# Оглавление

[Оглавление 2](#_Toc73000666)

[Введение 4](#_Toc73000667)

[Глава 1. Предприятия как обьект планирования. 7](#_Toc73000668)

[1.1 Предприятие как производственная система. 7](#_Toc73000669)

[1.1.1 Процесс и организация планирования на предприятии 9](#_Toc73000670)

[1.2 Виды организационно правовых форм предприятий. 14](#_Toc73000671)

[1.3 Планирование как основа управления предприятием 16](#_Toc73000672)

[1.4 Назначение и цели планирования 19](#_Toc73000673)

[1.5 Принципы и функции планирования на предприятии 21](#_Toc73000674)

[1.6 Организация и процесс планирования на предприятии. 22](#_Toc73000675)

[1.7 Планирование стратегии развития предприятия. 25](#_Toc73000676)

[Глава 2 Характеристика сферы предпринимательства, предприятия и продукта 31](#_Toc73000677)

[2.1 Отрасль 31](#_Toc73000678)

[2.2 Предприятие 31](#_Toc73000679)

[2.3 Организационно-правовая форма предприятия 32](#_Toc73000680)

[2.4 Разработка целей предприятия 32](#_Toc73000681)

[2.5 Выбор вида деятельности (товара, услуги, работы) 33](#_Toc73000682)

[2.6 Марка 34](#_Toc73000683)

[2.6.1 Товарный знак 34](#_Toc73000684)

[2.6.2 Упаковка 35](#_Toc73000685)

[2.6.3 Инструкция по применению 35](#_Toc73000686)

[2.6.4 Гарантия 35](#_Toc73000687)

[2.7 Жизненный цикл товара . 36](#_Toc73000688)

[2.8 Рынок 37](#_Toc73000689)

[2.8.1 Сегментация рынка 38](#_Toc73000690)

[2.9 Предприятие 38](#_Toc73000691)

[2.10 Сбыт продукции и коммерческая работа предприятия. Маркетинг, реклама. 39](#_Toc73000692)

[2.11 Организационная структура ООО «Ариран» 42](#_Toc73000693)

[Глава 3 Планирование производства 43](#_Toc73000694)

[3.1 Производственная программа предприятия 43](#_Toc73000695)

[3.2 Определение доли каждого продукта в общем обьеме продаж 45](#_Toc73000696)

[3.3 Расчет стоимости сырья 46](#_Toc73000697)

[3.4 Расчет потребности в электроэнергии и воде на 2004г. 48](#_Toc73000698)

[3.5 Кадры ООО «Ариран» 49](#_Toc73000699)

[3.6 Основные производственные фонды ООО «Ариран» 50](#_Toc73000700)

[3.7 Амортизация 50](#_Toc73000701)

[3.8 Калькуляция ООО «Ариран» 52](#_Toc73000702)

[3.9 Ожидаемый баланс ООО «Ариран» на 1 января 2004 г. 55](#_Toc73000703)

[3.10 Ожидаемый отчет по прибыли ООО «Ариран» на 2004 год. 56](#_Toc73000704)

[3.11 Анализ внутренней и внешней деятельности предприятия ООО «Ариран» 57](#_Toc73000705)

[3.12 Бюджет по прибыли ООО «Ариран» 2004 г. 59](#_Toc73000706)

[3.13 Скорректированный отчет по прибыли ООО «Ариран» за 2004 год. 61](#_Toc73000707)

[3.14 Финансовый план ООО «Ариран» на 2004 год. (тыс руб) 63](#_Toc73000708)

[3.15 Плановый баланс ООО «Ариран» на конец 2004 г. 71](#_Toc73000709)

[3.16 Анализ рентабельности предприятия. 73](#_Toc73000710)

[Заключение 76](#_Toc73000711)

[Список использованной литературы 78](#_Toc73000712)

# Введение

***«Идеи экономистов… имеют гораздо***

***большее значение, чем принято***

***думать. В действительности только***

***они правят миром.»***

***Джон Мейнард Кейнс.***

Хотя планирование успешно применяется в корпорациях и компаниях развитых стран мира уже столетия и считается необходимой предпосылкой эффективного и стабильного бизнеса, в России при переходе к рыночным отношениям оно оказалось практически полузабытым. Между тем планирование – важная функция управления любым предприятием. Именно в процессе изучения планирования происходит системное формирование студента-экономиста как будующего специалиста, способного участвовать в создании предприятия и управлять им.

Сегодня для развития любого производства, как никогда актуален бизнес-план, поскольку внешнеэкономические факторы заставляют предпринимателя расссчитывать все свои действия и предпринятые шаги. В частности разработка данного проекта, относящегося к пищевой отрасли, сейчас необходима, так как ситуация в отрасли постоянно меняется и расчитанные заранее действия несомненно помогут предпринимателю в его деятельности.

Многолетний опыт зарубежных фирм и российских предприятий показал, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпитентное осуществление зачастую приводят в неоправданным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству. Грамотные руководители хорошо знают, что все великие битвы сначала выигрывают на бумаге - на плане, а только потом в реальной действительности. Рынок не подавляет и неотрицает планирование вообще, а только перемещает его в основном в первичное производственное звено. Целью данного проекта будет является, открытие и развитие нового производства, и как следствие, получение прибыли, в современных рыночных условиях.

Даже в стране в целом сохраняется необходимость планирования, и его нельзя полностью заменить невидимой регулярующей рукой рынка. Государство должно планировать стратегию своего экономического развития, решение глобальных экологических проблем, крупных социальных и научно-технических программ, распределение бюджета страны, расходы на оборону и др. Успешно работающие предприятия осуществляют не только стратегическое (долгосрочное) планирование, но и детальную разработку оперативных (текущих) планов по каждому подразделению и даже рабочему месту. Календарные планы (месячные, декадные, квартальные, полугодовые), конкретизирующие цели и задачи предприятия, включают сведения о заказах, об обеспеченности их материальными ресурсами, о степени загрузки производственных мощностей и их использовании с учетом срока исполнения каждого заказа. В них предусматриваются расходы на реконструкцию имеющихся мощностей, замену оборудования, обучения работников и др. В рыночных условиях хозяйствования предприятия широко используют преимущества планирования в конкурентной борьбе.

Обьектом данного исследования будет являеться предприятие работающие в пищевой отрасли. Мы попытаемся отразить в данной работе полный цикл развития предприятия в течении одного года, описать возможную прибыль и затраты, так же отобразить внешние и внутреннии факторы которые могут повлиять на работу предприятия и с которыми необходимо считаться.

Поскольку планирование является нормой любой предпринимательской деятельности, с развитием рынка и в Росии необходимость планирования стала очевидной. Уже в 1994-1995 гг. Применение скажем, бизнес-планов стало обязательным. В январе 1995 г. Московское правительство, в частности опубликовало распоряжение, в котором рекомендовало использовать бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности сложений инвестиций в проектирование и строительство обьектов и градостроительных комплексов».

Бизнес-план выступает как обьективная оценка результатов рыночной деятельности компании и в то же время как необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В плане характеризуются основные аспекты комерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно сталкивается и определяются пути и методы их решения. Отсюда бизнес-план выступает одновременно в качестве поисковой, научно-иследовательской и проектной работы.

Не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только коммерческим проектом, он и всем предприятием. Благодаря бизнес-плану у управляющего появляется возможность взглянуть на предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизоваться.

Бизнес-план обеспечивает обьективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия, выявляет зоны опасностей, предлагает пути их ограничения. Инициаторами разработки и реализации бизнес-плана являются юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую и инвестиционную деятельность, условия и результат которой анализируются и прогнозируются в подобном плане. Разрабочикам бизнес плана выступают обычно фирмы, специализирующиеся в области консалтинга, маркетинговой деятельности, проетирования. Нередко привлекаются аудиторские фирмы и эксперты.

В современных условиях каждому стеденту-экономисту следует хорошо подготовится к предпринимательской деятельности, уметь составить продуманный и всесторонне обоснованный детальный план – документ, определяющий стратегию и тактику ведения бизнеса, технологию, организацию производства и реализацию продукции. Наличие хорошо разработанного плана позволяет активно развивать предпринимательство, привлекать инвесторов, партнеров и кредитные ресурсы, а также:

* Определять пути и способы достижения целей
* Максимально использовать конкурентные преимущества предприятия
* Предотвращать ошибочные действия
* Отслеживать новые тенденции в экономике, технике и технологии и использовать их в своей деятельности
* Доказывть и демнострировать обоснованность, надежность и реализуемость проекта
* Смягчать влияние слабых сторон предприятия
* Определять потребность в капитале и денежных средствах
* Своевременно принимать защитные меры против разного рода рисков
* Полнее использовать инновации в своей деятельности
* Обьективнее оценивать результаты производственной и коммерческой деятельности предприятия
* Обосновывать экономическую целесообразность направления развития предприятия (стратегия проекта)

Одновременно план является **руководством к действию и исполнению**. Он используется для проверки идей, целей, для повышения эффективности управления предприятием и прогнозирования результатов деятельности.

Итак, план и рынок – это взаимодействующие, взаимодополняющие, а не взаимоисключающие компоненты хозяйтсвенного механизма. В действительности они обьеденены в общую систему экономических отношений, и ограничение или разрушение одной из составляющих ведет в конечном счете к снижению или даже разрушению экономического потенциала всей системы, что полностью подтверждается печальным опытом переходного периода в России. Рынок успешно функционируеи и развивается при целенаправленном поведении его участников, т.е. при определенной системе управления, необходимым элементом которого является планирование действий на всех стадиях кругооборота капитала и деятельности предпринимателя.

# Глава 1. Предприятия как обьект планирования.

## 1.1 Предприятие как производственная система.

В России самостоятельную производственную еденицу или организацию любой формы собственности традиционно принято называть предприятием, а не фирмой или компанией. Хотя предприятие – хозяйствующий субьект рыночных отношений, сущность его не сводиться только к субьективной (человеческой) основе, иначе было бы невозможно создание организации без первичного уставного капитала, в которых учредители не несут имущественного риска и ответственности. В определенном смысле для предприятия важно не количество участников, а наличие обособленного имущества, гарантирующего интересы его кредиторов.

В рыночной экономике предприятие – это

* Обьект гражданских правоотношений – имущественный комплекс, используемый для предпринимательской деятельности;
* Открытая самовостанавливающаяся система, эффективное функционирование которой определяется её внутренним состоянием и внешней средой;
* Основная хозяйственная еденица, в которой комбинируются все факторы производства и осуществляется непосредственный процесс изготовления и реализации товаров, оказания услуг или выполнения работ. (схема 1)

**Предприятие как форма собствености организации предпринимательской деятельности** (схема 1)

 **П**

**Факторы производства**

Имущественный комплекс

Хозяйственная еденица (организация)

Процесс производства

Рабочая сила и товары

предпринимательские услуги **С**

способности

Основные фонды Доходы

Цели

Стратегия

собственник

Материальные ресурсы

**В**

С - Себестоимость произведенной продукции (услуг, работ)

В – Контур расширенного воспроизводства

П – Контур простого вопросизводства

Предприятие – это первичное хозяйственное звено общественного разделения труда, которое существует в форме обособленной системы технологических, социальных и организационно – экономических отношений. Системообразующими элементами предприятия как основного производственного звена страны (региона, города, района) и самостоятельно хозяйствующего субьекта являются сложная кооперация, индивидуальное воспроизводство и обособленный кругооборот капитала. Экономическое обособление предприятия проявляется в форме:

* Обособления кругооборота используемых ресурсов
* Индивидуального воспроизводства за счет собственных результатов хозяйственной деятельности
* Присвоения части чистого доход
* Постановки собственных экономических целей и интересов

По своему содержанию предприятие можно предстваить в виде трех взаимосвязанных компонентов:

* Комплекса средст и предметов труда, имеющих технологическую общность и предназначенных для производства соответствующих видов продукции или оказания услуг;
* Специально сформированного коллектива людей, обьединенных социально-экономическими отношениями и интересами;
* Экономической системы с собственным циклом воспроизводства на основе обособления необходимых ресурсов и их оборота (схемы 2,3,, табл1)

**Технико-экономические и социальные основы предприятия.** (схема 2)

Организационно экономические основы

Социально экономическое содержание

Организационная форма производства

Экономически обособленный субьект хозяйствования

* Технический комплекс
* Комбинирование факторов производства
* Кооперация труда
* Формы организации труда и производства
* Обьект управления организационно-правовая форма
* Размер и специализация
* Юридическое лицо
* Отношения собственности и присвоения
* Отношения совместной деятельности по горизонтали и вертикали
* Централизация и обособление имущества для участия в гражданском обороте
* Хозяйственная самостоятельность
* Права и обязанности

### 1.1.1 Процесс и организация планирования на предприятии

В практике планирование, как важнейшая функция управления, выступает в форме твореческой деятельности людей по обоснованию предстоящих действий и определению наиболее эффективных способов достижения целей в сфере бизнеса. В отличие от импровизации и спонтанного поведения, планирование предлагает тщательную подготовку принимаемых решений путем всесторонней оценки различных вариантов действий в прогнозируемых условиях и ограничениях. Сам процесс планирования состоит из поиска, анализа, синтеза, сравнения и выбора.

В технологическом отношении планирование, как процесс научной и практической деятельности, в виде последовательности взаимосвязанных действий проходит в несколько этапов:

* **Определение целей** планирования – желаемого состояния дел редприятия и его положения на рынке;
* **Анализ** проблем – фактического исходного положения дел и поокончании планового периода

**Основные признаки предприятия–юридического лица** (схема 3)

Вид

Признаки предприятия

Содержание

Имущественная обособленность

Имущество предприятия обособлено от имущества его учредителей, участников и других лиц и находится в собственности, в хозяйственном ведении или оперативном управлении

Организационное единство

Относительно устойчивое соеденение элементов в упорядоченное единство (целостность) с определенной внутренней структурой, единой волей и системой управления, которые закреплены в учредительных документах

Самостоятельная имущественная ответственность

По своим обязательствам отвечает всем своим имуществом. Иногда в силу закона или договора субсидиарную ответственность по обязательствам предприятия несут его учредители и участники

Возможность приобретать гражданские права, нести обязанность и быть истцом или ответчиком в суде

Само предприятие, а не его учредители и участники, выступает субьектом всех приобретенных им прав и обязанностей, действуя на основе устава и (или) договора

Каждый признак необходим, а все они достаточны для признания организации в качестве самостоятельного субьекта хозяйствования

Наименование

Собственное фирменное неповторяемое наименование с указанием организационно-правовой формы, зарегистрированное в установленном порядке

Предприятие учреждается согласно закону и считается созданным с момента внесения в государственный реестр

* **Поиск альтернатив** – выявление возможных вариантов развития по различным сценариям;
* **Определение** потребностей в ресурсах и способов достижения поставленных целей, обьемов производства и др.
* **Оценка –** проведение оптимизационных расчетов и обоснование экономических показателей;
* **Оформление** плана в виде единого документа

**Экономическое содержание предприятия**

Предприятие имеет

* Обособленное имущество
* Организационное единство
* Права и собственность

Все эти факторы вместе приводят к Сбалансированной комбинации факторов производства: материальных ресурсов, труда и предпринимательских способностей

Предприятие ведет:

Производственную деятельность – экономическое и технологическое соеденение факторов проиводства для создания материальных благ

Коммерческую деятельность – реализация результатов производства в целях удовлетворения потребностей и получения прибыли

Деятельность ведет к появлению: мотивы и стимулы, экономические и социальные интересы, стратегия действий, форма собственности

Все процессы и этапы планирования на предприятии взаимосвязанныи зависят друг от друга. В совокупности они составляют определенную систему планирования, которые можно классифицировать по степени определенности условий, временной ориентации разработчиков плана, типу целей, методам обоснования и другим признакам

**Системные признаки предприятия** (таблица 1 )

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п\п** | **Наименование признака** | **Основное содержание** |
| 1 | Целостность | Составляющие предприятие подразделения образуют организационное целое с качественно новыми (интегральными) свойствами. Экономически целое больше суммы своих частей. |
| 2 | Связаность | Экономическая, механическая, энергетическая, информационная зависимость между подразделениями предприятия |
| 3 | Структурность | Качественно определенная и относительно устойчивая упорядоченность между подразделениями и отношениями предприятия. Можно выделить множество структур: персонал, управления и др. |
| 4 | Обособленность | Комплекс элементов и связей, образующих предприятие, можно отграничить его окружение |
| 5 | Взаимодействие | Происходит между элементами внутри открытой системы и с внешней средой. Без взаимодействия система теряет свои признаки |
| 6 | Взаимозаменяемость компонентов | Один и тот же товар можно производить при различных комбинациях ресурсов; с помощью одних и тех же факторов можно получать различные продукты (услуги) |
| 7 | Вероятностный характер | Поведение экономических систем в известной мере неопределенно, так как прогнозирование факторов не детерминировано |
| 8 | Инерционность | Невозможно быстро изменить технологическую структуру производства создает высокую степень обусловленности будущего состояния системы предшествующим |
| 9 | Неприрывность развития | Рост спроса, необходимость повышения эффективности производства и НТП обуславливают постоянное совершенствование экономики |
| 10 | Сложность | Выражается во взаимном неоднозначном влиянии многообразных факторов. Изменения в одной части системы вызывают изменения в других её частях |
| 11 | Органичное сочетание натуральных и стоимостных потоков | Без обьективного ценностного измерения затрат и выпуска товаров экономическое содержание исчезает |
| 12 | Делимость | Предприятие может быть подразделено на однородные и (или) разнородные подсистемы |

**Правоспособность предприятия** (схема 6)

Правоспособность – иметь права и нести обязанность – возникает с момента регистрации предприятия и прекращается в момент исключения его из единого государственного реестра

Виды

Содержание

1. Общая или универсальная

1. Позволяет совершать любые виды деятельности, не запрещенные законом

2. Специальная

2. Дает право осуществлять строго определенные виды деятельности, сответствующие целям предприятия, предусмотренным в учредительных документах

* Имеет существенные правовые последствия в части совершения внеуставных сделок, которые могут быть признаны судом недействительными (ст 173 ГК РФ)

Отдельные виды деятельности требуют лицензирования (ст. 43 ГК РФ)

Предприятие приобретает и осуществляет гражданские права и обязанности через свои органы, структура и компетенция которых установлены в учредительных документах

Учредители могут сами, исходя из своих целей, наделять создаваемое предприятие специальной правоспособностью, но тем самым ограничивать свою универсальную правоспособность

Ограничение прав предприятия возможно только в случаях и порядке, предусмотренным законом

Директор действует от имени предприятия без доверенности и приобретает права и обязанности для него, а остальные работники – по заверенной копии приказа или по договоренности

Формирование основных признаков (свойств, черт) предприятий в условиях развития экономических отношений в стране

Основные черты предприятия деляться на:

**Независимые от характера экономических отношений**, которые включают в себя –

* Организационное еднинство
* Фирменное название
* Права юридического лица
* Самостоятельный баланс и счет в банке
* Простое и расширеное воспроизводство
* Формы хозяйствования
* Выбор видов деятельности, не запрещенных законом
* Распределение чистой прибыли
* Гражданская правоспособность
* Размер и уровень обособления имущества

**Определяемые экономическим строем**, которые включают в себя -

* Порядок учреждения и регистрации
* Субьекты и формы собственности
* Лицензирование отдельных видов деятельности
* Налоговые и финансово кредитные условия
* Организационно – правовые формы
* Имущественная ответственность
* Отношения с другими субьектами бизнеса и управления
* Учет и отчетность компетенции в выполнении функций управления

## 1.2 Виды организационно правовых форм предприятий.

В настоящее время предприятия в РФ организуются и действуют в различных организационно-правовых формах (схема8)

**Состав предприятий – юридических лиц** (схема 8)

Корпоративные (на членстве)

унитарные

Государственные РФ, субьектов РФ

муниципальные

На праве хозяйственного ведения

Казеннве: завод, фабрика, хозяйство

На праве оперативного управления

Хозяйственные товарищества - обьеденение лиц участие в деятельности

Хозобщества – обьеденение капиталов

полное

На вере (коммандитное)

Потребительские кооперативы

Производственные кооперативы

С ограниченой ответственностью

С дополнительной ответственностью

Зависимое хозяйственное общество

филиалы

сельскохозяйственные

Колхозы

Иные (рыболовецкие, золотодобывающие артели и др.)

Дочернее общественное хозяйство

АО

закрытые

открытые

народные

Предприятия – юридические лица

представительства

Поскольку в этой работе рассматривается предприятие на примере ООО, то несколько слов про структуру ООО

**Общество с ограниченой ответственностью** – это учрежденая одним или несколькими лицами организация, уставный капитал которой разделен на доли (паи) в соответствии с учредительным договором.

Участники такого общества не отвечают по его обязательствам, а несут риск убытков в пределах стоимости их вкладов.

Законом предусмотрены ограничения количества участников в размере уставного капитала. В отличии от акционерного общества в обществе с ограниченой ответственностью создается паевой капитал, но паевые свидетельства не являются ценными бумагами и не обращаются на рынке ценных бумаг.

В форме общества с ограниченой ответственностью создаются обычно мелкие и средние предприятия. Они мобильны в управлении и имеют те же преимущества, что и хозяйственные товарищества, но в них материальная ответственность её участников ограничена размером их паев.

## 1.3 Планирование как основа управления предприятием

Известно, что самоорганизация не является первичным свойством производства, как дезорганизация (хаос), и требует целенаправленных плановых воздействий – **управления**, в процессе которого равновероятные события становятся неравновероятными. Поэтому управление в общем можно рассматривать как планомерный процесс создания из беспорядка порядка и повышение степени порядка, в результате которого неопределенность системы (предприятия), её энтропия уменьшаются. Когда вероятность желаемого состояния системы равняется 1 (т.е. определенность равна еденице), то энтропия такой системы равна нулю, и, следовательно, цель экономической деятельности достигнута. При этом управление предприятие можно рассматривать как систему организационно-управленческих функций, среди которых планирование занимает центральное место (схема 12)

**Планирование в системе управления предприятием** (схема 12)

Корректировка

Решения Распоряжения

Формирование персонала

Прогнозирование планирование

Организация

Анализ

Учет и контроль

Координация

Каждая функция управления непосредственно тесно связана с плановым процессом, да и само управление по своей сути планируется и организовывается. Не случайно поэтому большинство специалистов считают, что **управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля**, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации. Которые определяются именно в рамках функций «прогнозирование – планирование».

**Планирование** предусматривает обоснование целей и задач управления, разработку плана и программы будущих действий по его реализации, а также:

* Прогнозирование – научное предвидение событий, предположение, вероятная гипотеза, оценка перспектив;
* Разработка графика – временной последовательности работ по достижению целей и реализации программ;
* Составление бюджета – обоснование обьема затрат и распределение ресурсов по цехам, участкам и видам работ;
* Определение политики предприятия – выроботка общих правил действий, внутренних положений и руководящих документов, принципиальных подходов и решений, т.е. экономических стратегий предприятия;
* Установление деловых процедур, обеспечивающих наиболее эффективные методы и приемы выполнения всего комплекса работ.

Функция управления **«организация»** конкретизируется применительно к обьекту регулирования и приобретает соответствующие особенности в качестве:

* Организации труда;
* Организации производства;
* Организации управления.

Термин «организация» имеет несколько значений, но чаще всего он понимается как:

* Действие или процесс – основать, учредить, подготовить, обьеденить, сплотить, упорядочить и т.п.
* Результат сознательной деятельности по созданию определенной системы – структуры, устройства обьеденения, внутренней упорядоченности, взаимного расположения частей единого целого;
* Коммерческая фирма, компания, предприятие.

Организация труда – это способ обьеденения работников и соединения их со средствами производства, образующий определенный порядок осуществления рудового процесса, который включает:

* Установление цели деятельности, перечня производственных операций и их последовательности в соответствии с применяемой технологией;
* Разделение всех видов работ между персоналом и установление кооперации (расстановка работников и закрепление функций);
* Разработку рациональных приемов и методов труда на каждом рабочем месте;
* Определение норм труда и системы его оплаты;
* Подбор и подготовку кадров – формирование требований к исполнителям работ, выявление и назначения должностных лиц;
* Создание безопасных и здоровых условий труда;
* Установление дисциплины труда.

Организовать – значит сгруппировать людей для определенной цели, скоординировать и регулировать их действия в целесообразном единстве. Предприятие – это организация средств производства и людей в планово функционирующую систему.

Функция управления **«координация»** состоит в обеспечении необходимой согласованности действий персонала по достижению целей предприятия. Она предусматривает:

* Рациональное распределение заданий по конкретным исполнителям;
* Стимулирование персонала с целью выполнения им желаемых действий;
* Согласование – предупреждение диспропорций в работах, устранение излишнего параллелизма и дублирования работ.

Функция **«учет и контроль»** направлена на создание гарантий для достижения предприятием плановых целей и включает:

* Установление колличественной меры оценки – нормативов показателей для измерения результатов как промежуточных (текущих, отдельных), так и конечных итогов работы всего предприятия;
* измерение параметров работ предприятия и его подразделений по периодам и за год;
* оценка соответствия фактически полученных общих и частных показателей плановым нормативам.

**Корректировка** мероприятий и плана предприятия и его подразделений направлена на учет изменяющихся внешних и внутренних условий, исправление допущенных ошибок, нейтрализацию слабых участков и реализацию мер по улучшению функционирования всей хозяйственной системы. Это обычная, штатная функция процесса управления, которая планируется и организуется в соответсвии с целями предприятия.

## 1.4 Назначение и цели планирования

Успех предпринимательской деятельности во многом зависит от качества внутрифирменного планирования, включающего определение перспективных целей, способов их достижения и ресурсного обеспечения. Каждый предприниматель должен решить три задачи: что, как и для кого производить. Не импровизация, не спонтанные ситуативные действия, а систематическкая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем сравнительной оценки альтернатив в ожидаемых условиях составляет сущность планирования бизнеса (схема 12).

Предпринимательская деятельность – это «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имещуством, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицам, зарегистрированным в этом качестве в установленном законом порядке».

**План** в самом общем смысле слова – это образ чего-либо, модель будущего, система мер, направленная на достижение поставленных целей.

**План предприятия** (фирмы, компании) – заранее разработанная система мероприятий, предусматривающая цели, содержание, сбалансированное взаимодействие ресурсов, обьем, методы, последовательность и сроки выполнения работ по производству и реализации определенной продукции или оказанию услуг.

**Планирование в системе предпринимателсьтва**. (схема 12)

Планирование

Сознательно – обоснованное определение и поддержание необходимых пропорций развития фирмы для достижения поставленных целей

Приведение в относительное соответствие намерений фирмы и её возможностей в обеспечении рынка товарами

Целевая функция

Удовлетворение спроса потребителей в соответствующих товарах и получение на этой основе максимальной прибыли

Виды планирования

Долгосрочное стратегическое (прогнозирование)

Среднесрочное перспективное (пятилетнее)

Краткосрочное (оперативное)

Разработка альтернатиных вариантов развития

Выбор стратегических целей и определение важнейших направлений экономического развития

Разработка и принятие направления экономического, технического и социального развития

Установление важнейших производственно-экономических пропорций

Определение и обоснование предпологаемой экономической эффективности

Система конкретных расчетов предпринимательской деятельности

Разработка мер по обеспечению выполнения намеченых параметров

Обоснование программ производственных подразделений

**Планирование** – это процесс разработки и последущего контроля за ходм реализации плана и его корректировки в соответствии с изменяющимися условиями. В общем случае это процесс обработки информации по обоснованию предстоящих действий, определение наилучших способов достижения целей.

**Бизнес-план** – это документ, предстовляющий собой результат комплексного исследования основных сторон деятельности предприятия; описания функционирования создаваемой или реконструируемой фирмы; рабочий инструмент предпринимателя для организации работы. Бизнес-план, в отличие он плана предприятия, обычно отражает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке. Предприятие может одновременно иметь несколько бизнес-планов. Степень детализации обоснований в бизнес-плане может быть различной. В малом бизнесе бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по обьему, и по содержанию.

## 1.5 Принципы и функции планирования на предприятии

Бизнес-планирование как необходимый элемент упрвления выполняет в системе предпринимательской деятельности ряд важнейших **функций**, среди которых наибольшее значение имеют следующие:

* **Инициирование** – активизация, стимулирование и мотивация намечаемых действий, проектов и сделок;
* **Прогнозирование** – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учета совокупности факторов;
* **Оптимизация** – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;
* **Координация и интеграция** – учет взаимосвязи и взаимзависимости всех структурных подразделений компании с ориентацией на их единый общий результат;
* **Безопасность управления** – обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;
* **Упорядочение** – создание единого общего порядка для успешной работы и ответственности;
* **Контроль** – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и возможной его корректировки;
* **Воспитание и обучение** – благоприятное воздействие образцов рационально спланированных действий на поведение работников и возможностей обучения их, в том числе и на ошибках;
* **Документарование** – представление действий в документальной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий менеджеров фирмы.

При разработке планов необходимо соблюдать основополагающие принципы планирования, которые создают предпосылки для успешной деятельности предприятия в конкретной экономической среде. Первые четыре основных принципа планирования (неприрывность, единство, гибкость и точность).

## 1.6 Организация и процесс планирования на предприятии.

В практике планирование, как важнейшая функция управления, выступает в форме творческой деятельности людей по обоснованию предстоящих действий и определению наиболее эффективных способов достижения поставленных целей в сфере бизнеса. В отличие от импровизации и спонтанного поведения планирование предпологает тщательную подготовку принимаемых решений путем всесторонней оценки различных вариантов действий в прогнозируемых условиях и ограничениях. Сам процесс планирования состоит из поиска, анализа, синтеза, сравнения и выбора.

В технологическом отношении планирование как процесс научной и практической деятельности в виде последовательности взаимосвязных действий проходит в несколько этапов:

* **Определение целей** планирования – желаемого состояния предприятия и его положения на рынке;
* **Анализ проблем** – фактического исходного положения дел и по окончании планового периода;
* **Поиск альтернатив** – выявление возможных вариантов развития по различным сценариям;
* **Определение** потребности в ресурсах и способов достижения поставленных целей, обьемов производства и др;
* **Оценка** – проведение оптимизационных расчетов и обоснование экономических показателей;
* **Оформление** плана в виде единого документа.

Все процессы и этапы планирования на предприятии взаимосвязанны и зависят друг от друга. В совокупности они состовляют определенную систему планирования, которые можно классифицировать по степени определенности условий, временной ориентации разработчиков плана, типу целей, методам обоснования и другим признакам (схема 16).

**Системы планирования на предприятии** (схема 16)

Степени определенности условий

Временной ориентации

* Централизованные – правительство устанавливает показатели унитарным предприятиям
* Рыночные – самопланирование на основе спроса и предложения товаров на рынке;
* Индикативные – экономические способы государсвенного регулирования бизнеса
* Детерминированные- в четко предсказуемой среде;
* Стохастические (вероятные) – в условиях неопределенности

По уровню управления

Методам обоснования

Типу целей

* Стратегические – определение общих направлений и способов достижения целей;
* Оперативные – конкретизация стратегических целей и средств их достижения;
* Календарные – детализация заданий по месяцам, декадам и дням для подразделений и рабочих мест
* Общезаводские
* Цеховые
* Производственные – по бригадам и рабочим местам
* Реактивные – анализ и экспраполяция прошлого опыта снизу вверх;
* Инактивные – ориентация на настоящее для выживания и стабилизации бизнеса;
* Преактивные (упреждающие) – с учетом будущих изменений, осуществляются сверху вниз путем оптимизации решений;
* Интерактивные – проектирование будущего с учетом взаимодействия прошлого, настоящего и будущего, которое является результатом целенаправленных действий

Горизонту планирования

* Долгосрочные – на 10-20 лет
* Среднесрочные - на 3-5 лет
* Краткосрочные – на 1 год

При **организации** разработки плана предварительно определяют:

* Обьекты планирования- предприятие в целом, структурные подразделения или отдельные направления деятельности, определение общих целей, потенциала, программ и действий;
* Разрабочиков плана – ответственные работники фирмы, специализированные функциональные службы, внешние консультанты или определенная их комбинация;
* Средства планирования – калькуляторы, компьютерная техника и её програмное обеспечение;
* Порядок составления планов: одновременная разработка всех частных планов в единой модели или последовательное согласование (координация) частных планов в их обьеденение в общий проект;
* Методы планирования – обычные традиционные приемы (таблицы, графики и т.п.) и современные компьютерные специальные программы.

Организация планово- экономической работы предприятия зависит от его размера и типа. На малых предприятиях обычно нет глубокого разделения управленческих функций и высшие руководители самостоятельно определяют все детали планирования и организации производства.

На крупных и средних предприятиях стратегические, тактические и календарные планы разрабатывают децентрализованно с учетом принятой организационной структуры, распределения обязанностей между коллективами различных служб, соподчинения управляющих контроля и кооперации всех функций организации как единого целого. Именно в подразделениях сосредоточены кадры, имеющие опыт в области производства, закупок, реализации и оперативного руководства. Поэтому подразделения обычно выдвигают реальные предложения в календарные, тактические и даже стратегические планы предприятия.

На практиче применяют три схемы организации работ по составлению планов:

* *Сверху вниз*
* *Снизу вверх* по иерархической структуре предприятия
* *Круговым способом* (встречное планирование)

Организационно централизованное планирование на большинстве крупных и средних предприятий осуществляется сверху вниз. При таком подходе плановые стратегии разрабатываются на высшем уровне управления – определяются цели, основные направления и главные хозяйственные задачи развития предприятия, механизм их реализации, проводится взаимоувязка всех плановых предположений. Затем эти цели, задачи и показатели по мере продвижения на более низкие уровни структуры предприятия в более детализированной и конкретной форме включаются в планы подразделений. На этом этапе технологического планирования устанавливаются пропорции и обьемы производства по всем видам выпускаемой продукции. После согласования плановых заданий с конкретными исполнителями они окончательно утверждаются высшим руководством предприятия.Такая организация планирования, построенная на централизации важнейших решений в высшем звене управления предприятием, допускает определенную самостоятельность филиалов, цехов и других подразделений, необходимую при разработке календарных планов на базе показателей, единых для всего предприятия.

При схеме организационных работ по состовлению плана снизу вверх, следуя иерархии предприятия, планирование осуществляется от планов на местах и планов подразделений к общему плану путем согласований, обьеденений и корректировок. Низшие организационные единицы – участки, цехи – состовляют подобные планы, которые обьеденяютс на верхней ступени, образуя в итоге общий единый план предприятия.

Встречное планирование обьеденяет оба предыдущих способа. В процессе сверху вниз осуществляется предварительное планирование по главным целям и составление общего плана на уровне управления предприятием. На более низких уровнях происходит конкретизация этих планов.

Затем начинается обратный ход планирования снизу вверх. При этом в план встраиваются более эффективные решения и устраиваются разногласия между частями единого обьекта планирования. В соответствии с обстоятельствами может быть осуществлен многократный интернтаивный процесс согласования плана. Организация планирования снизу вверх имеет существенные преимущества:

* Устраняет порочный круг: не зная вышестоящих целей нельзя принимать обоснованные решения по нижестоящим целям, планам и альтернативным вариантам действий (недостаток схемы «снизу ввурх»);
* Вклады в планирование производятся всеми подразделениями обьекта и требуют знания общего плана по редприятию в целом (недостаток нисходящего сверху способа планирования).

## 1.7 Планирование стратегии развития предприятия.

Долгосрочная эффективная работа любого предприятия, его экономический рост и развитие определяются прежде всего правильным выбором стратегических ориентиров. Позволяющих наилучшим образом реализовать потенциальный человеческий капитал и другие ресурсы. Практически стратегия должна обеспечивать устойчивый экономический рост и развитие предприятия, повышение конкурентноспособности производимой им продукции и оказываемых услуг. При этом понятие «рост» и «развитие» хотя и взаимосвязанны, но по своему содержанию могут во многом не совпадать. В производственной сфере, как и в живой природе, развитие предприятия возможно не только при одновременном его росте, но и при неизменном масштабе деятельности, т.е. рост сам по себе не препятствует развитию.

**Рост** - это в основном увеличение размеров предприятия и расширение обьема производства (выпуск продукции, величина продаж, численность работников и др.) а **развитие** означает в первую очередь качественное изменение и обновление хозяйственной системы, повышение эффективности её функционирования на основе совершенствования техники, технологии и организации труда во всех структурных подразделениях и улучшения качества выпускаемой продукции.

В теории и практике выделяют три основных концепции развития экономических систем.

* **Идеальная** – когда в обьект предпринимательства по мере научно-технического прогресса вносят необходимые инновации, обеспечивающие его устойчивость и повышения эффективности работы;
* **Реальная** – частичное реформирование предприятия после появления негативных признаков в его финансово-экономическом состоянии;
* **Радикальная** – кардинальные изменения функционирования коммерческих организаций, направленные на их реструктуризацию, способствующую улучшению управления повышению эффективности производства и конкурентно способности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек производства, улучшению финансово-экономических результатов деятельности (схемы 20,21,22)

В отличие от развития рост размеров производства на предприятии может быть:

* **Горизонтальным –** путем увеличения обьема выпуска и продаж одних и тех же товаров на старых и новых рынках (географическая экспансия, помещение и др.)
* **Вертикальным –** за счет организации или обьеденения технологически взаимосвязанных производств (приблежение к конечному потребителю или поставщику);
* **Диверсифицированным –** при обьеденении разнородных производств в один конгломерат.

Рост является составной частю экономического развития предприятия, которое включает в себя периоды становления роста (подьема), зрелости, спада, стабилизации, реорганизации и др. Рост- это положительная траектория экономической динамики.

**Фундаментальные основы развития предприятий** (схема 20)

Научно-технический прогесс – эволюционное совершенствование производства путем использования достижений науки и техники (НТП)

Основные факторы развития предприятий

Научно-техническая революция – коренное преобразование производственного процесса под влиянием крупных научных открытий

Основные направления

Формы проявления

* Создание и использование новых орудий труда
* Совершенствование предметов труда
* Автоматизация производственных процессов
* Освоение новых ресурсосберегающих технологий производства
* Применение научной организации труда и производства
* Техническое превооружение предприятия
* Повышение эффективного использования основных фондов
* Сокращение потребности и рационализация использования трудовых ресурсов
* Обновление номенклатуры и ассортиментавыпускаемой продукции
* Повышение конкурентноспособности предприятия
* Улучешение качества продукции
* Повышение доходности производства

Единый комплекс: наука – техника – технология - производство

Качество продукции в развитии предприятия

**Качество продукции** – потребительские свойства ее, позволяющие наиболее полно удовлетворить запросы пользователя

**Классификационные группы качества**

* Назначение
* Надежность
* Долговечность
* Экологичность
* Технологичность
* Унификация
* Транспортабельность
* Безопасность
* Экономичность

**Эффект для предприятия**

* Повышение спроса на продукцию
* Улучшение использования ресурсов
* Рост доходов от реализации продукции
* Устойчивость положения на рынке
* Расширение возможностей для стимулирования работников

Повышение качества продукции напрямую ведет к общему улучшению благосотояния предприятия, улучшая классификационные качества продукции предприятие повышает эффективность своей деятельности, что благотворно отражается на состоянии дел предприятия.

**Основные варианты экономической динамики в жизненном цикле предприятия** (схема 22)

|  |  |
| --- | --- |
| **Тип развития и его признаки** | **Последствия и альтернативы** |
| 1. **Стабильный** (простое воспроизводство)
	* Устойчиво сохраняется обьем производства
	* Стабильный рыночный спрос на продукцию предприятия
	* Необходимое обеспечение ресурсами постоянно.
 | * + Экономический успех временный
	+ Вероятности: переход к расширенному воспроизводству или возможное снижение темпов развития
 |
| 1. **Расширеный**
* Непрерывно увеличивается обьем производства
* Рыночный спрос на продукцию растет
* Предложение ресурсов возрастает
 | * Экономическая устойчивость предприятия возрастает
* Вероятности: переход к стабильному развитию или организация работ по инновации производства
 |
| 3 **Суженный*** Сокращается обьем производства
* Снижается спрос на продукцию предприятия
* Ограничена конкурентноспособность
* Привлечение ресурсов уменьшается
 | * Финансовая и производственная нестабильность
* Вероятности: санация, изыскание средств и способов стабилизации производства, или реорганизация, или банкротство и ликвидация предприятия
 |

В ходе реализации стратегии предприятия могут возникнуть помехи, препятствия или сопротивления, которые вызывают необходимость своевременного внесения изменений и корректировок в соответствующие подсистемы организации. **Изменение** – это замещение одного или нескольких внутренних элементов предприятия (целей, структуры, технологии, персонала) другими по содержанию компонентами под воздействием как внешних, так и внутренних факторов. Существует множество различных причин внесения изменений в саму стратегию или отдельные её элементы:

* Невозможность предвидения на стадии разработки стратегии новых проектных решений, технологий, поведения и развития конкурентов, экономической коньюктуры и др;
* Неточное определение необходимых ресурсов, ошибки в их распределении и использовании;
* Отставание в осуществлении мероприятий по времени вследствии воздействия дестабилизирующих факторов;
* Несоответствие организационно-производственной структуры и менеджмента требованиям новой стратегии;
* Сопротивление персонала предприятия изменениям;
* Ошибки в выборе ответственных исполнителей и руководителей, недостаток знаний и способностей;
* Недостаточная взаимоувязка стратегических и оперативных планов;
* Недостаточно четкая постановка целей, низкая подготовленность линейных менеджеров;
* Неконтролируемые изменения во внешней среде;
* Пересмотр стоимостных критериев;
* Срыв сроков поставок сырья и других ресурсов поставщиками.

Изменения оказывают существенное воздействие на:

* Продолжительность и сроки достижения стратегических целей;
* Качество выполнения работ и их стоимость;
* Мотивацию и поведение персонала;
* Уменьшение неопределенности состояния организации;
* Конкурентноспособность предприятия и соответствие интересам потребителей.

Каждое организационно-экономическое изменение проходит несколько этапов: прогнозирование возможных изменений; анализ причин возникающих проблем; нахождение нового решения и разработка мер по его выполнению; предположение и описание особенностей изменений; оценка последствий вносимых корректировок; проведение испытаний предпологаемых уточнений и выявление скрытых трудностей; одобрение новшеств и организация их выполнения; координация и контроль выполнения внедряемых изменений.

Здача руководителей предприятия состоит в том, чтоб вызвать у работников готовность к предстоящим изменениям и создать у них соответствующую мотивацию, понимание и заинтересованность, погасить возможное сопротивление. Основными причинами сопротивления персонала переменам является:

* Инстинкт самосохранения и предубеждение, что вводимые перемены не принесут для них ожидаемых результатов;
* Увеличение неопределенности в условиях недостаточной информированности о социальных, экономических и трудовых последствиях изменений;
* Ожидание опасности и потерь – уменьшение полномочий, снижение доходов, ухудшение условий труда, повышение ответственности и т.п.

Для уменьшения или устранения сопротивления новшествам со стороны персонала предприятия целесообразно:

* Пересмотреть систему материального и морального поощрения работников и гарантировать сохранение занятости сотрудников;
* Преобразования осуществлять поэтапно, что позволит людям постепенно прывыкнуть к новым условиям;
* Организовать при необходимости профессиональную переподготовку или повышение квалификации персонала;
* Шире привлекать сотрудников к обсуждению и принятию решений о предстоящих изменениях и ожидаемых последствиях;
* Быть готовым к принудительным формам воздействия – угрозе увольнения, снижения оплаты труда, непредоставления новой должности и др.

**Оценка и контроль** выполнения обеспечивает устойчивую обратную связь между достигаемыми результатами и целями организации. Сам контроль направлен на учет отклонений в ходе реализации стратегии, выяснения причин и внесение необходимых корректировок в достижение промежуточных целей, сроков проведения работ и других мероприятий.

# Глава 2 Характеристика сферы предпринимательства, предприятия и продукта

## 2.1 Отрасль

Этот раздел предпринимательского проекта начинается с описания пищевой отрасли, для которой он предназначен. Справочный материал этого раздела позволит потенциальному инвестору получить представление, насколько полно данный проект вписывается в систему экономических, политических и хозяйственных отношений. Исследование возможностей, проведенное ранее, показывает, насколько благоприятен инестиционный климат в отрасли пищевой промышленности и, следовательно, привлекателен для инвестирования капитала. Кроме того банки и крупные инвесторы, как правило, специализируются на финансировании определенных отраслей народного хозяйства. Так бизнес в сфере производства салатов и последующей их продажи может заинтересовать российский Пищпромбанк.

Решение о выбраной сфере и отрасли в первую очередь важно для самой организации. Организация должна быть уверена, что в сфере пищевой промышленности в процессе реализации предпринимательского проекта не будет подвержена серьезным экономическим потрясениям. Недостаточно полный учет тенденций развития сферы работы организации, чреват самыми губительными последствиями при внедрении предпринимательского проекта и его коммерческой эффективности.

Миссией рассматриваемой организации будет, улучшение здоровья граждан покупающих продукцию организации.

Деятельность ООО «Ариран» направлена на легкую промышленность, а именно на ее ведущую отрасль пищевая промышленность. В этой отрасли преобладает производство продуктов питания, которые имеют больший вес, чем другие отрасли.

**Описание пищевой отрасли** – Анализ текущего состояния рынка производства салатной продукции показывает что рассматриваемая организация вполне может заняться производством салатов, а в будущем увеличить обьемы производства.

## 2.2 Предприятие

* + 1. Название предприятия – ООО «Ариран».
		2. Деятельность ООО «Ариран» будет связана с производством салатов, точнее: Салат «Оливье», Салат «Крабовый», Салат «Корейский», Салат «Морской».
		3. Эти продукты питания будут предназначены, как для взрослых, так и для детей. Продукты ООО «Ариран» экологически чистые, питательные, низкокалорийные и очень полезны.
		4. Предприятие ООО «Ариран» будет арендовать помещение в промышленном районе города Реутов. В 2004 г. Планируется 253 рабочих дня.

## 2.3 Организационно-правовая форма предприятия

ООО «Ариран» представляет собой общество с ограниченой ответственностью, т.е – это коммерческая организация учрежденная несколькими лицами, уставный капитал которой разделен на доли определенных размеров. Размер доли каждого участника зафиксирован в учредительных документах. Число учредителей состовляет 5 человек.

1. Ответственность участников. Участники не отвечают пообязательствам общества и несут риск убытков в пределах стоимости своих вкладов.
2. Учредительные документы. Два основных документа:
	* Учредительный договор, который подписывается всеми учредителями.
	* Устав, который утверждается учредителями.
3. Управление. Высший орган управления является общее собрание участников. Исполнительным органом управления является Директор.
4. Право выхода из товарищества. Участники могут выйти из общества в любое время независимо от согласия других участников.
5. Участник может передать свою долю другому частнику, если не запрещено уставом, то третьему лицу.

## 2.4 Разработка целей предприятия

ООО «Ариран» ставит перед собой главные цели:

* Расширение рынка сбыта продукции
* Сокращение издержек
* Получение масимальной прибыли
* Увеличение ассортимента товаров
* Повышение рентабельности

## 2.5 Выбор вида деятельности (товара, услуги, работы)

***Понятие «Товар»***

Товар – это продукт труда, имеющий стоимость и распределяющийся в обществе путем обмена, купли-продажи; все, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

ООО «Ариран» предполагает выпуск салатных изделий, т.е. Салат «Оливье», Салат «Крабовый», Салат «Корейский», Салат «Морской» вырабатывающих из высококачественного сырья, отличающегося:

* Хорошим приятным вкусом
* Низкой калорийностью
* Легкостью усвоения Обогащены комплексом витаминов А, В, С, Е.
* Реализацией в фасовочном виде
* Удовлетворительным сроком хранения
* Доступной ценой
* Продукция ООО «Ариран» удовлетворяет потребность в пище, прекрасно подходит для праздников, для пикников, для работников у которых нет возможности полноценного обеда.
* Товар, на начальном этапе, будет реализовыватся в нескольких магазинах расположенных в Москве и области
* Товар расчитан на широкую группу покупателей благодаря своей невысокой цене и высоким вкусовым качествам, а так же благодаря своей экологической чистоте и насыщенности минералами и витаминами
* Спрос на товары подобного рода велик, многим людям гораздо проще приобрести салаты в магазине чем делать их своими руками.
* Слабые стороны товара: скоропортящийся продукт требует постоянного контроля качества

Для производства своей продукции ООО «Ариран» использует самые современные разработки и технологии в области питания.

**Салат «Оливье»**

Воплощает в себя самые лучшие качества продукта – высококачественные состовляющие, свежие овощи, и незабываемый домашний вкус.

**Салат «Корейский»**

Незабываемый вкус правильно приготовленной корейской моркови насыщеный витаминами и бетокаротином со свежими кальмарами, прекрасно подойдет в качестве закуски под пиво или просто как украшение стола и неоставит равнодушным ниодного покупателя.

**Салат «Морской»**

Яркий насыщеный вкус морской капусты напитанной йодом с низкокалорийным маслом и заворным луком придаст сил на весь день

**Салат «Крабовый»**

Хорошо знакомый вкус домашнего салата, с добавлением безвредных фирменых добавок неоставит никого равнодушным.

## 2.6 Марка

**Марка** – имя, символ, термин, знак, рисунок или их сочетание, позволяющие покупателю идентифицировать (отождествлять) или отличать товары одного продавца от аналогичного товара конкурентов.

Марка ООО «Ариран» называется «Радость солнца».

**«Радость солнца»** - это воплощение ярких идей и открытий.

В линии «Радость солнца» - это оригинальные сочетания натуральных ингридиентов, которые дают уникальную палитру вкусов, а новейшие методы обогащения – исключительную пользу для здоровья.


### 2.6.1 Товарный знак

Товарный знак – это оригинально оформленное графическое изображение или оригинальное название, особое сочетание цифр, букв или слов, фирменное имя, зарегистрированное в установленном порядке, т.е. юридически защищенное.

**Основные требования:**

* **Индивидуальность**
* **Простота узнаваемость**
* **Привлекательность для потребителей**
* **Охраноспособонсть**

ООО «Ариран» будет работать под товарным знаком

### 2.6.2 Упаковка

ООО «Ариран» будет выпускать свои товары в удобной пластиковой упаковке с современным дизайном обьемом по 170 грамм, а также в ведрах обьемом по 3, 5, 10 кг для крупных магазинов торгующих товаром в развес.

Упаковка изделия входит в себестоимость товара.

 126х126х23 мм

 170 мл

### 2.6.3 Инструкция по применению

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Хранение при t | Срок хранения, дней |
| Салат «Оливье» | 4+-1 | 7 |
| Салат «Корейский» | 5+-2 | 9 |
| Салат «Морской» | 4+-1 | 7 |
| Салат «Крабовый» | 5+-1 | 8 |

### 2.6.4 Гарантия

ООО «Ариран» гарантирует качество товара, который изготавливается из свежего, натурального сырья. Товар использовать до даты указанной на упаковке.

## 2.7 Жизненный цикл товара .

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Этап выведения на рынок** | **Этап роста** | **Этап зрелости** | **Этап упадка** |
| Характеристика |
| Сбыт | Слабый | Быстрорастущий | Медленнопадующий | Падающий |
| Прибыль | Ничтожна | Максимальная  | Медленнопадующая | Низкая или нулевая |
| Потребитель | Любители нового | Массовый рынок | Массовый рынок | Отстающие |
| Число конкурентов | Небольшое | Постоянно растущее | Большое | Убывающие |
| Ответная реакция производителей |
| Основные стратегические усилия | Расширение рынка | Проникновение вглубь | Отставание своей доли | Повышение рентабельности |
| Затраты на маркетинг | Высокие | Высокие, но несколько ниже | Сокращающиеся | Низкие |
| Распределение товара | Неравномерное | Интенсивное | Интенсивное | Селективное |
| Усилия маркетинга | Создание осведомление о товаре | Создание предпочтения к марке | Создание приверженности к марке | Селективное воздействие |
| Товар | Основной вариант | Усовершенствованный | Дифференцированный | Повышение рентабельности |
| Цена | Высока | Несколько ниже | Самая низкая | возрастающая |

## 2.8 Рынок

**Принципиальная схема развития деловых отношений предприятия. (схема 23)**

Рынок ресурсов

Налоговые органы

**ООО «Ариран»**

Банк Пищпромбанк

Рынок недвижимости

Овощная база г. Люберцы

Оптовый рынок «Сонта» г. Балашиха

Аренда 210 кв. м

Стоимость 1 кв. м в месяц 115 руб.

Краткосрочный кредит – 600000 (+15% годовых)

Банковский заем – 1500000 руб. (+14% годовых)

Емкость рынка – показатель, характеризующий максимально возможный обьем реализации товара за определенный период времени при данном уровне цен.

ООО «Ариран» предполагает реализовывать следущие обьемы продукции: (смю производственную программу предприятия).

ООО «Ариран» предполагает реализовывать свою продукцию как в г. Реутове так и в других городах ближнего подмосковья (Мытищи, Железнодорожный, Королев, Балашиха, Люберцы) В будущем предприятие планирует выйти на Московский рынок, и реализовывать свою продукцию в крупные сетевые магазины (Патэрсон, Перекресток, Ашан) в больших обьемах.

### 2.8.1 Сегментация рынка

Сегментация рынка – это многомерное деление всех потенциальных потребителей этого рынка на достаточно большие группы сегменты, обладающие определенными общими признаками, предьявляющие особые, существенно отличные от других, требования к данному товару.

Продукты ООО «Ариран» расчитанны на потребителей:

1. Любого пола
2. Возраст от 2 лет
3. Любой профессии
4. Любой религии
5. Любой национальности
6. Со средним доходом

## 2.9 Предприятие

А) Месторасположение предприятия

Предприятие ООО» Ариран» будет распологаться в промышленном районе города Реутов численностью 450тыс. Человек

Б) Обеспеченность ресурсами

Ресурсы будут поставлятся ежедневно, овощи из города Люберцы, масло, майонез, мясные и рыбные ингридиенты из города Балашиха.

В) Цена ресурсов

Цена ресурсов достаточно низкая, по сравнению с другими поставщиками, т.к. цены договорные. Это дает предприятию возможность выпускать продукцию по достаточно невысоким ценам.

Г) Спрос, предложение и цены на рынке

Спрос на рынке на продукты подобного рода, как «фаст фуд» достаточно высокий и стабильный.

Предложение товаров на рынке можно охорактеризовать как среднее, т.к. на рынке представлено небольшое число поставщиков ингридиентов для салатов, но с достаточно большим ассортиментом товаров.

Цены на рынке на ингридиенты к салатам невысокие, по сравнению с ценами на эти же продукты в Москве. Уровень цен тоже довольно стабильный, т.к. предприятия выпускают оптимальный объем продукции, что позволяет снизит издержки и выпускать продукцию по средним ценам.

Д) Преимущества и недостатки месторасположения.

**Плюсы**

* Низкая арендная плата
* Дешевая рабочья сила
* Рядом со столицей

**Минусы**

* Более низкая прибыль, чем в столице
* Основная масса населения с высоким доходом сосредоточена в москве
* Сложная доставка утром в связи с пробками на вьезде в Москву

Е) Цена арендной платы

ООО «Ариран» будет арендовать помещение в промышленной зоне г. Реутова размером 210 кв. м.

Стоимость 1кв. М. В месяц = 115 руб.

Аренданая плата в месяц=210кв.м\*115руб.=24150

Аренданая плата в год=24150руб.\*12=289800

## 2.10 Сбыт продукции и коммерческая работа предприятия. Маркетинг, реклама.

1. Способы движения товара на рынок.

Как и любому новому предприятия, ООО «Ариран» важно основать свою деятельность на занании потребительского спроса и его изменений в ближайшее время. Для этого необходимо рассмотреть основные элементы плана маркетинга: схему распространения товара, выбор метода ценообразования, методы стимулирования обьема продаж, рекламу и организацию послепродажного обслуживания.

ООО «Ариран» пользуется как прямыми, так и косвенными каналами распространения товара. При прямой продаже без посредников

Схема распространения товара включает степень его экспонирования. Из существующих трех видов экспонирования (интенсивное, селективное, эксклюзивное) для продукции повседневного спроса наиболее часто применяется интенсивное, когда товар продается через всех найденых посредников.

производитель

Оптовый продавец

Розничный продавец

Покупатель

1. Ценообразование

При выборе метода ценообразования очень важно установить такие цены и так изменять их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы получить планируемый обьем прибыли и овладеть определенной долей рынка.

При сложившейся ситуации на рынке для привлечения покупателей к новой продукции лучше установить умереные цены, а по мере освоения и завоевания повышать их. Следует отметить, что цены продукции в магазине при предприятии цена будет ниже, чем когда товар будет реализовыватся через посредников.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование товара | Рыночная цена |
| Салат «Корейский» | 5,50 руб. |
| Салат «Морской» | 6,80 руб. |
| Салат «Крабовый» | 9,68 руб. |
| Салат «Оливье» | 7,44 руб. |

1. Место сбыта товара

Товар ООО «Ариран» будет продаваться в г. Реутов в магазине «Продовольственные товары», в г. Люберцы «Супермаркет» в г. Королеве «Продукты», Балашиха «Балашихинский универсам», в г. Мытищи «Продукты для вас». Все магазины работают с 8.00-22.00

1. Состав конкурирующих фирм.

**Анализ конкурентов (схема 24)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Характеристика конкурентной продукции** | **ООО «Империя»** | **ООО «Коммунарка»** | **ООО «Файн-сервис»** | **ООО «Ариран»** |
| **1** | Качество | Среднее | Низкое | Высокое | Высокое |
| **2** | Дизайн | Плохой | Хороший | Средний | Хороший |
| **3** | Цена | Средняя | Низкая | Высокая | Средняя |
| **4** | Занимаемая доля рынка | 10% | 15% | 45% | 30% |
| **5** | Стабильность продаж | Среднее | Низкое | Высокое | Высокое |
| **6** | Время работы | 9-20 | 8-20 | 8-21 | 8.30-21 |
| **7** | Ассортимент наименований товара | 8 | 10 | 12 | 4 |

Нельзя забывать что, конкурирующие фирмы находятся в москве и начинали свою деятельность много раньше ООО «Ариран»

5) Образы фирм

Деловая репутация фирмы – (другое название – «Цена фирмы», «доброе имя») представляет собой разницу между рыночной стоимостью предприятия и совокупной стоимостью его имущества и обязательств (активов и пассивов).

6) Виды и формы проведения рекламных операций.

Для привлечения покупателей к нашей продукции предполагается проведение рекламной компании. ООО «Ариран» не располагает большими денежными средствами, следовательно, не может себе позволить дорогую рекламную компанию, как рекламу на телевидении или в газетах, журналах. Поэтому ООО «Ариран» будет проводить недорогую рекламную компанию:

* + Размещение обьявлений на городском транспорте
	+ Наружая щитовая реклама в городе
	+ Листовки

Стоимость:

* Размещение обьявлений в городском транспорте – 50 руб. 1 одно обьявление, количество – 100шт. Цена – 5000 руб.
* Щитовая реклама, стоимость 1 плаката – 200 руб., количество 10 штук Цена 2000 руб.
* Листовки. Стоимость 1 листовки 1,5 руб. – количество 10000 шт. Цена 15000
* Разработка концепции слов и рисунка продукции – 18000 руб.

Таким образом, сумма рекламной компании составит – 40000

2.11 Организационная структура ООО «Ариран»

Организационная структура управления – это упорядоченная совокупность подразделений организации, обособившихся в результате разделения труда.

В этой организационной струтуре специалисты одного профиля обьеденяются в специализированные структурные подразделения, например, отделы (финансовый, маркетинга и т.д.) В свою очередь отделы в соответствии со своими функциями обьеденяются в блоки.

**Генеральный директор**

Закупки

Производство

Маркетинг

Финансы

# Глава 3 Планирование производства

## 3.1 Производственная программа предприятия

ООО «Ариран» в день будет производить следующие обьемы продукции:

1. Салат «Корейский» - 4000
2. Салат «Морской» - 3000
3. Салат «Крабовый» - 3500
4. Салат «Оливье» - 2000

| Виды продукции | **Объем производства помесячно** |
| --- | --- |
| Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь | Итого Изделий |
| Салат «Корейский» | 76000 | 80000 | 88000 | 88000 | 68000 | 84000 | 88000 | 88000 | 88000 | 84000 | 88000 | 92000 | 1012000 |
| Салат «Морской» | 57000 | 60000 | 66000 | 66000 | 51000 | 63000 | 66000 | 66000 | 66000 | 63000 | 66000 | 69000 | 759000 |
| Салат «Крабовый» | 66500 | 70000 | 77000 | 77000 | 59500 | 73500 | 77000 | 77000 | 77000 | 73500 | 77000 | 80500 | 885500 |
| Салат «Оливье» | 38000 | 40000 | 44000 | 44000 | 34000 | 42000 | 44000 | 44000 | 44000 | 42000 | 44000 | 46000 | 506000 |

Обьем производства помесячно ( V = объем производства в день\*кол-во рабочих дней)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Салат «Корейский»** | **Салат «Морской»** | **Салат «Крабовый»** | **Салат «Оливье»** |
| Январь=4000\*19=76000 | Январь=3000\*19=57000 | Январь=3500\*19=66500 | Январь=2000\*19=38000 |
| Февраль=4000\*20=80000 | Февраль=3000\*20=60000 | Февраль=3500\*20=70000 | Февраль=2000\*21=40000 |
| Март=4000\*22=88000 | Март=3000\*22=66000 | Март=3500\*22=77000 | Март=2000\*22=44000 |
| Апрель=4000\*22=88000 | Апрель=3000\*22=66000 | Апрель=3500\*22=77000 | Апрель=2000\*22=44000 |
| Май=4000\*17=68000 | Май=3000\*17=51000 | Май=3500\*17=59500 | Май=2000\*17=34000 |
| Июнь=4000\*21=84000 | Июнь=3000\*21=63000 | Июнь=3500\*21=73500 | Июнь=2000\*21=42000 |
| Июль=4000\*22=88000 | Июль=3000\*22=66000 | Июль=3500\*22=77000 | Июль=2000\*22=44000 |
| Август=4000\*22=88000 | Август=3000\*22=66000 | Август=3500\*22=77000 | Август=2000\*22=44000 |
| Сентябрь=4000\*22=88000 | Сентябрь=3000\*22=66000 | Сентябрь=3500\*21=73500 | Сентябрь=2000\*22=44000 |
| Октябрь=4000\*21=84000 | Октябрь=3000\*21=63000 | Октябрь=3500\*21=73500 | Октябрь=2000\*21=42000 |
| Ноябрь=4000\*22=88000 | Ноябрь=3000\*22=66000 | Ноябрь=3500\*22=77000 | Ноябрь=2000\*22=44000 |
| Декабрь=4000\*23=92000 | Декабрь=3000\*23=69000 | Декабрь=3500\*23=80500 | Декабрь=2000\*23=46000 |

## 3.2 Определение доли каждого продукта в общем обьеме продаж

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Объем производства в год изделий | % доля продукта в общем объеме |
| Салат «Корейский» | 1012000 | 32% |
| Салат «Морской» | 759000 | 24% |
| Салат «Крабовый» | 885500 | 28% |
| Салат «Оливье» | 506000 | 16% |

Салат «Корейский» = 1012000\*100%/316200=32%

Салат «Морской» = 759000\*100%/3162500=24%

Салат «Крабовый» = 885500\*100%/3162500=28%

Салат «Оливье» = 506000\*100%/3162500=16%

## 3.3 Расчет стоимости сырья

**Стоимость сырья на еденицу продукции за рабочую смену**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | Стоимость сырья | Салат «Корейский» | Салат «Морской» | Салат «Крабовый» | Салат «Оливье» | **Итого руб.** | **Итого сырья, кг (л)** |
| Цена за 1 кг (л) | Кол-во кг (л) | Стоимость руб. | Кол-во кг (л) | Стоимость руб. | Кол-во кг (л) | Стоимость руб. | Кол-во кг (л) | Стоимость руб. |
| Овощи | 7,50 | 180 | 1350,00 | - | - | 472,5 | 3543,75 | 140 | 1050,00 | 5943,75 | 792,5 |
| Специи | 13,00 | 20 | 260,00 | - | - | 52,5 | 682,50 | 20 | 260,00 | 1202,50 | 92,5 |
| Вкусовая добавка | 12,00 | 100 | 1200,00 | 75 | 900,00 | - | - | - | - | 2100,00 | 175 |
| Морковь | 7,00 | 375 | 2625,00 |  |  | - | - | - | - | 2625,00 | 375 |
| Прочие добавки | 10,50 | 140 | 1470,00 | - | - | 560 | 5880,00 | 50 | 525,00 | 7875,00 | 750 |
| Морская капустаа | 9,00 | - | - | 270 | 2430,00 | - | - | - | - | 2430,00 | 270 |
| Соль | 6,00 | 4 | 24,00 | 3 | 18,00 | 7 | 42,00 | 6 | 36,00 | 120,00 | 20 |
| Мясо | 25,00 | - | - | - | - | - | - | 20 | 500 | 500,00 | 20 |
| Крабовые палочки | 14,00 | - | - | - | - | 350 | 4900,00 | - | - | 4900,00 | 350 |
| Масло (раст) | 10,00 | 48 | 480,00 | 27 | 270,00 | 45,5 | 455,00 | 4 | 40,00 | 1245,00 | 124,5 |
| Кальмар | 13,00 | 4 | 52,00 | - | - | - | - | - | - | 52,00 | 4 |
| **Итого** | **-** | **-** | **4836,00** | **-** | **6243,00** | **-** | **15503,25** | **-** | **2411,00** | **28993,25** | **2973,5** |

**Расчет потребности в материальных ресурсах на 2004 г.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ресурсы** | Кол-во сырья кг)л) в год | Цена за 1 кг(л) шт | Стоимость сырья за год. Руб. | **Месяцы** |
| Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
| Овощи | 200502,5 | 7,50 | 1503768,75 | 112931,25 | 118875,00 | 130762,50 | 130762,50 | 101553,75 | 124818,75 | 130762,50 | 130762,50 | 130762,50 | 124818,75 | 130762,50 | 136706,25 |
| Специи | 23402,5 | 13,00 | 304232,50 | 22847,50 | 24050,00 | 26455,00 | 26455,00 | 20442,50 | 25252,50 | 26455,00 | 26455,00 | 26455,00 | 25252,50 | 26455,00 | 27657,50 |
| Вкусовые добавки | 44275 | 12,00 | 531300,00 | 39900,00 | 42000,00 | 46200,00 | 46200,00 | 35700,00 | 44100,00 | 46200,00 | 46200,00 | 46200,00 | 44100,00 | 46200,00 | 48300,00 |
| Морковь | 94875 | 7,00 | 664125,00 | 49875,00 | 52500,00 | 57750,00 | 57750,00 | 45084,00 | 55125,00 | 57750,00 | 57750,00 | 57750,00 | 55125,00 | 57750,00 | 60375,00 |
| Прочие добавки | 189750 | 10,50 | 1992375,00 | 149625,00 | 157500,00 | 173250,00 | 173250,00 | 133875,00 | 165375,00 | 173250,00 | 173250,00 | 173250,00 | 165375,00 | 173250,00 | 181125,00 |
| Морская капустаа | 68310 | 9,00 | 614790,00 | 46170,00 | 48600,00 | 53460,00 | 53460,00 | 41310,00 | 51030,00 | 53460,00 | 53460,00 | 53460,00 | 51030,00 | 53460,00 | 55890,00 |
| Соль | 5060 | 6,00 | 30360,00 | 2280,00 | 2400,00 | 2640,00 | 2640,00 | 2040,00 | 2520,00 | 2640,00 | 2640,00 | 2640,00 | 2520,00 | 2640,00 | 2760,00 |
| Мясо | 5060 | 25,00 | 126500,00 | 9500,00 | 10000,00 | 11000,00 | 11000,00 | 8500,00 | 10500,00 | 11000,00 | 11000,00 | 11000,00 | 10,500 | 11000,00 | 11500,00 |
| Крабовое мясо | 88550 | 14,00 | 1239700,00 | 93100,00 | 98000,00 | 107800,00 | 107800,00 | 83300,00 | 102900,00 | 107800,00 | 107800,00 | 107800,00 | 102900,00 | 107800,00 | 112700,00 |
| Масло (раст) | 1012 | 10,00 | 13156,00 | 988,00 | 1040,00 | 1144,00 | 1144,00 | 1092,00 | 1144,00 | 1144,00 | 1144,00 | 1092,00 | 1144,00 | 1056,00 | 1196,00 |
| Кальмар | 31498,5 | 13,00 | 314985,00 | 23655,00 | 24900,00 | 27390,00 | 27390,00 | 21165,00 | 27390,00 | 27390,00 | 27390,00 | 27390,00 | 26145,00 | 27390,00 | 28635,00 |
| Упаковка | 3162500 | 1,00 | 3162500,00 | 237500,00 | 250000,00 | 275000,00 | 137500,00 | 212500,00 | 137500,00 | 137500,00 | 137500,00 | 137500,00 | 131250,00 | 137500,00 | 143750,00 |
| **Итого** | **-** | **-** | **10497792,25** | **788371,75** | **829865,00** | **912851,50** | **775351,50** | **706562,25** | **775299,50** | **775351,50** | **775351,50** | **775299,50** | **740160,25** | **775263,50** | **810594,75** |

**Расчеты:**

Количество сырья кг (л) в год = Расход сырья кг (л) в день\*253

Стоимость сырья за каждый месяц=Расход сырья(руб.) в день \*кол-во рабочих дней. Дней в месяце

Стоимость сырья за год=кол-во сырья кг(л) в год \* цена за 1 кг (л)

Упаковка=кол-во штук в месяц \* цена за 1 шт.

## 3.4 Расчет потребности в электроэнергии и воде на 2004г.

* + 1. **Электроэнергия**

ООО «Ариран» юужет работать 253 дня в году.

Ставка за 1кВт 0,46 руб., в час расходуется 20 кВт, в день предприятие работает 8 часов

А)Расход Электро энергии в год (руб.)

Электроэнергия=0,46руб.\*8час\*253раб.дня\*20кВт=18621

Б)Расчет затрат электроэнергии в год на каждый вид продукции

* + - * Эл салат «Корейский» = 18621руб.\*1012000изд./3162500изд.=5959
			* Эл салат «Морской» = 18621руб.\*759000изд./3162500изд.=4469
			* Эл салат «Крабовый» = 18621\*885500изд./3162500=5214
			* Эл салат «Оливье» = 18621 руб.\*506000изд./3162500изд.=2979

**2 Комунальные услуги**

Цена комунальных услуг на каждый вид продукции равна 6259 руб.

Всего цена комунальных услуг = 25036

Плата за комунальные услуги за третий вид продукции Салат «Крабовый» составляет 15120 руб. – поскольку он будет производится на эксперементальном оборудовании с применением новых тенологий.

Итого Расходы за коммунальные услуги составляют 33897

## 3.5 Кадры ООО «Ариран»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Кадры2004 | Кол-во раб времени в день, час | Тарифнаяставка, час руб. | Месяцы | Кол-во рабочих чел. | Годовой фонд з/п без учета ЕСН | Отчисления ЕСН 35,8% | Годовой фон з/п на 2004г. |
| Январь (19д) | Февраль (20д) | Март (22д.) | Апрель (22д) | Май (17д) | Июнь (21д) | Июль (22д) | Август (22д) | Сентябрь (22д) | Октябрь (21д) | Ноябрь (22д) | Декабрь (23д) |
| 1 | Генеральный директор | 8 | оклад | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 24000 | 1 | 288000 | 103104 | 391104 |
| 2 | Главный бухгалтер | 8 | оклад | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 15000 | 1 | 180000 | 64440 | 244440 |
| 3 | Менеджер | 6 | 60 | 6840 | 7200 | 7920 | 7920 | 6120 | 7560 | 7920 | 7920 | 7920 | 7560 | 7920 | 8220 | 1 | 91020 | 32585,16 | 123605,16 |
| 4 | Маркетолог | 3 | 60 | 3420 | 3600 | 3960 | 3960 | 3060 | 3780 | 3960 | 3960 | 3960 | 3780 | 3960 | 4140 | 2 | 91080 | 32606,64 | 123686,64 |
| 5 | Начальник производства | 7 | 50 | 6650 | 7000 | 7700 | 7700 | 5950 | 7350 | 7700 | 7700 | 7700 | 7350 | 7700 | 8050 | 1 | 88550 | 31700,90 | 120250,90 |
| 6 | Технолог | 8 | 45 | 6840 | 7200 | 7920 | 7920 | 6120 | 7560 | 7920 | 7920 | 7920 | 7560 | 7920 | 8280 | 1 | 91080 | 32606,64 | 123686,64 |
| 7 | Рабочий | 8 | 30 | 4560 | 4800 | 5280 | 5280 | 4080 | 5040 | 5280 | 5280 | 5280 | 5040 | 5480 | 5520 | 8 | 485760 | 173902,08 | 659662,08 |
| 8 | Слесарь/Наладчик | 6 | 30 | 3420 | 3600 | 3960 | 3960 | 3060 | 3780 | 3960 | 3960 | 3960 | 3780 | 3960 | 4140 | 1 | 45540 | 16303,32 | 61843,32 |
| 9 | Водитель | 6 | 30 | 3420 | 3600 | 3960 | 3960 | 3060 | 3780 | 3960 | 3960 | 3960 | 3780 | 3960 | 4140 | 2 | 91080 | 32606,64 | 123686,64 |
| 10 | Уборщица | 4 | 25 | 1900 | 2000 | 2200 | 2200 | 1700 | 2100 | 2200 | 2200 | 2200 | 2100 | 2200 | 2300 | 2 | 50600 | 18114,80 | 68714,80 |
| 11 | Сторож | 12 | 25 | 5700 | 6000 | 6600 | 5100 | 6300 | 6600 | 6600 | 6600 | 6600 | 6300 | 6600 | 6900 | 2 | 151800 | 54244,40 | 206144,40 |
| Итого | - | - | 81750 | 84000 | 88500 | 88500 | 77250 | 88250 | 86250 | 88250 | 88500 | 88500 | 86250 | 88500 | 90690 | 22 | 1654510 | 592314,58 | 2246824,58 |

## 3.6 Основные производственные фонды ООО «Ариран»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Цена за еденицу (руб)** |  **Кол-во оборудования** | **Итого руб.** |
| 1 | Мясорезка | 6500 | 2 | 13000 |
| 2 | Стол производственный | 1500 | 6 | 6000 |
| 3 | Весы электронные | 1500 | 2 | 3000 |
| 4 | Холодильник | 7500 | 4 | 30000 |
| 5 | Инвентарь хозяйственный | 3000 | - | 3000 |
| 6 | Автоматическая овощерезка | 8000 | 4 | 32000 |
| 7 | Стелажная тележка | 2500 | 2 | 5000 |
| 8 | Расфасовочная машина | 8500 | 2 | 34000 |
| 9 | Автомобиль (Москвич) | 15000 | 2 | 30000 |
| **Итого:** | 54000 | 24 | 156000 |

## 3.7 Амортизация

1 Общая стоимость ОС=156 0000 руб.

 Рассчет Амортизации по типам оборудования:

* + Автоматическое/электрическое оборудование:

А)Мясорезка 13000

Б)Весы электронные 3000

В) Холодильник 30000

Г) Автоматическая овощерезка 32000

Д) Расфасовочная машина 34000

(13000+3000+30000+32000+34000)\*10%/100%=11200руб.

* + Ручное/механическое оборудование:

А) Стол производственный 6000

Б) Инвентарь хозяйственный 3000

В) Стелажная тележка 5000

(6000+3000+5000)\*10%/100%=1400

* + Автомобиль

А) Автомобиль «Москвич» 30000

30000\*10%/100%=3000

Амортизация годовая = Амортизация (Автомобиль) + Амортизация (Ручное/механическое оборудование) = Амортизация (Автоматическое/электрическое)

**Амортизация годовая** = 3000 + 1400 + 11200=**15600**

Расчет Амортизационных отчислений на каждый продукт:

А) Салат «Корейский» = 15600\*32%/100%=4992 руб.

Б) Салат «Морской» = 15600\*24%/100%=3744

В) Салат «Крабовый» = 15600\*28%/100%=4368

Г) Салат «Оливье» = 15600\*16%/100%=2496 руб.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Амортизационные отчисления руб. |
| Салат «Корейский» | 4992 |
| Салат «Морской» | 3744 |
| Салат «Крабовый» | 4368 |
| Салат «Оливье» | 2496 |

## 3.8 Калькуляция ООО «Ариран»

**Статьи калькуляции**

|  |  |
| --- | --- |
| Прибыль | 25% |
| НДС | 18% |

1 Сырье

2 Электроэнергия

3 Комунальные услуги

4 Зароботная плата

5 Опщепроизводственные расходы

6 Общехозяйственные расходы

7 Арендная плата

8 Амортизация

Производственная себестоимость

9 КР

Полная себестоимость

Рыночная цена=Полная с/с +НДС + Прибыль

**I Салат «Корейский»**

1. Сырье 4836\*253=1223508 руб.
2. Электроэнергия 5959 руб.
3. Комунальные услуги 6259 руб.
4. Заработная плата 2246824,58\*32%/100%=718984руб.
5. ОПР (125%) 718984р.\*125%/100%=898730руб.
6. ОХР(80%) 718984р.\*80%/100%=575187,2руб.
7. Аренда 289800\*32%/100%=92736
8. Амортизация 4992

Производственная себестоимость = 3526391,2 руб.

1223508+5959+6295+718984+898730+575187,2+92736+4368=3526391,2

9 КР (1%) 3526391,2\*1%/100%=35263,912 руб.

Полная себестоимость = 3561655,2

3526391,2+35263,912=3561655руб.

С/с 1 еденицы продукции = 3561655,2/1012000изд.=3руб52коп.

Рыночная цена = 3561655,2+(3561655,2\*25%)+(3561655,2\*18%=5093166,94руб.

**Рыночная цена 1 ед. продукции** = 5093166,94 руб./1012000изд.= **5руб. 04 коп.**

**II Салат «Морской»**

1. Сырье 6243\*253=1579479 руб.
2. Электроэнергия 4469 руб.
3. Комунальные услуги 6259 руб.
4. Заработная плата 539238руб.
5. ОПР (125%) 539238р.\*125%/100%=674047,4руб.
6. ОХР(80%) 539238р.\*80%/100%=431390,4руб.
7. Аренда 69552
8. Амортизация 3744р.

Производственная с/с= 1579479+4469+6295+539238+674047,4+431390,4+69552+3744=3308214,8

9 КР-1% 33082,148

 3308214,8\*15/100%=33082,148

Полная с/с= 3341296,95

 3308214,8+33082,148=3341296,95

Себестоимость 1 ед. прод-ции 3341296,95/759000=4,41руб.

Рыночная цена= 3341296,95+(3341296,95\*25%/100%)+(3341296,95\*18%/100%)=4778054,64руб.

**Рыночная цена 1 ед прод.**= 4778054,64/759000ед.=**6руб.30коп**

**III Салат «Крабовый»**

1 Сырье 15503,25\*253=3922322,25

2 Электроэнергия 5214 руб.

3 Комунальные услуги 15120руб.

4 Заработная плата 629110,89 руб.

5 ОПР (125%) 629110,89\*125%/100%=786388,6

6 ОХР(80%) 629110,89\*80%/100%=503288,7

7 Аренда 289800р.\*28%=81444руб.

8 Амортизация 4368руб.

Производственная с/с= 3922322,25+5214+15120+629110,89+786388,6+503288,7+81444+4368=5947256,5руб.

9 КР-1%= 59472,56р.

 5947256,5\*1%/100%=59472,56руб.

Полная с/с= 6006729,06р.

 597256,5+59472,56=6006729,06

С/С 1 ед. прод-ции= 6006729,06/885500изд.=6руб.80 коп.

Рыночная цена= 6006729,06+(6006729,06\*25%/100%)+(6006729,06\*18%/100%)=8589622,55р.

**Рыночная цена**= 8589622,55р./885500изд=**9руб.70коп**

**IV Салат «Оливье»**

1. Сырье 2411\*253=609983руб.
2. Электроэнергия 2979 руб.
3. Комунальные услуги 6295 руб.
4. Заработная плата 359491,94руб.
5. ОПР (125%) 359491,94р.\*125%/100%=449364,92руб.
6. ОХР(80%) 359491,94\*80%/100%=287593,55руб.руб.
7. Аренда 46368 руб.
8. Амортизация 2496руб.

Полная с/с= 1764571,39р. 609983+2979+6295+359491,94+449364,92+287593,55+46368+2496=1360171,41 руб.

 9 КР-1% 17645,72

 1764571,39\*1%/100%=17645,72руб.

Полная с/с= 1782217,11р.

с/с 1 ед. прод-ции= 1782217,11/506000+3,53руб.

Рыночна цена= 1782217,11+(1782217,11\*25%)+(1782217,11\*18%/100%)=2548570,51р.

**Рыночная цена 1 ед прод-ции**= 2548570,51р./506000изд.=**5руб.04коп.**

Валовая выручка за год = Объем пр-ва за год\*Рыночная цена

|  |  |
| --- | --- |
| Салат «Корейский» | 5,04руб.\*1012000изд=5100480руб. |
| Салат «Морской» | 6,30руб.\*759000изд.=4781700руб. |
| Салат «Крабовый» | 9,70\*885500изд=8589350руб. |
| Салат «Оливье» | 5,04руб\*506000изд.=2550240руб. |
| **Валовая выручка общая за год** | 5080240+4781700+8589350+2550240=**21001530 руб**. |

## 3.9 Ожидаемый баланс ООО «Ариран» на 1 января 2004 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Актив | Руб. | Пассив | Тыс. Руб. |
| **Основные фонды**1. Оборудование-амортизация
2. Арендная плата
3. Нематериальные активы

Итого:**Оборотные Фонды**1. Сырье и материалы
2. Запасы и товары отгруженные
3. Товарно дебиторская задолженность
4. Расчетный счет
5. Денежные средства
6. Расходы будующих периодов

Итого | 156,6-15,6=140,4289,830,0(460,2)10497,792275,85134,7688239,43150,009170(11297,85) | 10 Уставный капитал(собс кап. В составе уставного 1000)11 Банковская задолжность12 Выплаты по банковскому займу13 Краткосрочный кредит14 Выплаты по краткосрочному кредиту15 Товарно кредиторская задолженность16 Заработная плата17 Прочие доходы будущих периодов | 6700,01500,0210,0600,090,0150,02246,825231,225 |
| ***Итого:*** | 11728,05 | ***Итого:*** | 11728,05 |

Выплаты по банковскуму займу = 1500000\*14%/100%=210тыс.руб.

Выплаты по краткосрочному кредиту = 600000\*15%/100%=90 тыс. Руб.

## 3.10 Ожидаемый отчет по прибыли ООО «Ариран» на 2004 год.

|  |  |
| --- | --- |
| Салат «Корейский» | 5,04руб.\*1012000изд=5100480руб. |
| Салат «Морской» | 6,30руб.\*759000изд.=4781700руб. |
| Салат «Крабовый» | 9,70\*885500изд=8589350руб. |
| Салат «Оливье» | 5,04руб\*506000изд.=2550240руб. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи | Товарные группы (тыс руб.) | всего |
|  | А(Кор.) | Б(Морск.) | В(Краб.) | Г(Оливье.) |  |
| **Валовая выручка**-Переменные издержки**Валовой доход**Постоянные издержки**Чистый доход от реализации**-Амортизация**Прибыль до начисления %**-Издержки по выплате % | 5100,4801223,5083876,980823,9473052,9904,9923048,100737,097 | 4781,7001579,4793202,221619,11082583,1203,7442579,370673,434 | 8589,3503992,3304597,02730,88883866,1314,3683861,7701165,212 | 2550,240609,9801940,260414,13391526,1302,4961523,640368,780 | 21021,7707405,29713616,4372588,107511028,37115,60011012,7802944,523 |
| **Итого:** | 2311,003 | 1905,936 | 2696,558 | 1154,86 | 8068,257 |

Переменные издержки на предприятии = Затраты на приобретение сырья

Постоянные издержки на предприятии = Плата за ком. Услуги + Плата за электроэнергию + Арендная плата + Заработная плата

 I Постоянные

1) Постоянные издержки по товару Салат «Корейский» = 5959р.+6295р.+92736р.+718984р.=823974руб.

2) Постоянные издержки по товару Салат «Морской» = 4469р.+6295р.+69552р.+539238р.=619554руб.

3) Постоянные издержки по товару Салат «Крабовый» = 5214р.+15120р.+81444р.+629110,89р.=730888,89 руб.

4) Постоянные издержки по товару Салат «Оливье» = 27979р.+6295р.+46368р.+359491,94р.=414133,94 руб.

II %=НДС (полная с/с\*18%) + выплаты по кредиту

1. По товару Салат «Корейский» = (3561655,2\*18%/100%)+(300000\*32%/100%) = 737097,936 руб.
2. По товару Салат «Морской» = (3341296,95\*18%/100%)+(300000\*24%/100%)=673433,451 руб.
3. По товару Салат «Крабовый» = 6006729,06\*18%/100%)+(300000\*28%/100%)=1165211,231 руб.
4. По товару Салат «Оливье» = (1782217,11+18%/100%)+(300000\*16%/100%)=368799,08 руб.

**Чистая прибыль ООО «Ариран» составит = 8 068 257 руб.**

## 3.11 Анализ внутренней и внешней деятельности предприятия ООО «Ариран»

1. По товару Салат «Корейский»

Предполагается, что на рынке аналогичных товаро2в 1появится конкурент с высококонкурентным товаром, поэтому ООО «Ариран» предполагает потерю части потребителей и несмотря на общее увеличение спроса на данный продукт, ООО «Ариран» принимает решение снизить объем реализации на 25%

2 По товару Салат «Морской»

По отношению этого товара объем производства и реализации есть возможность сохранить, но предполагается изменение ресурсно-сырьевого потенциала по стоимости, т.е. стоимость сырья и материалов увеличится на 10%

3 Товару Салат «Крабовый»

Реализация данного продукта наиболее благополучна по сравнению с другими товарами, благодаря более совершенной технологии пр-ва, т.к. спрос на этот товар растет, предполагается увеличить объем производства на 15%

4 По товару Салат «Оливье»

По этому продукту предполагается увеличение спроса на 25% после проведения рекламной компании стоимость 550 тыс. Руб

По отношению этого товара объем производства и реализации есть возможность увеличить, т.к. в связи с сезонными изменениями предполагается, что стоимость ресурсно-сырьевого потенциала снизится.

Внутренние факторы

Руководство компании ООО «Ариран» принимает решение увеличить фонд з/п на 1000000 руб. Для стимулирования работы кадрового состава.

Руководство компании ООО «Ариран» принимает решение выделить 5 путевок рабочим на море, которые усердно работали и перевыполнили норму работы, для стимулирования их работы в дальнейшем

Бюджетное планирование

1 Будет ли выгодно изменить цену реализации на товар Салат «Корейский» ?

2 Будет ли рентабельным иной кана реализации Салата «Морской» ?

3 Окупится ли рекламная компания на товар Салат «Оливье»?

4 Предполагается, что цены на сырье снизятся. Выгодно ли будет снизить цену товара и увеличить объем производства ?

В связи с этим службы маркетинга, снабжения, и управления получили задание анализировать происходящие процессы, на основе их отчета получены следущие данные:

1 В случает снижения цены на товар Салат «Корейский» на 7% ожидается увеличение объема производства на 22%

2 В случае снижения цены на 25% объем производства и реализации возрастет на 30%

3 Ожидается рост производства и реализации товара Салат «Оливье» на 25% в результате проведения рекламной кампании стоимость 40000 руб.

4 Предполагается, что цены на сырье по товару Салат «Крабовый» снизятся, из чего следует что предприятию удастся снизить цену на 5%, вследствии чего объем продаж увеличится на 8%.

## 3.12 Бюджет по прибыли ООО «Ариран» 2004 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи | Товарные группы (тыс руб.) | всего |
|  | А(Кор.) | Б(Морск.) | В(Краб.) | Г(Оливье.) |  |
| **Валовая выручка**-Издержки на предприятии**Валовой доход**Постоянные издержки**Чистый доход от реализации**-Амортизация**Прибыль до начисления %**-Издержки по выплате % | 5284,2601492,6793791,5811005,2482786,3335,05442781,275903,049 | 5032,1702053,3232978,847804,8442174,0034,04042169,962845,195 | 8836,2124211,7164624,496913,613710,8863,9003706,9861422,279 | 4705,800792,9803912,82447,2653465,5552,60523462,949767,734 | 23861,4428550,69815310,7443170,96712139,77715,612124,173938,257 |
| **ИТОГО** | 1878,226 | 1324,767 | 2284,707 | 2695,215 | 8185,913 |

Валовая выручка Салат «Корейский» = 4,28\*1234,64руб.=5284259,2руб.

Валовая выручка Салат «Морской» = 5,10\*986700=5032170руб.

Валовая выручка Салат «Крабовый» = 7,44\*632500=4705800 руб.

Валовая выручка Салат «Оливье» = 9,24\*956300=8836212 руб.

При следующих изменениях обьем реализации составит – 38101140 ед прод-ции., а именно: 1) Салат «Корейский» - 1234640 изд. (32,4%)

 2) Салат «Морской» - 986700 изд. (25,9%)

 3) Салат «Крабовый» - 956300 изд.(25%)

 4) Салат «Оливье» - 632500 изд. (16,7%)

Постоянные издержки=Комунальные услуги+электроэнергия+з/п+аренда

1. Постоянные издержки по товару Салат «Корейский»= 823,974+(823,974\*22%/100%)=1005,248руб.
2. Постоянные издержки по товару Салат «Морской»= 619,1108+(619,1108\*30%/100%)=1005,248руб.
3. Постоянные издержки по товару Салат «Крабовый»= 730,8888+(730,8888\*25%/100%)=913,61 руб.
4. Постоянные издержки по товару Салат «Оливье»= 414,1339+(414,1339\*8%/100%)=447,256руб.

Расчет Амортизации

|  |  |
| --- | --- |
| Салат «Корейский» | 15600\*32,4/100%=5054,4 руб. |
| Салат «Морской» | 15600\*25,9%/100%=4040,4 руб. |
| Салат «Крабовый» | 15600\*25%/100%=3900 руб. |
| Салат «Оливье» | 15600\*16,7%/100%=2605,2 руб. |

%=НДС (Валовая выручка\*15,25%)+%выплаты по кредиту

По товару Салат «Корейский» = (5284,260\*15,25%/100%)+(300\*32,4/100%)=903,049 руб.

По товару Салат «Морской» = (5032,170\*15,25%/100%)+(300\*25,9%/100%)=845,105 руб.

По товару Салат «Крабовый» = (8839,212\*15,25%/100%)+(300\*25%/100%)=1422,979 руб.

По товару Салат «Оливье» = (4705,8\*15,25%/100%)+(300\*8%/100%)=767,734 руб.

**Чистая прибыль составит – 8185913 руб.**

**По товарной группе Г (Салат «Оливье») выгодно провести изменения, чистая прибыль составит - 2695215 руб.**

## 3.13 Скорректированный отчет по прибыли ООО «Ариран» за 2004 год.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи | Товарные группы (тыс руб.) | всего |
|  | А(Кор.) | Б(Морск.) | В(Краб.) | Г(Оливье.) |  |
| **Валовая выручка**-Издержки на предприятии**Валовой доход**Постоянные издержки**Чистый доход от реализации**-Амортизация**Прибыль до начисления %**-Издержки по выплате % | 3825,36917,6312907,729823,9472083,7553,7442080,011552,284 | 5259,871737,4583522,412619,11082903,30123,7442899,5572733,577 | 9857,394591,185266,2730,8884535,34,9924530,331339,92 | 4705,8762,4753943,325414,13393529,19113,123526,0711460,91 | 23648,428008,74315639,672588,10713051,5715,613035,973087,231 |
| ***Итого:*** | 1527,187 | 2165,9802 | 3190,41 | 3065,1611 | 9948,735 |

*Товар Салат «Корейский» обьем пр-ва=759000*

Валовая вырка=5100,480-(5100,480\*10%/100%)=3825,36

Издержки на предприятии 1223,508-(1223,508\*25%/100%)=917,631

Амортизация= 15600\*24%/100%=3744

Издержки по выплате %= 3561655,2\*18%/100%-25%+(300000\*24%/100%)=552,824

*Товар Салат «Морской» объем пр-ва 759000*

Издержки на предприятии= 1579,479+(1579,479руб.\*10%/100%)=1737,458

Валовая выр-ка= 4781,700\*10%+4781,700=5259,87

Амортизация= 15600\*24%/100%=3744

Издержки по выплате %= 3341296,95\*18%/100%+10%+(300000\*24%/100%)=733,577

*Товар Салат «Крабовый» объем пр-ва 1018325*

Валовая выручка= 9,68\*(885500\*15%/100%)=9857386

Издержки на предприятии= 3992,330+(3992,330\*15%/100%)=4591,179

Амортизация= 15600\*32%/100%=4992

Издержки по выплате %=6006729,06\*18%/100%+15%+(300000+32%/100%)=1339,392

*Товар Салат «Оливье» объем пр-ва 632500*

Валовая выр-ка= 506000\*25%/100%+506000\*7,44=4705800

Издержки на предприятии= (609,980\*2%/100%)+609,980=762,475

Амортизация= 15600\*20%/100%=3120

Издержки по выплате %= 1782217,11\*18%/100%+25%+(300000\*20%/100%)=460,91

Общий объем пр-ва=3168825 ед. изделий

## 3.14 Финансовый план ООО «Ариран» на 2004 год. (тыс руб)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **I Квартал** | **II Квартал** | **III Квартал** | **IV Квартал** |
| **Поступило** |
| 1. Прибыль | 1973,679 | 1941,324 | 2135,456 | 2135,456 |
| 2. Увеличился банковский заем | - | - | 200 | - |
| 3. Увеличение краткосрочного кредита | - | 35 | - | - |
| 4. Безвозмездно полученые ОС | 50 | - | - | 200 |
| 5. Увеличение Товарно-дебиторской задолженности | - | - | 20 | 10 |
| 6. Доходы полученные от продажи основных средств организации | 15 | - | 30 | - |
| 7. Штрафы полученные организацией, за нарушение условий договора поставщиками | 50 | 10 | - | 40 |
| 8. Поступления в счет возмещения причиненных организацией убытков | 25 | - | 50 | - |
| 9. Ценные бумаги, полученные безвозмездно | 150 | - | 300 | 200 |
| 10. Увеличение УК, за счет взносов новых учредителей | - | - | 300 | - |
| 11. Поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций | 200 | 150 | 100 | 150 |
| 12. Прибыль, полученная организацией в результате совместной деятельности | 250 | 175 | 350 | 200 |
| 13. проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке | 25 | 35 | 40 | 50 |
| 14. Штрафы полученные организацией за нарушение покупателями | 10 | - | 20 | - |
| 15. Доходы от предоставления в пользование прав на результаты интеллектуальной деятельности | 100 | 150 | 100 | 250 |
| 16. Средства полученные на осуществление благотворительной деятельности | 150 | - | 100 | - |
| 17. Амортизация | - | - | - | 15,6 |
| 18. Доходы полученные от операций с финансовыми инструментами срочных сделок | 75 | 10 | - | 30 |
| 19. Страховое возмещение | - | - | 25 | - |
| 20. Доходы от предоставления в аренду оборудования | - | 50 | 45 | - |
| **ИТОГО** | **3073,679** | **2556,324** | **3815,456** | **3281,056** |
| **Платежи** |
| 1. Увеличение расходов на приобретение сырья и материалов | 200 | 250 | 300 | 250 |
| 2. Увеличение расходов, связанных с выплатой аренды | 10 | 10 | 15 | 15 |
| 3. Расходы на научные исследования и опытно конструкторские разработки | - | 10 | - | 5 |
| 4. Амортизация | 3,900 | 3,900 | 3,900 | 3,900 |
| 5. Расходы, связанные с проведением рекламы | - | 40 | - | 40 |
| 6. Увеличение Товаро-кредиторской задолженности | 10 | 10 | 15 | 40 |
| 7. Расходы на постановку документов в налоговые органы | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 8. Маркетинг, стратегия | 15 | 25 | 15 | - |
| 9. Проценты, уплачиваемые, за пользование банковским займом | - | - | - | 32 |
| 10. Проценты уплачиваемые, за пользование краткосрочным кредитом | - | - | - | 7,0 |
| 11. Изучение конкурентов | 15 | 5 | 8 | 15 |
| 12. Покупка ОС | - | - | - | 100 |
| 13. Увеличение фонда заработной платы | 150 | 150 | 150 | 150 |
| 14. Штрафы, уплачиваемые за нарушение условий договора | - | 25 | - | 5 |
| 15. Расходы, связанные продажей основных фондов | - | - | 15 | - |
| 16. Расходы за пользование интеллектуальной собственностью (промышленными образцами) | 25 | 15 | 10 | 20 |
| 17. Расходы на медицинское обследование работников и оборудования | 150 | 150 | 100 | 200 |
| 18. Расходы на оплату путевок в дом отдыха. | 50 | 80 | 150 | 200 |
| 19. Расходы в виде безвозмездно переданной продукции | 5 | 10 | 18 | - |
| 20. Расходы, связанные с выплатой материальной помощи | - | 50 | - | 25 |
| **ИТОГО** | **635,9** | **835,9** | **802,9** | **1109,9** |
| *Итого поступления - платежи* | 2437,779 | 1720,424 | 3012,556 | 2171,156 |
| *Итого поступления с нарастающим итогом* | 2437,779 | 4158,203 | 7170,759 | 9341,915 |

I Прибыль

Чистая прибыль ООО «Ариран» за год составит – 8185913 руб.

1. В первом квартале – 61 рабочий день значит: Чистая прибыль в первом квартале составит – 1973679 руб.
2. Во втором квартале – 60 рабочий день, значит: чистая прибыль во втором квартале= 1941324 руб.
3. В третьем квартале – 66 рабочий день, значит: чистая прибыль в третьем квартале = 2135456 руб.
4. В четвертом квартале – 66 рабочих дней, значит Чистая прибыль составит – 2135256 руб.

II Увеличение Банковского займа.

В третьем квартале ООО «Ариран» потребуется для своей дальнейших деятельности банковский заем, который она возьмет у банка «Пищпромбанк» - 200 тыс. Руб. На расширение пр-ва.

III Во втором квартале ООО «Ариран» возьмет краткосрочный кредит в размере 35 тыс. Руб., т.к. в связи с повышением цен на сырье ей понадобятся дополнительные средства для расчета с поставщиками.

IV Безвозмездно полученые ОС

В четвертом квартале ООО «Ариран» получит от АО «Крок» ОС средства стоимость 200000 руб.

V Увеличение товарно-дебиторской задолженности.

В третьем квартале ООО «Ариран» покупатель ООО «Продукты для вас» г Мытищи не оплатил за поставленную ему продукцию – 20000руб. В четвертом квартале поставщик, по выданному ему авансу должен был поставить сырье, но поставил лишь часть. И его задолженность перед ООО «Ариран» составила 10000 руб.

VI Доходы, полученные от продажи ОС организации

В первом квартале ООО «Ариран» решает продать стол производственноый и прочий хозяйственный инвентарь, и в третьем квартале ООО «Ариран» продает одну Автоматическую овощерезку и холодильник.

VII Штрафы, полученные организацией, за нарушение условий договора с поставщиками.

В первом квартале поставщики с поставкой сырья опоздали на 1 неделю и заплатили организации штраф – 30000 руб.

Во втором квартале поставщики с поставкой сырья опоздали на 3 дня и заплатили неустойку – 10000 руб.

В четвертом квартале поставщики опоздали с поставкой материалов на 10 дней и заплатили штраф – 40000 руб.

VIII Поступления в счет возмещения причиненных организации убытков.

В третьем квартале ООО «Ариран» получит 50000руб. От ООО «Фудекс» за причиненный вред.

IX Ценные бумаги, полученные безвозмездно

В первом квартале ООО «Ариран» получит ценные бумаги от ООО «Фудекс» на сумму 150000 руб.

В четвертом квартале ООО «Ариран» получит ценные бумаги от ООО «Фудкорт» на сумму 150000 руб.

X Увеличение УК, за счет взносов новых учредителей.

В третьем квартале увеличится УК за счет взноса новых учредителей.

XI Поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организациях.

ООО «Ариран» активно участвует в уставных капиталах других организациях и поступления будут следующие:

В первом квартале – 100000 руб.

Во втором квартале – 150000 руб.

В третьем квартале – 100000 руб.

В четвертом квартале – 200000 руб.

XII ООО «Ариран» занимается совместной деятельностью и получит следующие денежные средства:

В первом квартале – 50000 руб.

Во втором квартале – 75000 руб.

В третьем квартале – 50000 руб.

В четвертом квартале – 100000 руб.

XIII Проценты за использование банком денежных средств, находящиеся на счете организации в этом банке.

Денежные средства ООО «Ариран» хранятся на счете в банке «Пищпромбанк» и каждый месяц ООО «Ариран» получает денежные средства:

В первом квартале – 25000 руб.

Во втором квартале – 35000 руб.

В третьем квартале – 40000 руб.

В четвертом квартале – 50000 руб.

XIV Штрафы, полученные организацией за нарушение покупателей продукции ООО «Ариран»

В первом квартале покупатель ООО «Супермаркет» в г. Королев не вовремя забрал продукцию со склада и заплатил неустойку – 10000руб.

В третьем квартале ООО Ариран» получит штраф от ООО «Продовольственные товары», в г. Люберцы – 20000 руб. за опоздание при оплате товара.

XV Доходы от предоставления в пользование прав на результаты интеллектуальной деятельности.

ООО «Ариран» разработал новые рецепты и технологию производства салатов существенно сокращающие расходы и предоставил свои результаты другим организациям, получив следующие ден. Ср-ва

Первый квартал – 100тыс руб

Второй квартал – 150 тыс. руб

Третий квартал – 100 тыс. руб

Четвертый квартал – 250 тыс. Руб.

XVI Средства, полученные на осуществление благотворительной деятельности.

В первом квартале ООО «Ариран» от Общества «Благовест» получила 150000 руб. на проведение благотворительной программы.

В третьем квартале благотворительный фонд «Благо» перечислил денежные средства в целях материальной помощи многодетным семьям и в детские дома – 100000 руб.

XVII Амортизация

Амортизация за год составит 15600 руб.

XVIII Доходы полученные от операций с финансовыми инструментами срочных сделок.

Первый квартал – 75000 руб

Второй квартал – 10000 тыс. руб

Четвертый квартал - 30000

XIX Страховое возмещение.

В третьем квартале ООО «Ариран» получит денежные средства от страховой компании в размере 25000 руб. за поломку застрахованного оборудования.

XX Доходы от предоставления в аренду оборудования.

Во втором и четвертом квартале ООО «Ариран» сдавала в аренду 2 холодильника ООО «Садко» и за это получила денежные ср-ва в размере:

Второй квартал – 50000 тыс. руб

Четвертый квартал – 45000 тыс руб.

Расходы

I Увеличение расходов, связанных с приобретением сырья. ООО «Ариран» потребуется больше деню ср-в на приобретение сырья, в связи с подрожанием сырья и увеличением объема пр-ва.

II Увеличение расходов связанных с выплатой аренды

III Расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки.

IV Амортизация. Амортизация за год составила 15600 руб., за квартал=мес\*3

V Расходы связанные с рекламными акциями. ООО «Ариран» предполагает проводить рекламную кампаию во втором и четвертом квартале стоимостью 40000 руб. для лучшего узнавания своей продукции.

VI Увеличение товарно-кредиторской задолженности. Задолженность ООО «Ариран» увеличилась перед поставщиками сырья.

VII Расходы, связанные с постановкой документов в налоговые органы. ООО «Ариран» будет оплачивать предоставление деклараций и др. Документов, требуемых налоговыми органами.

VIII Маркетинг стратегия. Для успешной деятельности компания должна проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегию, для этого необходимо нанимать маркетолога.

IX Процент уплачиваемый за пользование банковским займом. В третьем квартале ООО «Ариран» взял заем у банка на 2 года под 20% годовых в четвертом квартале ООО «Ариран» выплачивает процент за предоставленный кредит

X Краткосрочный кредит. Во втором квартале ООО «Ариран» взял краткосрочный кредит на 1 год под 16% годовых, которые должен выплатить в конце года

XI Покупка ОС. В четвертом квартале планируется купить ноый холодильник

XII Изучение конкурентов

XII Увеличение фонда з/п. ООО «Ариран» планомерно по мере укрепления позиции на рынке планирует увеличивать з/п рабочим

XIV Штрафы уплачиваемые за нарушение договора. ООО «Ариран» нарушил условия договора с покупателями своей продукции и в первом квартале выплатил траф, в четвертом квартале было нарушение договора с поставщиками, за что так-же был выплачен штраф

XV Расходы связанные с продажей Основных фондов. В первом и втором квартале ООО «Ариран» продал устаревшие ОФ.

XVI Расходы за использование интеллектуальной собственностью. Для своей деятельности ООО «Ариран» необходимы новые современные образцы.

XVII Расходы на медецинское обследование работников и имущества ООО «Ариран»

XVIII Расходы на оплату премиальных путевок в дом отдыха.

XIX Расходы связанные с безвозмездно переданной продукцией.

XX Расходы связанные с выплатой материальной помощи. Во втором и четвертом квартале ООО «Ариран» помог ООО «Агрофирма Павловская» пострадавшей от пожара.

## 3.15 Плановый баланс ООО «Ариран» на конец 2004 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Актив | Руб. (тыс.) | Пассив | (Тыс.) Руб. |
| **Основные фонды**1 Оборудование 2 Арендная плата3 Нематериальные активыИтого:**Оборотные Фонды**4 Сырье и материалы5 Запасы и товары отгруженные6 Товарно дебиторская задолженность7 Расчетный счет (\*7256,688)8 Денежные средства9 Расходы будующих периодов1. Финансовые вложения

Итого | 395,4339,8630(1365,2)11497,799275,85164,768389,43150,0091657650(21841,544) | 11 Уставный капитал(собст. кап в составе уставного 1000+600)12 Банковская задолжность13 Выплаты по банковскому займу14 Краткосрочный кредит15 Выплаты по краткосрочному кредиту16 Товарно кредиторская задолженность17 Заработная плата18 Прочие доходы будущих периодов19 Прибыль | 76001700,0242635972252846,8257009160,913 |
| ***Итого:*** | 23206,738 | ***Итого:*** | 23206,738 |

**Комментарии к Плановому балансу**

|  |  |
| --- | --- |
| Актив |  |
| По строке оборудываниеНа начало года ОС 140,4 тыс. Руб. но согласно фин плану были получены ОС на 200 тыс руб. + 100 тыс руб. купили ОС и на 45 тыс. Продали ОС | 395,4 |
| *По строке Арендная плата*На начало года 289,8 тыс. Руб. но согласно фин плану Плата за аренду увеличилась на 50 тыс | 339,8 |
| *Нематериальные активы*На начало года 289,8 тыс. Руб., согласно фин плану Нма увеличилось на 600 тыс. Руб. | 630 |
| *Сырье и материалы*На начало года затраты на сырье составляли 10497,792 тыс. Но согласно фин плану стоимость сырья увеличилась на 1 млн. руб. из-за подрожания сырья и увеличения обьема продаж | 11497,7992 |
| *Запасы и товары отгруженные* без изменений | 75,85 |
| *Товарно-дебиторская задолженность*На начало года задолженность была 134,7688 тыс. Руб. но согласно фин плану она увеличилась на 30 тыс руб. т.к. покупательн еоплатил продукцию | 164,7688 |
| *\*Расчетный счет.* На начало года сумма денежных средств на р\с составляла 239,43 тыс руб., но согласно фин плану сумма денежных средств увеличилась на 150 тыс руб, и 7256,688 тыс. Руб. это поступили от фин. результатов. ООО «Ариран» Решил разместит разницу между активом и пассивом на Р/С | 7646,118 |
| *Денежные ср-ва* без изменений | 150,009 |
| *Финансовые вложения*На начало года фин. Вложения составляли 0 руб. но согласно фин плану они увеличились на 650 тыс руб. | 650 |
| *Расходы будущих периодов*На начало года расходы составляли 200 тыс. Но согласно фин плану расходы орг-ции увеличились за счет* + Расходы нанаучные и опытно конструкторские разработки 15 тыс
	+ Расходы на рекламу 80 тыс
	+ Расходы на постановку в налоговые органы 9 тыс. Руб.
	+ Маркетинг стратегия 55 тыс. Руб.
	+ Штрафы за нарушения договоров 30 тыс. Руб.
	+ Расходы за пользование интелектуальной собственностью 70 тыс руб.
	+ Расходы на медицинское обследование орг-ции 600 тыс руб.
	+ Расходы на оплату путевок 480 тыс руб.
	+ Расходы связанные с выплатой материальной помощи 75 тыс руб.
 | 1657 руб. |
| ***Пассив*** |  |
| *Уставный капитал*УК на начало года составлял 6700 тыс. Руб. но согласно фин плану увеличилось число учредителей и сумма увеличилась на 300 тыс руб. | 7000 |
| *Банковский займ* На начало года БЗ составлял 1500 тыс руб. но согласно фин. Плану ООО «Ариран» взял еще кредит в банке на сумму 200 тыс. Руб на расширение пр-ва | 1700 |
| *Выплаты по банковскому займу*На начало года размер выплат составлял 210 тыс. Руб., но согласно фин плану выплаты увеличились в связи в дополнительным кредитом | 242 |
| *Краткосрочный кредит*На начало года КК составлял 600 тыс. Руб., но согласно фин. Плану КК увеличился на сумму 35 тыс. Руб. т.к. ООО «Ариран» понадобились доп. Ср-ва для расчета с поставщиками | 635 |
| *Выплаты по краткосрочному кредиту*На начало года размер выплат составлял 90 тыс. Руб., но согласно фин. Плану выплаты увеличатся на 7тыс. Руб. т.к. ООО «Ариран» взял дополнительный кредит | 97 |
| *Товарно кредиторская задолженность*На начало года размер задолженность составляла 150 тыс руб. но согласно фин плану увеличится на 75 тыс руб. т.к. ООО «Ариран» не смог своевременно оплатить поставщикам за сырье | 225 |
| *Заработная плата*На начало года з/п составляла 2246,825 тыс руб., но согласно фин. Плану фонд з/п увеличится на 600 тыс.  | 2846,825 |
| *Прибыль*В результате своей деятельности ООО «Ариран» за 2004 год получил прибыль от реализации продукции 8185,913 тыс руб, так же получено прибыль от совместной деятельности 975 тыс руб. | 9160,913 |
| *Добавочный капитал*Составлял 0 тыс. Руб. но согласно фин плану ДК составил 600 тыс. Руб. из-за участия в УК других орг-ций Доб. Кап вошел в состав собст. кап | 600 |
| *Прочие доходы будущих периодов*На начало года прочие доходы будущих периодов составляли 231,225 тыс. Руб. но согласно фин плану доходы орг-ций увеличилсь за счет.* Штрафов от поставщиков - 100 тыс руб.
* Поступления в счет возмещения убытков – 75 тыс. Руб.
* Штрафов от покупателей – 30 тыс руб.
* Средств, полученых на осуществление благотворительных деят-ности 250 тыс
* Доходы от операций фин. Инстр. Срочных сделок – 125 тыс руб.
* Доходы от предоставления в аренду оборудования – 95 тыс руб.
 | 700 |

## 3.16 Анализ рентабельности предприятия.

1. Уровень общей рентабельности = прибыль до начисления % : Активы х 100%

Начало года (Н.Г.) = 11012,780 : 11728,05 х 100% = 93,9

Конец года (К.Г.) = 13035,97 : 15950,05 х 100% = 81,17

1. Рентабельность оборота = прибыль до начисления % : валовую выручку х 100%

Н.г. = 11012,780 : 21021,770 х 100% = 52,38

К.г. = 13035,97 : 23648,42 х 100% = 55,1

1. Число оборотов капитала = валовая выручка : Активы

Н.г. = 21021,770:11728,05 = 1,79

К.г. = 23648,42 : 15950,05 = 1,48

1. Коэф-т оборачиваемости = Рентабельность оборота х число оборота капитала

Н.г. = 52,38 х 1,79 = 99,1

К.г. = 55,1 х 1,48 = 81,54

1. Уровень рентабельности оборотов капитала = чистая прибыль : собственный капитал х 100

Н.г. = 8068,25 : 6700 х 100 = 120,4%

К.г. = 8185,91 : 7000 х 100 = 116,9%

**Анализ доходности предприятия**

1. Коэффициент покрытия = величена покрытия : валовую выручку х 100%

Н.г. = 13616,43 : 21021,77 х 100 = 64,7

К.г. = 15639,67 : 23648,42 х 100 = 66,1

1. Бесприбыльный оборот = постоянные издержки : Коэффициент покрытия х 100%

Н.г. = 2588,10 : 64,7 х 100 = 4000,10

К.г. = 2588,10 : 66,1 х 100 = 3915,43

1. Запас надежности = (валовая выручка – бесприбыльный оборот) : валовую выручку х 100%

Н.г. = (21021,770-4000,10) : 21021,770 х 100 = 80,9

К.г = (23648,42 – 3915,43) : 23648,42 х 100 = 83,4

**Анализ фин. деятельности предприятия**

1. Коэффициент ликвидности = высоколиквидные активы : краткосрочную задолжность х 100%

Н.г. = 524,20 : 150 х 100 = 349,4

К.г. = 7960,89 : 957 х 100 = 831,8

1. Коэффициент платежеспособности = собственный капитал : Активы х 100%

Н.г. = 1000 : 11728 х 100 = 8,5

К.г. = 1600 : 15950 х 100 = 10

1. Норма прибыли = чистая прибыль : пассивы х 100%

Н.г. = 8068,25 : 11728,05 х 100 = 68,7

К.г. = 8185,91 : 23206,73 х 100 = 35,2

1. Коэффициент автономии = собственные средства : сумма источников собственных средств

Н.г. = 1000 : 6700 \* 100 = 14

К.г. = 1600 : 7600 \* 100 = 21

1. Коэффициент финансовой устойчивости = собственные средства:(заемные средства + кредитная задолжность)

Н.г. = 1000 : (10728 + 150) = 0,09

К.г. = 1600 : (21606 + 225) = 0,07

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Базисный год  | Отчетный год | Изменения |
| 1. Уровень общей рентабельности
2. Рентабельность оборота
3. Число оборот. Капитала
4. Коэф
5. оборачиваемости
6. Уров. Рент. Собст кап
7. Коэф. Покрытия
8. Бесприбыльный оборот
9. Запас надежности
10. Коэф. Ликвидности
11. Коэф. Платеж. Способ.
12. Норма прибыли
13. Коэф. Автономии
14. Коэф. Фин. устойчивости
 | 93,9%52,38%1,7999,1%120,4%64,7%4000,1080,9349,48,5%68,7%140,09 | 81,17%55,1%1,4881,54%116,9%66,1%3915,4383,4831,810%35,2%210,07 | -12,73%+2,72%-0.31 об кап-17,56%-3,5%+1,4%-84,67+2,5+2,5%-33,5%+7-0,02 |

На основе данных этой таблицы можно сделать вывод что рассматриваемое предприятие рентабельно, оно в достаточной мере самоокупаемое, и приносит прибыль в достаточном размере, ненамного отклоняясь от намеченого плана.

#

# Заключение

При всем многообразии форм бизнеса существуют основы, обяззательные практически для всех областей коммерческой деятельности, для различных предприятий и организаций, опора на которые необходима для того, чтобы своевременно подготовиться к возможным неожиданностям и устранить потенциальные трудности, опасности и тем самым уменьшить риск в достижении поставленных целей. Планомерная разработка стратегии и тактики производственно-хозяйственной деятельности предприятия является важнейшей задачей для любого бизнеса.

В рыночной экономике бизнес-план является исключительно эффективным рабочим инструментом как для вновь создаваемых, так и для действующих компаний во всех сферах предпринимательства. Бизнес-план побуждает менеджера, вкладчиков тщательно изучить каждый элемент мероприятия. Практически всегда в этом процессе немало слабых мест и пробелов, несомненно они есть и в данной работе, устранению которых нельзя не уделить внимание. Лучше ошибиться на бумаге, чем оишибться вложив реальные деньги.

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

* Определить конкретные направления деятельности предприятия, его целевые рынки и место на этих рынках
* Сформулировать долговременные и кратковременые цели бизнеса, стратегию и тактику их достижения, а так же определить круг лиц. Ответственных за реализацию намеченного
* Зафиксировать состав и показатели товаров и услуг, которые будут предложены потребителям, оценить соответствующие производственные и торговые издержки
* Выявить соответствие имеющегося персонала предприятия и условий в мотивации его труда предъявляемым требованиям
* Оптимизировать организующую структуру управления
* Оценить финансовое положение предприятия и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения целей
* Выявить те трудности, которые способны помешать выполнению бизнес-плана, и наметить меры по их устранению.

Планирование бизнеса обеспечивает немало выгод. В частности:

* Побуждает руководство, инвесторов тщательно изучить перспективы развития отрасли
* Обеспечить четкую координацию всех усилий по достижению поставленных целей
* Делает предприятия намного более подготовленным к внезапным изменениям рыночной ситуации
* Четко формулирует обязанности и ответственности всех работников предприятия

Тщательно подготовленный бизнес-план открывает перспективу его развития, тоесть отвечает на самый важный вопрос: стоит ли вкладывать силы и средства в это дело, принесет ли оно такую прибыль, которая окупит затраты.

Бизнес-план стал принципиально новым для российской экономики документом. Основной целью его разработки выступает планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями приобретения необходимых ресурсов.

В плане оценивалась перспективная ситуация как внутри организации так и вне её. Он объективно необходим инвесторам организации, руководству для ориентации в рыночных условиях, так как именно исходя из показателей бизнес-плана инвесторы примут решение стоит ли вкладывать деньг в это предприятие, а руководство будет вести фирму по намеченому курсу.

Бизнес-план используется и при обосновании мероприятий по совершенствованию и развитию организационной струтуры фирмы, в частности, для обоснования уровня централизации и ответственности сотрудников.

Но не следует рассматривать уже составленный бизнес-план как образец и эталон В условиях современной российской экономики может быть потеряна актуальность этой разработки в силу каких либо внешних изменений, или использования жестко зафиксированных параметров, утративших свою информативность. Бизнес-планирование позволяет готовить новые варианты поведения бизнеса на основе проанализированного сценария. При этом бизнес-план открывает возможность отслеживать ситуацию в любом промежутке времени рассматриваемом в нем.

В этой работе мы, на примере ООО «Ариран» попытались представить рождение и развитие новой организации миссия которой накормить людей быстро и качественно, может быть эта работа не эталон, и многого в ней нехватает. Практической значимостью этой работы является, то что уже по этому бизнес плану можно начинать работу, анализировать ошибки, исправлять их, получать прибыль, и удовлетворять потребности людей.

Этот бизнес-план как курс, которого нужно предерживатся ведя фирму в океане бизнеса, корректируя направление по окружающей обстановке и происходящим событиям влияющим на состояние дел фирмы.

# Список использованной литературы

1 Горемыкин В.А. «Планирование на предприятии» – издательство «Филинъ» 2003 год Москва

2 Головань С.И. «Бизнес-планирование» - издательство «Феникс» 2002 год Ростов-на-Дону

3 Горемыкин В.А. «Бизнес план, методика разработки» - издательство «Ось-89» Москва 2003 год

4 Конспект по «Микроэкономике». Генелес М.В., 1999-2000г, г. Железнодорожный, ГКТиУ

5 Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть первая. Официальное издание. – М.: Юридическая литература, 1994 г.

6 «Экономика предприятия». Аврашков Л.Ю. и коллектив и авторов, издательское объединение «ЮНИТИ», 2000 год, Москва.

7 Газета «Аргументы и Факты» №7, 2004г. стр. 17. «Кровавая пена», автор статьи Павел Сорокин.

8 Советский энциклопедический словарь / Научно-редакционный совет: А.М. Прохоров (пред.). – М.: «Советская энциклопедия», 1981. – 1600 с. с илл.

9 Смирнов Э.А. «Управленческие решения». М :МГСА, 2003

10 Козырев В.М. Основы современной экономики: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 368 с.: ил.

11 Камаев В.Д. и коллектив авторов. Учебник по основам экономической теории (экономика). – М.: «ВЛАДОС», 1994. – 384 с.: ил. ©МГТУ им. Н.Э Баумана, 1994.

12 Конспект по «Основам экономической теории» (Макроэкономика). Часть первая. Лупаносова И.Н., 1999 г., г. Железнодорожный, ГКТиУ.

13 Экономика предприятия. Учебник для вузов/Под ред. д.э.н. профессора Грузинова В.П. – М.: Банки и биржи, издательское объединение «ЮНИТИ», 1999. – 535 с.

14 Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. М.: Из-во Московского ун-та 1998

15 Алексеева И.М. «Планирование деятельности фирмы М. 200

16 Беренс В., Хавренек П. «Планирование деятельности фирмы. М 2000

17 Вахрин И.И. «Инвестиции» учебник М. 2002.

18 Горемыкин В.А., Богомолов О.А. «Экономическая стратегия предприятия» М., 2001

19 Ильин А.И. Синица Л.М. «Планирование на предприятии. Минск, 200

20 Горемыкин В.А. Богомолов А.Ю. «Планирование предпринимательской деятельности предприятия М.: Инфра-М, 1997

21 Уткин Э.А. Риск-менеджмент М. Изд-во Экс-мос 2001

22 Бухалков М.И. «Внутрефирменное планирование» в США – М. ИНФРА-М, 1999

23 Гиммерлинг А. «Ваше дело, практический курс предпринимательства» Восточная книжная компания, 1997

24 Золоторогов В.Г. Инвестиционное проектирование – Минск: ИП «Экоперспектива» 1998

25 Любанова Т.П. и др. Бизнес-план. Учебно-практическое пособие М. Приор 1999