***БИЗНЕС – ПЛАН***

***по осуществлению производства***

***керамической плитки***

Дата подготовки:

01.05.2007

Подготовил:

предприятие «Интерстрой»

г. Тверь, ул. Дарвина, д. 16

Цветков И.С.

тел. 31-18-03

для инвестора

**Тверь, 2007**

***РАЗДЕЛ I «РЕЗЮМЕ»***

Планируется осуществление производства керамической плитки с использованием долгосрочного кредита на приобретение основных средств - сроком на 3 года, с погашением кредита в конце 2008 и 2009 годов.

**Основными целями организации являются:**

- занять наибольшую долю рынка за счёт потеснения конкурентов;

- увеличить объём продаж;

- увеличить чистую прибыль;

- увеличить ассортимент продукции.

Для того чтобы потеснить конкурентов, необходимо снизить цены на продукцию за счёт снижения её себестоимости без ущерба качества продукции. Необходимо увеличить объёмы продаж за счёт привлечения новых клиентов, или привлечь внимание клиентов фирм - конкурентов. Необходимо усилить рекламную кампанию. За счёт увеличения объёмов продаж и доли рынка увеличивается чистая прибыль.

Миссия предприятия – это удовлетворение потребностей строительных фирм и населения в изразцовых материалов для отделки и облицовки каминов, саун, ванных комнат, фонтанов. Рынок по данному виду продукции полностью не занят, свободная доля рынка – 31%. Предприятию необходимо занять данную долю рынка.

Предприятие имеет все шансы быть прибыльным и приносить постоянный доход. Такие качества продукции, как низкая цена, высокое качество, использование экологически чистого сырья, высокий спрос, производственный процесс осуществляется на основании ноу-хау предприятия, на универсальном оборудовании, наличие заключённых договоров на изготовление плитки выведет предприятие на лидирующую позицию на данном рынке и обеспечит её постоянный рост.

Проект рискованный, однако защищённость проекта определяется 100% реализацией продукции по договорам.

Планируется довести объёмы производства продукции до следующих показателей:

 2007 год - 48500 тысяч штук;

 2008 год - 50925 тысяч штук;

 2009 год - 53350 тысяч штук.

Сильными сторонами продукции является:

* организация может определить тот сегмент рынка, на который ориентирована продукция;
* невозможно копирование продукции;
* продукция качественна, изготовлена из экологически чистого сырья, долговечна, имеется несколько вариантов рисунка;
* организация может эффективно довести свою продукцию до потребителей, на которых она ориентирована;
* продукция может конкурировать с продукцией др. производителей по качеству, надёжности, цене, эксплуатационным и др. товарным характеристикам.
* есть идеи относительно новых видов продукции;
* проводится регулярная модификация продукции в соответствии с запросами клиентов;
* продукция запатентована.

Технологический процесс производства керамической плитки ООО «Интерстрой» планирует осуществить в 3 стадии:

1. Подготовительная (помол, сушка материалов и развес компонентов, смешивание).
2. Обрабатывающая (штамповка, отливка, лепка, термообработка).
3. Заключительная (нанесение защитного слоя, декоративное покрытие).

Маркетинговая стратегия предприятия - проникновение с товаром рыночной новизны на свободный сегмент рынка за счет стратегии низких цен.

Показатель эффективности планируемой организационной структуры достаточно высок. В 2007 году он составляет 0,91.

Общая рентабельность на 2007 год составляет 18,6%.Планируемый уровень рентабельности лежит в зоне оптимистического прогноза.

В перспективе предполагается расширить ассортимент продукции: изготовить керамическое декоративное полотно и фонтаны офисные.

***РАЗДЕЛ II «ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ И***

***ПРОДУКЦИИ»***

Дата регистрации фирмы: 10 декабря 2002 года;

Номер регистрационного удостоверения: 150096;

Место регистрации: администрация Московского района г. Тверь;

Форма собственности – частная;

Организационно – правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью (ООО);

Вид деятельности – производство;

Размер уставного капитала: 460000 рублей;

Банк фирмы: «Сберегательный банк РФ»

Расчётный счёт: 20891000001240009512

Руководство фирмы:

*Генеральный директор: Петров М.С.*

*Главный бухгалтер: Демидова А.Г.*

Оплата директора, главного бухгалтера, основного и вспомогательного персонала – почасовая.

В настоящее время заключены договора с 9 юридическими лицами на изготовление плитки керамической, с магазином «Народно-художественные промыслы» на реализацию плитки керамической на продажу по образцам. Условия оплаты по мере отгрузки каждые 3 дня. Запас сырья и материалов планируется в размере 3 дней. Оплата поставщикам – согласно заключённым договорам осуществляется по мере поставки каждые 3 дня.

Таблица 1

Сильные и слабые стороны товара

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Постановка вопроса** | **Сильные стороны товара.** | **Слабые стороны товара.** |
| 1. Можете ли вы определить тот сегмент рынка, на который ориентирована ваша продукция? | Да |  |
| 2. Изучены ли вами запросы ваших клиентов? | Да |  |
| 3. Какие преимущества предоставляет ваша продукция (услуги) клиенту? | Высокое качество, долговечность, надёжность в эксплуатации, экологически чистое сырьё, несколько вариантов рисунка плитки |  |
| 4. Можете ли вы эффективно довести свою продукцию (услуги) до тех потребителей, на которых она ориентирована? | Да. |  |
| 5. Может ли ваша продукция (услуги) успешно конкурировать с продукцией (услугами других производителей в отношении:* качества;
* надёжности;
* эксплуатационных и др. характеристик;
* цены;
* стимулирования спроса;
* мест распространения.
 | ДаДаДаДаДа |  |
| 6. Понимаете ли вы, на какой стадии жизненного цикла находится ваша продукция? | Да, стадия роста |  |
| 7. Если у вас идеи относительно новых видов продукции? | Да |  |
| 8. Обладаете ли вы сбалансированным ассортиментом продукции (услуг) с точки зрения её существенного разнообразия и различной степени морального старения? | Да |  |
| 9. Проводите ли вы регулярную модификацию вашей продукции в соответствии с запросами клиентов? | Да |  |
| 10. Проводите ли вы политику создания новой продукции? | Да |  |
| 11. Возможно ли копирование вашей продукции конкурентами? | Нет |  |
| 12. Имеет ли ваши производственные идеи адекватную защиту торговой и фабричной марки патентами? | Да |  |
| 13. Отслеживаете ли вы жалобы покупателей? | Жалоб нет | - |
| 14. Уменьшается ли количество жалоб и нареканий со стороны покупателей? | - | - |

Вывод:

Товар не имеет слабых сторон.

Основными сильными сторонами товара являются высокое качество, надёжность, несколько вариантов рисунков плитки, регулярная модификация товара, имеется патент и сертификат качества на плитку, невозможность копирования данной продукции.

***РАЗДЕЛ III «АНАЛИЗ РЫНКА И ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ»***

В соответствии с исходными данными оценки рынка сбыта следует, что наиболее перспективными рынками сбыта, являются областной центр и населённые пункты в радиусе 100 км, так как там высокий уровень спроса и не высокая удовлетворённость этого спроса и достаточно высокая доля потребителей, готовых купить продукцию. Платёжеспособный спрос составляет 130000 штук керамической плитки в год. 1 и 2 конкуренты 90000 штук, таким образом величина неудовлетворённого спроса составляет 40000 штук.

Таблица 2

Анализ и оценка конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***№ п./п.*** | ***Характеристика конкурирующей продукции*** | ***Первый конкурент*** | ***Второй конкурент*** |
| 1 | Объём продаж, шт. | 40000 | 50000 |
| 2 | Занимаемая доля рынка, %. | 31 | 38 |
| 3 | Уровень цены, руб. за шт. | 28,40 | 25,50 |
| 4 | Финансовое положение (рентабельность), %. | 19 % | 21% |
| 5 | Уровень технологии | средний | средний |
| 6 | Качество продукции | не всё сырьё, используемое для производства, экологически чистое | высокое |
| 7 | Расходы на рекламу | пресса и телереклама | пресса и телереклама |
| 8 | Привлекательность внешнего вида | стандартная упаковка | упаковки нет |
| 9 | Время деятельности предприятия на рынке | 1 год | 10 лет |

Вывод:

Таким образом, основным конкурентом является второй конкурент, так как он занимает наибольшую долю рынка, у него ниже цена на товар, он находится на рынке уже длительное время.

***РАЗДЕЛ IV «ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА»***

В соответствии с заключёнными долгосрочными договорами с основными покупателями продукции (9 договоров) объём реализации керамической плитки на 2007 год составляет 48500 шт.

В 2008 году он должен увеличиться на 5%, а в 2009 году на 10% по сравнению с 2007годом.

Производственная программа представлена в таблице:

Таблица 3

Производственная программа предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | **2007** | **2008** | **2009** |
| Коэффициент роста объёмов выпуска продукции | Объём выпуска продукции с учётом коэффициента роста | Коэффициент роста объёмов выпуска продукции | Объём выпуска продукции с учётом коэффициента роста | Коэффициент роста объёмов выпуска продукции | Объём выпуска продукции с учётом коэффициента роста |
| Объём выпуска всегов том числе:объём реализации в соответствии с договором купли - продажи | 11 | 4850048500 | 1,051,05 | 5092550925 | 1,11,1 | 5335053350 |
| **ИТОГО:** | **1** | **48500** | **1,05** | **50925** | **1,1** | **53350** |

Технологический процесс производства керамической плитки представлен на схеме:

Схема 1

Технологический процесс производства керамической плитки

 I II III

Подготовительная Обрабатывающая Заключительная:

стадия: стадия: нанесение защитных

помол штамповка и декоративных

сушка материалов отливка покрытий

развес компонентов лепка

смешивание термообработка

Таблица 4

Потребность в основных фондах

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Основные фонды** | **2007****Действующие, руб.** | **2008** | **2009** |
| **Общая потребность, руб.** | **Прирост основных фондов, руб.****(3-2)** | **Общая потребность, руб.** | **Прирост основных фондов, руб.****(5-3)** |
| Здания, сооружения производственного назначения | Арендованные | Арендованные | - | Арендованные  | - |
| Рабочие машины и оборудование | 199525 | 200485 | 960 | 201005 | 520 |
| Транспортные средства  | 18000 | 18000 | - | 18000 | - |
| Прочие | - | - | - | - | - |
| **ИТОГО:** | **217525** | **218485** | **960** | **219005** | **520** |

Примечание: Таблица 5 является основной и заполняется после выполнения расчётов в приложениях 1,2,3 бизнес-плана.

Таблица 5

Планирование потребности в оборотных средствах.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование ресурсов | **2007** | **2008** | **2009** |
| Стоимость, руб. | Стоимость переходящего запаса, руб. | Стоимость, руб. | Стоимость переходящего запаса, руб. | Стоимость, руб. | Стоимость переходящего остатка, руб. |
| 1. | Сырьё и материалы | 337690,90 | 3156,7 | 361666,96 | 3380,80 | 386318,38 | 3611,20 |
| 2. | Топливо | 21000 | - | 22000 | - | 24000 | - |
| 3. | Электроэнергия | 26000 | - | 27000 | - | 29000 | - |
| 4. | Тара | 2000 | 55,60 | 2000 | 55,60 | 2000 | 55,60 |
| 5. | Запасные части | 497,90 | 497,90 | 512 | 512 | 512 | 512 |
| 6. | Незавершённое производство | - | 8000 | - | 8400 | - | 8800 |
| 7. | Готовая продукция на складе | - | 12000 | - | 12000 | - | 13000 |
| 8. | Прочее | - | - | - | - | - | - |
|  | **ИТОГО:** | **387188,80** | **23710,20** | **413178,96** | **24348,40** | **441830,38** | **25978,80** |

Таблица 6

Численность персонала и уровень затрат на заработную плату

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Специальность | Число работников, чел. | Тарифная ставка, руб/час | Фонд рабочего времени, час | Затраты на заработную плату, руб. |
| 2007 | 2008 | 2009 |
| ***Специалисты и служащие*** |  |  |  |  |  |  |
| Генеральный директор | 1 | 11,90 | 2000 | 23800 | 24276 | 24752 |
| Коммерческий директор | 1 | 11,20 | 2000 | 22400 | 22848 | 23296 |
| Главный бухгалтер | 1 | 11,00 | 2000 | 22000 | 22440 | 22880 |
| Дизайнер - стилист | 1 | 10,60 | 2000 | 21200 | 21624 | 22048 |
| ***ИТОГО*** | **4** | **×** | **×** | **89400** | **91188** | **92976** |
| ***Рабочие основного производства*** |  |  |  |  |  |  |
| Старший художник - оформитель | 2 | 8,40 | 2000 | 33600 | 34272 | 34944 |
| Художник - оформитель | 2 | 5,90 | 2000 | 23600 | 24072 | 24544 |
| Слесарь - наладчик |  2 | 5,20 | 2000 | 20800 | 21216 | 21632 |
| Технолог | 1 | 5,40 | 2000 | 10800 | 11016 | 11232 |
| ***ИТОГО*** | **7** | **×** | **×** | **88800** | **90576** | **92352** |
| ***Рабочие вспомогательного производства*** |  |  |  |  |  |  |
| Разнорабочий | 2 | 4,70 | 2000 | 18800 | 19176 | 19552 |
| Водитель | 1 | 5,20 | 2000 | 10400 | 10608 | 10816 |
| Уборщица | 1 | 2,30 | 2000 | 4600 | 4692 | 4784 |
| Сторож | 1 | 1,70 | 2000 | 3400 | 3468 | 3536 |
| ***ИТОГО*** | **5** | **×** | **×** | **37200** | **37944** | **38688** |
| ***ВСЕГО*** | **16** | **×** | **×** | **215400** | **219708** | **224016** |

**Примечание:** Размер заработной платы на 2008 и 2009 годы определяется с учётом коэффициентов инфляции условно соответствующих росту цен: 1,02 и 1,04

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | **Показатели** | 2007г. при объеме производства48500 шт. | 2008г. при объеме производства50925 шт. | 2009г. при объеме производства53350 шт. |
| На единицу, руб***.*** | Всего, руб. | На единицу, руб. | Всего, руб. | На единицу, руб. | Всего, руб. |
| 1.
 | **Объем продаж, выручка от реализации без НДС, всег** | **18,47** | **895795** | **18,30** | **931927,5** | **18,25** | **973637,5** |
|  **2.** | **Себестоимость**  |  |  |  |  |  |  |
| 2.1.  | Сырье и материалы | 6,96 | 337690,90 | 7,10 | 361666,96 | 7,24 | 386318,38 |
| 2.2. | Вода на технологические цели | 0,15 | 7300 | 0,16 | 8000 | 0,17 | 9100 |
| 2.3. | Топливо на технологические цели | 0,43 | 21000 | 0,43 | 22000 | 0,45 | 24000 |
| 2.4. | Электроэнергия на технологические цели | 0,54 | 26000 | 0,53 | 27000 | 0,54 | 29000 |
| 2.5. | Затраты на заработную плату | 4,44 | 215400 | 4,31 | 219708 | 4,20 | 224016 |
| 2.6. | Начисления на заработную плату | 1,15 | 56004 | 1,12 | 57124 | 1,09 | 58244 |
| 2.7. | Амортизационные отчисления на полное восстановление(20 % от стоимости основных фондов) | 0,22 | 10876 | 0,21 | 10924 | 0,21 | 10950 |
| 2.8. | Расходы на рекламу | 0,03 | 1600 | 0,03 | 1600 | 0,03 | 1600 |
| 2.9. | Транспортный налог | 0,13 | 6200 | 0,10 | 5230 | 0,10 | 5590 |
| 2.10 | Арендная плата | 0,52 | 25000 | 0,49 | 25000 | 0,47 | 25000 |
| 2.11. | Затраты на запасные части | 0,01 | 497,90 | 0,01 | 512 | 0,01 | 512 |
| 2.12.  | Плата за воду | 0,03 | 1600 | 0,03 | 1700 | 0,03 | 1800 |
| 2.13.  | Прочие затраты | 2,16 | 105000 | 2,10 | 107000 | 2,04 | 109000 |
|  | **Полная себестоимость (итог раздела 2)** | **16,97** | **814168,80** | **16,64** | **847464,96** | **16,59** | **885130,38** |
| 3. | Налоги, относимые на финансовые результаты деятельности: |  |  |  |  |  |  |
| 3.1. | Налог на имущество | 0,07 | 3600 | 0,07 | 3800 | 0,07 | 3800 |
| 3.2. | Налог на рекламу | 0,002 | 83 | 0,002 | 83 | 0,002 | 83 |
| 3.3. | Целевые сборы на содержание правоохранительных органов, благоустройство, нужды образования и др. цели. | 0,010 | 480 | 0,010 | 490 | 0,010 | 500 |
| 3.4. | Сбор на нужды образовательных учреждений  | 0,04 | 1762 | 0,04 | 1850 | 0,04 | 1885 |
|  | **ИТОГО по разделу 3** | **0,12** | **5925** | **0,12** | **6223** | **0,12** | **6268** |
| **4** | **Прибыль общая (1-2-3)** | **1,56** | **75701,2** | **1,54** | **78293,54** | **1,54** | **82239,12** |
| **5** | **Налог на прибыль (24% от общей прибыли)** | **0,12** | **5948** | **0,12** | **6220** | **0,12** | **6498** |
| **6**  | **Чистая прибыль (4-5)** | **1,44** | **69753,2** | **1,42** | **72073,54** | **1,42** | **75741,12** |

***РАЗДЕЛ V «ПЛАН МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»***

В соответствии с условиями договоров купли - продажи канал распределения товара: производитель - потребитель.

Выбор метода ценообразования основан на заранее определённом размере прибыли, поэтому при планировании цены использован метод ценообразования – «затратный метод».

**Цена = себестоимость + прибыль + НДС**

Прибыль закладывается по годам на уровне 10% от себестоимости, следовательно отпускная цена предприятия при ставке НДС 18% составит:

 - в 2007 году – 21,79 руб.

 - в 2008 году – 21,59 руб.

 - в 2009 году – 21,54 руб.

Рыночная цена на керамическую плитку по состоянию на 01.01.2007 составила 26,79 руб.

Таблица 8

Ценовая политика организации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п./п.** |  **Постановка вопроса** | **Характеристика и оценка фактического состояния дел** |
| 1.  | На сколько цены отражают издержки Вашего предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него? | Цена включает в себя все издержки производства. Она обеспечивает конкурентоспособность товара, спрос на него. |
| 2.  | Какова вероятность реакции покупателей на повышение (понижение) цены? | Если цены снизятся, то часть клиентов перейдёт к нам от конкурентов, если цена повысится, то ничего не изменится. |
| 3. | Как оценивают покупатели уровень цен на товары Вашего предприятия? | Уровень цен на предприятии намного ниже, чем у конкурентов |
| 4. | Используется ли предприятием (фирмой) политика стимулирования цен? | Не используется |
| 5. | Используется ли предприятием политика стандартных цен? | Не используется |
| 6. | Как действует предприятие, когда конкуренты изменили цену? | Предприятие не изменяет цены |
| 7. | Известны ли цены на товары Вашего предприятия потенциальным покупателям? | Да, указаны в договорах. |

**Маркетинговая стратегия предприятия** - проникновение с товаром рыночной новизны на свободный сегмент рынка, и завоевание части рынка.

***РАЗДЕЛ VI «ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН»***

Руководство фирмы:

*Генеральный директор: Петров М.С.*

Дата рождения – 18.09.1970

Образование – ТвГУ, «Экономика, бухгалтерский учёт и аудит».

с 2002 по 2004 – экономист

с 2004 по 2006 – главный экономист

с 2006 – генеральный директор

*Главный бухгалтер: Демидова А.Г.*

Дата рождения – 03.12.1973

Образование – ТвГУ, «Экономика, бухгалтерский учёт и аудит».

с 2002 по 2005 – бухгалтер

с 2005 главный бухгалтер

Организационная структура предприятия может быть представлена в виде следующей схемы:

Схема 2

 Линейно – функциональная структура управления предприятием «Интерстрой»

Генеральный директор

Коммерческий

директор

Главный бухгалтер

Главный дизайнер

Рабочие основного и вспомогательного производства

Руководство деятельностью предприятия ведёт генеральный директор, он самостоятельно решает вопросы деятельности предприятия, действует от его имени, имеет право первой подписи, распоряжается имуществом предприятия, осуществляет приём и увольнение работников.

Генеральный директор несёт материальную административную ответственность за достоверность данных бухгалтерского и статистического отчётов. Генеральный директор назначает коммерческого директора, занимающегося вопросами сбыта, маркетинга и рекламы. Главный бухгалтер составляет документальные отчёты предприятия, главный дизайнер осуществляет руководство деятельностью участка по выпуску керамической продукции.

Показатель эффективности планируемой организационной структуры можно определить по формуле:

Кэфу = 1 – (Зупр \* Уд. вес) / (Фвоор \* Фо),

где Зупр – затраты на управление, приходящиеся на 1 работника аппарата управления.

1) Зупр = 89400 + ЕСН = 112644 руб.

затраты на 1 рабочего = 112644 / 4 = 28161 руб.

Уд. вес – удельный вес численности управленческих работников в общей численности.

2) Уд. вес = 4 / 16 = 0,25 (коэффициент)

3) Фвоор (Фондовооружённость)

Фвоор = (217525 + 387188,80) /12 = 50393 руб.

4) Фо (фондоотдача) = 895795 / (217525 + 387188,80) = 1,48

5) Кэфу = 1 – (28161 \* 0,25) / (50393 \* 1,48) = 1 - 0,09 = 0,91

Вывод: коэффициент эффективности управления высокий. Он составляет 0,91

**РАЗДЕЛ VII «ПЛАН ПО РИСКАМ»**

График 1

Прогноз оптимистического, среднего и пессимистического уровня организации



 - R

 - среднеотраслевая R

Среднеотраслевая величина рентабельности составила:

(15+15+16+28+19) \ 5 = 18,6

Ниже линии среднеотраслевой рентабельности – пессимистический уровень, выше линии – оптимистический уровень.

Проект рискованный, однако защищённость проекта определяется 100% реализацией продукции по договорам.

***РАЗДЕЛ VII «ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН»***

Распределение чистой прибыли осуществляется, исходя из отчислений в фонд накопления в размере 90%, в фонд потребления в размере 10% от чистой прибыли.

Таблица 9

Планирование средств в фондах накопления и потребления

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Показатели** | **2007** | **2008** | **2009** |
| **I. ФОНД НАКОПЛЕНИЯ** |
| 1. | Чистая прибыль | **69753,2** | **72019,54** | **75741,12** |
| 2.2.1.2.2.2.3.2.4.2.5. | Источники формирования средств ФН:Остатки средств ФН на начало планируемого периода.Амортизационные отчисления.Отчисления от чистой прибыли.Прирост устойчивых пассивов.Долгосрочный кредит банка (согласно условию, но не более потребности в основных средствах). | **10876****62777,88****20700****22175** | **2643,68****10924****64817,59****890****-** | **-****10950****68167,01****-****-** |
| 3. | **Всего источников (2.1.+2.2.+2.3.+2.4.+2.5.).** | **311878,88** | **79275,27** | **79117,01** |
| 4. 4.1.4.2.4.3.4.4. | **Направления использования средств ФН.**Уплата % за пользование долгосрочным кредитом.Затраты на приобретение ОФ.Затраты на прирост оборотных средств.Погашение долгосрочного кредита банка (согласно кредитному договору). | **68000****221725****23710,20****—** | **68000****960****24348,40****81400** | **45500****520****25978,80****162617** |
| 5. | **Всего затрат (4.1.+4.2.+4.3.+4.4.).** | **309235,20** | **174708,4** | **234615,8** |
| 6. | **Излишек средств (3-5).** | **2643,68** | **-** | **-** |
| 7. | **Недостаток средств (5-3).** | **­** | **95433,13** | **155498,79** |
| **II. ФОНД ПОТРЕБЛЕНИЯ** |
| 1. | Чистая прибыль. | **69753,20** | **72019,54** | **75741,12** |
| 2.2.1.2.2.2.3. | Источники формирования средств фонда потребления.Остатки средств фонда потребления на начало планируемого периода.Отчисления от чистой прибыли (по годам 10%).Прочие поступления. | **-****6975,32****-** | **2667,32****7201,95****-** | **5475,11****7574,11****-** |
| 3. | **Всего источников (2.1.+2.2.+2.3.+2.4.).** | **6975,32** | **9869,27** | **13049,22** |
| 4.4.1.4.2.4.3. | **Направления использования средств** фонда потребления.Социальные и трудовые выплаты работникам.Премирование. | **-****4308****-** | **-****4394,16****-** | **-****4480,32****-** |
| 5. | **Всего затрат (4.1.+4.2.+4.3.+4.4.).** | **4308** | **4394,16** | **4480,32** |
| 6. | **Излишек средств (3-5).** | **2667,32** | **5475,11** | **8568,90** |
| 7. | **Недостаток средств (5-3).** | **-** | **-** | **-** |

Приложение 1

Расчёт необходимой массы исходного сырья

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Год | Количество,шт. | Вес единицыизделия, кг | Всего |
| Чистый вес, кг(гр.3×гр.4) | Масса необходимого сырья (гр.5×1,2) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Плитка керамическая | 2007 | 48500 | 5 | 242500 | 291000 |
| Плитка керамическая | 2008 | 50925 | 5 | 254625 | 305550 |
| Плитка керамическая | 2009 | 53350 | 5 | 266750 | 320100 |

Приложение 2

Расчёт общей потребности в оборудовании по годам

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Вид и наименование оборудования | Необходимая масса исходного сырья | Технологический.коэффициент | Годовой фонд ЭРВ,ч. | Производи-тельность,м2/час | Количество единиц оборудования |
| 2007 | 2008 | 2009 | 2007(3×6/7/8) | 2008(4×6/7/8) | 2009(5×6/7/8) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 1. | Шаровая мельница | 291000 | 305550 | 320100 | 1 | 3770 | 50 | 1,54 | 1,62 | 1,70 |
| 2. | Сушильный барабан | 291000 | 305550 | 320100 | 0,8 | 3770 | 40 | 1,54 | 1,62 | 1,70 |
| 3. | Весовой питатель | 291000 | 305550 | 320100 | 0,5 | 3770 | 23,5 | 1,64 | 1,72 | 1,81 |
| 4. | Смеситель СМК - 125 | 291000 | 305550 | 320100 | 0,3 | 3770 | 17,5 | 1,32 | 1,39 | 1,46 |
| 5. | Сушилка НЦ – 12 | 291000 | 305550 | 320100 | 0,1 | 3770 | 15 | 0,51 | 0,54 | 0,57 |
| 6. | Центробежный распылитель глазури | 291000 | 305550 | 320100 | 0,3 | 3770 | 32 | 0,72 | 0,76 | 0,80 |
| 7. | Штампы с пресс формами  | 291000 | 305550 | 320100 | 0,85 | 3770 | 10 | 6,56 | 6,89 | 7,22 |
| 8. | Печь муфельная для обжига и сушки | 291000 | 305550 | 320100 | 0,9 | 3770 | 22,5 | 3,09 | 3,24 | 3,40 |

Приложение 3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п./п.** | **Вид и наименование основных фондов** | Предприятие - производитель | **2007** | **2008** | **2009** |
| **Количество единиц** | **Цена, руб.** | **Сумма, руб.** | **Количество единиц** | **Цена, руб.** | **Сумма, руб.** | **Количество единиц** | **Цена, руб.** | **Сумма, руб.** |
|  | Строительно-монтажные работы | БМНУ |  |  | 62675 |  |  | 62675 |  |  | 62675 |
|  | Печь муфельная | Продавец машин | 3 | 19000 | 57000 | 3 | 19000 | 57000 | 3 | 19000 | 57000 |
|  | Шаровая мельница | Продавец машин | 2 | 2900 | 5800 | 2 | 2900 | 5800 | 2 | 2900 | 5800 |
|  | Сушильный барабан | Продавец машин | 2 | 1900 | 3800 | 2 | 1900 | 3800 | 2 | 2100 | 4200 |
|  | Весовой питатель | Продавец машин | 2 | 6500 | 13000 | 2 | 6630 | 13260 | 2 | 6690 | 13380 |
|  | Смеситель СМК - 125 | СИТО | 1 | 2000 | 2000 | 1 | 2000 | 2000 | 1 | 2000 | 2000 |
|  | Сушилка НУ – 12 | НИИТМ | 1 | 6250 | 6250 | 1 | 6250 | 6250 | 1 | 6250 | 6250 |
|  | Распылитель глазури | СИТО | 1 | 14000 | 14000 | 1 | 14000 | 14000 | 1 | 14000 | 14000 |
|  | Штампы, пресс формы (со сменой инстр.) | НИИТМ | 7 | 5000 | 35000 | 7 | 5100 | 35700 | 7 | 5100 | 35700 |
|  | Автомобиль УАЗ - 3303 | Автобаза | 1 | 18000 | 18000 | 1 | 18000 | 18000 | 1 | 18000 | 18000 |
|  | **ИТОГО:** |  | **20** |  | **217525** | **20** | **×** | **218485** | **20** | **×** | **219005** |

Стоимость основных производственных фондов

 Приложение 4

Стоимость сырья и вспомогательных материалов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Вид и наименование материалов** | **2006** | **2007** | **2008** |
| Количество, кг. | Цена, руб. | Стоимость, руб. | Коэф-т роста объема выпуска продукции | Количество с учетом коэффициента | Индекс цен на сырье, материалы, топливо и энергию | Цена с учетом индексацен  | Стоимость, руб. | Коэф-т роста объема выпуска продукции | Количество с учетом коэффициента | Индекс цен на сырье, материалы, топливо и энергию | Цена с учетом индексацен  | Стоимость, руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|  Каолин, ГОСТ 21286-82 | 101304 | 0,40 | 40521,60 | 1,05 | 106369 | 1,02 | 0,41 | 43398,63 | 1,1 | 111434 | 1,04 | 0,42 | 46356,71 |
| Глина Веселовская ТУ 21-25-223-81 | 66420 | 0,23 | 15276,60 | 1,05 | 69741 | 1,02 | 0,23 | 16361,24 | 1,1 | 73062 | 1,04 | 0,24 | 17476,43 |
| Песок кварцевый, ГОСТ 70311752255177 | 59400 | 0,40 | 23760 | 1,05 | 62370 | 1,02 | 0,41 | 25446,96 | 1,1 | 65340 | 1,04 | 0,42 | 27181,44 |
| Полевой шпат, ГОСТ 15045-48 | 56700 | 0,37 | 20979 | 1,05 | 59535 | 1,02 | 0,38 | 22468,51 | 1,1 | 62370 | 1,04 | 0,38 | 23999,98 |
| **ИТОГО:** | **283824** | **×** | **100537,2** | **×** | **298015** | **×** | **×** | **107675,34** | **×** | **312206** | **×** | **×** | **115014,56** |
| Бой обожженный (брак собственного производства) | 20250 | 0,54 | 10935 | 1,05 | 21263 | 1,02 | 0,55 | 11711,39 | 1,1 | 22275 | 1,04 | 0,56 | 12509,64 |
| **ИТОГО сырья с учетом боя** | **304074** | × | **111472,2** | **×** | **319278** | **×** | **×** | **119386,73** | **×** | **334481** | **×** | **×** | **127524,20** |
| Жидкое стекло, ГОСТ 13078-81 | 3396 | 6,00 | 20376 | 1,05 | 3566 | 1,02 | 6,12 | 21822,70 | 1,1 | 3736 | 1,04 | 6,24 | 23310,14 |
|  Сода, ГОСТ 5100-85 | 3348 | 1,06 | 3548,88 | 1,05 | 3515 | 1,02 | 1,08 | 3800,85 | 1,1 | 3683 | 1,04 | 1,10 | 4059,92 |
| Глазурь – фитта, 21 А | 6750 | 18,40 | 124200 | 1,05 | 7088 | 1,02 | 18,77 | 133018,20 | 1,1 | 7425 | 1,04 | 19,14 | 142084,80 |
| Пигментные красители | 1134 | 24,00 | 27216 | 1,05 | 1191 | 1,02 | 24,47 | 29148,34 | 1,1 | 1247 | 1,04 | 24,97 | 31135,10 |
| **ВСЕГО основных материалов** | **318702** | **×** | **286813,08** | **×** | **334638** | **×** | **×** | **307176,82** | **×** | **350572** | **×** | **×** | **328114,16** |
| Масло трансформаторное | 10854 | 3,13 | 33973,02 | 1,05 | 11397 | 1,02 | 3,19 | 36385,10 | 1,1 | 11939 | 1,04 | 3,26 | 38865,13 |
| Гипс | 9944 | 1,70 | 16904,80 | 1,05 | 10441 | 1,02 | 1,73 | 18105,04 | 1,1 | 10938 | 1,04 | 1,77 | 19339,09 |
| **ВСЕГО вспомогательных материалов:** | **20798** | **×** | **50877,82** | **×** | **21838** | **×** | **×** | **54490,14** | **×** | **22877** | **×** | **×** | **58204,22** |
| **ИТОГО:** | **339500** | **×** | **337690,9** | **×** | **356476** | **×** | **×** | **361666,96** | **×** | **373449** | **×** | **×** | **386318,38** |