Курган 2003 КГУ Кучин А.А.

Содержание стр.

1. Резюме 3
2. Описание предприятия 4
3. Описание отрасли 6
4. Описание услуг 7
5. Описание рынка 9
6. Производственный план 16

6. График выполнения работ 16

1. Оценка риска 21
2. Финансовый план 22
3. Список литературы 32

Приложения

1. РЕЗЮМЕ

Целью проекта является предложение вложения денежных средств в предприятие химчистки. Для открытия предприятия предлагается взять в аренду производственную площадь бывшей химчистки, произвести ремонт и закупить необходимое оборудование.

Организация такого предприятия предложена в связи с тем, что сегодня сфера бытовых услуг претерпела серьезные изменения. Оказание услуг химчистки стало практически прекращено. Изношенность оборудования бывших государственных фабрик-химчисток привело к резкому сокращению объему и качеству оказываемых услуг. Однако спрос на услуги химчистки достаточно высок, так как восстановить изделиям их потребительские качества становится выгоднее населению, чем нести затраты на приобретение новых. Предполагается оказание качественных услуг населению за счет использования современных технологий в области химической чистки.

Стоимость проекта составляет 989554 рублей, включая регистрацию и получение сертификата. Из них 90% капитала – заемные средства. Рассматривается возможность взятия кредита в банке для приобретения оборудования. Кредит предоставляется на три года под 25% годовых. В качестве залога выступает приобретенное за счет кредита оборудование.

 Уже на пятом месяце деятельности химчистки возможно получение чистой прибыли в размере 80000 рублей.

1. ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предприятие «Чистюля» расположено в городе Курган по улице Ленина-46. Это частное предприятие, учредителем которого является физическое лицо. Организация занимает площадь 134 кв.м. Оборудование располагается в отдельном помещении.

Предприятия химчистки оказывают услуги чистки одежды, изготовленной из различных материалов; текстильных изделий; перо-пуховых и ковровых изделий; детской мягкой игрушки; головных уборов и спецодежды. Наибольший объем услуг оказывается в осенне-весенний период работы.

До недавнего времени подотрасль находилась в кризисном состоянии. Причинами стали субъективные и объективные факторы:

* быстрый рост цен на оборудование, запчасти, химические материалы;
* повышение стоимости энергоресурсов, воды, арендной платы, транспорта, связи;
* появление разного рода "дополнительных затрат" - получение разрешений, налоги, всевозможные штрафы, пени и т.п.;
* моральное и физическое старение существующего парка технологического оборудования, разрушение системы обеспечения оборудованием и запчастями;
* многократное сокращение аппарата управления бытовым и коммунальным обслуживанием городов и регионов (где сейчас занимаются по 1 - 2 специалистов).

Цели и задачи, стоящие перед подотраслью прачечных услуг и химчисток в настоящее время, заключаются в:

* реконструкции и техническом перевооружении предприятий за счет долгосрочных инвестиционных кредитов и лизинга технологического оборудования;
* более эффективном использовании недвижимого имущества предприятий;
* внедрении прогрессивных технологий, новых видов и форм обслуживания;

### сокращении затрат на обработку одного килограмма (единицы) одежды и белья.

Предприятие «Чистюля» предполагает структуру управления, состоящую из двух рабочих, красильщика, приемщика и водителя.(Рис.1)

### Структура управления предприятия «Чистюля»

|  |
| --- |
| Предприятие «Чистюля» |

# Директор

# 1-ый рабочий

# Приемщик

# Водитель

# 2-ой рабочий

# Красильщик

### Рис.1

3. ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Сегодня отрасль бытовых услуг является растущей. В г. Кургане объем бытовых услуг на душу населения растет из года в год. Все большее количество людей день ото дня прибегают к бытовым услугам. В современном темпе жизни, современному человеку просто не обойтись без этих услуг. Это касается и услуг химчистки (рис.2).

Объем услуг химчистки на душу населения, тыс. руб. (с 1999 г. – руб.)

#####


##### Рис.2

В список услуг предлагаемых нашей химчисткой «Чистюля» включается химическая чистка и крашение одежды, изготовленной из различных материалов, изделий текстильной галантереи, перо-пуховых и ковровых изделий, детской мягкой игрушки, головных уборов и спецодежды. То есть охватывается широкий спектр услуг по чистке изделий согласно запросам населения. Целью организации химчистки является получение прибыли за счет оказания услуг населению.Организация будет располагаться по улице Ленина города Курган.

Ежемесячный размер арендной платы будет составлять 5040 руб. Для того, чтобы помещение соответствовало всем требованиям (см. нормативные документы по предприятиям прачечных и химчисток; требования к размещению и объемно-пространственным решениям предприятий; санитарно-гигиенические требования), необходимо произвести ремонт. Стоимость ремонта по оценке строительной организации составит 70000 рублей. Планируется, что ремонтные работы, монтаж оборудования, пуско-наладочные работы будут проведены в течение двух месяцев. В проекте предусмотрено, что владельцем химчистки является частный предприниматель, который должен отвечать всем своим имуществом по обязательствам.

Следует отметить, что чистка различных видов одежды имеет сезонный характер. Осень и весна – самые загруженные периоды. Объем услуг иногда увеличивается в несколько раз. Наибольшее количество заказов приходится на одежду из кожи, замши и дубленой кожи.

Среди конкурентов можно выделить химчистку объединения «Чайка», и «Еврохимчистку»

Для достижения высокой конкурентоспособности организуемого предприятия предполагается использование высокотехнологичного импортного оборудования, разумной ценовой политики и качества услуг, коротких сроков выполнения заказа.

1. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Основными услугами химчистки является стандартная качественная чистка всех видов одежды различных материалов. Для оказания данного вида услуг будет использоваться высокотехнологичное дорогостоящее оборудование. В производственном процессе будут использоваться специальные химикаты.

Услуги химчистки, оказываемые «Чистюля» будут включать:

1. чистку текстильных изделий;
2. чистку меховых изделий;
3. чистку кожи, замши;
4. чистку изделий из дубленой кожи;
5. покраску.

Преимуществом предлагаемой химчистки будет выполнение заказов по строгой схеме:

* + прием изделий;
	+ сортировку изделий и комплектацию партий;
	+ удаление специфических загрязнений (выведение пятен);
	+ зачистку изделий;
	+ обработку изделий в среде органических растворителей;
	+ пропитку изделий;
	+ влажно-тепловую обработку;
	+ проверку качества.

Чистка будет производиться по современной технологии, что обеспечит высокое качество услуг.

Анализ работы существующих фирм-конкурентов позволил выявить наличие определенных возможностей для предоставления услуг. Это меньшие сроки выполнения услуг (неделя и менее) и большая гибкость при чистке малых по объему заказов. Предполагается организация комфортных условий для клиентов в помещении (газеты, журналы, музыка). Прием и выдача заказов, как для индивидуальных потребителей, так и для организаций-потребителей будет оказываться в приемном пункте химчистки или с помощью приемщика, принимающего заказы надом. Химчистка «Чистюля» будет иметь преимущества в качестве оказываемых услуг, технологичности, широте и сроках выполнения (табл.1).

Таблица 1

Оценка основных показателей фирм – конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Характеристики |  «Чистюля» | «Чайка» | «Еврохимчистка» |
| широта услуг | 5 | 2 | 5 |
| Качество | 5 | 2 | 4 |
| Используемая технология | 5 | 4 | 4 |
| Сроки исполнения | 5 | 3 | 3 |

При оценке основных показателей фирм сравнивались 4 показателя по 5ти бальной системе. Например наше предприятие и предприятие «Еврохимчистка» берется за чистку изделий из любых материалов и любой сложности загрязнения в отличие от «Чайки»,которая не рискует браться за сложную работу в опасении испортить вещь. Новейшее оборудование, современные способы очистки, качественные химикаты, оригинальные Ноу-Хау и слаженность персонала выводит «Чистюлю» на первое место среди конкурентов. Удобное расположение предприятия, индивидуальный подход к каждому клиенту, скидки постоянным клиентам, доставка белья на дом, работа без обеда и без выходных.

5.ОПИСАНИЕ РЫНКА

Спрос на услуги химчисток определяется необходимостью в периодической санитарно-гигиенической обработке белья и одежды.

В настоящее время курганский рынок услуг химчисток является растущим. На фоне произошедшего с начала 90-х годов спада в этой области, в последние годы увеличивается объем услуг, предлагаемых химчистками города, растет спрос на услуги химчистки. Существующие производители услуг не справляются с объемом заказов. Как следствие увеличились сроки оказания услуг. Анализ потенциальных потребителей услуг химчистки показывает, что к целевой группе можно отнести жителей г. Кургана в возрасте 25 – 60 лет, чьи доходы составляют выше 3000 рублей на человека в месяц, с частотой посещения 1-2 раза в год. Потребителей этой категории выгодны тем, что в городе их больше всего.

К потребителям, пользующимся услугами химчистки 3 раза в год с доходом свыше 7000 руб. в возрасте от 25 до 60 лет, относятся постоянные клиенты «Еврохимчистки». Этот тип потребителей наиболее выгоден, так как наличие подобных клиентов обеспечивает стабильное получение прибыли.

Сегмент потребителей с доходом до 3000 руб. с частотой посещения химчистки менее или 1 раз в год в возрасте от 25 до 60 лет – это потенциальные клиенты химчистки «Чайка».

#### Целевой сегмент потребителей услуг химчистки

 частота посещения, раз в год

возраст, лет

 3 и более

 1-2

 реже 1

 старше 60

 25-60

 до 25 уровень ежемесячного

 дохода ( руб.)

 до 3000 3000-7000 выше 7000

Рис. 3.

Более половины граждан с высокими доходами считают, что для них главной причиной редкого обращения к услугам организаций бытового обслуживания является низкое качество обслуживания. Этот же аргумент сильно выражен и у потребителей со средними доходами (табл.2)На основании опроса по анкете(см.приложение).

Таблица 2

Приоритеты индивидуальных клиентов в отношении предоставляемых услуг (% опрошенных)

|  |  |
| --- | --- |
| Желаемые условия предоставления услуг | Уровень дохода населения(на 1 члена семьи в месяц, рублей) |
| до 3000 | 3000 –7000 | более 7000  |
| Более низкие цены | 71,3 | 64,8 | 10,8 |
| Более короткие сроки | 8,1 | 12 | 16,5 |
| Выше качество услуг | 16,1 | 25,4 | 32 |
| Расположение в районе проживания | 7,1 | 7 | 4,8 |

У этой группы потребителей произошло повышение стандартов потребительских требований к качеству услуг прачечных и химчисток. Кроме того, имеются серьезные проблемы по территориальной и ценовой доступности услуг, обусловленные особенностями развития бытового обслуживания в период перехода к рыночным условиям. В территориальном разрезе, по Кургану имеется недостаточно предприятий по услугам химчистки в Центральном районе, Заозерном, Рябково, Энергетиках. Наиболее обеспеченными услугами прачечных и химчисток в целом являются жители города в районе Детского парка и гостиницы Москвы.

 Предлагаемый район размещения химчистки будет там, где существует большой неудовлетворенный потенциальный спрос на услуги химчистки, и отсутствуют конкуренты. В этой связи, ценообразование на предоставляемые услуги было выбрано с учетом существующих цен конкурента «Еврохимчистка». При этом предполагается, что уровень цен будет соответствовать выбранному имиджу химчистки: предложение качественных и доступных услуг для жителей района.

В настоящее время в городе действует две химчистки. которые выполняют 5105 заказов в год. Химчистка общества «Чайка» занимает 31% рынка, «Еврохимчистка» - 69%.

 По качеству и полноте оказываемых услуг данные химчистки значительно отличаются друг от друга (табл.3).

Таблица 3

Основные конкуренты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характеристики | «Чайка» | «Еврохимчистка» |
| Виды услуг | 2 | 5 |
| Качество | 2 | 4 |
| Цена | 4 | 4 |
| Сроки исполнения | 3 | 3 |
| Расположение | 3 | 5 |

Низкое качество услуг ОАО «Чайка» обусловлено изношенностью оборудования и использованием неэффективных химикатов. Химчистка не гарантирует качественное оказание услуги.

Наиболее конкурентоспособным предприятием является «Еврохимчистка». Здесь используется современное оборудование с использованием качественных импортных химикатов. Предприятия проработало три года на рынке услуг химчистки и добилось значительной доли рынка (69%), это единственная химчистка добившаяся высокого уровня качества оказания услуг. Данная химчистка располагается по ул. Гоголя 10, в районе детского парка. Потенциальными клиентами являются жители близ лежащих домов и районов. В связи с возросшим спросом населения на услуги срок выполнения заказа увеличился, химчистка не успевает обработать поступающее количество изделий.

Анализируя возможности основного конкурента «Еврохимчистки», наша организация выбирает стратегию, которая представляет собой объединение двух конкурентных стратегий: стратегия прочного внедрения на рынок продукции и стратегия внедрения новшеств.Стратегия прочного внедрения на рынок предполагает снижение цен на оказываемые услуги по сравнению с «Еврохимчисткой», с целью привлечения клиентов и захвата доли рынка. При достижении устойчивой конкурентоспособности организация предусматривает некоторое повышение цен на услуги более востребованные в данном сезоне, и снижение цен на услуги мало востребованные.Уровень цен химчистки «Чистюля» – несколько ниже средних цен основного конкурента. "Базовыми" ценами на различные виды обрабатываемых изделий являются следующие (табл.4).

Таблица 4

Цены на основные услуги химчистки (рублей)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды обрабатываемых изделий | Цена«Чистюля» | Цены конкурентов |
| «Чайка» | «Еврохимчистка» |
| Текстильные изделия | 284 | 200 | 290 |
| Изделия из натуральных мехов | 515 | 450 | 600 |
| Изделия из кожи, замши | 850 | 600 | 900 |
| Изделия из дубленой кожи | 900 | 600 | 1050 |
| Крашение | 700 | - | 900 |

Стратегия внедрения новшеств предполагает расширенный сервис и гибкую систему скидок. Наша химчистка будет оказывать услуги по приемке и доставке вещей, требующих чистки, на дом, т.е. клиенту не требуется доставлять вещи в приемный пункт и забирать их из химчистки самому.

Кроме того, постоянные клиенты и клиенты, делающие заказ на большую сумму, получают определенные скидки на услуги.

Таким образом, преимущества нашей химчистки являются преимуществами высокого порядка, так как обеспечивают долговременное конкурентное преимущество.

В качестве основного сегмента потребителей, на который будет ориентироваться наша химчистка это люди от 25 до 60 лет, имеющие доход от 3000 до 7000 руб. в месяц и пользующиеся химчисткой 1-2 раза в год. Этот сегмент мы выбрали потому, что самое большое количество потребителей в городе имеет средний уровень дохода, что предполагает высокий уровень потенциальных клиентов, которые будут приносить организации прибыль. В этом сегменте слабая конкуренция, потому что основной конкурент «Еврохимчистка» ориентируется на потребителя с высоким уровнем дохода.

Одними из основных критериев при выборе химчистки для рассматриваемого сегмента является качество услуги, срок исполнения услуги, широта услуг, предоставляемая химчисткой и используемая при этом технология. На основе этих критериев проводим позиционирование.

Цель позиционирования: помочь покупателю выделить услуги нашей химчистки из круга аналогичных услуг химчисток по какому-либо отличительному признаку. Позиционирование возможно на разной основе: на определенных приемуществах или характеристиках услуг, специфических потребностях потребителя, сопоставлении и сравнении с услугами, предоставляемыми услугами конкурентов, ориентации на определенную группу, категорию потребителей, полной идентификации характеристик предоставляемых услуг с запросами и пожеланиями потребителей.

Позиционировать набор услуг удобно с помощью схем, которые могут быть приведены в разрезе различных свойств (см. рис4, 5).

1. качество - сроки исполнения

Схема позиционирования услуг химчистки по качеству и срокам исполнения

 качество

 Х

 высокое - Е

 среднее - Ч

 I I I

 медленно быстро очень быстро сроки исполнения

где:

Ч-химчистка “Чайка”;

Е-“Еврохимчистка”

Х-химчистка “Чистюля”

Рис. 4.

Повысить качество услуг и снизить сроки исполнения услуг можно за счет использования более нового и качественного оборудования.

2. используемая технология – качество услуг

Схема позиционирования услуг химчистки по технологии и качеству

технологии

 современные - Х

 Е

 устаревшие - Ч

 I I I

 низкое среднее высокое Качество услуг

Рис 5.

Технологию можно улучшить за счет молодых квалифицированных работников

###### Для ускорения распространения информации о химчистке необходимо провести рекламную кампанию и разработать ее стратегию.

Разработанная стратегия рекламной кампании должна позволить химчистке выйти на запланированные объемы обслуживания клиентов в короткие сроки. Задача рекламной кампании будет состоять в том, чтобы оповестить потенциальных клиентов о том, что открылась новая химчистка, которая готова предоставить качественные услуги своим потенциальным клиентам. Для привлечения дополнительных клиентов желательно сразу осуществить ряд рекламных мероприятий (провести презентацию, дать рекламу в СМИ, предоставить значительные скидки первым 100 клиентам и т.д.). Для того чтобы рекламная кампания проходила более эффективно, необходимо проводить анкетирование клиентов, пришедших по рекламе. Для создания имиджа химчистки возникающие недостатки необходимо устранять на начальной стадии работы.

Для продвижения будет использоваться сочетание "имиджевой" рекламы с рекламой самих услуг химчистки:

* представление новой химчистки жителям района и организациям-потребителям;
* подробное информирование клиентов относительно видов услуг и цен;
* работа с потенциальными клиентами по совершенствованию и расширению видов оказываемых услуг.

В качестве рекламных средств будут использованы: периодические местные печатные издания; телевидение; наружная реклама (указатели, стенды);использование для рекламы внутреннего пространства химчистки.

На начальном этапе до открытия химчистки (2 месяца) на рекламные цели (разработка дизайна рекламы, изготовление указателей, подача объявления в бегущую строку, оплата местных средств печати) будет израсходовано 15000 рублей.

В дальнейшем необходимо выделять 1500 рублей в месяц на текущую рекламу в газете «Объявления Кургана».

1. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН (ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ)

Перед началом деятельности по оказании услуг необходимо три месяца для ремонта производственного помещения, пуско-наладочных работ, регистрации в государственных органах. Подробно сроки проведения этих мероприятий приведены в таблице 5.

Таблица 5

Календарный план

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование работ | Дата начала | Дата окончания | Длительность, дней | Стоимость работ, руб. |
| Регистрация в гос. органах | 01.01.04 | 01.02.04 | 28 | 250 |
| Ремонт помещения | 01.01.04 | 01.02.04 | 28  | 70000 |
| Закупка и установка оборудования | 01.02.04 | 01.03.04 | 28 | 873554 |
| Сертификация | 01.03.04 | 01.04.04 | 31 | 5000 |
| Согласование в гос. Органах | 01.03.04 | 01.04.04 | 31 | 4000 |
| Введение в действие | 01.04.04 | … | … | … |
| Итого |  |  |  | 952804 |

Химическая чистка осуществляет следующие стадии технологического процесса:

* + прием;
	+ сортировка изделий и комплектация партий;
	+ предварительную обработку (выведение пятен, зачистку);
	+ обработку изделий в среде органических растворителей;
	+ отделку;
	+ контроль качества.

Прием изделий в химическую чистку будет проводиться приемщиком непосредственно в помещении химчистки или посредством водителя-приемщика, который будет забирать вещи, требующие чистки, приезжая к самому клиенту. Прием должен осуществляться с квитанцией и особому договору. Это обусловлено тем, что большинство принимаемых в обработку изделий не имеют четких рекомендаций по уходу и обработке. Для доставки изделий в химчистку предусмотрен найм водителя с личным автомобилем типа «Газель».

При поступлении изделий в химчистку необходима сортировка и комплектование партий. При этом основными критериями подбора является цвет изделий, степень загрязнения, весовая категория.

 При осуществлении предварительной обработки нужно учитывать тип изделия. Если это текстиль, то необходима подача пара и воздуха под давлением. Обработка мехового велюра и одежной кожи может производиться механическими и химическими методами. Механическая обработка проводится с помощью специальных ластиков, губок, щеток, а также шлифовальных полотен различной зернистости. Использование специальных химических средств является более эффективным, но необходимо учитывать чувствительность кожи к «химии». Выведение пятен на изделиях из натурального меха проводится, как правило, в исключительных случаях, предварительная обработка предполагает проведение тщательной зачистки наиболее загрязненных участков подкладов.

Сразу после зачистки изделия следует загружать в машину для проведения основной чистки, чтобы, с одной стороны, не допустить чрезмерных негативных воздействий химических средств на изделия («срыва» красителя), а с другой стороны – возможности закрепления загрязнений и пятен в результате высыхания обработанных участков.

Большое значение для получения необходимого качества чистки имеет выбор типа машины, в которой проводится обработка.

Исходными данными для выбора технологических параметров оборудования химчистки является особенности технологического процесса и объем оказываемых услуг.

Наиболее оптимальным выбором среди машин химчистки является машина замкнутого цикла на перхлорэтилене SERENA GREEN 380 N2 (фирма RENZACCI, Италия). Критерием выбора был необходимый объем загрузки (15 кг) невысокая потребляемая мощность и более низкая цена по сравнению с аналогичными машинами других фирм (табл. 6).

Таблица 6

Машины химчистки

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Параметры | RENZACCI SERENA GREEN 380 N2 | UNIONL735E | Real StarM280 |
| Цена, руб | 672401 | 898784 | 903768 |
| загрузка, кг | 15-17 | 15 | 14-16 |
| потребление энергии, кВт | 16,2 | 17,5 | 18,1 |

В состав оборудования для химчистки входит стол для выведения пятен, необходимый при чистке текстильных изделий, гладильный стол с утюгом, компрессор для подачи воздуха.Общая стоимость основного и вспомогательного оборудования составляет 873554 руб.

Для приобретения данного оборудования в проекте предлагается взятие кредита в банке на три года под 25% годовых. Залогом будет выступать приобретенное оборудование. В качестве поставщика выбрана московская фирма Rosilkom. Фирма берет на себя расходы на доставку по России, обучение персонала и гарантийное обслуживание.

Для работы химчистки необходим персонал в составе двух рабочих, красильщика, водителя-приемщика и приемщика. Один рабочий необходим для работы с машиной химчистки, второй для чистки и глажения текстильных изделий.

Химическая чистка имеет ряд технологических особенностей, которые проявляются в специфике потребления энергии, воды и химикатов. Наибольший расход приходится на химикаты. На обработку каждого вида изделий требуется определенное количество «химии»(см. табл.7).

Таблица 7

Прямые издержки

|  |  |
| --- | --- |
| Прямые издержки  | Затраты на единицу изделия,руб. |
| Текстильные изделия | 47,94 |
| Меховые изделия | 208,74 |
| Кожа и замша | 341,42 |
| Дубленая кожа | 389,18 |
| Крашение  | 212,21 |

Зарплата персонала химчистки повременная и сдельная (табл.8). Найм работников будет производиться, начиная с периода производства.

Таблица 8

Затраты на персонал

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Список должностей | Количество работников | Оклад, руб. | Период использования работников |
| приемщик | 1 | 1000 в месяц | Период производства |
| 1-й рабочий (чистка, глаженье) | 1 | 700 в месяц | Период производства |
| 2-ой рабочий | 1 | Сдельная, 4 руб. за изделие | Период производства |
| Красильщик | 1 | Сдельная, 4 руб. за изделие | Период производства |
| Водитель | 1 | 2000 в месяц | Период производства |

В проекте учитываются налоговые выплаты, которые производятся в соответствии с деятельностью химчистки «Чистюля» (табл.9).

Таблица 9

Налоговые выплаты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование налога | Ставка, % | Периодичность выплат | Налогооблагаемая база |
| Налог с продаж | 5 | месяц | объем продаж |
| Налог на доходы | 13 | квартал | прибыль |
| ЕСН | 35,6 | месяц | Зарплата |

Таким образом мы рассмотрели производственный план данного предприятия.

7. ОЦЕНКА РИСКА

Финансовые риски возникают в связи с движением финансовых потоков. Финансовые риски – это, с одной стороны опасность вероятности потери ресурсов или недополучения доходов, а с другой стороны – вероятность получения дополнительного объема прибыли.

В данном проекте произведен анализ чувствительности показателей эффективности к изменениям различных параметров (табл.10)

Таблица 10

Анализ чувствительности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели эффективности | Объем сбыта, % | Уровень инфляции, % |
| -10 | 0 | 10 | -10 | 0 | 10 |
| Период окупаемости, мес. | 22 | 19 | 17 | 19 | 19 | 19 |
| Дисконтированный период окупаемости | 22 | 19 | 17 | 19 | 19 | 19 |
| Средняя норма рентабельности, % | 73,14 | 84,40 | 95,73 | 82,63 | 84,40 | 86,20 |
| Чистый приведенный доход, руб. | 68909,79 | 88510,69 | 108263,76 | 85430,53 | 88510,69 | 91644,23 |
| Индекс прибыльности | 4,48 | 5,1 | 5,72 | 4,93 | 5,1 | 5,26 |
| Внутренняя норма рентабельности, % | 70,11 | 91,94 | 115,20 | 89,25 | 91,94 | 96,64 |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности, % | 28,19 | 34,14 | 39,59 | 33,22 | 34,14 | 35,06 |
| Длительность | 1,75 | 1,74 | 1,73 | 1,73 | 1,74 | 1,74 |

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

 Существует три основных документа, позволяющих планировать, анализировать и осуществлять прямой контроль за реализацией инвестиционного проекта:

1. «Отчёт о прибылях и убытках»;
2. «Баланс предприятия»;
3. «Отчёт о движении денежных средств».

Отчёт о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия , то есть процесс производства и сбыта продукции за три года. Из «Отчёта о прибылях и убытках» можно определить прибыль предприятия, реализующего проект, а также рассчитать налог на прибыль .

Баланс предприятия, в отличие от «Отчёта о прибылях и убытках», отражает финансовое состояние предприятия не за определённый период времени, а в определённый момент времени, в данном случае 31 декабря 2003 года. Балансовая ведомость показывает, насколько устойчиво финансовое положение предприятия, в данный период времени .

 Расчет документов «Отчет о прибылях и убытках», «Баланс», «Отчет о движении денежных средств» производится в соответствии с различными темпами инфляции: 2004-17%, 2005-16%, 2006-15%.

Таблица 11

Прогноз денежной наличности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Строка** | **Код строки** | **1.2004** | **2.2004** | **3.2004** | **4.2004** | **5.2004** | **6.2004** | **7.2004** | **8.2004** | **9.2004** | **10.2004** | **11.2004** | **12.2004** | **1кв. 2005г.** | **2кв. 2005г.** | **3кв. 2005г.** | **4кв. 2005г.** | **2006 год** |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | 17 |
| Поступления от продаж | 1 |    |    |    |  252 933,11  |  255 710,03  |  62 990,80  |  63 682,37  |  64 381,52  |  267 125,93  |  270 058,67  |  273 023,60  |  120 213,32  |  527 480,80  |  652 153,06  |  445 725,20  |  752 529,41  |  2 672 317,80  |
| Затраты на материалы и комплектующие  | 2 |    |    |    |  112 191,43  |  89 597,69  |  16 293,26  |  19 297,83  |  29 066,66  |  107 358,21  |  105 884,71  |  101 089,05  |  48 217,21  |  211 968,57  |  250 388,44  |  169 866,70  |  303 966,15  |  1 067 916,23   |
|     Затраты на сдельную заработную плату  | 3 |    |    |    |  2 195,56  |  1 512,45  |  515,34  |  522,50  |  888,51  |  1 961,97  |  1 989,22  |  1 923,64  |  1 322,20  |  4 686,60  |  4 830,88  |  3 765,40  |  6 115,80  | 22 283,27  |
|  Суммарные прямые издержки  | 4 |    |    |    |  114 387,00  |  91 110,14  |  16 808,61  |  19 820,33  |  29 955,17  |  109 320,18  |  107 873,94  |  103 012,69  |  49 539,41  |  216 655,17  |  255 219,32  |  173 632,09  |  310 081,95  |  1 090 199,50   |
|     Общие издержки  | 5 |  7 310,00  |  7 376,08  |  7 442,99  |  23 464,70  |  8 995,96  |  8 095,47  |  8 196,22  |  8 298,22  |  9 401,50  |  9 506,05  |  9 611,91  |  9 719,09  |  29 843,75  |  29 827,36  |  29 879,29  |  32 970,99  | 141 213,30  |
|  Затраты на персонал | 6 |    |    |    |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  3 700,00  |  11 100,00  |  11 100,00  |  11 100,00  |  11 100,00  |  44 400,00  |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14**Продолжение табл.11 | **15** | **16** | 17   |
|  Суммарные постоянные издержки  | 1 |  7 310,00  |  7 376,08  |  7 442,99  |  27 164,70  |  12 695,96  |  11 795,47  |  11 896,22  |  11 998,22  |  13 101,50  |  13 206,05  |  13 311,91  |  13 419,09  |  40 943,75  |  40 927,36  |  40 979,29  |  44 070,99  |  185 613,30   |
|     Налоги  | 2 |    |    |    |  1 969,12  |  14 623,03  |  14 286,04  |  4 652,62  |  4 689,78  |  5 232,84  |  15 379,73  |  15 536,17  |  15 426,34  |  108 191,28  |  36 224,51  |  30 962,86  |  38 620,09  | 293 471,19   |
|  движение наличности от опер. Деят. | 3 |  -7 310,00  |  -7 376,08  |  -7 442,99  |  109 412,30  |  137 280,90  |  20 100,68  |  27 313,19  |  17 738,35  |  139 471,42  |  133 598,95  |  141 162,82  |  41 828,47  |  161 690,60  |  319 781,86  |  200 150,95  |  359 756,38  | 1 103 033,80    |
|     Затраты на приобретение активов  | 4 |    |  873 554,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|     Другие издержки подготовительного периода  | 5 |  250,00  |  70 000,00  |  9 000,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|  Движение наличности от инв. Деят.  | 6 |  -250,00  |  -943 554,00  |  -9 000,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|     Собственный (акционерный) капитал  | 7 |  116 000,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
|     Займы  | 8 |    |  873 554,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Выплаты в погашение займов  | 9 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  873 554,00  |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13**Продолжение табл.11 | **14** | **15** | **16** | 17   |
| Выплаты процентов по займам | 1 |    |    |    |    |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  20 798,90  |
|  движение наличности от фин. деят.  | 2 |  116 000,00  |  873 554,00  |    |    |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -20 798,90  |  -62 396,71  |  -62 396,71  |  -62 396,71  |  -62 396,71  |  -894 352,90  |
|     Баланс наличности на начало периода  | 3 |  |  110 440,00  |  35 063,92  |  20 620,93  |  130 033,23  |  246 515,22  |  245 817,00  |  252 331,29  |  249 270,73  |  367 943,24  |  480 743,28  |  601 107,19  |  622 136,76  |  721 430,65  |  978 815,80  |  1 116 570,03  |  1 413 929,69  |  |
|  **Баланс наличности на конец периода**  | 4 |  **108 440,00**  |  **33 063,92**  |  18**620,93**  |  **130 033,23**  |  **246 515,22**  |  **245 817,00**  |  **252 331,29**  |  **249 270,73**  |  **367 943,24**  |  **480 743,28**  |  **601 107,19**  |  **622 136,76**  |  **721 430,65**  |  **978 815,80**  |  **1 116 570,03**  |  **1 413 929,69**  |  **1 622 610,59**  |

Таблица 12

Прогноз доходов и расходов

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Строка** | **Код строки** | **1.2004** | **2.2004** | **3.2004** | **4.2004** | **5.2004** | **6.2004** | **7.2004** | **8.2004** | **9.2004** | **10.2004** | **11.2004** | **12.2004** | **1кв. 2005г.** | **2кв. 2005г.** | **3кв. 2005г.** | **4кв. 2005г.** | **2006 год** |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** |
| Валовый объем продаж  | 1 |    |    |    |  252 933,11  |  255 710,03  |  62 990,80  |  63 682,37  |  64 381,52  |  267 125,93  |  270 058,67  |  273 023,60  |  120 213,32  |  527 480,80  |  652 153,06  |  445 725,20  |  752 529,41  |  2 672 317,80  |
| Налоги с продаж  | 2 |    |    |    |  12 646,66  |  12 785,50  |  3 149,54  |  3 184,12  |  3 219,08  |  13 356,30  |  13 502,93  |  13 651,18  |  6 010,67  |  26 374,04  |  32 607,65  |  22 286,26  |  37 626,47  |  133 615,89  |
| Чистый объем продаж  | 3 |    |    |    |  240 286,46  |  242 924,53  |  59 841,26  |  60 498,25  |  61 162,45  |  253 769,63  |  256 555,73  |  259 372,42  |  114 202,65  |  501 106,76  |  619 545,41  |  423 438,94  |  714 902,94  |  2 538 701,91  |
| Материалы и комплектующие  | 4 |    |    |    |  105 160,94  |  106 207,64  |  26 175,28  |  26 397,59  |  26 604,77  |  111 355,00  |  112 654,27  |  113 987,03  |  54 899,08  |  230 193,67  |  272 795,29  |  184 754,26  |  323 018,73  |  1 147 403,28  |
| Сдельная зарплата  | 5 |    |    |    |  2 483,14  |  2 510,77  |  698,33  |  708,03  |  717,86  |  2 653,19  |  2 690,03  |  2 727,39  |  1 744,38  |  6 425,44  |  6 720,31  |  4 759,10  |  8 408,70  |  30 673,41  |
| Суммарные прямые издержки  | 6 |    |    |    |  107 644,08  |  108 718,41  |  26 873,61  |  27 105,62  |  27 322,64  |  114 008,19  |  115 344,31  |  116 714,42  |  56 643,46  |  236 619,11  |  279 515,59  |  189 513,37  |  331 427,43  |  1 178 076,69  |
| Валовая прибыль  | 7 |    |    |    |  132 642,38  |  134 206,12  |  32 967,65  |  33 392,62  |  33 839,81  |  139 761,44  |  141 211,43  |  142 658,00  |  57 559,19  |  264 487,65  |  340 029,81  |  233 925,57  |  383 475,51  |  1 360 625,22  |
| Административные издержки  | 8 |  7 310,00  |  7 376,08  |  7 442,99  |  7 897,67  |  7 995,96  |  8 095,47  |  8 196,22  |  8 298,22  |  8 401,50  |  8 506,05  |  8 611,91  |  8 719,09  |  26 813,75  |  27 827,36  |  28 879,29  |  29 970,99  |  132 183,30 |
| **А** | Б | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12**Продолжение табл.12 | **13** | **14** | **15** | **16** | 17 |
|     Производственные издержки  | 1 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  30,00  |    |    |    |  30,00   |
| Маркетинговые издержки  | 2 |    |    |    |  15 567,03  |  1 000,00  |    |    |    |  1 000,00  |  1 000,00  |  1 000,00  |  1 000,00  |  3 000,00  |  2 000,00  |  1 000,00  |  3 000,00  | 9 000,00  |
| Зарплата производственного персонала  | 3 |    |    |    |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  5 017,20  |  15 051,60  |  15 051,60  |  15 051,60  |  15 051,60  |  60 206,40  |
| Суммарные постоянные издержки  | 4 |  7 310,00  |  7 376,08  |  7 442,99  |  28 481,90  |  14 013,16  |  13 112,67  |  13 213,42  |  13 315,42  |  14 418,70  |  14 523,25  |  14 629,11  |  14 736,29  |  44 895,35  |  44 878,96  |  44 930,89  |  48 022,59  |  201 419,70   |
| Проценты по кредитам  | 5 |    |    |    |    |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  | 20 798,90   |
| Суммарные непроизводственные издержки  | 6 |    |    |    |    |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  | 20 798,90    |
| Другие издержки  | 7 |  250,00  |  70 000,00  |  9 000,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| Убытки предыдущих периодов  | 8 |    |  7 560,00  |  82 936,08  |  97 379,07  |    |    |  943,92  |  1 563,62  |  1 838,14  |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Прибыль до выплаты налога  | 9 |  -7560,00  |  -82 936,08  |  -97 379,07  |  8 781,40  |  99 394,05  |  -943,92  |  -1 563,62  |  -1 838,14  |  102 705,70  |  105 889,27  |  107 229,98  |  22 024,00  |  157 195,59  |  232 754,14  |  126 597,96  |  273 056,21  |  1 138 406,61  |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13**Продолжение табл.12 | **14** | **15** | **16** | **17** |
| Суммарные издержки, отнесенные на прибыль  | 1 |    |    |    |    |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  20 798,90  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  62 396,71  |  20 798,90  |
| Налогооблагаемая прибыль  | 2 |  -7 560,00  |  -82 936,08  |  -97 379,07  |  8 781,40  |  120 192,96  |  19 854,98  |  19 235,28  |  18 960,76  |  123 504,61  |  126 688,17  |  128 028,88  |  42 822,90  |  219 592,30  |  295 150,85  |  188 994,68  |  335 452,93  |  1 159 205,52  |
| Налог на прибыль  | 3 |    |    |    |  1 141,58  |  15 625,08  |  2 581,15  |  2 500,59  |  2 464,90  |  16 055,60  |  16 469,46  |  16 643,75  |  5 566,98  |  28 547,00  |  38 369,61  |  24 569,31  |  43 608,88  |  150 696,72  |
| **Чистая прибыль**  | 4 | -7560 |  **-82 936,08**  |  **-97 379,07**  |  5**639,82**  |  **83 768,97**  |  **-3 525,07**  |  **-4 064,21**  |  **-4 303,04**  |  **86 650,10**  |  **89 419,81**  |  **90 586,22**  |  **16 457,02**  |  **128 648,59**  |  **194 384,53**  |  **102 028,65**  |  **229 447,33**  |  **987 709,90**  |

Таблица 13

Прогнозный баланс

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Строка** | **Код строки** | **1.2004** | **2.2004** | **3.2004** | **4.2004** | **5.2004** | **6.2004** | **7.2004** | **8.2004** | **9.2004** | **10.2004** | **11.2004** | **12.2004** | **1кв. 2005г.** | **2кв. 2005г.** | **3кв. 2005г.** | **4кв. 2005г.** | **2006 год** |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** |
|     Денежные средства  | 1 |  108 440,00  |  33 063,92  |  18 620,93  |  130 033,23  |  246 515,22  |  245 817,00  |  252 331,29  |  249 270,73  |  367 943,24  |  480 743,28  |  601 107,19  |  622 136,76  |  721 430,65  |  978 815,80  |  1 116 570,03  |  1 413 929,69  |  1 622 610,59  |
|     Сырье, материалы и комплектующие  | 2 |    |    |    |  4 080,04  |  3 394,96  |  689,60  |  698,70  |  1 060,85  |  3 933,11  |  3 984,41  |  3 809,63  |  1 881,28  |  2 694,38  |  3 107,26  |  2 270,66  |  3 770,89  |  3 209,44  |
|     Незавершенное производство  | 3 |    |    |    |  10 631,00  |  1 621,92  |  1 639,79  |  1 665,20  |  11 198,22  |  11 349,44  |  11 490,18  |  5 577,19  |  7 699,59  |  8 788,08  |  5 519,11  |  10 909,48  |  8 978,96  |    |
| Суммарные текущие активы | 4 |  108 440,00  |  33 063,92  |  18 620,93  |  144 744,27  |  251 532,10  |  248 146,39  |  254 695,19  |  261 529,80  |  383 225,79  |  496 217,87  |  610 494,01  |  631 717,63  |  732 913,11  |  987 442,17  |  1 129 750,18  |  1 426 679,54  |  1 625 820,03  |
|     Основные средства  | 5 |    |    |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |
| Накопленная амортизация  | 6 |    |    |    |  7 316,21  |  14 571,15  |  21 765,32  |  28 899,24  |  35 973,41  |  42 988,34  |  49 944,51  |  56 842,43  |  63 682,57  |  83 861,18  |  103 537,03  |  122 722,64  |  141 430,23  |  211 714,11  |
|  Остаточная стоимость ос | 7 |    |    |  873 554,00  |  866 237,79  |  858 982,85 |  851 788,68 |  844 654,76  |  837 580,59  |  830 565,66  |  823 609,49  |  816 711,57  |  809 871,43 |  789 692,82 |  770 016,97 |  750 831,36  |  732 123,77  |  661 839,89  |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13**Продолжение табл.13 | **14** | **15** | **16** | 17 |
|     Оборудование  | 1 |    |    |  873 554,00  |  866 237,79  |  858 982,85  |  851 788,68  |  844 654,76  |  837 580,59  |  830 565,66  |  823 609,49  |  816 711,57  |  809 871,43  |  789 692,82  |  770 016,97  |  750 831,36  |  732 123,77  | 661 839,89    |
|  Инвестиции в основные фонды  | 2 |    |  873 554,00  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
|  **СУММАРНЫЙ АКТИВ**  | 3 |  **108 440,00**  | **906 617** |  **892 174,93**  |  **1 010 982,06**  |  **1 110 514,96**  |  **1 099 935,07**  |  **1 099 349,95**  |  **1 099 110,39**  |  **1 213 791,45**  |  **1 319 827,36**  |  **1 427 205,58**  |  **1 441 589,07**  |  **1 522 605,93**  |  **1 757 459,13**  |  **1 880 581,53**  |  **2 158 803,31**  |  **2 287 659,92**  |
|     Отсроченные налоговые платежи  | 4 |    |  |    |  13 788,24  |  29 552,17  |  22 497,35  |  25 032,52  |  27 532,38  |  53 725,20  |  70 341,29  |  87 133,30  |  85 059,76  |  37 428,03  |  77 896,71  |  98 990,46  |  147 764,91  |  162 465,62    |
| Краткосрочные займы | 5 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |   |
|  Суммарные краткосрочные обязательства  | 6 |    |    |    |  13 788,24  |  29 552,17  |  22 497,35  |  25 032,52  |  27 532,38  |  53 725,20  |  70 341,29  |  87 133,30  |  85 059,76  |  910 982,03  |  951 450,71  |  972 544,46  |  1 021 318,91  | 162 465,62    |
|  Долгосрочные займы  | 7 |    |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |  873 554,00  |    |    |    |    |  |
|    Уставный капитал | 8 |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |  116 000,00  |
| **А** | **Б** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13**Продолжение табл.13 | **14** | **15** | **16** | 17 |
| Нераспределенная прибыль | 1 | -7560 |  **-82 936,08**  |  **-97 379,07**  |  5**639,82**  |  **83 768,97**  |  **-3 525,07**  |  **-4 064,21**  |  **-4 303,04**  |  **86 650,10**  |  **89 419,81**  |  **90 586,22**  |  **16 457,02**  |  **128 648,59**  |  **194 384,53**  |  **102 028,65**  |  **229 447,33**  |  **987 709,90**  |
|  Суммарный собственный капитал  | 2 |  108 440,00  |  32 063,92  |  18 620,93  |  123 639,82  |  207 408,79  |  203 883,72  |  200 763,43  |  198 024,01  |  286 512,26  |  375 932,06  |  466 518,29  |  482 975,31  |  611 623,89  |  806 008,42  |  908 037,07  |  1 137 484,41  |  2 125 194,30  |
|  **СУММАРНЫЙ ПАССИВ** | 3 |  **108 440,00**  |  **906 617,92**  |  **892 174,93**  |  **1 010 982,06**  |  **1 110 514,96**  |  **1 099 935,07**  |  **1 099 349,95**  |  **1 099 110,39**  |  **1 213 791,45**  |  **1 319 827,36**  |  **1 427 205,58**  |  **1 441 589,07**  |  **1 522 605,93**  |  **1 757 459,13**  |  **1 880 581,53**  |  **2 158 803,31**  | **2 287 659,92**  |

С помощью отчета о прибылях и убытках можно проследить динамику развития деятельности химчистки. Таблица, демонстрирующая формирование прибыли предприятия, показывает, что при обороте 252 933 рублей, валовая прибыль составит 132 786 рублей в месяц. Чистую прибыль компания начнет получать с 4-го месяца проекта, размер которой составит 5639 рублей в начале производства, в следующие месяцы она составит около 80 тыс. рублей. Отсутствие прибыли наблюдается в летние периоды. Это связано с сезонностью услуг химчистки.

Анализируя планируемые денежные потоки, полученные в результате расчетов , можно сделать следующие выводы:

* При заданных исходных условиях на протяжении всего проекта создания химчистки имеется достаточно денежных средств для осуществления операционной (текущей) деятельности, а также погашения кредита и процентов по нему.
* Минимум имеющихся в распоряжении компании средств приходится на первые два месяца Проекта.

Расчет показателей эффективности бизнес проекта включает расчет показателей эффективности инвестиций, расчет которых производится на основе плана (отчета) движения денежных средств. В этой группе показателей рассматривается срок окупаемости проекта, чистый приведенный доход, индекс прибыльности, внутренняя норма рентабельности, и др. (табл.14).

Таблица 14

Показатели эффективности инвестиций

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель   |  Значение    |
| Норма дисконта, %  |  42  |
| Чистый дисконтированный доход за 3 года | 753230,21 |
| Индекс доходности | 1,79 |
| Срок окупаемости  |  1 год 268 дней  |

Валовая прибыль химчистки с учетом инфляции за 4 года составит 753230,21 руб., доход организации за этот период превысит затраты на организацию деятельности, проект окупится через 1 год 268 дней.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

* 1. Социальное положение населения Курганской области, 2001 год – Курган. Изд-во ККГС, 2001. Н.Д. Кремлев;
	2. Уровень жизни населения: проблема оценки и анализа. Аналитическая работа – Курган. Изд-во ККГС, 2001. Н.Д. Кремлев;
	3. Современная химчистка и прачечная. Журнал. – М.: Промиздат 2001г.;
	4. Т.П. Любанова, Л.В. Мясоедова, Т.А. Грамотенко, Ю.А. Олейникова. Бизнес – план. Учебно-практическое пособие. – М.: «Изд-во ПРИОР», 1998;
	5. Экономика. Под ред. Булатовой А.С. – М.: изд-во «БЕК», 1997.