Негосударственное образовательное учреждение

Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»

(Институт)

Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Финансы и кредит\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине

«Инвестиционные стратегии»

на тему

«Разработка инвестиционного проекта на примере предприятия ООО «Лесной Торговый Дом»»

Выполнила студентка

С-Ф05-34группы 6 курса

заочной формы обучения

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Попова

Анастасия Александровна/

Руководитель работы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Рыжиков

Игорь Олегович/

Новоуральск 2010

***СОДЕРЖАНИЕ***

[Введение 5](#_Toc280452481)

[Глава 1. Резюме 11](#_Toc280452482)

[1.1. Обоснование организационно-правовой формы предприятия 11](#_Toc280452483)

[1.2. Определение производственной програмы 13](#_Toc280452484)

[1.3. Цели деятельности 14](#_Toc280452485)

[1.4. Размер привлекаемых кредитных ресурсов 15](#_Toc280452486)

[1.5. Абсолютные и относительные показатели предприятия 16](#_Toc280452487)

[Глава 2. Стратегический анализ среды предприятия 18](#_Toc280452488)

[2.1. PEST – анализ 18](#_Toc280452489)

[2.2. Анализ – «Модель конкурентных сил Портера» 20](#_Toc280452490)

[2.3. SWOT – анализ 21](#_Toc280452491)

[2.4. Виды товара, рынки сбыта, ценовая политика предприятия 27](#_Toc280452492)

[Глава 3. Организационно-производственный план 29](#_Toc280452493)

[3.1. Определение имущества предприятия 29](#_Toc280452494)

[3.1.1. Величина основного капитала. 29](#_Toc280452495)

[3.1.2. Определение величины оборотных средств. 33](#_Toc280452496)

[3.1.3. Определение потребности оборотных средств в производственных запасах 34](#_Toc280452497)

[3.1.3.1. Незавершенное производство 35](#_Toc280452498)

[3.1.3.2. Расчет запасов готовой продукции 36](#_Toc280452499)

[3.1.3.3. Общая потребность в оборотных средствах 37](#_Toc280452500)

[3.1.3.4. Определение величины нематериальных активов 37](#_Toc280452501)

[3.2. Определение профессионально–квалификационного состава работников предприятия 37](#_Toc280452502)

[3.2.1. Рабочие основные 37](#_Toc280452503)

[3.2.2. Вспомогательные рабочие 38](#_Toc280452504)

[3.2.3. Руководители, специалисты и служащие 38](#_Toc280452505)

[3.2.4. Построение организационно – производственной структуры предприятия 40](#_Toc280452506)

[Глава 4. Финансовый план 41](#_Toc280452507)

[4.1. Определение источников формирования имущества предприятия 41](#_Toc280452508)

[4.2. Определение акционерного капитала, номинальной стоимости акций и их количества 42](#_Toc280452509)

[4.2.1. Акционерный капитал 42](#_Toc280452510)

[4.2.2. Определение номинальной стоимости акций и их количества 43](#_Toc280452511)

[4.2.3. Определение величины источников финансирования предприятия 44](#_Toc280452512)

[4.3. Начальный бухгалтерский баланс предприятия 45](#_Toc280452513)

[4.4. Определение системы затрат на производство и реализацию продукции 46](#_Toc280452514)

[4.4.1. Прямые затраты 46](#_Toc280452515)

[4.4.2. Общесистемные расходы 49](#_Toc280452516)

[4.4.3. Смета затрат на производство продукции 58](#_Toc280452517)

[4.5. Калькуляция единицы продукции 59](#_Toc280452518)

[4.6. Расчет фонда заработной платы рабочих предприятия и средней заработной платы 59](#_Toc280452519)

[4.7. Расчет цены изделия при разных уровнях рентабельности 60](#_Toc280452520)

[4.7.1. Расчет выручки от реализации при разных уровнях рентабельности 60](#_Toc280452521)

[4.7.2. Расчет прибыли от реализации 60](#_Toc280452522)

[4.7.3. Распределение прибыли от реализации 61](#_Toc280452523)

[4.7.4. Построение графика зависимости дивидендной ставки от уровня рентабельности 64](#_Toc280452524)

[4.8. Определение минимального объема продаж 65](#_Toc280452525)

[4.9. Оценка эффективности и анализ чувствительности проекта 67](#_Toc280452526)

[Глава 5. Разработка мероприятий по конкуренции на рынках сбыта 75](#_Toc280452527)

[Заключение 79](#_Toc280452528)

Список использованной литературы…………………………….………………..80

# ВВЕДЕНИЕ

*Бизнес-план* – это технико-экономическое обоснование деятельности предприятия в рыночных условиях на ближайший и отдаленный период. Анализ экономической ситуации и выбор рациональных и выгодных для предприятия вариантов решения хозяйственных задач характеризует процесс составления бизнес-плана. Конечной его целью является формирование комплексной системы развития производства, за счет вложения капитала в деятельность, способную приносить максимальную прибыль.

Содержание и объем бизнес-плана зависит от различных факторов: размеров предприятия, полноты составных частей, от назначения бизнес-плана, периода планирования, квалификации составителей бизнес-плана и т. п.

*Бизнес-план помогает решить следующие основные задачи:*

1. Определить основные направления деятельности предприятия, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
2. Сформировать долгосрочные и краткосрочные цели предприятия, стратегию и тактику их достижения, определить лиц ответственных за реализацию каждой стратегии;
3. Оценить соответствие персонала предприятия и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
4. Определить состав маркетинговых мероприятий предприятия по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта;
5. Оценить материальное и финансовое положение предприятия, соответствие материальных и финансовых ресурсов достижению поставленных целей;
6. Предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана;
7. Привлечь потенциальных инвесторов;
8. Сформировать основные направления внедрения новой техники и технологии, совершенствования организации производства и управления предприятием.

*Структура и содержание курсовой работы:*

* *резюме*: обоснование выбора организационно-правовой формы предприятия; описание проекта; определение производственной программы по изделию; цели деятельности; объемы эмиссии акций; размер привлекаемых кредитных средств; абсолютные и относительные показатели предприятия;

- *стратегический анализ среды предприятия*: PEST-анализ, Анализ 5 сил Портера, SWOT-анализ;

* *виды товаров*: характеристика группы качества продукции; характеристика жизненного цикла изделия; конкурентоспособность изделия; портфельный анализ; выбор продукции для разработки бизнес-плана инвестиционного проекта;
* *рынки сбыта изделия*: сетка развития товара и рынка; параметры емкости рынка;
* *конкуренция на рынках сбыта*;
* *разработка производственно - организационного плана*: определение имущества предприятия; определение численности работающих; построение организационно-производственной структуры;
* *финансовый план*: определение источников формирования имущества; определение акционерного капитала; определение источников финансирования; составление начального баланса; калькулирование единицы продукции; определение минимального уровня цены продукции; определение выручки и прибыли; определение минимального объема продаж; оценка эффективности проекта; анализ чувствительности проекта.

*ВАРИАНТ № 12*

Основными исходными параметрами, необходимыми для проведения плановых расчетов являются: название изделия, его масса, коэффициент использования материалов, цены материалов, годовой фонд времени оборудования, годовой фонд времени работы рабочих, технологический процесс изготовления изделия, нормы запаса материалов, нормы запаса готовой продукции, предельный уровень дивидендной ставки.

Варианты исходных данных по условному изделию отражены в следующем порядке.

Таблица 1.1

***Масса условного изделия***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| масса изделия в кг | 200 | 205 | 210 | 215 | 220 | 225 | 230 | 235 | 240 | 245 | 250 | 255 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| масса изделия в кг | 260 | 265 | 270 | 275 | 280 | 285 | 290 | 295 | 300 | 305 | 310 | 315 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| масса изделия в кг | 320 | 325 | 330 | 335 | 340 | 345 | 350 | 355 | 360 | 365 | 370 | 375 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 |
| масса изделия в кг | 380 | 385 | 390 | 395 | 400 | 405 | 410 | 415 | 420 | 425 | 430 | 435 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 49 | 50 | 51 |
| масса изделия в кг | 440 | 445 | 450 |

Таблица 1.2

**Средний коэффициент использования материалов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Кисп | 0,600 | 0,605 | 0,610 | 0,615 | 0,620 | 0,625 | 0,630 | 0,635 | 0,640 | 0,645 | 0,650 | 0,655 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| Кисп | 0,660 | 0,665 | 0,670 | 0,675 | 0,680 | 0,685 | 0,690 | 0,695 | 0,700 | 0,705 | 0,710 | 0,715 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| Кисп | 0,720 | 0,725 | 0,730 | 0,735 | 0,740 | 0,745 | 0,750 | 0,755 | 0,760 | 0,765 | 0,770 | 0,775 |
| № вар-та | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 |
| Кисп | 0,780 | 0,785 | 0,790 | 0,795 | 0,800 | 0,805 | 0,810 | 0,815 | 0,820 | 0,825 | 0,830 | 0,835 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 49 | 50 | 51 |
| Кисп | 0,840 | 0,845 | 0,850 |

Таблица 1.3

**Цена материала**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| цена, руб/т | 2000 | 2010 | 2020 | 2030 | 2040 | 2050 | 2060 | 2070 | 2080 | 2090 | 2100 | 2110 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| цена руб/т | 2120 | 2130 | 2140 | 2150 | 2160 | 2170 | 2180 | 2190 | 2200 | 2210 | 2220 | 2230 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| цена руб/т | 2240 | 2250 | 2260 | 2270 | 2280 | 2290 | 2300 | 2310 | 2320 | 2330 | 2340 | 2350 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 |
| цена руб/т | 2360 | 2370 | 2380 | 2390 | 2400 | 2410 | 2420 | 2430 | 2440 | 2450 | 2460 | 2470 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 49 | 50 | 51 |
| цена руб/т | 2480 | 2490 | 2500 |

Годовой действительный фонд времени работы оборудования

Fд.о. = 3950 ч/год.

Годовой действительный фонд времени работы рабочих

Fд.р. = 1800 ч/год.

Таблица 1.4

**Технологический процесс изготовления изделия для базового варианта**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № технологической операции | Норма времени на выполнение операции,  tн , мин | Разряд работы | Цена оборудования, тыс. руб | Габариты оборудования,  S, м2 |
| 1 | 20 | 5 | 5,5 | 4 |
| 2 | 60 | 7 | 6,0 | 2 |
| 3 | 80 | 4 | 8,5 | 3 |
| 4 | 50 | 5 | 4,0 | 2 |
| 5 | 40 | 5 | 5,0 | 4 |
| 6 | 70 | 6 | 3,5 | 4 |
| Итого | 320 | - | - | 19 |

Таблица 1.5

**Коэффициент изменения нормы времени на выполнение операций и цены оборудования Кв , в %.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Кв | 100 | 102 | 104 | 106 | 108 | 110 | 112 | 114 | 116 | 118 | 120 | 122 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| Кв | 124 | 126 | 128 | 130 | 132 | 134 | 136 | 138 | 140 | 142 | 144 | 146 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| Кв | 148 | 150 | 152 | 154 | 156 | 158 | 160 | 162 | 164 | 166 | 168 | 170 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 |
| Кв | 172 | 174 | 176 | 178 | 180 | 182 | 184 | 186 | 188 | 190 | 192 | 194 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № вар-та | 49 | 50 | 51 |
| Кв | 196 | 198 | 200 |

Норма запаса материала Нм , 8 дней.

Норма запаса готовой продукции Нг.п., 7 дней.

Предельный уровень дивидендной ставки Нд, не ниже процента по банковскому депозиту.

# ГЛАВА 1. РЕЗЮМЕ

Деревообрабатывающая промышленность является одной из крупнейших и динамично развивающихся отраслей экономики в Красноярском крае. Глубокая переработка древесины и производство строительных элементов, таких как оконные блоки, дверные коробки и др. является перспективным направлением деятельности, в связи с развитием жилищного строительства в нашем регионе.

В настоящее время, в связи с развитием рыночных отношений и усиления конкурентной борьбы, очень важно не только производить качественные товары и услуги, но организовывать их сбыт.

Планируемый объем выпуска продукции 2671 штука в год.

Проект даст внутреннюю доходность на уровне не менее 30 % годовых прибыли.

Проект финансируется за счет собственных и привлеченных средств.

Достоинством проекта являются наличие существенного задела: определены поставщики оборудования; произведен предварительный расчет расходов на организацию производства, составлен график работ; подготовлены необходимые помещения, оснащенные всей инфраструктурой; подготовлен квалифицированный штат работников; сформирована команда управления; существует устойчивый спрос на продукцию. Проект является устойчивым к изменению внешних условий и в тоже время характеризуется достаточно высокой доходностью для такого типа производств. Это позволяет сделать вывод о финансовой состоятельности и экономической эффективности проекта.

### 1.1. Обоснование организационно-правовой формы предприятия

ООО «Лесной Торговый Дом», сокращенное наименование ООО «ЛТД» является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность с 1996 года в соответствии с действующим на территории Российской Федерации законодательством и Уставом общества. Основной целью деятельности предприятия является извлечение прибыли. Юридический адрес ООО «ЛТД» г. Красноярск, пр.им. газ. Красноярский рабочий, д.160. Производственные площади занимают боле 3 000,0 м2. Организационно правовая форма - Общество с ограниченной ответственностью. Форма собственности – частная, учредителями являются физические лица.

Основным направлением деятельности является производство пиломатериалов, а так же дальнейшая их переработка. ООО «ЛТД» закупает лес круглый (основные породы сосна, ель, листва), производит его распиловку на ленточнопильном заводе Bruno Canalia в результате чего получает пиломатериал. Далее пиломатериал загружается в сушильные камеры с автоматическим программным управлением, где происходит его сушка до влажности 10±2 %, что соответствует всем нормам. В дальнейшем часть пиломатериала идет на продажу, но основная часть поступает в цех клееных материалов (ЦКМ), где происходит его дальнейшая переработка. В ЦКМ производится следующая продукция:

* Щит мебельный;
* Брус клееный;
* Рейка половая;
* Плинтус;
* Доска строганная;
* Наличник и др.

Брус клееный в свою очередь является сырьем для производства оконных блоков. Данное производство является приоритетным направлением в деятельности фирмы с 2001 года, когда ввели в эксплуатацию участок оконных блоков. Производство деревянных оконных блоков происходит с использованием высокотехнического оборудования – профилирующего комплекса для серийного производства UniControl 10, фирмы Waining Германия. ООО «ЛТД» имеет отдельное структурное подразделение по монтажу оконных блоков.

Так же имеется столярное отделение, которое производит мебель для дачных участков: столы, скамейки, стулья, перголы и др.

Уставный капитал предприятия составляет 261,17т.руб

Основные учредители и их доли в У.К.:

Генеральный директор – 50%;

Зам. Ген.директора по коммерческой работе – 25%;

Главный бухгалтер – 25%.

### 1.2. Определение производственной програмы

Для определения производственной программы необходимо знание потенциальной емкости рынка, потенциального объема продаж и реально возможного объема продаж.

Потенциальная емкость рынка представляет собой общее количество товаров, которое покупатели данного рынка могут приобрести за определенное время.

*Потенциальный объем продаж* - доля потенциального рынка, которую предприятие может надеяться захватить.

*Реально возможный объем продаж* - это объем продаж при планируемом уровне использования производственной мощности предприятия.

В рамках курсовой работы определение главных параметров рынка затруднено, поэтому расчет следует проводить только по реальному объему продаж исходя из минимально возможной производственной мощности.

В основу расчетов закладывается годовой действительный фонд времени работы оборудования и трудоемкость максимально продолжительной операции, , шт.,

, (1)



где  - максимальная производственная программа по изделию, шт.;

 - годовой действительный фонд времени работы оборудования, ч;

60 - коэффициент перевода в минуты годового действительного фонда времени оборудования;

- трудоемкость максимально продолжительной операции, мин.;

- коэффициент выполнения норм времени (1,05 - 1,15).

### 1.3. Цели деятельности

Анализ рынка показал наличие удовлетворительного платежеспособного спроса. Рынок сбыта продукции является открытым, продукция конкурентоспособной как по качеству, так и по цене.

*Маркетинговая стратегия предприятия* – проникновение на свободный сегмент рынка и завоевание части рынка за счет стратегии низких цен и высокого качества.

*Факторы успеха предприятия:*

1). Квалифицированная команда специалистов с сильным лидером, способная планировать и управлять использованием ресурсов;

2). Сосредоточение усилий на завоевание устойчивых позиций на перспективных строительных рынках;

3). Эффективность трудозатрат сотрудников компании, т.е. режим использования рабочего времени, настроен на выполнение намеченных задач;

4). Выполнение обязательств перед клиентами по срокам поставки продукции;

5). Обеспечение конкурентоспособности товарного предложения на целевых рынках за счет качества продукции, удовлетворяющего конечных покупателей;

6). Развитие технологий производства, позволяющих обеспечивать конкурентный уровень качества выпускаемой продукции при приемлемых затратах и производительности.

*Тактика маркетинга*

ООО "ЛТД" в своей маркетинговой деятельности использует следующие направления рекламной деятельности:

1). Реклама в СМИ (размещение рекламы в специализированном журнале);

2). Компьютеризированная реклама (размещение объявления на сайте);

3). Участие в специализированных выставках.

Плюсы участия в выставках:

- наличие аудитории с высоким интересом увидеть продукты/услуги компании;

- доля посетителей, имеющих компетентность решающего последнего слова или рекомендации для закупки одного или более продукта/услуги, экспонируемых на торговом показе;

- посетители имеют возможность наблюдать и сравнить множество конкурирующих продуктов одновременно.

### 1.4. Размер привлекаемых кредитных ресурсов

Одним из главных источников обеспечения предприятия финансовыми ресурсами для выполнения плана производства и реализации продукции является банковский кредит.

В курсовой работе используются краткосрочные ссуды банка объемом 179,87 тыс. руб., для пополнения оборотных средств, главным образом на величину аванса по заработной плате работников предприятия. Последнее связано с тем, что продажа осуществляется, как правило, после ее отгрузки. Следовательно, денежные ресурсы на расчетном счете предприятия появляются после сделки купли-продажи первых партий продукции.

Краткосрочный кредит был выдан на 1год, процентная ставка за использование кредита составила 15%, выплата осуществляется за счет прибыли предприятия.

### 1.5. Абсолютные и относительные показатели предприятия

Таблица 1.6

**Абсолютные экономические показатели**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование показателей | Ед. измерения | Численные значения |
| 1 | Оптимальный объем продаж | тыс. руб. | 15972,58 |
| 2 | Себестоимость | то же | 4,6 |
| 3 | Прибыль от реализации | то же | 3686,62 |
| 4 | Чистая прибыль | то же | 2607,09 |
| 5 | Амортизационные отчисления | то же | 8,55 |
| 6 | Численность работающих | чел. | 24 |
| 7 | Активы баланса: | тыс. руб. | 441,04 |
| 7.1 | Основные средства | то же | 130,975 |
| 7.2 | Нематериальные активы | то же | 7,534 |
| 7.3 | Оборотные средства | то же | 122,659 |
| 8 | Собственные средства | то же | 261,17 |
| 9 | Заемные средства | то же | 179,87 |
| 10 | Акционерный капитал | то же | 261,17 |
| 11 | Номинальная стоимость акций | то же | 0,01 |
| 12 | Количество акции | шт. | 26117 |

Таблица 1.7

**Относительные показатели**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование показателей | Единица измерения. | Численные значения | Методика расчета |
| 1 | Объем продаж на 1 рубль актива | руб./руб. | 36,22 | \_\_\_объем продаж\_\_  величина актива |
| 2 | Объем продаж на 1 рубль акционерного капитала | то же | 64,60 | \_\_\_объем продаж\_\_ акционерный капитал |
| 3 | Коэффициент оборачиваемости оборотных средств | количество оборотов | 130 | \_\_объем продаж\_\_\_  величина оборотных средств |
| 4 | Длительность одного оборота оборотных средств | дней | 3,36 | количество календ. дней в году количество оборотов |
| 5 | Производительность труда | млн. руб чел. | 66 55 | \_\_объем продаж\_\_  количество работающих |
| 6 | Прибыль от продаж на 1 рубль акционерного капитала | руб./руб. | 14,25 | \_\_прибыль от продаж\_ акционерный капитал |
| 7 | Чистая прибыль на 1 рубль акционерного капитала | то же | 10,08 | \_\_чистая прибыль\_\_ акционерный капитал |
| 8 | Чистая прибыль на 1 акцию | млн. руб. шт. | 100,8 | \_чистая прибыль\_  количество акций |
| 9 | Чистая прибыль на 1 рубль продаж | руб./руб. | 0,97 | \_чистая прибыль\_  объем продаж |
| 10 | Чистая прибыль на 1 рубль активов | то же | 5,9 | чистая прибыль  актив баланса |
| 11 | Рентабельность продукции | % | 98 | прибыль от продаж х 100  объем продаж |

# ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

### 2.1. PEST – анализ

*PEST*– анализ применяют для исследования Политических, **Э**кономических, **С**оциальных и Технологических факторов, которые используются, чтобы оценить рынок организационной или бизнес-единицы. *PEST- анализ*- полезный инструмент понимания рынка, позиции компании, потенциала и направление бизнеса. *PEST-анализ*помогает руководителю компании или аналитику увидеть картину внешнего окружения компании косвенного воздействия, выделить наиболее важные влияющие факторы.

Для простоты и удобства анализа все факторы принято совместно рассматривать в виде четырехпольной таблицы.

Таблица 2.1

**Анализ факторов**

|  |  |
| --- | --- |
| **ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ** | **ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ** |
| * Текущее законодательство на рынке * Правительственная политика, изменение * Государственное регулирование конкуренции * Финансирование, гранты и инициативы * Экологические проблемы | * Уровень инфляции * Инвестиционный климат в отрасли * Сезонность / влияние погоды * Платежеспособный спрос * Основные внешние издержки   + Энергоносители   + Транспорт   + Сырье и комплектующие   + Коммуникации |
| **СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ** | **ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ** |
| * Модели поведения покупателей * Реклама и связи с общественностью | * Развитие конкурентных технологий * Замещающие технологии/решения * Производственная емкость, уровень * Информация и коммуникации, влияние Интернета |

Таблица 2.2

**Внешние стратегические факторы**

.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Внешние стратегические факторы* | *Вес* | | *Оценка* | *Взвешенная оценка* |
| *Возможности* |  |  |  |  |
| Текущие законодательства на рынке | 1 | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Государственное регулирование конкуренции | 2 | 0,05 | 4 | 0,2 |
| Правительственная политика | 3 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Финансирование, гранты и инициатива | 4 | 0,06 | 5 | 0,3 |
| Инвестиционный климат в отрасли | 5 | 0,07 | 5 | 0,35 |
| Платежеспособный спрос | 6 | 0,06 | 5 | 0,3 |
| Реклама и связи с общественностью | 7 | 0,07 | 5 | 0,35 |
| Замещение технологии, решение | 8 | 0,08 | 4 | 0,32 |
| Производственная емкость | 9 | 0,06 | 4 | 0,24 |
| Информация и коммуникации,  влияние Интернета | 10 | 0,08 | 5 | 0,4 |
| *ИТОГО Возможности* |  |  |  | *2,79* |
| *Угрозы* |  |  |  |  |
| Экологические проблемы | 11 | 0,06 | 4 | 0,24 |
| Уровень инфляции | 12 | 0,04 | 3 | 0,12 |
| Сезонность, влияние погоды | 13 | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Основные внешние издержки | 14 | 0,07 | 5 | 0,35 |
| Модель поведения покупателей | 15 | 0.06 | 3 | 0,18 |
| Развитие конкурентных технологий | 16 | 0.07 | 5 | 0,35 |
| *ИТОГО Угрозы* |  |  |  | *1,42* |
| *СУММА* |  | *1,00* |  | *4,21* |

### 2.2. Анализ – «Модель конкурентных сил Портера»

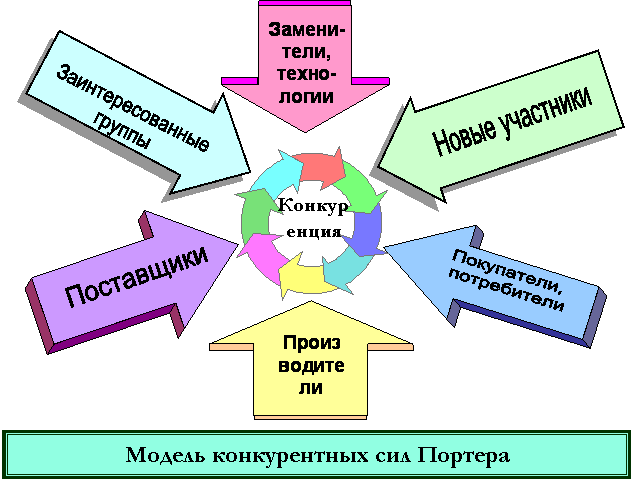


Рис. 1. Анализ рыночного окружения и конкурентной среды

В настоящее время оконные блоки выпускают следующие крупные предприятия Красноярского края:

1. ООО «БФК-Енисей» г. Красноярск;
2. ООО «Баварские окна» г. Красноярск;
3. ООО «Домострой» г. Красноярск;

4. ООО «Мекран» г. Красноярск.

Эти предприятия являются одними из основных конкурентов на данном рынке. Распределение долей рынка приведены в табл. 2.3.

Таблица 2.3

**Распределение долей рынка**.

|  |  |
| --- | --- |
| Конкурент | % от общего объема продаж на рынке |
| ООО «БФК-Енисей» | 20% |
| ООО «Баварские окна» | 15% |
| ООО «Домострой» | 13% |
| ООО «Мекран» | 21% |

Договора на оптовые продажи заключаются с крупными строительными фирмами Красноярска, такими как ООО «Монолитстрой», ООО «Кульбытстрой», ООО «Красстрой» и пр. В первую очередь это договора на продажу и установку оконных блоков. Продукция так же продается за пределы края (в г. Благовещенск, Казахстан). Часть продукции передается на реализацию в магазины города (ООО «Зевс», ООО «Сделай Сам», ООО «Интеграл плюс»).

В настоящее время ООО «ЛТД» придерживается концепции совершенствования товара, главный акцент сделан на качестве товара, на его преимуществах от товаров конкурентов. Ассортимент продукции довольно широкий, но акцент сделан на одном виде продукции. Ценовая политика определяется с учетом сложившихся цен на рынке. Конкурентоспособность товара рассматривается через призму продажной цены. Задачами производства является продать, то, что удалось произвести. Перспективное планирование делится на краткосрочное (месяц, квартал) и долгосрочное (5-10 лет). Основное внимание уделяется краткосрочному.

### 2.3. SWOT – анализ

Аббревиатура SWOT означает:

Strengths - сильные стороны

Weakness - слабые стороны

Opportunities - возможности

Threats - угрозы

Иначе говоря, *SWOT анализ – это анализ сильных и слабых сторон организации и возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды.* «S» и «W» относятся к состоянию компании, а «O» и «T» к внешнему окружению организации. По результатам ситуационного анализаможно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения.

Таблица 2.4

**Матрица SWOT-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| * 1. Высоко ориентированный, целеустремленный коллектив;   2. Ориентированность на потребности заказчика и предоставление продукции ведущих заводов-изготовителей на выгодных условиях;   3) Доступ к технологиям, лицензирование, патенты | 1. Специфика производства 2. Слабый маркетинг; 3. Мнение и отношение потребителей   4) Изменение и адаптация новых технологий |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| 1. Инвестиционная политика со стороны органов власти, поддержка инновационных проектов и социально значимых проектов; 2. Потребности потребителей в комплексности услуг; 3. Налаженная инфраструктура сбытовой сети; | 1. Сезонность спроса 2. Предоставление поставщиками продукции ненадлежащего качества; 3. Жесткая конкуренция; |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Сильные стороны** | | | | | **Слабые стороны** | | | |
| **Возможности** | **ФАКТОРЫ** | Высоко ориентир.  целеустремленный коллектив | Ориентированн. на потребности заказчика | Доступ к технолог., лицензир., патенты | Специфика производства | Слабый маркетинг | Мнение и отношение потребителей | Изменение и адаптация новых технологий |
| Инвестиционн. политика со стороны органов власти | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Потребность потребителей в комплексности услуг | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Налаженная инфраструктура сбытовой сети | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| **Угрозы** | Сезонность спроса | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Предоставлен. поставщиками продукции ненадлежащего качества | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Жесткая конкуренция | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |

Таблица 2.5

**Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды**

Таблица 2.6

**Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Сильные стороны* | *баллы* | *Слабые стороны* | *баллы* |
| 1) Ориентированность на потребности заказчика  2) доступ к технологиям, лицензирование, патенты  3) Высоко ориентированный, целеустремленный коллектив; | *27*  *20*  *14* | 1. Слабый маркетинг; 2. Специфика производства 3. Мнение и отношение потребителей   4) Изменение и адаптация новых технологий | *27*  *27*  *22*  *22* |
| *Возможности* |  | *Угрозы* |  |
| 1. Инвестиционная политика со стороны органов власти 2. Потребности потребителей в комплексности услуг; 3. Налаженная инфраструктура сбытовой сети; | *32*  *29*  *2*6 | 1. Жесткая конкуренция; 2. Предоставление поставщиками продукции ненадлежащего качества; 3. Сезонность спроса | *27*  *23*  *22* |

Таблица 2.7

**Количественная оценка проблем**

|  |  |
| --- | --- |
| *Проблема* | *Оценка* |
| Развитие дилерской сети в регионах присутствия и стратегических регионах | 25 |
| Формирование потребности заказчика | 24 |
| Формирование рациональной структуры взаимодействия службы маркетинга и сбыта | 23 |
| Формирование гибкой логистической системы | 17 |
| Привлечение новых сотрудников, системное обучение персонала | 12 |
| Целеполагание, планирование и координация деятельности всех служб | 9 |
| Постоянный мониторинг рынка | 9 |
| Участие в областных целевых программах | 8 |
| Создание должной системы мотивации и организационной структуры | 7 |
| Создание целевых проектных групп с целью разработки привлекательных, социально значимых инвестиционных проектов | 7 |
| Повышение квалификации сотрудников, делегирование полномочий | 6 |
| Системное обучение персонала, планирование карьеры | 4 |
| Разработка и реализация долгосрочной конкурентной стратегии | 4 |
| Предоставление товаров и услуг, удовлетворяющих существующие и возможные потребности заказчика | 4 |

Таблица 2.8

**Формулирование проблемного поля в рамках SWOT-матрицы**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Сильные стороны* | | | | | *Слабые стороны* | | | |
| *Возможности* | *ФАКТОРЫ* | Высоко ориентирован., целеустремлен. коллектив | Ориентированность на потребности заказчика и предоставление продукции ведущих заводов-изготовителей на выгодных условиях | Доступ к технологиям, лицензирование, патенты | Специфика производства | Слабый маркетинг | Мнение и отношение потребителей | Изменение и адаптация новых технологий |
| Инвестиционная политика со стороны органов власти | Создание целевых проектных групп | Участие в областных целевых программах, возможно госзаказы | | Формирование гибкой логистической системы | Создание целевых проектных групп | Привлечение новых сотрудников, системное обучение персонала | Развитие дилерской сети в регионах |
| Потребность потребителей в комплексности услуг | Создание должной системы мотивации | Формирование потребности заказчика | Предоставление товаров и услуг |  |
| Налаженная инфраструктура сбытовой сети | Развитие дилерской сети в регионах присутствия и стратегических регионах | | Формирование рациональной  структуры взаимодействия службы маркетинга | |
| *Угрозы* | Сезонность спроса | Формирование оптимальной структуры взаимодействия службы маркетинга и коммерческих служб | Формирование потребности заказчика | Формирование гибкой  логистической системы | |  | Повышение квалификации сотрудников, делегирование полномочий | Формирование потребности заказчика |
| Предоставление поставщиками продукции ненадлежащего качества |  | Целеполагание, планирование и координация деятельности всех служб | Постоянный мониторинг рынка |
| Жесткая конкуренция | Создание должной системы мотивации | Развитие дилерской сети в регионах присутствия и стратегических регионах | Системное обучение персонала, планирование карьеры | Разработка и реализация долгосрочной конкурентной стратегии |

### 2.4. Виды товара, рынки сбыта, ценовая политика предприятия

*Распространение продукции*

Товарный ассортимент ООО «ЛТД» характеризуется широтой (количеством ассортиментных групп), глубиной (количеством позиций в каждой ассортиментной группе).

Продукцию ООО «ЛТД» можно разбить на следующие группы товаров:

1. П/материал
2. П/продукция (продукция ЦКМ (щит мебельный, брус клееный и др.) и столярного участка)
3. Оконный блок
4. Услуги монтажа оконных блоков.

*Методы стимулирования продаж*

Стимулирование сбыта ведется в двух направлениях:

1).Стимулирование собственного персонала:

- премии;

- ценные подарки;

- дополнительные отпуска.

2).Стимулирование потребителей:

- скидка при покупке крупной партии;

- рассрочка оплаты;

- выгодные условия поставок.

*Ценовая политика предприятия*

При ценообразовании учитываются следующие условия:

1). Цена должна учитывать стадию жизненного цикла товара;

2). Цена должна отражать качество товара;

3). Цена не должна быть округленной, что диктуется психологией покупателя;

При постановке задач ценообразования преследуются следующие цели:

1). Высокая прибыль в течение продолжительного периода времени;

2). Рост объема производства;

3). Стабилизация положения фирмы на рынке;

4). Создание комфортных условий для покупателя;

5). Поддержание имиджа предприятия и его деятельности;

# ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

### 3.1. Определение имущества предприятия

### 3.1.1. Величина основного капитала.

а) Потребность в оборудовании, wоб,

, (2)



где Wоб.i – количество единиц оборудования на i-ой операции;

- объем производства продукции за год j-го типа изделия, шт.;

- норма времени на i-ой операции технологического процесса, мин.;

- действительный фонд времени работы оборудования при двухсменном режиме работы, 3950 час.

- коэффициент выполнения нормы времени.

При определении , исходя из производственной мощности, на каждой операции будет установлено по одной единице оборудования. Поэтому в дальнейших расчетах следует определить загрузку оборудования и построить гистограмму изменения коэффициента загрузки по операциям.

Коэффициент загрузки оборудования рассчитывается, ,

, (3)



где Wрас, Wприн – расчетное и принятое количество оборудования

б) Потребность в транспортных средствах, wтр. При весе заготовительного изделия свыше 100кг., перемещение обрабатываемого изделия осуществляется с помощью мостового крана.

Количество мостовых кранов, wкр , ед.

, (4)



где  – количество изделий, подлежащих транспортированию в течение года, шт. ;

 – среднее количество крановых операций на одно изделие, кол-во операций;

 – количество рабочих дней в году, дн.;

 – количество рабочих смен в сутки, смен;

 – номинальный фонд времени работы крана в смену, мин., 480;

- коэффициент, учитывающий простой крана из-за ремонта, 0,95;

 - средняя длина пути крана (туда – обратно) на одну крановую операцию, м, 10м;

- средняя скорость движения крана, м/мин, 50 м/мин;

 и - время загрузки и разгрузки за одну крановую операцию, по 2 минуты.

Доставка материалов и вывоз готовой продукции осуществляется сторонними транспортными организациями.

в) Потребность в производственных и административных площадях:

* производственная площадь, Sпр, м2

, (5)



где - нормативная площадь на единицу оборудования, м2/ед.обор.

- коэффициент, учитывающий дополнительную площадь на проходы, проезды и др., ;

- количество единиц оборудования на i-ой операции (i = 1, 2 …m);

* площадь складских помещений, Sскл , м2 ,

 (6)



* административную площадь Sад принять 15-20м2.

г) Стоимость основных средств

* технологическое оборудование, , тыс. руб.,

,  (7)



где  - цена единицы оборудования на i –ой операции (i = 1, 2…m, тыс. руб.);

* стоимость подъемно-транспортного оборудования, , тыс. руб.,

 , (8)



где  - цена единицы подъемно-транспортного оборудования, тыс. руб.;

Итого стоимость оборудования, , тыс. руб.,

 ; (9)



д) Стоимость производственной и административной площади, Эs, тыс. руб.,

 , (10)



где Цs – стоимость 1 м2 площади, тыс. руб.

е) Стоимость хозяйственного и производственного инвентаря, Эинв ,тыс. руб.,

; (11)



ж) Стоимость прочих основных средств, Эпроч , тыс. руб.,

; (12)



Итого стоимость основных средств, Эопф, тыс. руб.,

 (13)



### 3.1.2. Определение величины оборотных средств.

Помимо основных фондов предприятие для осуществления процесса производства должно иметь средства, которые расходуются для приобретения сырья, материалов, топлива, на оплату электроэнергии, услуг организаций, на заработную плату рабочих и служащих и других расходов, связанных с производственной деятельностью.

Располагая необходимыми денежными средствами, предприятие создает соответствующие материальные запасы и начинает производственный процесс. В начале его появляется незавершенное производство, а затем готовая продукция. Реализуя ее предприятие, вновь получает деньги, посредством которых осуществляет возобновление производства. Движение средств, взятое не как отдельный акт, а как периодический процесс – в постоянном повторении и возобновлении – называется «оборотом средств», а сами средства, следовательно, «оборотными».

Оборотные средства делятся на две группы: оборотные фонды и фонды обращения.

Оборотные фонды включают ту часть средств производства, которую образуют предметы труда. По характеру участия в производстве все оборотные фонды можно разделить на три группы: производственные запасы, незавершенное производство и расходы будущих периодов.

*Производственные запасы* – это предметы труда, которые еще не вступили в производственный процесс, но находятся на предприятии в определенном размере, обеспечивающем непрерывность производственного процесса в виде складских запасов (сырье и материалы, покупные полуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо, запасные части, тара, инструмент и т.п.).

*Незавершенное производство* – это предметы труда, которые уже вступили в производственный процесс, но еще пребывают на стадии обработки.

*Расходы будущих периодов* – это затраты, связанные с перспективной подготовкой производства новых видов продукции и их освоением.

Изготовленная и находящаяся в процессе реализации продукция, а также имеющиеся в распоряжении предприятия денежные средства образуют *фонды обращения*, которые состоят из следующих элементов:

* готовая продукция, находящаяся на складе предприятия;
* отгруженная, но не оплаченная покупателем готовая продукция;
* денежные средства предприятия в финансовых инструментах (на счетах в банке, аккредитивах, ценных бумагах);
* денежные средства в «кассе» и в «расчетах» (дебиторская задолженность).

Источниками формирования оборотных средств предприятия являются: уставный фонд, прибыль, устойчивые пассивы, бюджетные ассигнования, краткосрочные банковские ссуды, привлеченные средства других предприятий.

### 3.1.3. Определение потребности оборотных средств в производственных запасах

Потребность оборотных средств в производственных запасах рассчитывается исходя из затрат на материалы, необходимые для изготовления изделия, Фп.з.:

, (14)



где - норма расхода материала, кг;

 - объем производимой продукции, шт/год;

- цена материала, руб/кг;

- число календарных дней в году;

- норма запаса материалов, дней.

Норма расхода материалов, , определяется по выражению:

, (15)



где - чистый вес изделия, кг.;

 - коэффициент использования материалов.

### 3.1.3.1. Незавершенное производство

Величина средств для обеспечения незавершенного производства определяется, Фнп , руб.,

, (16)



где  - объем производимой продукции, шт/год;

 - длительность производственного цикла (время, в течение которого продукция находится в незавершенном виде), кал. дн.

, (17)



где n – размер партии изделий (в расчетах принять в размере дневного выпуска), шт.,

, (18)



где - количество рабочих дней в году, 250;

- норма времени на i–ой операции (i = 1,2 ….m);

- продолжительность смены, 8 часов;

- плановая себестоимость единицы продукции, руб.,

, (19)



где  - себестоимость материала, руб.,

; (20)



- удельный вес затрат на материалы в себестоимости продукции,  (серийное производство);

- коэффициент нарастания затрат в незавершенном производстве

, (21)



0,5 – коэффициент равномерности нарастания затрат в незавершенном производстве.

### 3.1.3.2. Расчет запасов готовой продукции

Определение оборотных средств готовой продукции определяется по выражению, Фг.п , руб.,

, (22)



где  - норма запаса готовой продукции, дн.

### 3.1.3.3. Общая потребность в оборотных средствах

Будет определяться, Фоб , руб.,

. (23)



### 3.1.3.4. Определение величины нематериальных активов

Нематериальные активы наряду с основными и оборотными фондами формируют имущество предприятия. В курсовой работе в качестве нематериальных активов выступают организационные расходы, Форг , руб.,

 , (24)



где  - коэффициент организационных расходов, 2,5 – 3 % от стоимости производственных фондов.

### 3.2. Определение профессионально–квалификационного состава работников предприятия

Для выполнения производственной программы требуются следующие категории работников:

* рабочие (основные и вспомогательные);
* руководители, специалисты и служащие.

### 3.2.1. Рабочие основные

Численный состав определяется исходя из трудоемкости работ. В этом случае списочная численность по операциям будет определяться, чел.,

, (25)



где - действительный фонд времени работы рабочего в год, час;

- коэффициент выполнения нормы времени, принять равным 1,05 – 1, 15.

В расчетах определить численность расчетную, принятую и коэффициент загрузок по операциям и в целом по предприятию.

### 3.2.2. Вспомогательные рабочие

Определяются или по нормам обслуживания или по рабочим местам (профессиям). В курсовой работе расчеты производятся в следующем порядке с учетом минимального профессионального состава:

* слесарь (для подразделения в работоспособном состоянии оборудования). Ноб – норма обслуживания, 6-8 единиц оборудования в смену;
* электрик (для поддерживания в рабочем состоянии электрического оборудования), Ноб – 6-8 единиц оборудования в смену;
* грузчик (для выполнения погрузочно–разгрузочных работ), один человек в смену;
* кладовщик (для приемки – выдачи, хранения материальных ценностей), один человек в смену.

### 3.2.3. Руководители, специалисты и служащие

Численный состав определяется на основании штатного расписания, в соответствии с которым в расчетах учитывается:

* директор (одна единица);
* коммерческий директор (одна единица);
* бухгалтер – экономист (одна единица);
* секретарь – референт (одна единица).

Примечание. Количество основных рабочих принять с учетом сменности совмещения профессий и разряда работ по операциям. Расчеты свести в табличную форму.

Таблица 3.1

***Количество основных рабочих***

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование рабочих | Количество, чел. |
| Основные производственные рабочие | 10 |
| Вспомогательные рабочие: | 10 |
| - слесарь | 3 |
| - электрик | 3 |
| - грузчик | 2 |
| - кладовщик | 2 |
| Руководители, специалисты, служащие: | 4 |
| - директор | 1 |
| - коммерческий директор | 1 |
| - бухгалтер-экономист | 1 |
| - секретарь-референт | 1 |

### 3.2.4. Построение организационно – производственной структуры предприятия

ДИРЕКТОР

Коммерческий директор

Производственные

рабочие

Бухгалтер - экономист

Вспомогательные рабочие

Секретарь-референт

Рис. 2. Организационно - производственная структура

# ГЛАВА 4. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

В этом разделе бизнес – плана необходимо определить: источники формирования имущества предприятия; акционерный капитал; номинальную стоимость акций и их количество; начальный бухгалтерский баланс; смету затрат на производство и реализацию продукции; калькуляцию себестоимости единицы продукции; минимальный уровень цены продукции; схему распределения прибыли; минимальный объем продаж; оценку эффективности разработок; анализ чувствительности проекта.

### 4.1. Определение источников формирования имущества предприятия

В курсовой работе предлагается несколько вариантов формирования имущества предприятия. Обоснование и выбор какого-либо варианта предлагается сделать студентом самостоятельно.

Таблица 4.1

**Варианты источников формирования имущества предприятия**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид имущества | Варианты | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Оборудование | С | С | С | А | С | С |
| 2 | Производственные и административные площади | С | А | А | А | С | А |
| 3 | Материальные оборотные средства | С | С | К | К | К | С |
| 4 | Денежные оборотные средства | С | К | К | К | К | С |

Где С – покупка за счет собственных средств;

А – аренда;

К - краткосрочный кредит банка.

Краткая характеристика предлагаемых вариантов.

* 1 вариант: закупка оборудования, помещений осуществляется за счет собственных средств. Кроме того, и оборотные средства также финансируются из собственных источников. Этот вариант требует необходимости привлечения соответствующих учредителей, способных приобрести акции на всю сумму;
* 2 вариант: помещения арендуются, а денежные оборотные средства берутся в кредит. Это наиболее предпочтительный вариант, так как, при условии создания АООТ, прибыль на каждую акцию будет выше за счет аренды помещений, которая включается в издержки;
* 3 вариант: в этом случае, по сравнению со вторым вариантом, материальные оборотные средства берутся в кредит. Но даже краткосрочный кредит обременителен при создании предприятия, так как в первый период производства прибыль, как правило, не велика;
* 4 вариант: собственные средства вообще не используются. В этих условиях достаточно сложно получить кредит с учетом необходимых гарантий;
* 5 вариант: наиболее тяжелый вариант, так как сложно будет обеспечить не только возврат ссуды, но и проценты за пользование кредитом;
* 6 вариант: требует иметь денежные возможности, так как материальные и денежные оборотные средства должны финансироваться за счет собственных средств наряду с покупкой оборудования.

### 4.2. Определение акционерного капитала, номинальной стоимости акций и их количества

### 4.2.1. Акционерный капитал

В том случае, если выбирается второй вариант источников формирования имущества предприятия, то акционерный капитал будет включать:

* стоимость основных средств;
* стоимость материальных оборотных средств;
* стоимость нематериальных активов, предназначенных главным образом на организационные расходы.

Следовательно, величина акционерного капитала будет определяться, Ка, тыс. руб.,

 (26)



### 4.2.2. Определение номинальной стоимости акций и их количества

*Акция* – это ценная бумага, удостоверяющая участие в акционерном обществе и позволяющая получать долю его прибыли. На создаваемых акционерных обществах существуют два типа акций: обыкновенные и привилегированные. Обыкновенные акции позволяют получить доход в зависимости от результатов деятельности акционерного общества и голосовать на общем собрании акционеров. Привилегированные акции отличаются от обыкновенных рядом особенностей, связанных:

* получением дохода в виде заранее определенной суммы;
* первоочередностью выплат определенных сумм при ликвидации акционерного общества.

Главный недостаток привилегированных акций заключается в том, что они не дают права голоса на общем собрании акционеров.

Для упрощения расчетов следует принять только обыкновенные акции. При установлении номинала следует учесть, что чем меньше номинал акции, тем шире круг инвесторов, но хуже управление акционерным обществом. Рекомендуется номинал акции устанавливать от 10 до 20 рублей.

Количество акций будет определяться величиной Ка , Nа, шт.,

, (27)



где - номинал акции, руб.;

- величина акционерного капитала, руб.

### 4.2.3. Определение величины источников финансирования предприятия

Если выбирается второй вариант, то

* основные, оборотные, материальные, нематериальные средства финансируются собственным капиталом;
* производственная и административная площади – за счет себестоимости, так как они берутся в аренду;
* оборотные денежные средства для выплаты аванса работающим – за счет краткосрочного (месячного) кредита банка.

### 4.3. Начальный бухгалтерский баланс предприятия

Бухгалтерский баланс может быть представлен в следующем виде.

Таблица 4.2

**Начальный бухгалтерский баланс**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Актив* | *тыс. руб* | *Пассив* | *тыс. руб* |
| 1 Основные средства и прочие внеоборотные активы | 138,509 | 1. Источники собственных средств | 261,17 |
| 1.1 Основные средства: | 130,975 | 1.1. Уставный фонд (акционерный капитал) | 261,17 |
| 1.1.1 оборудование | 64,65 |  |  |
| 1.1.2 инвентарь | 6,465 |  |  |
| 1.1.3 прочие основные средства | 7,11 |  |  |
| 1.1.4. производственные и административные площади | 52,75 |  |  |
| 1.2 Нематериальные активы | 7,534 |  |  |
| 2. Материальные оборотные средства: | 122,659 |  |  |
| 2.1. Производственные запасы | 48,759 |  |  |
| 2.2. Незавершенное производство | 20,57 |  |  |
| 2.3 Запасы готовой продукции | 53,330 |  |  |
| 3. Денежные средства | 179,87 | 2. Заемные средства | 179,87 |
| 3.1. Расчетный счет | 179,87 | 2.1. Краткосрочный кредит | 179,87 |
| *Всего* | *441,04* | *Всего* | *441,04* |

### 4.4. Определение системы затрат на производство и реализацию продукции

Смета затрат на производство рекомендуется составить по статьям калькуляции:

1. Основные материалы
2. Реализуемые отходы
3. Основные материалы за вычетом отходов
4. Основная зарплата производственных рабочих
5. Дополнительная зарплата производственных рабочих
6. Отчисления на социальные нужды
7. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (РСЭО)
8. Общепроизводственные расходы
9. Общехозяйственные расходы
10. Коммерческие расходы.

Статьи расходов 7, 8, 9, 10 на малых предприятиях обычно отдельно не рассчитываются. Они получили название накладные (общесистемные) расходы. Затраты с 1 по 6 статью относятся прямо на себестоимость определенного вида продукции. Все остальные расходы распределяют по видам продукции пропорционально определенным измерителям.

### 4.4.1. Прямые затраты

а) Основные материалы, Эм , руб.,

 (28)



где - чистый вес изделия, кг;

 - коэффициент использования материала;

- цена материала, тыс. руб./ кг;

- объем производства, шт.

б) Отходы материала, Эотх. , руб.,

 , (29)



где - норма расхода материала, кг;

- цена отходов материала, руб. / кг, 10% от цены материалов.

в) Основные материалы за вычетом отходов, Эм-отх., тыс. руб.,

; (30)



г) Основная заработная плата производственных рабочих, , определяется в зависимости от форм и систем оплаты труда.

В курсовой работе рекомендуется использовать сдельно – премиальную систему оплаты труда производственных рабочих. Это объясняется тем, что изготовление изделий осуществляется по нормированному технологическому процессу, а, следовательно, с возможным снижением трудоемкости работ и ростом выработки продукции.

, (31)



где - норма трудоемкости на i-ой операции (i=1, 2 …n), мин.;

- часовая тарифная ставка на i-ой операции;

- коэффициент, учитывающий премиальные выплаты;

- коэффициент, учитывающий районные выплаты.

Часовые тарифные ставки определяются на основе разработанной в курсовой работе тарифной системы. Часовая ставка первого разряда должна рассчитываться с учетом превышения месячной заработной платы официально установленного минимума оплаты труда (табл. 4.3)

Таблица 4.3

**Нахождение часовой тарифной ставки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Разряд основных рабочих | Месячный оклад, основных рабочих, руб. | Часовая тарифная ставка |
| 1 | 5 000 | 31 |
| 2 | 5 550 | 35 |
| 3 | 6 160,5 | 39 |
| 4 | 6 838 | 43 |
| 5 | 7 590 | 48 |
| 6 | 8 425 | 54 |
| 7 | 9 352 | 60 |

д) Дополнительная заработная плата производственных рабочих, , тыс. руб.,

, (32)



где - коэффициент дополнительной заработной платы (за неотработанное рабочее время).

е) Отчисления на социальные нужды, , тыс. руб.,

, (33)



где - коэффициент, учитывающий отчисления в пенсионный фонд, в фонд государственного социального страхования, в фонд обязательного медицинского страхования.

### 4.4.2. Общесистемные расходы

Это расходы, которые относятся к деятельности предприятия в целом и которые нельзя прямо отнести на себестоимость изготавливаемой продукции.

*Состав общесистемных расходов*:

1. Амортизация оборудования и прочих основных средств
2. Арендная плата для зданий
3. Отчисления в ремонтный фонд
4. Вспомогательные материалы на содержание оборудования
5. Энергия на производственные цели
6. Износ инструмента
7. Заработная плата вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих
8. Отчисления на социальные нужды
9. Командировочные расходы
10. Представительские расходы
11. Расходы на рекламу
12. Налоги
13. Процент за кредит
14. Прочие расходы.
15. Амортизация оборудования и прочих основных средств

а) технологического оборудования, , тыс. руб.,

, (34)



где - цена технологического оборудования на i-ой операции (i=1, 2 …n), тыс. руб.;

- норма амортизации технологического оборудования на i-ой операции, %;

- количество однотипного оборудования на i-ой операции, ед.;

б) подъемно – транспортного оборудования, , тыс. руб.,

, (35)



где - количество подъемно – транспортных средств, ед.;

- цена единицы подъемно – транспортных средств, тыс. руб./шт.;

норма амортизации подъемно – транспортных средств, %;

в) хозяйственного и прочего инвентаря, , тыс. руб.,

, (36)



где - норма амортизации хозяйственного и прочего инвентаря, %;

г) прочих основных фондов, , тыс. руб.,

, (37)



где - норма амортизации прочих основных фондов, %;

д) износ нематериальных активов (распределить примерно на пять лет), , тыс. руб.,

, (38)



где - стоимость нематериальных активов, тыс. руб.

Итого амортизация, , тыс. руб.,

 ; (39)



1. Арендная плата, , тыс. руб.,

, (40)



где - арендуемая площадь () = (57+28,5+15) = 100,5, м2;

- арендная плата за 1м2 , руб/м2 .

1. Отчисления в ремонтный фонд, , тыс. руб.,

, (41)



где - стоимость основных производственных фондов (кроме арендуемых площадей), тыс. руб.;

- коэффициент, учитывающий процент начислений в ремонтный фонд, %.

1. Вспомогательные материалы на содержание оборудования, , тыс. руб.,

, (42)



где - стоимость оборудования (технологического и подъемно –транспортного), тыс. руб.;

- коэффициент, учитывающий процент начислений на материалы, %, (1- 2 %).

1. Затраты на электроэнергию на производственные цели, , тыс. руб.,

, (43)



где - плата за электроэнергию по одноставочному тарифу, тыс. руб/Квт-ч;

 - мощность электродвигателей единицы оборудования на i-ой операции, Квт;

- количество единиц оборудования на i-ой операции, ед.;

- действительный фонд времени работы единицы оборудования на i-ой операции, ч;

- коэффициент загрузки оборудования на i-ой операции;

- коэффициент, учитывающий использование оборудования на i-ой операции по мощности (0,5 – 0,7);

- коэффициент полезного действия оборудования (0,8);

- коэффициент, учитывающий потери энергии в сетях (0,9).

Затраты на электроэнергию для подъемно –транспортного оборудования принять в расчетах 5 – 10 % от затрат энергии на технологическое оборудование, .

Итого затрат на электроэнергию,, тыс. руб.,

 ; (44)



1. Износ инструмента,  , тыс. руб.,

, (45)



где - цена единицы инструмента, применяемого на i-ой операции, тыс. руб/шт;

- коэффициент, учитывающий долю машинного времени в структуре нормы времени (0,5);

- время работы инструмента на i-ой операции до полного износа, мин;

; (46)



где tст – стойкость инструмента на i-ой операции, мин.,

* операция 1: 40 минут;
* операция 2: 45 минут;
* операция 3: 50 минут;
* операция 4: 55 минут;
* операция 5: 60 минут;
* операция 6: 65 минут.

Кпер – количество переточек инструмента, ед., принять в расчетах равным 5.

7) Заработная плата вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих, , тыс. руб.,

а) вспомогательные рабочие, , тыс. руб.,

, (47)



где Докл – месячный должностной оклад, руб./мес.;

Чвс – численность вспомогательных рабочих, чел.;

Кр – районный коэффициент;

Кпр – коэффициент, учитывающий премиальные выплаты.

Расчеты осуществлять по профессиям рабочих.

б) руководители, специалисты и служащие, , тыс. руб.,

, (48)



где Чр.с.с. – численность руководителей, специалистов и служащих, чел.

Расчеты осуществлять по профессиям работников.

Принять: директор оклад – 30 000; коммерческий директор – 20 000; бухгалтер – экономист, 15 000; секретарь – референт, 10 000.

Итого заработная плата вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих, , тыс. руб.,

; (49)



8) Отчисления на социальные нужды на заработную плату вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих, тыс. руб.,

. (50)



9) Командировочные расходы, , тыс. руб.,

, (51)



где Кком – коэффициент, учитывающий процент командировочных расходов (до 3 %).

Если расходы на командировки превышают нормативную величину, то превышение предельных затрат погашается за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

10) Представительские расходы, , тыс. руб., (принимаются не более 4% от ФОТ за рассматриваемый период);

ФОТ=1117,99+1453,4+1420,85+1404=5396,24 тыс. руб.;



11) Реклама, , тыс. руб., (устанавливается в размере не превышающем 1% выручки за рассматриваемый период);



12) Процент за краткосрочный кредит, , тыс. руб.,

, (52)



где - процентная ставка за пользование кредитом, %, (до величины учетной ставки Центробанка плюс три процента);

- объем кредитных ресурсов, тыс. руб.

Выплата процентов сверх величины  осуществляется за счет прибыли предприятия.

13) Прочие расходы, , тыс. руб.,

, (53)



где Нпроч. – норматив прочих расходов к сумме общесистемных затрат (кроме прочих расходов), %, (10 %);

- сумма общесистемных расходов за вычетом прочих расходов, тыс. руб.

Таблица 4.4

**Смета общесистемных расходов**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *№* | *Статьи общесистемных расходов* | *Постоянные расходы,*  *тыс. руб.* | *Переменные расходы,*  *тыс. руб.* |
| 1 | Амортизация оборудования | 3,25 | - |
| 2 | Амортизация хозяйственного и прочего инвентаря | 0,6 | - |
| 3 | Амортизация  подъемно – транспортного оборудования | 2,5 | - |
| 4 | Амортизация прочих основных средств | 0,7 | - |
| 5 | Амортизация нематериальных активов | 1,5 | - |
| 6 | Арендная плата | 50,25 | - |
| 7 | Отчисления в ремонтный фонд | 0,17 | - |
| 8 | Вспомогательные материалы | 1,29 | - |
| 9 | Энергия на производственные цели | - | 247,86 |
| 10 | Износ инструмента | - | 101,5 |
| 11 | Заработная плата вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих | 2 825 | - |
| 12 | Отчисления на социальные нужды | 737,4 | - |
| 13 | Командировочные расходы | 21,06 | 21,06 |
| 14 | Представительские расходы | 107,9 | 107,9 |
| 15 | Реклама | - | 0,26 |
| 16 | Процент за кредит | 2,25 | - |
| 17 | Прочие расходы | 211,625 | 211,625 |
| *Итого* | | 3 965,50 | 690,21 |

Таблица 4.5

**Затраты на производство**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *№* | *Статьи затрат* | *Постоянные затраты,*  *тыс. руб.* | *Переменные затраты*  *тыс. руб.* |
| 1 | Основные материалы | 2194,2 | - |
| 2 | Реализуемые отходы | 75,7 | - |
| 3 | Материалы за вычетом отходов | - | 2118,49 |
| 4 | Основная заработная плата  производственных рабочих | - | 1117,99 |
| 5 | Дополнительная заработная плата  производственных рабочих | - | 1 453,4 |
| 6 | Отчисления на социальные нужды | - | 671,13 |
| 7 | Общесистемные расходы | 3 965,50 | 690,21 |
|  | *Итого расходов* | 6235,40 | 6051,22 |

### 4.4.3. Смета затрат на производство продукции

На основе разделения затрат на переменные и постоянные расходы в зависимости от объемов производства требуется составить следующую схему с указанием соответствующих величин расходов.

Всего

12286,62 тыс. руб.

Прямые

2269,9 тыс. руб.

Общесистемные

4655,71 тыс. руб.

Переменные

5361,01 тыс. руб.

Постоянные

3965,50 тыс. руб.

Переменные

690,21 тыс. руб.

Общие переменные

6051,22 тыс. руб.

Рис. 3. Схема распределения затрат на постоянные и переменные в зависимости от изменения объемов производства.

### 4.5. Калькуляция единицы продукции

Расчет себестоимости осуществляется по следующим статьям затрат:

1. Основные материалы
2. Реализуемые отходы
3. Основные материалы за вычетом отходов
4. Основная заработная плата производственных рабочих
5. Дополнительная заработная плата производственных рабочих
6. Отчисления на социальные нужды
7. Общесистемные расходы.

При расчетах следует выделить переменные прямые, переменные общесистемные и постоянные общесистемные расходы в себестоимости изделия.

### 4.6. Расчет фонда заработной платы рабочих предприятия и средней заработной платы

Фонд заработной платы состоит из:

* фонда заработной платы производственных рабочих;
* фонда заработной платы вспомогательных рабочих, руководителей, специалистов и служащих.

Среднемесячная заработная плата работников предприятия, , руб./чел.,

, (54)



где - годовой фонд заработной платы работников предприятия, руб./год;

- списочная численность работников предприятия, чел.

### 4.7. Расчет цены изделия при разных уровнях рентабельности

В работе рекомендуется выбрать два уровня рентабельности – в 20% и 40%. При этом цена изделия будет определяться по формуле, Цизд , тыс. руб.,

, (55)

а) при 20 % рентабельности:



б) при 40 % рентабельности:



где Sизд – себестоимость изделия, тыс. руб.;

Кр – коэффициент рентабельности изделия, %.

### 4.7.1. Расчет выручки от реализации при разных уровнях рентабельности

, (56)

а) при 20% рентабельности:



б) при 40 % рентабельности:



где Цj – цена j-го изделия, тыс. руб.;

Qj – объем производства в натуральном выражении по j-му изделию, шт.

### 4.7.2. Расчет прибыли от реализации

, (57)

а) при 20% рентабельности:



б) при 40% рентабельности:



где Э – затраты на производство, тыс. руб.

### 4.7.3. Распределение прибыли от реализации

Резервный фонд создается в соответствии с действующими законами путем отчисления от прибыли % налогообложения. Отчисления в резервный фонд могут производиться до тех пор, пока резервный капитал не достигнет 25% уставного капитала. Отчисления в резервный фонд не могут превышать 50% налогооблагаемой прибыли за квартальный период. После налогообложения тоже можно формировать резервный фонд, но он будет формироваться уже из чистой прибыли. Цели, на которые может быть использован резервный фонд предприятия, следующие: для покрытия непредвиденных потерь, убытков (в том числе стихийных бедствий), а также на выплату дивидендов при недостаточности прибыли в отчетном году. В первый год резервный фонд формируется путем отчислений 10% от уставного капитала.

Налог на имущество принять в размере 2,2% от стоимости основных средств. Налог на прибыль составляет 20%.

Распределение чистой прибыли, которая остается в распоряжении предприятия, осуществляется самим предприятием. Возможные варианты распределения с учетом средней заработной платы следует отразить в следующей форме (расчеты провести при различных вариантах рентабельности)

*Прибыль от реализации*

20% - 2457,91 тыс. руб.

40% - 4915,33 тыс. руб.

*Резервный фонд*

20% - 26,12 тыс. руб.

40% - 26,12 тыс. руб.

*Налог на имущество*

20% - 3,05 тыс. руб.

40% - 3,05 тыс. руб.

*Налогооблагаемая прибыль*

20% - 2428,74 тыс. руб.

40% - 4886,16 тыс. руб.

*Налог на прибыль*

20% - 485,8 тыс. руб.

40% - 977,3 тыс. руб.

*Прибыль после обложения налога*

20% - 1942,94 тыс. руб.

40% - 3908,86 тыс. руб.

*Погашение кредита*

20% - 179,87 тыс. руб.

40% - 179,87 тыс. руб.

*Плата за кредит*

20% - 92,3 тыс. руб.

40% - 185,7 тыс. руб.

*Чистая прибыль*

20% - 1670,77 тыс. руб.

40% - 3543,29 тыс. руб.

*Фонд материального поощрения*

20% - 417,69 тыс. руб.

40% - 885,82 тыс. руб.

*Фонд материального накопления*

20% - 417,69 тыс. руб.

40% - 885,82 тыс. руб.

*Дивиденды*

20% - 835,39 тыс. руб.

40% - 1771,65 тыс. руб.

Рис. 4. Схема распределения прибыли при 20 - 40% рентабельности

Таблица 4.6

**Варианты распределения чистой прибыли**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *№ п.п.* | *Направление использования чистой прибыли* | *Вариант* | | | | | | | | | |
| 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. |
| 1 | Фонд материального поощрения (ФМП) | 50 | *20%* 835,39; | - | - | 25 | *20%*  417,69; | - | - | - | - |
| *40%*  1771,65; | - | *40%*  885,82; | - | - |
| 2 | Фонд накопления | 25 | *20%*  417,69; | 50 | *20%*  835,39; | 25 | *20%*  417,69; | 25 | *20%*  417,69; | - | - |
| *40%*  885,82; | *40%*  1771,65; | *40%*  885,82; | *40%*  885,82; | - |
| 3 | На выплату дивидендов | 25 | *20%*  417,69; | 50 | *20%*  835,39; | 50 | *20%* 835,39; | 75 | *20%*  1253,08; | 100 | *20%*  1670,77; |
| *40%*  885,82; | *40%*  1771,65; | *40%*  1771,65; | *40%*  2657,47; | *40%*  3543,29; |
| 4 | Дивиденды на одну акцию | *20%*  160 | - | *20%*  320 | - | *20%*  300 | - | *20%*  480 | - | *20%*  640 | - |
| *40%*  339 | - | *40%*  678 | - | *40%*  620 | - | *40%*  1017 | - | *40%*  1357 | - |
| 5 | Среднемесячная зарплата с учетом выплат из ФМП | - | *20%*  21,64 | - | *20%*  18,74 | - | *20%*  20,19 | - | *20%*  18,74 | - | *20%*  18,74 |
| *40%*  24,89 | *40%*  18,74 | *40%*  21,82 | *40%*  18,74 | *40%*  18,74 |

### 4.7.4. Построение графика зависимости дивидендной ставки от уровня рентабельности

Построение графика проводится по всем вариантам с учетом разного уровня рентабельности. По графику осуществляется выбор того варианта, который обеспечивает допустимые размеры дивидендной ставки и средней заработной платы при минимальном уровне рентабельности изделия.

После этого определяется минимальный уровень цены изделия.

10 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80 85 90 95 100 105 110

1300

1200

1100

1000

950

900

850

800

750

700

650

600

550

500

450

400

350

300

250

200

150

100

5 вариант

4 вариант

2, 3 вариант

1 вариант

Рис. 5. График зависимости дивидендной ставки

При рассмотрении графика, можно сделать вывод, что выбор 3 варианта обеспечит допустимый размер дивидендной ставки и средней заработной платы при 30% уровня рентабельности изделия.

### 4.8. Определение минимального объема продаж

Минимальный объем продаж отражает точку безубыточности для предприятия при определенном уровне цены. В этой точке объем реализации (выручка) покрывает издержки при отсутствии прибыли предприятия.

Критический объем продаж , шт., при 30% рентабельности;

, (58)



где - цена единицы продукции, руб./шт.;

- суммарные постоянные расходы, руб.;

- переменные затраты на единицу продукции.

По результатам расчетов необходимо построить график безубыточности.

Изменение параметров при определении критического объема позволяет более четко рассчитывать динамику прибыли, границы ценовой конкуренции, влияние факторов снижения себестоимости на результаты деятельности предприятия. Это позволяет более глубоко описать другие разделы бизнес-плана.





Рис. 6. График безубыточности

После построения графика безубыточности следует рассчитать запас прочности (St) и силу операционного рычага (OL).

, %; (59)



где – планируемая выручка от реализации, тыс. руб.;

- пороговая выручка, тыс. руб.,

, (60)



где - коэффициент покрытия,

; (61)



. (62)



### 4.9. Оценка эффективности и анализ чувствительности проекта

Оценка эффективности проекта осуществляется с помощью комплекса показателей: NPV, DPP, IRR, IP

*Анализ чувствительности* – это метод изучения эффекта изменений текущей чистой стоимости (чистой дисконтированной стоимости) проекта в связи с изменениями ключевых параметров проекта – затрат на исследования и разработки, строительных издержек, размеров рынка, цены, издержек производства, затрат на рекламу и сбыт и т.п.

*Чистая дисконтированная стоимость (NPV)* – это показатель эффективности инвестиций, предпринятых в рамках предпринимательского проекта.

*Дисконтирование стоимости* – это определение текущей стоимости будущих денежных доходов фирмы, которые должны быть получены в результате реализации проекта. Чем выше дисконтированная стоимость проекта, тем он эффективнее.

NPV= - , (63)



где I- Денежный поток первоначальных инвестиций;

C- Денежный поток от реализации инвестиций в момент времени t;

t - Шаг расчета (год, квартал, месяц и т.д.);

i – Ставка дисконтирования.

После проведения расчета чистой дисконтированной стоимости получим, NPV > 6246,57, что свидетельствует о том, что данный проект следует принять, так как NPV имеет положительное значение.

Положительное значение чистой текущей стоимости свидетельствует о целесообразности принятия решений о финансировании и реализации проекта, а при сравнении вариантов вложений предпочтительным является вариант с наибольшей величиной NPV, поскольку если NPV>0, то в случае принятия проекта ценность компании, а, следовательно, и благосостояние ее владельцев увеличатся.

Индекс рентабельности (прибыльности, доходности) инвестиций (Profitability Index, PI) рассчитывается как отношение чистой текущей стоимости денежного потока к чистой текущей стоимости денежного оттока (включая первоначальные инвестиции):

PI= ; (64)



где I- Инвестиции предприятия в момент времени 0;

C- Денежный поток предприятия в момент времени t;

i – Ставка дисконтирования.

*Индекс рентабельности* – относительный показатель эффективности инвестиционного проекта и характеризует уровень доходов на единицу затрат, т.е. *эффективность вложений* – чем больше значение этого показателя, тем выше отдача денежной единицы, инвестированной в данный проект. Данному показателю следует отдавать предпочтение при комплектовании портфеля инвестиций с целью максимизации суммарного значения NPV.

Условия принятия проекта по данному критерию следующее:

- если PI>1, то проект следует принять;

- если PI<1. то проект следует отвергнуть;

- если PI=1, проект ни прибыльный, ни убыточный.

Несложно отметить, что при оценке проектов, предусматривающих одинаковый объем первоначальных инвестиций, критерий PI полностью согласован с критерием NPV.

Таким образом, критерий PI > 25,15 имеет преимущество при выборе одного проекта из ряда имеющих примерно одинаковые значения NPV, но разные объемы требуемых инвестиций. В связи с этим данный показатель позволяет ранжировать проекты при ограниченных инвестиционных ресурсах.

Еще один вариант интерпретации состоит в трактовке внутренней нормы прибыли как возможной нормы дисконта, при которой проект еще выгоден по критерию NPV. Решение принимается на основе сравнения IRR с нормативной рентабельностью; при этом, чем выше значения внутренней нормы рентабельности и больше разница между ее значением и выбранной ставкой дисконты, тем больше запас прочности имеет проект. Данный критерий является основным ориентиром при принятии инвестиционного решения инвестором.

Для расчета IRR выбираются два значения коэффициента дисконтирования i< i, таким образом, чтобы в интервале (i, i), функция NPV = f(i) меняла свое значение с «+» на «-».

Далее применяют формулу:

IRR= r + , (65)

а) при  рентабельности:



б) при  рентабельности:



где r - значение коэффициента дисконтирования, при котором f(i)>0 (f(i)<0);

r - значение коэффициента дисконтирования, при котором f(i)<0 (f(i)>0).

Точность вычислений обратно пропорциональна длине интервала (i, i), а наилучшая аппроксимация достигается в случае, когда i и i - ближайшие друг к другу значения коэффициента дисконтирования, удовлетворяющие условиям. Наиболее точный расчет величины IRR возможен только при помощи компьютера.

Следует отметить, что данный критерий может быть полезным для сравнения проектов с разным уровнем риска: проекты с большим уровнем риска должны иметь меньшую внутреннюю норму доходности.

Дисконтируемый срок окупаемости инвестиций (Discounted Payback Period, DPP) устраняет недостаток статического метода срока окупаемости инвестиций и учитывает стоимость денег во времени, а соответствующая формула для расчета DPP имеет вид:

DPP= min *n*, при котором . (66)

Очевидно, что в случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается, т.е. всегда DPP>PP. Простейшие расчеты показывают, что такой прием в условиях низкой ставки дисконтирования, характерной для стабильной западной экономики, улучшает результат на неощутимую величину, но для значительно большей ставки дисконтирования, характерной для российской экономики, это дает значительное изменение расчетной величины срока окупаемости. Иными словами, проект, приемлемый по критерию PP, может оказаться неприемлемым по критерию DPP. При использовании критериев PP и DPP проект принимается только в том случае, если срок окупаемости не превышает установленного для конкретной компании предельного срока окупаемости.

Пример. Определить показатели PP и DPP и принять решение о целесообразности принятия проекта (данные по проекту представлены в таблице 4.7), если ставка дисконта 10%. Компания не принимает проекты со сроком окупаемости более 5 лет.

Таблица 4.7

**Данные для определения показателей PP и DPP по проекту**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Показатель* | *Значение показателя по шагам расчетного периода (годам)* | | | | | | | | | | |
| *0* | *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* |
| Чистый доход | -2607,3 | 100 | 200 | 300 | 500 | 500 | 600 | 600 | 700 | 850 | 950 |
| Сальдо чистого дохода | -2607,3 | -2507,3 | -2307,3 | -2007,3 | -1507,3 | -1007,3 | -407,3 | 192,7 | 892,7 | 1742,7 | 2692,7 |
| Дисконтируемый множитель | 1,00 | 0,5 | 0,3 | 0,25 | 0,16 | 0,16 | 0,14 | 0,14 | 0,12 | 0,10 | 0,09 |
| Дисконтированный чистый доход | -2607,3 | 50 | 60 | 75 | 80 | 80 | 84 | 84 | 84 | 85 | 85,5 |
| Дисконтированное сальдо чистого дохода | -2607,3 | -1253,65 | -692,19 | -501,8 | -241,2 | -161,2 | -57,02 | 26,98 | 107,12 | 174,3 | 242,3 |

Из представленного примера видно, что PP = 6 годам, а DPP = 7 годам. Таким образом, по критерию простого срока окупаемости проект следует принять, а по критерию DPP – отвергнуть.

В общем случае определение срока окупаемости носит вспомогательный характер относительно чистой текущей стоимости проекта или внутренней нормы рентабельности. Кроме того, недостаток такого показателя, как срок окупаемости, заключается в том, что он не учитывает последующие притоки денежных средств, а потому может служить неверным критерием привлекательности проекта.

Основным критерием эффективности бизнес - проекта является *положительная величина чистой дисконтированной стоимости.* Таким образом, анализ чувствительности позволяет определить, не приведут ли изменения ключевых параметров проекта к снижению чистой дисконтированной стоимости до отрицательной величины, т.е. к утрате эффективности проекта. Другими словами, этот метод определяет, насколько чувствителен проект к изменениям. Предварительное применение анализа чувствительности в рамках бизнес - планирования позволяет снижать предпринимательский риск, избегать непроизводительных вложений капитала.

Таблица 4.8

***Результаты расчета NPV***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Доходы и расходы предприятия* | *Нулевой год*  *Тыс. руб.* | *С 1-3 год*  *Тыс. руб.* |
| Начальные инвестиции | 261,17 | 261,17 |
| Продажи:  продано единиц  цена за 1 ед.  *Итого:* | 2671  5,98  *15972,58* | 2671  5,98  *15972,58* |
| Издержки:  постоянные издержки  переменные издержки амортизация  *Всего:* | 6235,4  6051,22  8,55  *12295,17* | 6235,4  6051,22  8,55  *12295,17* |
| Валовой доход | 3685,96 | 3685,96 |
| Налоги (20 %) | 737,19 | 737,19 |
| Чистый доход | 2607,09 | 2607,09 |
| Кэш-флоу | 2615,64 | 2615,64 |

Результаты расчетов чувствительности проекта отразите в таблице 4.9

Таблица 4.9

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Величина переменной по альтернативному сценарию* | | | | *Проектируемая NPV по каждому из сценариев* | | |
| Переменная | Пессимист | Ожидаемый | Оптимист | Пессимист | Ожидаемый | Оптимист |
| Спрос | 2404,0 | 2671,0 | 2938,22 | 5621,91 | 6246,57 | 6871,23 |
| Цена за единицу продукции | 5,38 | 5,98 | 6,58 | 3413,44 | 6246,57 | 9582,59 |
| Постоянные издержки | 5611,86 | 6235,4 | 6858,94 | 2658,74 | 6246,57 | 10337,33 |
| Переменные издержки | 5446,1 | 6051,22 | 6656,34 | 2223,57 | 6246,57 | 10772,54 |

# ГЛАВА 5. РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКАХ СБЫТА

В главе 5 курсовой работы отражаются результаты по исследованию конкурентных преимуществ по более низким издержкам. В этом разделе следует определить границы снижения цены позволяющие обеспечить положительный уровень NPV.

, (67)



, (68)



. (69)



Результаты расчетов основных экономических показателей отразите в таблице 5.1.

Таблица 5.1

**Экономические показатели при сниженных ценах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Показатели* | *Снижение цены на 1%* | *Снижение цены на 2%* | *Снижение цены на 3%* | *Снижение цены на 4%* | *Снижение цены на 5%* |
| Новая цена, тыс. руб. | 5,92 | 5,86 | 5,80 | 5,74 | 5,68 |
| Выручка от реализации, тыс. руб. | 15812,32 | 15652,06 | 15491,80 | 15331,54 | 15171,28 |
| Прибыль от реализации, тыс. руб. | 3525,7 | 3365,44 | 3205,18 | 3044,92 | 2884,66 |
| Налогооблагаемая прибыль, тыс. руб. | 3496,71 | 3336,45 | 3176,19 | 3015,93 | 2855,67 |
| Налог на прибыль, тыс. руб. | 699,34 | 667,29 | 635,24 | 603,19 | 571,13 |
| Погашение кредита, тыс. руб. | 179,87 | 179,87 | 179,87 | 179,87 | 179,87 |
| Плата за кредит, тыс. руб. | 167,47 | 159,86 | 152,25 | 144,63 | 137,02 |
| Чистая прибыль, тыс. руб. | 2450,03 | 2329,43 | 2208,83 | 2088,24 | 1967,65 |
| Коэффициент покрытия, тыс. руб. | 5,72 | 6,10 | 5,85 | 5,63 | 5,46 |
| Пороговая выручка, тыс. руб. | 1089,03 | 1051,93 | 1093,05 | 1132,92 | 1171,12 |
| Запас прочности, % | 36 | 34 | 33 | 32 | 31 |
| Сила операционного рычага | 2,82 | 2,90 | 2,99 | 3,10 | 3,21 |
| Постоянные издержки, тыс. руб. | 6229,27 | 6416,77 | 6394,34 | 6378,31 | 6394,33 |
| Переменные издержки, тыс. руб. | 6057,35 | 5869,85 | 5892,28 | 5908,31 | 5892,29 |

Расчет чистой дисконтированной стоимости для каждого варианта цены свести в таблицу 5.2.

Таблица 5.2

**Чистая дисконтированная стоимость проекта при сниженных ценах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Доходы и расходы предприятия, тыс. руб*. | Снижение цены на 1% | Снижение цены на 2% | Снижение цены на 3% | Снижение цены на 4% | Снижение цены на 5% |
| Начальные инвестиции | 261,17 | 261,17 | 261,17 | 261,17 | 261,17 |
| Продажи: продано единиц | 2671 | 2671 | 2671 | 2671 | 2671 |
| Продажи: цена за единицу | 5,92 | 5,86 | 5,80 | 5,74 | 5,68 |
| Издержки: постоянные | 6229,27 | 6416,77 | 6394,34 | 6378,31 | 6394,33 |
| Издержки: переменные | 6057,35 | 5869,85 | 5892,28 | 5908,31 | 5892,29 |
| Издержки: амортизация | 8,55 | 8,55 | 8,55 | 8,55 | 8,55 |
| Всего издержки | 12295,17 | 12295,17 | 12295,17 | 12295,17 | 12295,17 |
| Валовой доход | 3525,7 | 3365,44 | 3205,18 | 3044,92 | 2884,66 |
| Налоги (20%) | 699,34 | 667,29 | 635,24 | 603,19 | 571,13 |
| Чистый доход | 2450,03 | 2329,43 | 2208,83 | 2088,24 | 1967,65 |
| Кэш-флоу | 2458,58 | 2337,98 | 2217,38 | 2096,79 | 1976,2 |
| Дисконтированная стоимость | 6132,45 | 5831,64 | 5530,82 | 5230,03 | 4929,24 |
| Чистая дисконтированная стоимость | 5871,28 | 5570,47 | 5269,65 | 4968,86 | 4668,07 |

Таблица 5.3

**Снижение цены с учетом уровня целевых показателей**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | *Базовая цена* | *Снижение цены на 1%* | *Снижение цены на 2%* | *Снижение цены на 3%* | *Снижение цены на 4%* | *Снижение цены на 5%* |
| Уровень цены, руб. | 5980 | 5920,2 | 5860,4 | 5800,6 | 5740,8 | 5681 |
| Дивиденды на одну акцию | 499 | 469 | 446 | 423 | 400 | 377 |
| Средний уровень заработной платы | 18700 | 18700 | 18700 | 18700 | 18700 | 18700 |
| Объем кредитных ресурсов | 179870 | 179870 | 179870 | 179870 | 179870 | 179870 |
| Плата за пользование банковским кредитом | 175114 | 167470 | 159858 | 152246 | 144634 | 137021 |

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании произведенных расчетов и анализа установлено, что при рентабельности в тридцать процентов, обеспечиваются допустимые размеры дивидендной ставки и средней заработной платы. Критический объем продаж равен 1694,4 тысяч рублей, при цене изделия 5,98 тысяч рублей.

При рентабельности в тридцать процентов, предприятие сможет покрыть свои расходы, не имея прибыли.

Максимальная чистая прибыль достигается при снижении цены изделия на один процент, максимально допустимое снижение цены – два процента, при дальнейшем снижении чистая прибыль снижается.

Основным критерием эффективности бизнес - проекта является положительная величина чистой дисконтированной стоимости*.* Таким образом, анализ чувствительности позволяет определить, не приведут ли изменения ключевых параметров проекта к снижению чистой дисконтированной стоимости до отрицательной величины, т.е. к утрате эффективности проекта. Другими словами, этот метод определяет, насколько чувствителен проект к изменениям. Предварительное применение анализа чувствительности в рамках бизнес - планирования позволяет снижать предпринимательский риск, избегать непроизводительных вложений капитала. Из приведенных расчетов видно, что при изменении показателей чистая дисконтированная стоимость является положительной величиной, что свидетельствует о надежности проекта. Срок окупаемости бизнес-проекта равен 6 годам.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Инвестиционное проектирование: Учебное пособие/ Непомнящий Е.Г. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.
2. Разработка бизнес-плана проекта. Учебное пособие./ Новиков М.В., Бронникова Т.С. Таганрог: ТРТУ, 2007.
3. Управление проектами: организационные механизмы/ Новиков Д.А. М.: ПМСОФТ, 2007.
4. Стимулирование в управлении проектами / А.В. Цветков. М.: ООО "НИЦ "АПОСТРОФ", 2006.
5. Механизмы управления организационными проектами / В.Г. Балашов, А.Ю. Заложнев, Д.А. Новиков. М.: ИПУ РАН, 2008.