



Бизнес-план по производству электрической техники (трансформаторы сварочные)

ИСПОЛНИТЕЛЬ: студент 4 курса

экономики и права факультета

КБУА-951 группы

Заграевский Михаил Маркович

РУКОВОДИТЕЛЬ: Костюк Людмила Ивановна.

Пятигорск

1998

Содержание

стр.

Введение.....	3
§ 1. Общая характеристика бизнес-плана.....	6
1.1 Сущность планирования.....	6
1.2 Понятие и задачи бизнес-плана.....	7
1.3 Виды бизнес-планов.....	8
1.4 Структура и содержание бизнес-плана.....	9
§ 2. Бизнес-план ОАО «Крон».....	15
2.1 Концепция бизнеса	16
2.2 Краткая информация о предприятии.....	17
2.3 Характеристика продукции.....	18
2.4 Анализ рынка и конкуренты.....	19
2.5 План производства.....	20
2.6 Потребность в инвестициях.....	21
2.7 Информация о персонале.....	23
2.8 План маркетинга.....	24
2.9 Потенциальные риски.....	25
2.10 Финансовый план и финансовая стратегия.....	26
Заключение.....	28
Приложение	29
Список литературы.....	43

Введение

Планирование является нормой любой предпринимательской деятельности. С развитием рынка и в России необходимость в бизнес-планах стала настолько очевидной, что уже в 1994 – 1995 гг. их применение становится обязательным. В январе 1995г. московское правительство, например, опубликовало распоряжение, в котором рекомендовало использовать бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности вложений инвестиций в проектирование и строительство объектов и градостроительных комплексов». Крупные коммерческие банки, в частности «Менатеп», разработали подробные перечни вопросов, на которые нужно ответить в бизнес-плане, как в «необходимом документе».

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

Не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. Благодаря бизнес – плану у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес – плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться. Целью бизнес – плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров фирмы и др.

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

- организационно – управленческая и финансово – экономическая оценка состояния предприятия;
- выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых его сторон;
- формирование инвестиционных целей на планируемый период.

В бизнес-плане обосновываются:

- общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях рынка;
- выбор стратегии и тактики конкуренции;
- оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.

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

Заказчиком бизнес – плана являются юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую и инвестиционную деятельность, условия и результаты которой анализируются и прогнозируются в бизнес – плане. Разработчиками бизнес – плана выступают фирмы, специализирующиеся в области маркетинговой деятельности, проектирования,

авторские коллективы, отдельные авторы. При необходимости привлекаются консалтинговые фирмы и эксперты.

При разработке бизнес – плана подлежат взаимному учету интересы всех участвующих сторон:

- заказчика (клиента) бизнес – плана, являющегося самостоятельным инвестором и использующего привлеченный капитал посредством акционирования, займ, выпуска облигаций и т.п;
- муниципальных органов, определяющих потребности и приоритеты в строительстве объектов в соответствии с общей концепцией развития, формирующих проектное задание, рассматривающих заявки и оформляющих соответствующие документы (например, землеотводные), планирующих налоговые поступления в бюджет, участвующих в надзоре за реализацией;
- подрядных фирм, детализирующих концепцию бизнес – плана, осуществляющих технические изыскания, проектирование, составление сметной документации, авторский надзор за строительством, монтажом оборудования, запуском технологического процесса и т.п., сдачу объекта заказчику;
- потребителя, использующего продукцию или услуги.

План бизнеса используют и как инструмент проведения деловых переговоров. При подготовке плана предприниматель должен конкретно указать, что он хочет получить от заимодавца или инвестора, но и ясно показать, что он готов отдать.

§ 1. Общая характеристика бизнес-плана

1.1 Сущность планирования

Планирование - это деятельность, заключающаяся в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, путей способов и средств его достижения.¹

С точки зрения предприятия, на микроэкономическом уровне, планирование – это способ осуществления действия, основанный на сознательных, волевых решениях субъектов микроэкономики, механизм, который заменяет цены и рынок.²

Существует две **формы планирования** деятельности фирмы:

- планирование деятельности фирмы на рынке;
- внутрифирменное планирование.

Как правило, эти аспекты планирования взаимосвязаны.

Необходимо отметить, что по-настоящему планирование может быть рациональным только тогда, когда отношения фирмы с контрагентами на рынке носят не случайный и разовый характер, а приобретают устойчивый и долговременный характер.

Планирование деятельности предприятия позволяет:

- осуществить четкую координацию предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей;
- побудить руководителей конкретнее определить свои цели и пути их достижения;
- определить показатели деятельности фирмы, необходимые для последующего контроля;
- подготовить предприятие к внезапным изменениям рыночной конъюнктуры;

¹ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь-2-е изд., исправ.- М.: ИНФРА-М, 1998.- с.249.

² Стратегическое планирование /Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998. – 440 с.

- четко формализовать обязанности и ответственность всех менеджеров фирмы.

Основным инструментом планирования фирмы является бизнес – план финансово-хозяйственной деятельности.

1.2 Понятие и задачи бизнес-плана

Бизнес – план – это план осуществления бизнес – операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.³

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

Задачами бизнес – плана является:

- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;
- определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
- оценить производственные и непроизводственные издержки;
- определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию и т.п.;
- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей и т.д.

Бизнес – план выполняет следующие **основные функции**, а именно:⁴

- является инструментом, с помощью которого предприниматель может оценить фактические результаты деятельности за определенный период;

³ Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь-2-е изд., исправ.-М.: ИНФРА-М, 1998.- с.35.

⁴ См., например, Уткин Э.А. Бизнес – план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 1997. – с.10.

- может быть использован для разработки концепции ведения бизнеса в перспективе;
- является инструментом добывания финансовых ресурсов;
- представляет собой инструмент реализации стратегии предприятия.

Таким образом, бизнес – план позволяет проанализировать возможности деятельности предприятия и обосновать выбор приоритетных целей, т.е. определить стратегию функционирования фирмы.

1.3 Виды бизнес-планов

В зависимости от рыночной ситуации и цели составления бизнес – планы могут быть различны.

Вследствие этого бизнес – планы по объектам бизнеса можно классифицировать в соответствии со схемой 1.⁵

Бизнес – планы разрабатываются в различных модификациях в зависимости от назначения: по бизнес – линиям (продукция, работы, услуги, технические решения), по предприятию в целом (новому или уже действующему). Бизнес – план может быть нацелен как на развитие предприятия, так и на его финансовое оздоровление. Также может планироваться деятельность всего предприятия или его отдельного подразделения.

1.5 Структура и содержание бизнес-плана

⁵ Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план, Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998. – с. 7

Необходимо отметить, что различные экономисты выделяют несколько разные структуры бизнес – планов, однако все они имеют приблизительно одинаковое строение. Такая структура представлена в табл. 1.⁶

Концепция бизнеса (резюме) – это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие, начиная свое дело или развивая имеющееся.

По сути, концепция является сокращенной версией самого бизнес – плана.

В резюме должны быть отражены следующие основные моменты:

- возможности для бизнеса;
- привлекательность бизнеса;
- важность для предприятия и региона;
- необходимые финансовые ресурсы (собственные или заемные);
- срок окупаемости проекта;
- возможный срок возврата заемных средств;
- условия инвестирования;
- ожидаемая прибыль и ее распределение

и т.д.

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

Концепция бизнеса (резюме) составляется в конце написания бизнес – плана, однако находится в начале.

В разделе, описывающем **ситуацию в настоящее время** и дающем краткую информацию о предприятии, отражаются следующие моменты:

- главные события, повлиявшие на появление идей по бизнес – плану;
- главные обстоятельства и проблемы стоящие перед менеджерами;

⁶ См. например, Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план, Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998. – с. 10.

- состояние на рынке и положение, которого необходимо добиться
- и пр.

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

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

Также здесь необходимо отметить, важность товара для потребителей, его уникальность. Также желательно охарактеризовать функциональные возможности и особенности продукции.

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

Исследования и анализ рынка направлены на выявление сегодняшних потребителей продукции, услуг и определение потенциальных. В этом разделе желательно определить приоритеты, которыми руководствуется потребитель при покупке: качество, цена, время и точность поставки, сервисное обслуживание и т.п.

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

Следует проанализировать, как быстро продукция, услуги утвердятся на рынке и обосновать возможности его дальнейшего расширения, а также основные факторы влияющие на это.

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

Необходимо определить возможный объем продаж в натуральном и денежном выражении.

Организационный план разрабатывается только при создании нового предприятия.

Здесь необходимо привести организационную структуру предприятия, в которой четко определены должностные инструкции ведущих менеджеров, их роль в управленческом процессе, а также определяется как будет осуществляться взаимодействие служб и подразделений.

Кроме этого желательно указать такие факторы как потребность в рабочей силе, условиях труда, организации оплаты труда и т.п.

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

В разделе **Персонал и управление** следует привести информацию о менеджерах и охарактеризовать их управленческие возможности.

Желательным здесь является разработка штатного расписания.

План производства отражает производственный процесс. Если отдельные операции поручаются субподрядчику, то это должно быть указано.

Целесообразно представить производственный процесс с указанием его структуры по трудоемкости.

Необходимо отразить потребность в производственных помещениях и их площадь, а также производственную площадь предприятия. необходимо указать потребность в дополнительном оборудовании и материальных ресурсах.

По возможности здесь описывается система охраны окружающей среды, утилизации отходов, обеспечения безопасности жизнедеятельности.

Раздел заканчивается расчетом издержек производства и себестоимости производимой продукции.

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

План маркетинга – это план мероприятий по достижению намечаемого объема продаж и получению максимальной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей.

Необходимо отразить маркетинговую стратегию развития предприятия.

Разрабатывая эту стратегию, целесообразно учесть влияние внешнего окружения (тенденции изменения технологий, запросов и мотивации потребителей и т.д.) в целях адаптации предприятия к меняющимся рыночным условиям путем разработки комплекса маркетинга, включающего товарную, ценовую, сбытовую политику и сервисное обслуживание.

Особое место уделяется стратегии ценообразования, которая базируется на следующих методах:

- полных затрат;
- усредненных затрат;
- предельных затрат;
- стандартных издержек производства;
- прямых затрат (целевой нормы прибыли).

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

Следует учитывать, как минимум, следующие виды рисков:

- производственные, связанные с различными нарушениями в производственном процессе или процессе поставок сырья, материалов и комплектующих;
- коммерческие, связанные с реализацией продукции на рынке не в полном объеме;
- финансовые риски, которые вызываются инфляционными процессами, неплатежами, колебаниями валютных курсов и т.п.;
- риски, связанные с форс – мажорными обстоятельствами, которые могут быть вызваны непредвиденными обстоятельствами (от смены политического курса до стихийных бедствий);

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

Важной частью практически любого бизнес – плана является **финансовый план**.

Цель финансового плана определить эффективность предлагаемого бизнеса.

В данном разделе необходимо отразить:

- общую потребность в инвестициях;
- источники финансирования;
- план доходов и расходов;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- потребность в оборотном капитале;
- срок окупаемости проекта;
- отчет по прибыли

а также необходимые финансовые показатели.

Особое место в финансовом плане следует уделить расчету безубыточности и запаса финансовой прочности.

Точка безубыточности рассчитывается по формуле

$$T_{б/у} = \frac{P_{\text{пост.}}}{1 - K_{\text{пер.}}}$$

где $T_{б/у}$ – точка безубыточности;

$P_{\text{пост.}}$ – условно – постоянные расходы;

$K_{\text{пер.}}$ – удельный вес условно – постоянных
расходов в объеме продаж

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

Если разрабатывается **план финансового оздоровления** то в этом разделе необходимо рассчитать показатели финансово – хозяйственной деятельности предприятия.⁷

⁷ См., например, Ковалев В.В. Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности.-2-е изд., перераб. и доп.-М.: Финансы и статистика, 1997.-с. 475.

Бизнес - план

**Инвестиционного проекта по производству электрической
техники (трансформаторы сварочные)**

Разработчик: студент ПТИ СтГТУ, 4 курса, факультета экономики и права,
группы КБУА – 951 Заграевский Михаил Маркович
Дата разработки: 15 декабря 1998 года

2.1 Концепция бизнеса

ОАО «Крон» предполагает производить электротехническую технику, а именно трансформаторы сварочные.

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

Реализация бизнес-плана позволит решить следующие задачи:

- Удовлетворить потребности рынка в данной электротехнической технике.
- Создать новые источники получения прибыли за счет диверсификации предприятия.
- Обеспечить загруженность производственных мощностей

Целью настоящего бизнес-плана является анализ предполагаемого производства продукции и обоснование решений стратегического планирования ОАО «Крон».

На рынке ощущается недостаток этой продукции.

Необходимые инвестиции для организации серийного производства электрической техники, указанного вида составляют 709.1 тыс. руб., в том числе средства инвестора в размере 222.2 тыс. руб.

Ежегодный объем прибыли после выхода на планируемый объем продаж (2002 год) составит 611.1 тыс. руб. в ценах 1999 года.

Инвестором является КБ «Пятигорск», который имеет непосредственные интересы в успешной деятельности ОАО «Крон», так как участвует в его уставном капитале.

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

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

Участие инвестора в уставном капитале предприятия и получение процентов позволит ему получить к 2002 году доход равный 274.1 тыс. руб.

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

2.2 Краткая информация о предприятии

Открытое акционерное общество «Крон» было создано в 1992 году. Предметом деятельности ОАО «Крон» является производство изделий и комплектующих электротехнического назначения для строительных фирм и товаров народного потребления.

Организация занимает земельный участок, площадь которого составляет 3,7 га. Общая производственная площадь- 14 тыс. м².

Предприятие имеет в своем составе следующие технологические производства:

- Механообработки;
- Вычислительное;
- Сварочное;
- Гальваническое;
- Прессовки;
- Электроизмерительное;
- Окраски;
- Сборочное.

Стоимость основных производственных фондов составляет 12327 тыс. руб., со средним износом 42%. Общее количество оборудования 257 единиц. Списочная численность рабочего и обслуживающего персонала 114 чел.

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

Юридический статус предприятия:

ОАО «Крон» зарегистрировано Администрацией г. Пятигорска, свидетельство №682 от 26 октября 1996 года.

Юридический адрес предприятия:

357500, г. Пятигорск, промзона «Скачки», Черкесское шоссе 7.

2.3 Характеристика продукции

Однофазные, однопостовые сварочные трансформаторы предназначены для ручной дуговой сварки покрытыми металлическими электродами. Имеют падающие внешние характеристики.



Рис.1 Внешний вид трансформаторов сварочных.

Тип трансформатора	Способ регулирования тока	Способ передвижения
ТДЭ-20-01	Электрический	Переносной
ТДМ-30-00	Механический	Передвижной
ТДМ-50-02	Электромеханический	Передвижной

⁸ Внешний вид трансформаторов ТДМ-30-00 и ТДМ-30-26 идентичен.

Основные параметры трансформаторов

Тип трансформатора	Номинальный сварочный ток, А	Номинальное рабочее напряжение, В	Минимальный сварочный ток, А	Минимальное рабочее напряжение, В	Номинальный режим работы, ПН %
ТДЭ-20-01	200±10%	28±10%	90±10%	22,8±10%	Не менее 20
ТДМ-30-00	300±10%	42±10%	120±10%	22,4±10%	60
ТДМ-30-26	300±10%	42±10%	120±10%	22,4±10%	65
ТДМ-50-02	500±10%	60±10%	250±10%	24±10%	60

ПН – перемежающийся режим работы при цикле 5 мин. без отключения первичной обмотки трансформатора от сети во время паузы.

Габаритные размеры, вес

Тип трансформатора	Длина, мм	Ширина, мм	Высота, мм	Вес, кг
ТДЭ-20-01	390	230	500	50
ТДМ-30-26	900	540	950	120
ТДМ-30-00	900	540	950	120
ТДМ-50-02	620	550	950	200

По сравнению с зарубежными аналогами основными преимуществами являются:

- ☐ Низкая цена;
- ☐ Адаптированность к российским электрическим сетям;
- ☐ Надежность и простота эксплуатации.

2.4 Анализ рынка и конкуренты

Проведенные маркетинговые исследования по предлагаемой продукции свидетельствуют о существовании значительного объема спроса на сварочные трансформаторы.

Потенциальными потребителями являются строительные фирмы и физические лица.

Спрос на данную продукцию стабилен, так как сварка является важнейшим компонентом технологического процесса строительства.

В настоящее время ведутся переговоры и подписаны предварительные договоры на поставку этой техники строительным компаниям.

Основными конкурентами являются зарубежные поставщики из Москвы и московской области и Ростова и Ростовской области, однако, ввиду очень высокой цены на их продукцию не следует ожидать какой-либо серьезной конкурентной борьбы; а также поставщики из г. Лермонтов (завод “Микроом”), которые составляют конкуренцию.

Маркетинговой службой предприятия выявлена потенциальная потребность рынка на период до 2002 г. Сегментация рынка этой электрической техники проведена по географическому признаку и представлена в таблице 4.

Маркетинговые исследования, проведенные по этому рынку, свидетельствуют о том, что рынок является **олигополистическим**, и при существующем уровне цен и качественных параметрах продукции ОАО «Крон» вполне может стать лидирующим предприятием в этой области.

Перспективы развития рынка электротехнических изделий позволяют прогнозировать увеличение объемов продаж и соответствующую загрузку производственных мощностей предприятия.

2.5 План производства

Данная электрическая техника прошла этап экспериментального освоения и отработки технологии на предприятии. Трудности в освоении технологии практически отсутствуют, так как ОАО «Крон» специализируется на производстве данной продукции. Сопоставление возможного объема продаж с производственными возможностями предприятия позволяет спрогнозировать объемы производства и реализации продукции на период до 2002 года.

Это состояние проиллюстрировано табл. 5.

Трудоемкость изготовления электрической техники по видам работ представлена в табл. 6.

Производство данной электрической техники организуется на действующих производственных площадях ОАО «Крон» с использованием существующего оборудования. Однако для серийного производства необходимы затраты на приобретение дополнительного оборудования и оборотных средств, на техническую подготовку производства и его частичную реконструкцию. Потребность в этих средствах указана в табл. 7.

Потребность в материальных ресурсах, с указанием основных поставщиков представлена в табл.8.

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

Смета расходов на производство электрической техники представлена в табл. 9.

Калькуляция по видам предлагаемой электрической техники представлена в табл. 10.

2.6 Потребность в инвестициях

Необходимые размеры инвестиций связаны с освоением нового производства и новых технологий. В связи с этим требуется проведение реконструкции и технического перевооружения ряда производств.

Для этого необходимо следующее:

- Приобретение оборудования;
- Строительно-монтажные работы, связанные с монтажом и демонтажем оборудования;
- Необходимые проектно-конструкторские работы;
- Технологическая подготовка производства;

Общая потребность в инвестициях составляет на период 1999-2002 г.г. 709.1 тыс. руб., в том числе в 1999 г. – 271.27 тыс. руб.

Инвестором выступает КБ «Пятигорск»

Инвестиции представляются инвестиционным кредитом и участием КБ «Пятигорск» в уставном капитале ОАО «Крон».

Структура инвестиционных издержек представлена в табл. 11.

Наибольших вложений потребует пополнение оборотных средств, так как на предприятие испытывает недостаток собственных оборотных средств.

Источниками финансирования являются:

- Средства инвестора в размере 222.22 тыс. руб. с финансированием во 2 квартале 1999 года;
- Собственные средства предприятия в общей сумме 486.88 тыс. руб. (за счет реинвестирования части прибыли и амортизационных отчислений).

Общая схема финансирования представлена на табл. 12.

В течение первых двух лет (1999-2000 г.г.) всю чистую прибыль предприятия предполагается направить на развитие производственных мощностей и пополнение оборотных средств. В 2000 г. предусматривается начало погашения кредита и выплата гарантированных дивидендов инвестору. С 2000 года начисление дивидендов предусматривается всем участникам проекта. Возвратить кредит планируется в конце 2001 года. При этом инвестор получит доход в виде процентов в сумме 48.08 тыс. руб. и гарантированный доход в виде дивидендов в сумме 101.08 тыс. руб. Кроме того, участие в прибыли 2002 года позволит получить еще 125 тыс. руб. Таким образом, инвестор получит доход в недисконтированных оценках равный 274.16 тыс. руб.

Обеспечением по кредиту являются:

- Залог имущества предприятия;
- Участие кредитора в уставном капитале предприятия;
- Прибыль, получаемая предприятием (в том числе и от других бизнес - линий).

2.7 Персонал

Главными менеджерами, осуществляющими управление фирмой и отвечающими за результаты ее деятельности, являются:

- Булавина Ольга Николаевна 1949 года рождения, окончила Санкт-Петербургский институт народного хозяйства (СПИНХ) в 1972 году по специальности «Экономика». Имеет большой опыт работы на промышленном предприятии, генеральный директор.
- Кадильников Алексей Андреевич, 1939 года рождения, окончил Таганрогский радиотехнический институт в 1967 году по специальности «Системы автоматизации в экономике», главный инженер.
- Акилова Наталья Валерьевна, 1948 года рождения, окончила Свердловский Университет промышленности (СУП) в 1976 году по специальности «Экономическое планирование», экономист.
- Пензев Евгений Юрьевич, 1967 года рождения, окончил Волгоградский государственный институт, отделение «бухгалтерский учет» по специальности бухгалтерский учет в промышленности, в 1985 году. Является хорошим специалистом в области бухгалтерского учета и налогообложения, главный бухгалтер.
- Баранов Роман Иванович, 1952 года рождения, окончил Томский государственный университет по специальности «системотехника» в 1972 году, начальник производства.
- Коньков Сергей Анатольевич, 1948 года рождения, окончил Ставропольский государственный политехнический институт 1975 году по специальности «Механизация и автоматизация производства, коммерческий директор.
- Суханова Елена Васильева, 1949 года рождения, окончила Пятигорский торгово-экономический техникум, зав складом.
- Дьяченко Виктор Николаевич, 1958 года рождения, окончил Московский институт дорожного хозяйства в 1980 году по специальности «строительные и дорожные машины и оборудование», начальник отдела кадров.
- Меркулов Вячеслав Анатольевич, 1961 года рождения, окончил Ставропольскую аграрную академию по специальности «Комплексное производство в сельском хозяйстве» в 1986 году, секретарь-референт.

2.8 План маркетинга

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

Товарная политика ОАО «Крон» предполагает обеспечение широкого ассортимента различных модификаций предлагаемых моделей трансформаторов и гибкое приспособление к рыночным условиям.

Товарная стратегия предприятия предусматривает:

- Создание различных модификаций данной электрической техники по ограниченному набору базовых моделей;
- Учет требований потребителя к характеристикам предлагаемой техники;
- Различную комплектацию при поставке;
- Постоянное улучшение электротехнических показателей и эксплуатационных характеристик.

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

Ценовая стратегия должна базироваться на товарной политике и предполагает:

- Использование механизма гибких цен в зависимости от модификации и комплектации электрической техники;
- Хорошее качество при ценах ниже зарубежных аналогов;
- Разработку системы льгот и скидок в зависимости от условий поставки.

В основе стратегии ценообразования лежит **метод средних затрат**, который предусматривает установление рыночной цены исходя из издержек производства при загрузке производственных мощностей (80%) и прогнозируемом уровне прибыли, сопоставимым со средней учетной ставкой.

Сбытовая политика ОАО «Крон» ориентирована на формирование и стимулирование спроса на продукцию.

Сбытовая стратегия заключается в:

- Создании и регулировании коммерческих связей;
- Рекламной деятельности в различных формах;
- Участии в выставках и ярмарках и презентации демонстрационных образцов.

Сервисная политика предприятия предполагает пред- и после продажный сервис.

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

Послепродажный сервис предусматривает комплекс работ по гарантийному и послегарантийному обслуживанию (ремонт, поставка запасных частей, обучение персонала и т.д.). Гарантийный срок на эту технику составляет 1 год, что превышает соответствующие мировые стандарты.

2.9 Потенциальные риски

Потенциальные риски ОАО «Крон» представлены производственными рисками, коммерческими рисками, финансовыми рисками и рисками, связанными с форс-мажорными обстоятельствами.

Производственные риски связаны с различными нарушениями в производственной процессе или в процессе поставок сырья, материалов и комплектующих изделий.

Мерами по снижению производственных рисков являются действенный контроль над ходом производственного процесса и усиление влияния на поставщиков путем их дублирования.

Коммерческие риски связаны с реализацией продукции на товарном рынке (уменьшение размеров и емкости рынка, снижение платежеспособного спроса, появление новых конкурентов и т.п.)

Мерами по снижению коммерческих рисков являются:

- ❑ Систематическое изучение конъюнктуры рынка;
- ❑ Создание дилерской сети
- ❑ Рациональная ценовая политика
- ❑ Создание сети сервисного обслуживания
- ❑ Реклама и т.д.

Финансовые риски вызываются инфляционными процессами, всеобъемлющими неплатежами, колебаниями курса рубля и т.п. Они могут быть снижены путем создания системы финансового менеджмента на предприятии, работе с дилерами и потребителями на условиях предоплаты и т.д.

Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами, - это риски, обусловленные непредвиденными обстоятельствами (стихийные бедствия, смена политического курса страны, забастовка и т.п.). Мерой по их снижению служит работа предприятия с достаточным запасом финансовой прочности.

2.10 Финансовый план и финансовая стратегия

Целью разработки настоящего финансового плана является определение эффективности производства данных видов электрической техники.

Общая потребность в инвестициях, которая определена в п.2.6 составляет 709.1 тыс. руб., в том числе в 1999 г. – 271.27 тыс. руб.

Источниками финансирования являются:

- Средства инвестора в размере 222.22 тыс. руб. с финансированием во 2 квартале 1999 года;
- Собственные средства предприятия в общей сумме 486.89 тыс. руб., в том числе в 1999 г. – 49.05 тыс. руб. (за счет реинвестирования части прибыли и амортизационных отчислений).

План доходов и расходов и расчет чистой прибыли представлен в табл.13.

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

Баланс денежных расходов и поступлений представлен в табл.14, где произведена оценка поступления и расходования денежных средств в динамике.

Расчет потребности в оборотном капитале представлен в табл. 15.

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

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

Расчет показателей прибыли произведен в табл. 16.

При этом инвестор получит доход в виде процентов в сумме 48.8 тыс. руб. и гарантированный доход в виде дивидендов в сумме 101.08 тыс. руб. Кроме того, участие в прибыли 2002 года позволит получить еще 125 тыс. руб.

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

Таким образом, прибыль от реализации трансформаторов сварочных позволит осуществить финансирование развития производства, погашение кредита и процентов по нему, а также выплату дивидендов всем участникам проекта, начиная с 2001 года (в том числе инвестору, начиная с 1999 года).

График погашения инвестиционного кредита и процентов по нему указан в табл. 17.

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

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

Расчет показателей безубыточности и финансовой прочности деятельности ОАО «Крон» позволяет определить объем производства при котором предприятие не несет ни убытков и не получает прибыли.

Расчет безубыточности и финансовой прочности произведен в табл. 18 и проиллюстрирован схемой 2.

Таким образом, точка безубыточности (порог рентабельности) в 1999 году составляет 182.5 тыс. руб.; в 2002 году - 1669.72 тыс. руб. (т.е. объем выручки должен составлять не менее указанных величин соответственно).

Запас финансовой прочности составляет в 1999 году 220.28 тыс. руб.; в 2002 году - 2983.6 тыс. руб.

Заключение.

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

Написание настоящей курсовой работы принесло мне существенную пользу в практике изучения планирования и прогнозирования деятельности предприятия.

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

Приложение.

Структура бизнес – планов в соответствии с типологией по объектам бизнеса

Таблица 1

Раздел бизнес – плана	По бизнес – линиям	По предприятию		
		Новом у	Действующему	
			Развит ие	Финансовое оздоровление
Концепция бизнеса (резюме)	+	+	+	Общая характеристика предприятия
Ситуация в настоящее время и краткая информация о предприятии	+	+	+	Краткие сведения по плану финансового оздоровления
Характеристика объекта бизнеса	+	+	+	Анализ финансового состояния предприятия
Исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция)	+	+	+	Мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержанию хозяйственной деятельности
Организационный план, в т.ч. правовое обеспечение	-	+	-	Рынок и конкуренция
Персонал и управление	+	+	+	Деятельность в сфере маркетинга предприятия
План производства	+	+	+	План производства
План маркетинговых действий (комплекс маркетинга)	+	+	+	Финансовый план
Потенциальные риски	+	+	+	
Финансовый план и финансовая стратегия	+	+	+	

Сегментация рынков электрической техники, шт.

Таблица 4

Наименование географического сегмента	ТДМ-20-01				ТДМ-30-00				ТДМ-30-26				ТДМ-50-02			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
Москва и Московская область	10	10	10	10	12	20	30	40	2	10	20	30	-	5	10	20
Ростов и ростовская область	5	5	5	5	6	10	15	20	1	5	10	15	-	3	5	10
Волгоградская область	5	5	5	5	6	10	15	20	1	5	10	15	-	2	5	10
Ленинградская область	3	3	3	3	3	5	8	10	-	3	5	8	-	1	3	5
Ставропольский край	2	2	2	2	3	5	7	10	1	2	5	7	-	1	2	5
Тульская область	3	3	3	3	3	5	8	10	-	3	5	8	-	1	3	5
Камчатский край	2	2	2	2	3	5	7	10	1	2	5	7	-	1	2	5
Другие регионы	20	20	20	20	24	40	60	80	4	20	40	60	-	11	20	40
Всего	50	50	50	50	60	100	150	200	10	50	100	150	-	25	50	100

Объемы производства и реализации электрической техники 1999-2002 г.г.

Таблица 5

Наименование продукции	Цена за единицу, руб.	1999 г.		2000 г.		2001 г.		2002 г.	
		количество	Сумма, тыс. руб.	количество	Сумма, тыс. руб.	количество	Сумма, тыс. руб.	количество	Сумма, тыс. руб.
ТДМ-20-01	4166.6	50	208.3	50	208.3	50	208.3	50	208.3
ТДМ-30-00	5555.5	10	55.5	50	277.7	100	555.5	150	833.3
ТДМ-30-26	13888.8	10	138.8	50	694.4	100	1388.8	150	2283.3
ТДМ-50-02	15277.7	-	-	25	381.9	50	763.8	100	1527.7
Всего выручка по годам	-		402.7		1562.5		2916.6		4708.3

Структура трудоемкости производства электрической техники, %

Таблица 6

Вид работ	ТДМ-20-01	ТДМ-30-00	ТДМ-30-26	ТДМ-50-02
Раскрой металла	7,24	7,24	3	3

Намотка	15,45	15,45	15,70	15,70
Штамповка	33,31	33,31	35,20	35,20
Сварка	27	27	25,12	25,12
Краска	12,5	12,5	12	12
Электрические измерения	2,5	2,5	4	4
Упаковка	2,0	2,0	4,0	4,0
Всего	100	100	100	100

Необходимые средства для технической подготовки и развития производства

Таблица 7

Статья затрат	Кол-во оборудования, ед.	Сумма затрат, тыс. руб.	Поставщик (города)
Сборочный конвейер	1	14,00	Московская область
Штамповое оборудование	27	5,44	Волгоград, Тюмень
обмоточное оборудование	53	17,37	Ростов Н/Д, Псков
Электроизмерительные приборы	157	11,19	Псков, Ярославль
Приобретение специнструмента	253	9,17	
НИОКР		0,89	
Технологическая подготовка		2,33	
Затраты на реконструкцию		60,78	
Всего		121,18	

Потребность в материалах и комплектующих изделиях

Таблица 8

Наименование материалов	1999 г.		2000 г.		2001 г.		2002 г.		Поставщик и (города)
	В натуральном выражении	Сумма, тыс. руб.	В натуральном выражении	Сумма, тыс. руб.	В натуральном выражении	Сумма, тыс. руб.	В натуральном выражении	Сумма, тыс. руб.	
Материалы - всего, в т.ч.		58,27		203,12		370,60		1066,32	
Металлопрокат	4,10	29,61	66,80	96,52	29,79	215,16	264,40	687,42	Челябинск, Кузбасс
Электрический провод	0,02	1,71	0,05	3,89	0,09	6,61	0,12	16,80	Волгоград, Ростов Н/Д
Краска	0,04	2,18	0,50	27,29	1	54,58	1,6	157,20	Пятигорск, Краснодар, Санкт-Петербург
Масло трансформаторное	50	0,69	50	0,69	50	0,69	50	1,25	Волгоград
Пластик полимерный	0,01	0,25	0,05	1,25	0,07	1,75	0,12	5,40	Красноярск, Невинномысск
Пластмасса	22	1,53	110	7,64	220	15,28	330	41,25	Красноярск, Невинномысск
Графит электротехнический	2,75	14,60	2,75	49,58	2,75	49,58	2,75	89,25	Волгоград, Кузбасс
Лента изоляционная	25	0,69	25	0,69	25	0,69	25	1,25	Красноярск, Невинномысск
Медь	72	7,00	160	15,56	270	26,25	380	66,50	Ростов Н/Д
Покупные комплектующие изделия – всего, в т.ч.		8,44		61,22		105,56		304	
Электродетали	80	3,78	500	23,61	1000	47,22	1600	75,56	Псков, Ярославль
Изоляторы	80	3,56	500	22,22	1000	44,44	1600	71,11	Псков, Волгоград
Прочие	80	1,11	50	15,39	1000	13,89	1600	22,22	Ярославль, Московская область
Всего		66,72		264,34		476,16		761,29	

Затраты на производство электрической техники

Таблица 9

Статья затрат	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Основные материалы	58,27	203,12	370,60	592,40
Покупные компл. Изделия	8,44	61,22	105,56	168,89
Трансп.-заготов. Расходы	3,74	14,29	26,54	42,50
Зар.плата производственных рабочих	38,06	152,10	284,76	457,01
Премии производственным рабочим	17,13	68,44	128,11	205,66
Отчисления на соц.нужды производств.работчи х	21,25	84,93	158,97	255,13
Износ специнструмента	5,52	22,06	41,29	66,27
Общепроизводствен ные расходы	101,93	380,28	626,39	868,47
Общехозяйственные расходы	8,43	30,42	56,94	91,39
Производственная себестоимость	262,77	1016,85	1799,18	2747,71
Коммерческие расходы	3,16	15,26	35,98	68,69
Полная себестоимость объема производства тов.продукции	265,92	1032,10	1835,17	2816,41
Прибыль	66,48	258,03	458,79	704,10
Объем производства в оптовых ценах	332,40	1290,13	2293,96	3520,51
Объем производства в свободных отпускных ценах	402,78	1562,50	2916,67	4652,78

Калькуляция к проекту свободной отпускной цены на предлагаемые модели электрической техники, тыс. руб.⁹

Таблица 10

Статья затрат	1999 г.				2002 г.			
	ТДМ-20-	ТДМ-30-	ТДМ-30-	ТДМ –	ТДМ-	ТДМ	ТДМ-	ТДМ-
Материалы основные	712,7778	1144,444	1118,889	2172,778	712,7778	1144,444	1118,889	2172,778
Покупные комплектующие изделия		422,2222	422,2222	422,2222		422,2222	422,2222	422,2222
Транс.-заготов.расходы	40,55556	87,77778	83,33333	148,3333	40,55556	87,77778	83,33333	148,3333
Зар.плата произв.рабочих	388,8889	388,8889	1472,222	1583,333	388,8889	388,8889	1472,222	1583,333
Премии	175	175	662,7778	712,7778	175	175	662,7778	712,7778
Отчисления на социальные	217,2222	217,2222	822,2222	884,4444	217,2222	217,2222	822,2222	884,4444
Износ специнструмента	56,66667	56,66667	213,8889	230	56,66667	56,66667	213,8889	230
Общепроизв.и	1127,778	1127,778	4269,444	4593,889	816,6667	816,6667	3091,667	3326,111
Производственная	2718,889	3620	9063,889	10747,78	2407,5	3308,611	7886,111	9479,722
Коммерческие расходы	32,77778	43,33333	108,8889	161,1111	60,27778	82,77778	197,2222	236,9444
Полная себестоимость	2751,111	3663,333	9172,778	10908,61	2467,778	3391,389	8083,333	9716,667
Прибыль	687,7778	916,1111	2376,389	2727,222	971,1111	1187,5	3465,833	3919,167
Оптовая цена	3438,889	4578,889	11549,17	13635,83	3438,889	4578,889	11549,17	13635,83
Свободная отпускная цена	4166,667	5555,556	13888,89	15277,78	4166,667	5555,556	13888,89	15277,78
Рентабельность, %	25	25	25	25	39	35	43	40

Потребность в инвестициях по годам планируемого периода, тыс. руб.

⁹ В связи с увеличением объема производства планируется снижение себестоимости к 2002 году по видам электрической техники от 9 до 12.5 %.

Таблица 11

Направления инвестиций	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	Итого инвестиц ий	Структур а, %
Общая потребность в инвестициях, всего, в т.ч.	271,27	137,83	170,83	129,17	709,11	55,56
Приобретение не стандартизированно го оборудования	19,44	0,00	0,00	0,00	19,44	1,50
Приобретение оснастки и спец инструмента	38,48	0,00	0,00	0,00	37,72	2,94
НИОКР	0,89	0,00	0,69	0,69	2,28	0,17
Технологическая подготовка производства	2,33	0,00	0,69	0,69	3,72	0,28
Реконструкция производства	57,44	0,00	0,00	0,00	60,78	4,83
Пополнение оборотных средств	146,94	136,25	166,67	125,00	574,86	45,06
Проведение маркетинга	1,69	0,83	1,39	1,39	5,31	0,39
Неучтенные расходы	1,41	0,75	1,39	1,39	4,94	0,39

Источники финансирования, тыс. руб.**Таблица 12**

Источники финансирования	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	Итого
Инвестиционный кредит	222,22	0,00	0,00	0,00	222,22
Прибыль от производства электрической техники	33,44	110,03	149,17	107,50	400,14
Амортизация	15,61	21,67	21,67	21,67	80,61
Переходящий остаток прибыли	0,00	1,00	2,00	3,00	4,00
Всего инвестиций	271,28	137,83	170,83	129,17	709,11

План доходов и расходов, тыс. руб.**Таблица 13**

Наименование показателя	1999 г.				2000 г.				2001 г.		г.
	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 п\г	2 п\г	год	
Выручка от реализации	47,36111	116,3333	166,1944	190,3611	258,0278	405,9444	435,7778	917,6111	1376,389	3520,5	
Затраты на производство реализованной продукции	60,69444	91,16667	114,0278	152,2778	206,4167	324,75	348,6111	734,0556	1101,111	2814,222	
Налоги, включаемые в себестоимость	1,572222	3,527778	4,977778	5,588889	7,572222	11,93333	12,80556	26,65	39,97222	101,3333	
Валовая прибыль	-10,8333	25,16667	52,16667	38,08333	51,61111	81,19444	87,16667	183,5278	275,2778	704,1111	
Налоги на прибыль	1,583333	3,583333	5,083333	5,166667	6,861111	10,61111	11,36111	22,05556	32,61111	78,91667	
Чистая прибыль	-12,4167	19,91667	47,08333	32,91667	44,75	75,80556	75,80556	161,4722	242,6667	625,1667	

**Баланс денежных расходов и поступлений по производству
электрической техники, тыс. руб.¹⁰**

Таблица 14

Статья затрат	1999 г.			2000 г.				2001 г.		2002 г.
	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 п/г	2 п/г	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Денежная наличность н/н периода	0,00	-8,39	-2,72	4,94	0,39	0,56	0,17	0,39	1,17	87,44
Приток наличности всего	270,06	119,86	171,22	195,78	263,44	411,36	441,19	928,42	1387,22	3542,17
В том числе: Выручка от реализации	49,86	116,33	166,19	190,36	258,03	405,94	435,78	917,58	1375,28	3520,50
Инвестиционный кредит	222,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Амортизация	3,53	3,53	5,03	5,42	5,42	5,42	5,42	10,83	10,83	21,67
Отток наличности всего	284,00	114,19	163,56	200,33	263,28	411,75	440,97	927,64	1300,94	3088,94
В том числе: Производственные издержки	60,69	91,17	114,03	152,28	206,42	324,75	348,61	734,06	1101,11	316,42
Инвестиционные издержки	122,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Покупка оборудования, оснастки	57,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Реконструкция производства	60,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прочие инвестиционные издержки	4,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пополнение оборотного капитала	99,72	19,44	27,78	30,69	44,44	33,33	277,78	69,44	97,22	125,00
Проценты по инвестиционному кредиту	0,00	0,00	16,67	5,56	5,56	5,56	4,61	6,81	3,33	0,00
Возврат инвестиционного кредита	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37,50	48,61	69,44	66,67	0,00
Гарантированный доход инвестора	0,00	0,00	0,00	6,64	0,00	0,00	0,00	25,83	0,00	68,61
Налоги из прибыли	1,58	3,58	5,08	5,17	6,86	10,61	11,36	7,61	38,17	78,92
Денежная наличность на конец периода	-8,39	-2,72	4,94	0,39	0,56	0,17	0,39	1,17	87,44	540,67

¹⁰ Расчеты выполнены в неизменных ценах по состоянию на 14 декабря 1998 г.

Потребность в оборотном капитале, тыс. руб.

Таблица 15

Элементы оборотного капитала	Годы			
	1999	2000	2001	2002
Текущие активы- <i>всего</i> , в т.ч.	199,8611	433,3056	778,0833	1207,694
Сырье и материалы	8,805556	34,83333	62,83333	100,4722
Готовая продукция	11,08333	43	76,44444	117,3333
Дебиторская задолженность	132,9444	258,0278	458,7778	704,1111
Денежные средства	40,13889	71,66667	134,1667	215,3611
Незавершенное производство	6,888889	25,77778	45,86111	70,41667
Текущие пассивы- <i>всего</i> , в т.ч.	52,91667	150,1111	328,2222	632,8333
Кредиторская задолженность	52,91667	150,1111	328,2222	632,8333
Оборотный капитал- <i>всего</i>	146,9444	283,1944	449,8611	574,8611
Изменение оборотного капитала	146,9444	136,25	166,6667	125
Коэффициент оборачиваемости	2,26	4,56	5,1	6,12

Отчет по прибыли, тыс. руб.

Таблица 16

Наименование показателя	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
Валовая прибыль	66,5	258,0556	458,8056	704,0833
Налоги из прибыли	10,25	34	54,66667	78,91667
Чистая прибыль	56,25	224,0556	404,1389	625,1667
Возврат кредита и проценты	16,66667	107,3889	1460,139	0
Прибыль, направленная на развитие производства	33,43889	110,0278	149,1667	107,5
Распределяемая прибыль	6,144444	6,638889	108,7222	517,6667
То же, нарастающим итогом	0	6,638889	115,3611	633,0278
Дивиденды - <i>всего</i>	0	6,638889	86,11111	228,6944
То же, нарастающим итогом	0	6,638889	106,6389	321,4444
В том числе: Дивиденды инвестору (гарантированные)	0	6,638889	25,83333	68,61111
То же, нарастающим итогом	0	6,638889	32,47222	101,0833
Остаток прибыли	6,144444	0	22,61111	288,9722

График погашения инвестиционного кредита

Таблица 17

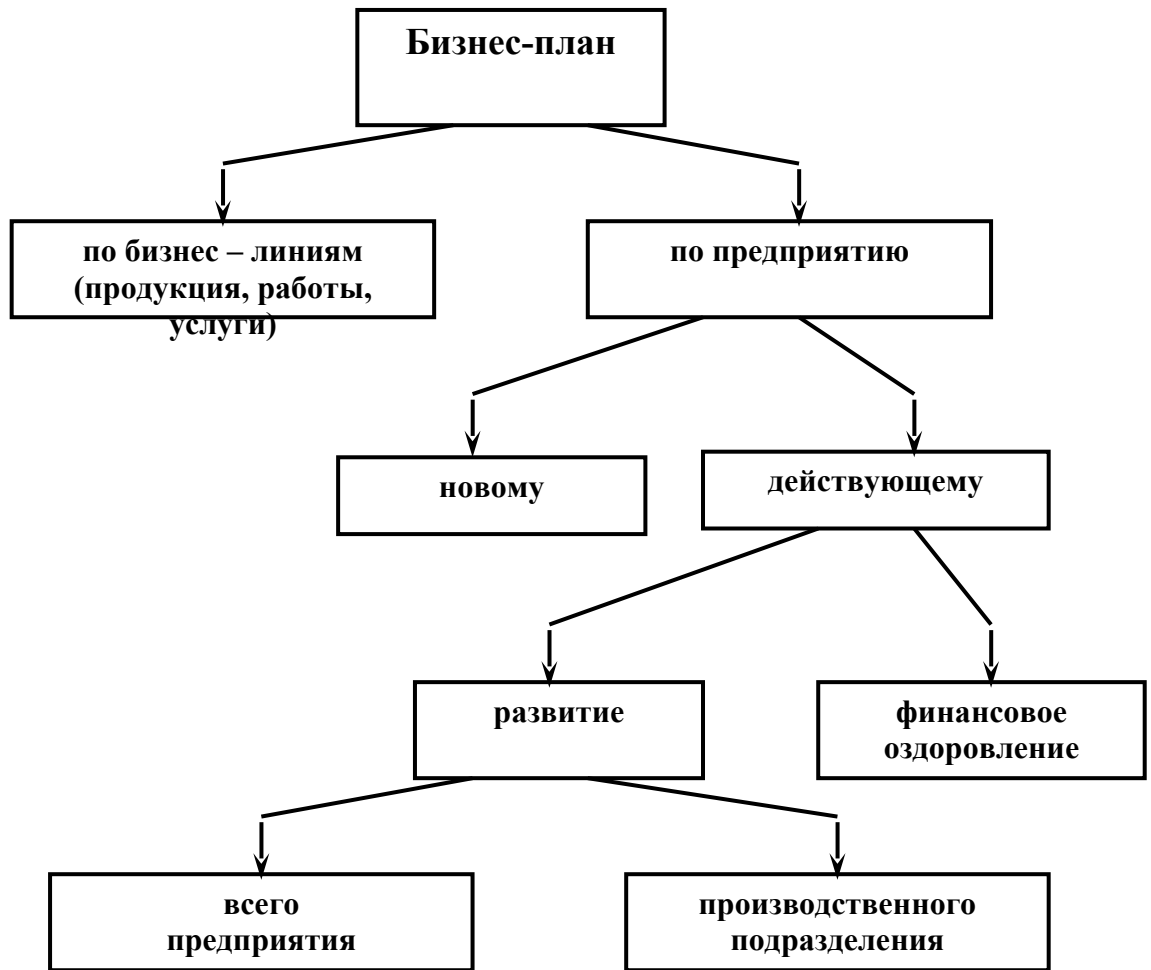
Наименование показателя	1999 г.			2000 г.				2001 г.		2002 г.	Всего
	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 п/г	2 п/г		
Проценты за кредит	0,00	0,00	16,6 7	5,56	5,56	5,56	4,61	6,81	3,33	0,00	38,14
Возврат основного долга	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37,5 0	48,61	69,44	66,67	0,00	222,22
Всего	0,00	0,00	16,6 7	5,56	5,56	43,0 6	53,22	76,25	70,00	0,00	270,31

Расчет безубыточности и запаса финансовой прочности

Таблица 18

Наименование показателя	1999 г.	2002 г.
Объем продаж, тыс. руб.	402,78	4652,78
Условно - постоянные расходы, тыс. руб.	113,53	1028,56
Удельный вес условно - постоянных расходов в объеме продаж, %	21,00	21,33
Точка безубыточности, тыс. руб.	182,50	1669,72
Запас финансовой прочности, тыс. руб.	220,28	2983,06

Схема №1.



Список литературы:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
2. Деловое планирование (Методы. Организация. Современная практика): Учеб. пособие / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 368 с.
3. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план, Учебно-практическое пособие. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998. – 96 с.
4. Стратегическое планирование / Под ред. Уткина Э.А. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998. – 440 с.
5. Уткин Э.А., Кочетова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. – М.: АКАЛИС, 1996. – 175 с.
6. Э.А. Уткин. «Профессия - менеджер», Экономика, 1992г., 181 стр.
7. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент. Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 447 с.
8. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. Г.Б. Полякова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 518 с.
9. Финансы в управлении предприятием/ Под ред. А.М. Ковалевой – М.: Финансы и статистика, 1995. – 160 с.
10. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.; ИНФРА-М, 1997. – 343 с.
11. Экономика: Учебник/ Под ред. доц. А.С. Булатова. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство БЕК, 1997. – 816 с.
12. В.А. Трубицын «Успех и Бизнес – план», Ставрополь, 1997г., 175стр.
13. В.М. Маидрица «Руководителю», Ставрополь, 1989г., 149стр.
14. Н.Г. Любимова «Менеджмент – путь к успеху», Агропромиздат, 1992г. 57с.
15. О.В. Резиченко «Государственное предприятие», Политиздат Украины, 1989г., 144стр.