, законодательные ограничения, патентная защита и т.п.).

План производства отражает производственный процесс. Если отдельные операции поручаются субподрядчику, то это должно быть указано.Целесообразно представить производственный процесс с указанием его структуры по трудоемкости. Необходимо отразить потребность в производственных помещениях и их площадь, а также производственную площадь предприятия. необходимо указать потребность в дополнительном оборудовании и материальных ресурсах. Раздел заканчивается расчетом издержек производства и себестоимости производимой продукции.

Особым разделом может быть выделен инвестиционный план, где отражается потребность в инвестициях, а также указывается за счет каких средств будет осуществлено финансирование проекта (собственные и/или заемные средства) и т.п.

План маркетинга – это план мероприятий по достижению намечаемого объема продаж и получению максимальной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей. Необходимо отразить маркетинговую стратегию развития предприятия. Разрабатывая эту стратегию, целесообразно учесть влияние внешнего окружения (тенденции изменения технологий, запросов и мотивации потребителей и т.д.) в целях адаптации предприятия к меняющимся рыночным условиям путем разработки комплекса маркетинга, включающего товарную, ценовую, сбытовую политику и сервисное обслуживание.

Раздел, описывающий потенциальные риски особенно важен, так как фактор риска оказывает большое влияние на финансово – хозяйственную деятельность предприятия.

Методы снижения влияния рисков различны, однако наиболее действенным является коммерческое страхования, создание резервного фонда и функционирование предприятия с большим запасом финансовой прочности.

Важной частью практически любого бизнес – плана является финансовый план. Особое место в финансовом плане следует уделить расчету безубыточности и запаса финансовой прочности.

Запас финансовой прочности представляет собой разницу объема продаж анализируемого года и объема точки безубыточности.

**2. Бизнес-план СК «Партнер-Строй»**

Предприятие СК«Партнер-Строй» направлено на :

создание новых производственных мощностей;

осуществление производства различные виды фигурной тротуарной плитки;

производство сантехники из искусственного камня, заменяющее ее импорт (ванны и умывальники);

создание новых рабочих мест.

привлечение внутренних финансовых ресурсов;

Главной целью настоящего бизнеса является получение прибыли за счет производства и реализации конкурентоспособной продукции.

Целью настоящего бизнес-плана является анализ предполагаемого производства продукции и обоснование решений стратегического планирования СК «Партнер-Строй».

 Необходимые инвестиции для организации серийного производства строительных материалов, указанного вида составляют 709.1 тыс. грн., в том числе средства инвестора в размере 222.2 тыс. грн.

Ежегодный объем прибыли после выхода на планируемый объем продаж (2003 год) составит 611.1 тыс. грн. в ценах 1999 года.

Инвестором является ЗАО «Анилин», который имеет непосредственные интересы в успешной деятельности СК «Партнер-Строй», так как строительно-монтажное управление является его дочерним предприятием.

Инвестиционный кредит является льготным (процентная ставка составляет 11.7 % годовых). Срок его погашения при работе предприятия по запланированному графику – 25 месяцев.

Источником погашения кредита и процентов по нему является прибыль от производства указанных строительных материалов, причем погашение процентов по кредиту начинается через 6 месяцев после начала инвестирования.

Участие инвестора в уставном капитале предприятия и получение процентов позволит ему получить к 2005 году доход равный 274.1 тыс. грн.

Обеспечением заемщика под предоставляемый кредит является залог имущества предприятия и прибыль, получаемая от всех направлений финансово-хозяйственной деятельности.

 Предприятие является юридическим лицом по законодательству Украины. Права юридического лица предприятие приобретает со дня его государственной регистрации.

Предприятие имеет самостоятельный баланс, расчетный. валютный и иные счета в учреждениях банков, печать, штампы, бланки со своим наименованием, а также знак товаров и услуг.

Предприятие учреждено и осуществляет свою деятельность в соответствии с законом Украины «О предприятии в Украине» на основе настоящего Устава и распорядительных документов СК «Партнер-Строй».

 Предметом деятельности предприятия является: производство бетонных смесей, готовых для использования; производство изделий из бетона для использования в строительстве; подготовка строительных участков, снос строений и земляные работы; подготовка участков для горных и прочих работ; строительство незавершенных строений, гражданское строительство; строительство дорог; монтаж и установка сборных конструкций и др.

Предприятие имеет удобно расположенные железнодорожные пути, необходимые энергетические ресурсы, а также квалифицированные инженерные и рабочие кадры.

В последние годы в Украине в частности широкое развитие получило индивидуальное строительство, в том числе жилых домов, офисов, коттеджей, особняков с улучшенной отделкой под «евростандарт». Однако всеобщей экономический кризис и спад, наблюдаемый в большинстве отраслей промышленности, в том числе и в строительстве, привели к тому, что связи с поставщиками были нарушены, создался дефицит строительных материалов, цены на них резко возросли. Наряду с этим предприятие СК «Партнер-Строй» занимается строительством, но для реализации намеченных объемов располагает недостаточной материальной базой и основные строительные материалы приобретает по мировым ценам.

В последнее время все больше внимания уделяется эстетическому оформлению, используя фигурную тротуарную плитку, при создании интерьеров и внешнего оформления дизайнеры могут воплотить в жизнь любую идею.

Столь важные для современного человека помещения, как ванная или санузел, требуют самого серьезного отношения к оборудованию, внешний вид и эксплутационные характеристики сантехнического оборудования зависят от материала, из которого оно изготовлено. Вниманию украинского сантехнического рынка предлагаются ванны и умывальники из искусственного камня, производимые методом формовки из полиэфирной смолы с наполнителем.

**3. Анализ рынка и конкуренты**

Основными пользователями продукции производимой в рамках инвестиционного проекта является ЗАО «Анилин». На притяжении последних трех лет на предприятии интенсивно осваиваются новые технологии, усовершенствуются и модернизируются действующие производства. В 1999 году на правах дочернего предприятия в состав ЗАО«Анилин» вошло «Партнер-Строй». Сейчас ЗАО «Анилин» занимается не только производством химической продукции, но и расширяет свою деятельность в различных направлениях, одним из которых является строительство. За последнее время предприятие расширило свою производственно-техническую базу, сделав упор на новую технологию строительства, основанную по примеру зарубежных строительных фирм на применении новых строительных материалов и конструкций с высокими техническими характеристиками, современных внешним видом и повышенной монтажной готовностью.

По данным статистики, в Украине в 2002-2005 годах индивидуальные застройщики застраивали 62% жилья. Они, как раз, в первую очередь, заинтересованы в применении отечественной сантехники и тротуарной фигурной плитки высокого качества и по доступной цене, придающих не только эстетический вид помещению, но и сокращающий срок ремонта.

В перспективе предполагается и экспорт производимой продукции в качестве расчетов за сырье и оборудование.

Чтобы планирование было полным необходимо оценить возможных конкурентов.

По производству сантехники из искусственного камня на Украине конкурентов нет. На украинском рынке можно встретить ванны фирмы Keramac Италия, а также DELAFOR из Франции. Но цены на них очень высокие, так как все фирмы, торгующие сантехникой, ввозят ее из-за рубежа. Но их продукция является продукцией, предназначенной в основном для последующей ее реализации по индивидуальным заказам, а не для дальнейшего применения в строительстве, включая индивидуальные заказы с использованием специально разработанных для этого проектов элементов отделки сантехники, теплоснабжения и др.

Данные объема продаж импортной сантехники на отечественном рынке составляют: от 40 до 50%. Предлагаемое производство будет функционировать в условиях олигополии по Украине.

Продукция этих фирм по основным качественным характеристикам не уступает нашей. Конкурентное преимущества нашей плитки состоит в более гибкой системе цен, формирующейся за счет более низких издержек производства. Что связано с более низкими по сравнению с конкурентами расходами на транспортировку, транспортно-заготовительными расходами, а также за счет льготных налоговых и таможенных ставок для субъектов СЭЭЗ «Сиваш».

**4. План производства**

Данная электрическая техника прошла этап экспериментального освоения и отработки технологии на предприятии. Трудности в освоении технологии практически отсутствуют, так как СК «Партнер-Строй» специализируется на производстве данной продукции. Сопоставление возможного объема продаж с производственными возможностями предприятия позволяет спрогнозировать объемы производства и реализации продукции на период до 2002 г. Это состояние проиллюстрировано табл. 1.

Производство данных строительных материалов организуется на действующих производственных площадях СК «Партнер-Строй» с использованием существующего оборудования. Однако для серийного производства необходимы затраты на приобретение дополнительного оборудования и оборотных средств, на техническую подготовку производства и его частичную реконструкцию. Потребность в этих средствах указана в табл. 2. Потребность в материальных ресурсах, с указанием основных поставщиков представлена в табл.3.

Производство новых видов строительных материалов не повлечет за собой дополнительного набора персонала и рабочих кадров и их обучения, а требуется лишь определенная перестановка работников.

Смета расходов на производство строительных материалов представлена в табл. 4.

Калькуляция по видам предлагаемых строительных материалов представлена в табл. 5.

**5. План маркетинга**

План маркетинговых действий включает комплекс действий, включая товарную, ценовую, сбытовую и сервисную политику и стратегию.

Товарная политика СК «Партнер-Строй» предполагает обеспечение широкого ассортимента различных видов предлагаемых строительных материалов и гибкое приспособление к рыночным условиям.

Товарная стратегия предприятия предусматривает:

- Создание различных модификаций данной продукции;

- Учет требований потребителя к характеристикам предлагаемой продукции;

- Различный ассортимент существующих форм и цветов;

- Постоянное улучшение качества продукции.

Ценовая политика по производству строительных материалов увязана с общими целями предприятия и включает формирование кратко- и долгосрочных целей на базе издержек производства и спроса на продукцию, а также цен конкурентов.

Ценовая стратегия должна базироваться на товарной политике и предполагает:

 - Использование механизма гибких цен в зависимости от ассортимента продукции;

-Хорошее качество при ценах ниже зарубежных аналогов;

-Разработку системы льгот и скидок в зависимости от условий поставки.

Сбытовая политика ориентирована на формирование и стимулирование спроса на продукцию.

Сбытовая стратегия заключается в:

 Создании и регулировании коммерческих связей; рекламной деятельности в различных формах, участии в выставках и ярмарках и презентации демонстрационных образцов.

Предпродажный сервис ориентирован на постоянное изучение, анализ и учет требований заказчиков с целью совершенствования изделий.

**6. Финансовый план и финансовая стратегия**

Целью разработки настоящего финансового плана является определение эффективности производства данных видов строительных материалов.

Общая потребность в инвестициях, которая определена в п3.6 составляет 709.1 тыс. грн., в том числе в 2002 г. – 271.27 тыс. грн.

Источниками финансирования являются:

Средства инвестора в размере 222.22 тыс. грн. с финансированием во 2 квартале 2002 года;

Собственные средства предприятия в общей сумме 486.89 тыс. грн., в том числе в 2002 г. – 49.05 тыс. грн. (за счет реинвестирования части прибыли и амортизационных отчислений).

План доходов и расходов и расчет чистой прибыли представлен в табл.8.

Производство строительных материалов будет убыточно в течение одного квартала с момента инвестирования. Начиная со 2 квартала, планируется получение прибыли в размере 19 % от объема продаж. В расчетах учтено налогообложение.

Баланс денежных расходов и поступлений представлен в табл.9, где произведена оценка поступления и расходования денежных средств в динамике.

Расчет потребности в оборотном капитале представлен в табл. 10.

При этом расчет произведен исходя из планируемых нормативов оборотных средств по элементам с учетом ускорения оборачиваемости оборотных средств.

Срок окупаемости проекта – 5.5 месяцев с начала инвестирования при ставке за кредит 11.7 %.

Расчет показателей прибыли произведен в табл. 11.

При этом инвестор получит доход в виде процентов в сумме 48.8 тыс. грн. и гарантированный доход в виде дивидендов в сумме 101.08 тыс. грн. Кроме того, участие в прибыли 2005 года позволит получить еще 125 тыс. грн.

При дисконтировании этого дохода процентной ставкой 11.7 % годовых, инвестор получит доход в размере 149.2 тыс. грн. (в номинальной оценке 274.2 тыс. грн.).

Таким образом, прибыль от реализации строительных материалов позволит осуществить финансирование развития производства, погашение кредита и процентов по нему, а также выплату дивидендов всем участникам проекта, начиная с 2004 года (в том числе инвестору, начиная с 2002 года).

График погашения инвестиционного кредита и процентов по нему указан в табл. 12.

Показатель кредитного покрытия инвестиций составляет 33%, соответственно показатель самофинансирования инвестиций – 69%.

Коэффициент покрытия финансово-эксплуатационных расходов составляет 102%. Таким образом, обеспечивается полное покрытие финансово-эксплуатационных потребностей.

Расчет показателей безубыточности и финансовой прочности деятельности СК «Партнер-Строй» позволяет определить объем производства при котором предприятие не несет ни убытков и не получает прибыли.

Расчет безубыточности и финансовой прочности произведен в табл. 13.

Таким образом, точка безубыточности (порог рентабельности) в 2002 году составляет 182.5 тыс. грн.; в 2005 году - 1669.72 тыс. грн. (т.е. объем выручки должен составлять не меньше указанных величин соответственно).

Запас финансовой прочности составляет в 2002 году 220.28 тыс. грн.; в 2005 году - 2983.6 тыс. грн.

**Заключение**

Написание бизнес-плана принесло мне существенную пользу в практике изучения планирования и прогнозирования деятельности предприятия.

Рассмотрев цели и сущность планирования, а также различные аспекты практики составления бизнес-планов, можно сделать вывод, что этот план является неотъемлемой частью внутрифирменного планирования, одним из важнейших документов, разрабатываемых на предприятии, является эффективным инструментом управления, помогает предприятию, определять перспективы роста своего дела, контролировать текущую ситуацию.

Я на практике познакомилась с финансовой отчетностью реально функционирующего предприятия, которому необходимо удерживать свои позиции на постоянно изменяющемся рыке в условиях конкуренции и без бизнес – планирования просто невозможно обойтись. Так сегодня пользуется спросом одна номенклатура товаров, а завтра может быть придется или применять конверсию или существует большая вероятность банкротства и ухода с рынка. Решение же необходимо принимать в кратчайшие сроки, считанные иногда в считанные дни. И бизнес – планирование является важнейшим инструментом в данной ситуации.

**Приложение**

**Таблица 1**

**Объемы реализации и производства продукции 2002-2005 г.г.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Всего выручка по годам** | **Стойка для кафе маленькая** | **Стойка для кафе большая** | **Стойка для бара маленькая** | **-Стойка для бара большая** | **Наименование продукции** |
| - | 15277.7 | 13888.8 | 5555.5 | 4166.6 | **Цена за единицу, грн.** |
|  | - | 10 | 10 | 50 | **количество** | **2002 г.** |
| 402.7 | - | 138.8 | 55.5 | 208.3 | **Сумма, тыс. грн.** |
|  | 25 | 50 | 50 | 50 | **количество** | **2004 г.** |
| 1562.5 | 381.9 | 694.4 | 277.7 | 208.3 | **Сумма, тыс. грн.** |
|  | 50 | 100 | 100 | 50 | **количество** | **2004 г.** |
| 2916.6 | 763.8 | 1388.8 | 555.5 | 208.3 | **Сумма, тыс. грн.** |
|  | 100 | 150 | 150 | 50 | **количество** | **2005 г.** |
| 4708.3 | 1527.7 | 2283.3 | 833.3 | 208.3 | **Сумма, тыс. грн.** |

Таблица 2

Необходимые средства для тех. подготовки и развития производства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **Статья затрат** | **Кол-во оборудования, ед.** | **Сумма затрат, тыс. руб.** | **Поставщик****(города)** |
| Вентиляционная установка  | 1 | 14,00 | Львов |
| Вибростол | 27 | 5,44 | Львов |
| Формы | 53 | 17,37 | Львов |
| Аксессуары | 157 | 11,19 | Львов |
| Приобретение спец. инструмента | 253 | 10,06 | Харьков |
| Технологическая подготовка |  | 2,33 |  |
| Затраты на реконструкцию |  | 60,78 |  |
| Всего  |  | 121,18 |  |

Таблица 3

**Потребность в материалах и комплектующих изделиях**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование материалов** | **2002г.** | **2003 г.** | **2004 г.** | **2005г.** | **Поставщики (города)** |
| В натуральном выражении | Сумма, тыс. грн. | В натуральном выражении | Сумма, тыс. грн. | В натуральном выражении | Сумма, тыс. грн. | В натуральном выражении | Сумма, тыс. грн. |
| Материалы – всего, в т.ч. |  | 58,27 |  | 203,12 |  | 370,60 |  | 1066,32 |  |
| Смола 440-099 | 4,10 | 29,61 | 66,80 | 96,52 | 29,79 | 215,16 | 264,40 | 687,42 | ЗАО «Анилин» |
| Кобальт 9802 | 0,02 | 1,71 | 0,05 | 3,89 | 0,09 | 6,61 | 0,12 | 16,80 | ЗАО «Анилин» |
| Отвердитель К-1 | 0,04 | 2,18 | 0,50 | 27,29 | 1 | 54,58 | 1,6 | 157,20 | ЗАО «Анилин» |
| Гелькоут NGA 100 | 50 | 0,69 | 50 | 0,69 | 50 | 0,69 | 50 | 1,25 | ЗАО «Анилин» |
| Кварцевый песок | 0,01 | 0,25 | 0,05 | 1,25 | 0,07 | 1,75 | 0,12 | 5,40 | ЗАО «Анилин» |
| Мел | 22 | 1,53 | 110 | 7,64 | 220 | 15,28 | 330 | 41,25 | ЗАО «Анилин» |
| Ацетон | 2,75 | 14,60 | 2,75 | 49,58 | 2,75 | 49,58 | 2,75 | 89,25 | ЗАО «Анилин» |
| Паста цветная РС-30Р | 25 | 0,69 | 25 | 0,69 | 25 | 0,69 | 25 | 1,25 | ЗАО «Анилин» |
| Паста полировочная | 72 | 7,00 | 160 | 15,56 | 270 | 26,25 | 380 | 66,50 |  ЗАО «Анилин» |
| Покупные комп-щие изд. – всего. |  | 8,44 |  | 61,22 |  | 105,56 |  | 304 |  |
| Всего |  | 66,72 |  | 264,34 |  | 476,16 |  | 761,29 |  |

Таблица4

**Статьи затрат на производство продукции**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья затрат** | **2002 г.** | **2003 г.** | **2004г.** | **2005г.** |
| Основные материалы | 58,27 | 203,12 | 370,60 | 592,40 |
| Покупные компл. Изделия | 8,44 | 61,22 | 105,56 | 168,89 |
| Трансп.-заготов. Расходы | 3,74 | 14,29 | 26,54 | 42,50 |
| Зар.плата производственных рабочих | 38,06 | 152,10 | 284,76 | 457,01 |
| Премии производственным рабочим | 17,13 | 68,44 | 128,11 | 205,66 |
| Отчисления на соц.нужды производств.рабочих | 21,25 | 84,93 | 158,97 | 255,13 |
| Износ специнструмента | 5,52 | 22,06 | 41,29 | 66,27 |
| Общепроизводственные расходы | 101,93 | 380,28 | 626,39 | 868,47 |
| Общехозяйственные расходы | 8,43 | 30,42 | 56,94 | 91,39 |
| Производственная себестоимость | 262,77 | 1016,85 | 1799,18 | 2747,71 |
| Коммерческие расходы | 3,16 | 15,26 | 35,98 | 68,69 |
| Полная себестоимость объема производства тов.продукции | 265,92 | 1032,10 | 1835,17 | 2816,41 |
| Прибыль | 66,48 | 258,03 | 458,79 | 704,10 |
| Объем производства в оптовых ценах | 332,40 | 1290,13 | 2293,96 | 3520,51 |
| Объем производства в свободных отпускных ценах | 402,78 | 1562,50 | 2916,67 | 4652,78 |

Таблица 5

**Калькуляция к проекту на предлагаемую продукцию, тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рентабельность, % | Свободная отпускная цена | Оптовая цена | Прибыль | Полная себестоимость | Коммерческие расходы | Производственная себестоимость | Общепроизв.и общехоз.расходы | Износ специнструмента | Отчисления на социальные нужды | Премиии производственным рабочим | Зар.плата произв.рабочих | Транс.-заготов.расходы | Покупные комплектующие изделия | Материалы основные | **Статья затрат** |
| 25 | 4166,667 | 3438,889 | 687,7778 | 2751,111 | 32,77778 | 2718,889 | 1127,778 | 56,66667 | 217,2222 | 175 | 388,8889 | 40,55556 |  | 712,7778 | **Стойка д/б бол.** | **2002г.** |
| 25 | 5555,556 | 4578,889 | 916,1111 | 3663,333 | 43,33333 | 3620 | 1127,778 | 56,66667 | 217,2222 | 175 | 388,8889 | 87,77778 | 422,2222 | 1144,444 | **Стойка д/б мал.** |
| 25 | 13888,89 | 11549,17 | 2376,389 | 9172,778 | 108,8889 | 9063,889 | 4269,444 | 213,8889 | 822,2222 | 662,7778 | 1472,222 | 83,33333 | 422,2222 | 1118,889 | **Стойка д/к бол.** |
| 25 | 15277,78 | 13635,83 | 2727,222 | 10908,61 | 161,1111 | 10747,78 | 4593,889 | 230 | 884,4444 | 712,7778 | 1583,333 | 148,3333 | 422,2222 | 2172,778 | **Стойка д/к мал.** |
| 39 | 4166,667 | 3438,889 | 971,1111 | 2467,778 | 60,27778 | 2407,5 | 816,6667 | 56,66667 | 217,2222 | 175 | 388,8889 | 40,55556 |  | 712,7778 | **Стойка д/б бол.** | **2005 г.** |
| 35 | 5555,556 | 4578,889 | 1187,5 | 3391,389 | 82,77778 | 3308,611 | 816,6667 | 56,66667 | 217,2222 | 175 | 388,8889 | 87,77778 | 422,2222 | 1144,444 | **Стойка д/б мал.** |
| 43 | 13888,89 | 11549,17 | 3465,833 | 8083,333 | 197,2222 | 7886,111 | 3091,667 | 213,8889 | 822,2222 | 662,7778 | 1472,222 | 83,33333 | 422,2222 | 1118,889 | **Стойка д/к бол.** |
| 40 | 15277,78 | 13635,83 | 3919,167 | 9716,667 | 236,9444 | 9479,722 | 3326,111 | 230 | 884,4444 | 712,7778 | 1583,333 | 148,3333 | 422,2222 | 2172,778 | **Стойка д/к мал.** |

Таблица 6

**Планируемые инвестиции, тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Направления инвестиций** | **2002 г.** | **2003г.** | **2004 г.** | **2005 г.** | **Итого инвестиций** | **Структура, %** |
| Общая потребность в инвестициях, всего, в т.ч. | 271,27 | 137,83 | 170,83 | 129,17 | 709,11 | 55,56 |
| Приобретение не стандартизированного оборудования | 19,44 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 19,44 | 1,50 |
| Приобретение оснастки и спец инструмента | 38,48 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 37,72 | 2,94 |
|  НИОКР | 0,89 | 0,00 | 0,69 | 0,69 | 2,28 | 0,17 |
| Технологическая подготовка производства | 2,33 | 0,00 | 0,69 | 0,69 | 3,72 | 0,28 |
| Реконструкция производства | 57,44 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 60,78 | 4,83 |
| Пополнение оборотных средств | 146,94 | 136,25 | 166,67 | 125,00 | 574,86 | 45,06 |
| Проведение маркетинга | 1,69 | 0,83 | 1,39 | 1,39 | 5,31 | 0,39 |
| Неучтенные расходы | 1,41 | 0,75 | 1,39 | 1,39 | 4,94 | 0,39 |

Таблица 7

**Источники финансирования, тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Источники финансирования** | **2002 г.** | **2003 г.** | **2004 г.** | **2005 г.** | **Итого** |
| Инвестиционный кредит | 222,22 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 222,22 |
| Прибыль от производства электрической техники | 33,44 | 110,03 | 149,17 | 107,50 | 400,14 |
| Амортизация | 15,61 | 21,67 | 21,67 | 21,67 | 80,61 |
| Переходящий остаток прибыли | 0,00 | 1,00 | 2,00 | 3,00 | 4,00 |
| Всего инвестиций | 271,28 | 137,83 | 170,83 | 129,17 | 709,11 |

**Таблица 8**

**План доходов и расходов, тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Чистая прибыль | Налоги на прибыль | Валовая прибыль | Налоги, включаемые в себестоимость | Затраты на производство реализованной продукции | Выручка от реализации | **Наименование показателя** |
| -12,4167 | 1,583333 | -10,8333 | 1,572222 | 60,69444 | 47,36111 | 2 кв. | **2002 г.** |
| 19,91667 | 3,583333 | 25,16667 | 3,527778 | 91,16667 | 116,3333 | 3 кв. |
| 47,08333 | 5,083333 | 52,16667 | 4,977778 | 114,0278 | 166,1944 | 4 кв. |
| 32,91667 | 5,166667 | 38,08333 | 5,588889 | 152,2778 | 190,3611 | 1 кв. | **2003 г.** |
| 44,75 | 6,861111 | 51,61111 | 7,572222 | 206,4167 | 258,0278 | 2 кв. |
| 75,80556 | 10,61111 | 81,19444 | 11,93333 | 324,75 | 405,9444 | 3 кв. |
| 75,80556 | 11,36111 | 87,16667 | 12,80556 | 348,6111 | 435,7778 | 4 кв. |
| 161,4722 | 22,05556 | 183,5278 | 26,65 | 734,0556 | 917,6111 | 1 п\г | **2004 г.** |
| 242,6667 | 32,61111 | 275,2778 | 39,97222 | 1101,111 | 1376,389 | 2 п\г |
| 625,1667 | 78,91667 | 704,1111 | 101,3333 | 2814,222 | 3520,5 | год | **2005 г.** |

Таблица 9

**Баланс денежных расходов , тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья затрат** | **2002 г.** | **2003 г.** | **2004 г.** | **2005 г.** |
| 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 4 кв. | 1 п/г | 2 п/г |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Денежная наличность н/н периода | 0,00 | -8,39 | -2,72 | 4,94 | 0,39 | 0,56 | 0,17 | 0,39 | 1,17 | 87,44 |
| Приток наличности всего | 270,06 | 119,86 | 171,22 | 195,78 | 263,44 | 411,36 | 441,19 | 928,42 | 1387,22 | 3542,17 |
| В том числе:Выручка от реализации | 49,86 | 116,33 | 166,19 | 190,36 | 258,03 | 405,94 | 435,78 | 917,58 | 1375,28 | 3520,50 |
| Инвестиционный кредит | 222,22 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Амортизация | 3,53 | 3,53 | 5,03 | 5,42 | 5,42 | 5,42 | 5,42 | 10,83 | 10,83 | 21,67 |
| Отток наличности всего | 284,00 | 114,19 | 163,56 | 200,33 | 263,28 | 411,75 | 440,97 | 927,64 | 1300,94 | 3088,94 |
| В том числе:Производственные издержки | 60,69 | 91,17 | 114,03 | 152,28 | 206,42 | 324,75 | 348,61 | 734,06 | 1101,11 | 316,42 |
| Инвестиционные издержки | 122,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Покупка оборудования, оснастки | 57,17 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Реконструкция производства | 60,78 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Прочие инвестиционные издержки | 4,06 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Пополнение оборотного капитала | 99,72 | 19,44 | 27,78 | 30,69 | 44,44 | 33,33 | 277,78 | 69,44 | 97,22 | 125,00 |
| Проценты по инвестиционному кредиту | 0,00 | 0,00 | 16,67 | 5,56 | 5,56 | 5,56 | 4,61 | 6,81 | 3,33 | 0,00 |
| Возврат инвестиционного кредита | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 37,50 | 48,61 | 69,44 | 66,67 | 0,00 |
| Гарантированный доход инвестора | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 6,64 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 25,83 | 0,00 | 68,61 |
| Налоги из прибыли | 1,58 | 3,58 | 5,08 | 5,17 | 6,86 | 10,61 | 11,36 | 7,61 | 38,17 | 78,92 |
| Денежная наличность на конец периода | -8,39 | -2,72 | 4,94 | 0,39 | 0,56 | 0,17 | 0,39 | 1,17 | 87,44 | 540,67 |

**Таблица 10**

**Потребность в оборотном капитале, тыс. грн.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Элементы оборотного капитала** | **Годы** |
| **2002** | **2003** | **2004** | **2005** |
| Текущие активы- *всего*, в т.ч. | 199,8611 | 433,3056 | 778,0833 | 1207,694 |
| Сырье и материалы | 8,805556 | 34,83333 | 62,83333 | 100,4722 |
| Готовая продукция | 11,08333 | 43 | 76,44444 | 117,3333 |
| Дебиторская задолженность | 132,9444 | 258,0278 | 458,7778 | 704,1111 |
| Денежные средства | 40,13889 | 71,66667 | 134,1667 | 215,3611 |
| Незавершенное производство | 6,888889 | 25,77778 | 45,86111 | 70,41667 |
| Текущие пассивы- *всего*, в т.ч. | 52,91667 | 150,1111 | 328,2222 | 632,8333 |
| Кредиторская задолженность | 52,91667 | 150,1111 | 328,2222 | 632,8333 |
| Оборотный капитал- *всего* | 146,9444 | 283,1944 | 449,8611 | 574,8611 |
| Изменение оборотного капитала | 146,9444 | 136,25 | 166,6667 | 125 |
| Коэффициент оборачиваемости | 2,26 | 4,56 | 5,1 | 6,12 |

**Таблица 11**

**Отчет по прибыли, тыс. грн.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование показателя** | **2002 г.** | **2003г.** | **2004 г.** | **2005г.** |
| Валовая прибыль | 66,5 | 258,0556 | 458,8056 | 704,0833 |
| Налоги из прибыли | 10,25 | 34 | 54,66667 | 78,91667 |
| Чистая прибыль | 56,25 | 224,0556 | 404,1389 | 625,1667 |
| Возврат кредита и проценты | 16,66667 | 107,3889 | 1460,139 | 0 |
| Прибыль, направленная на развитие производства  | 33,43889 | 110,0278 | 149,1667 | 107,5 |
| Распределяемая прибыль | 6,144444 | 6,638889 | 108,7222 | 517,6667 |
| То же, нарастающим итогом | 0 | 6,638889 | 115,3611 | 633,0278 |
| Дивиденды - *всего* | 0 | 6,638889 | 86,11111 | 228,6944 |
| То же, нарастающим итогом | 0 | 6,638889 | 106,6389 | 321,4444 |
| В том числе:Дивиденты инвестору (гарантированные) | 0 | 6,638889 | 25,83333 | 68,61111 |
| То же, нарастающим итогом | 0 | 6,638889 | 32,47222 | 101,0833 |
| Остаток прибыли | 6,144444 | 0 | 22,61111 | 288,9722 |

**Таблица 12**

**График погашения инвестиционного кредита**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование показателя** | **2002 г.** | **2003г.** | **2004 г.** | **2005г.** | **Всего** |
| **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **1 кв.** | **2 кв.** | **3 кв.** | **4 кв.** | **1 п/г** | **2 п/г** |
| Проценты за кредит | 0,00 | 0,00 | 16,67 | 5,56 | 5,56 | 5,56 | 4,61 | 6,81 | 3,33 | 0,00 | 38,14 |
| Возврат основного долга | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 37,50 | 48,61 | 69,44 | 66,67 | 0,00 | 222,22 |
| Всего | 0,00 | 0,00 | 16,67 | 5,56 | 5,56 | 43,06 | 53,22 | 76,25 | 70,00 | 0,00 | 270,31 |

**Таблица 13**

**Расчет запаса финансовой прочности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование показателя** | **2002 г.** | **2005г.** |
| Объем продаж, тыс. грн. | 402,78 | 4652,78 |
| Условно - постоянные расходы , тыс. грн. | 113,53 | 1028,56 |
| Удельный вес условно – постоянных расходов в объеме продаж, % | 21,00 | 21,33 |
| Точка безубыточности, тыс. грн. | 182,50 | 1669,72 |
| Запас финансовой прочности, тыс. грн. | 220,28 | 2983,06 |

**Список используемой литературы**

1. Стратегическое планирование / Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998. – 440 с.

2. Уткин Э.А., Кочетова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. – М.: АКАЛИС, 1996. – 175 с.

3.Э.А. Уткин. «Профессия - менеджер», Экономика, 1992г., 181 стр.

4. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. Г.Б. Полякова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 518 с.

5. Финансы в управлении предприятием/ Под ред. А.М. Ковалевой – М.: Финансы и статистика, 1995. – 160 с.

6. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.; ИНФРА-М, 1997. – 343 с.

7.В.М. Маидрица «Руководителю», Ставрополь, 1989г., 149стр.

8.Н.Г. Любимова «Менеджмент – путь к успеху», Агропромиздат, 1992г. 57с.