

## **Содержание:**

# **Введение**

В настоящее время, в условиях экономического спада, связанного с введением санкций против РФ, со стороны Евросоюза и США, остро встает вопрос по импортозамещению товаров не отечественного производства.

С целью насыщения рынка товарами отечественного производства необходимо больше уделять внимание развитию малого и среднего бизнеса, знание современных приемов и методов планирования (бизнес-планирования), позволяет разрабатывать эффективную стратегию и тактику функционирования предприятия, выявлять неиспользованные резервы повышения эффективности производства и реализовывать их в практической деятельности.

Актуальность темы курсовой работы состоит в том, что в условиях экономического спада, бизнес-планы нужны на открытие любого нового проекта или своего дела всем производителям и предпринимателям, поэтому сам превращается в своеобразный товар, продвижение которого в окружающую предприятие внешнюю банковско-кредитную или финансово-инвестиционную среду должно принести максимальный доход разработчикам нового проекта.

Бизнес-план является традиционным для рыночной экономики документом, без которого в сфере бизнеса не предпринимаются никакие сколько-нибудь серьезные действия.

Таким образом, бизнес-план предполагает оценку собственной предпринимательской деятельности фирмы и целевую оценку конъюнктуры рынка, является программой действий предпринимателя, необходимым рабочим инструментом проектно-инвестиционных решений и внутрифирменного планирования, используемым во всех сферах предпринимательства. Он актуален как для вновь создаваемых, так и для действующих фирм.

Целью курсовой работы является разработка бизнес-плана конкретного предприятия.

Объект исследования - Магазин «Нашенский-1» ИП Бубякин С.С.

Предмет исследования – Методика бизнес-планирования инвестиционных проектов».

Теоретическими основами выполнения работы послужили работы таких авторов как: Алексеевой М.М., Алиева, В.С., Баринаева В.А., Бухалкова М.И., Бринк И.Ю., Савельева Н.А, Бокун И.А., Темичева А.М., Бутова В.П., Морощкина В.А., Новикова О.К., Горбунова В.Л. , Лосева В. И др.

Работа выполнена с помощью следующих методов: теоретический, аналитический, графический, статистический.

## **1. Организация бизнес-планирования инвестиционного проекта**

### **1.1 Роль инвестиционной деятельности современного предприятия**

Инвестиции играют существенную роль в функционировании и развитии экономики. Изменения в количественных соотношениях инвестиций оказывают воздействие на объем общественного производства и занятости, структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства.

Обеспечивая накопление фондов предприятий, производственного потенциала, инвестиции непосредственно влияют на текущие и перспективные результаты хозяйственной деятельности. При этом инвестирование должно осуществляться в эффективных формах, поскольку вложение средств в морально устаревшие средства производства, технологии не будет иметь положительного экономического эффекта. Нерациональное использование инвестиций влечет за собой замораживание ресурсов и вследствие этого сокращение объемов производимой продукции. Таким образом, эффективность использования инвестиций имеет важное значение для экономики: увеличение масштабов инвестирования без достижения определенного уровня его эффективности не ведет к стабильному экономическому росту.[\[1\]](#)

Инвестиции находятся в определенной зависимости от фактора экономического роста, для выяснения которой следует предварительно определить понятия

валовых и чистых инвестиций.

Валовые инвестиции выступают как совокупный объем инвестиций, направленных на приобретение средств производства, новое строительство, прирост товарно-материальных запасов в течение определенного периода. Чистые инвестиции отражают объем валовых инвестиций, уменьшенный на величину амортизационных отчислений.

Динамика показателя чистых инвестиций является индикатором состояния экономики: величина чистых инвестиций (при данном уровне эффективности их использования) показывает, в какой фазе развития находится экономика страны. Если объем валовых инвестиций превышает объем амортизационных отчислений и, следовательно, чистые инвестиции представляют собой положительную величину, прирост производственного потенциала обеспечивает расширенное воспроизводство, экономика находится в стадии восхождения, растущая деловой активности.

Сокращение инвестиций вызывает уменьшение производственного потенциала и, как следствие, экономический спад.

Инвестиции являются ключевой экономической категорией и играют исключительно важную роль, как на макро- так и на микроуровне в системе товарно-денежных отношений.

Инвестиционная политика, которой придерживается государство имеет огромное влияние на развитие капиталовложений в стране, как частных, так и государственных. Именно она формирует так называемый инвестиционный климат страны, поэтому правительство России оказывает ей огромное внимание, однако на данный момент инвестиционная политика нашего государства ещё слаба, что обусловлено в основном незащищённостью расходов бюджета на инвестиционные цели.

Инвестиции на макроуровне призваны обеспечить:

- осуществление политики расширенного воспроизводства и ускорение научно-технического прогресса;
- реформирование отраслевой структуры общественного производства и сбалансированное развитие как отраслей, производящих продукцию, так и сырьевых отраслей;
- повышение качества продукции;

- улучшение структуры внешнеторговых операций;
- решение социальных и экологических проблем;
- решение проблем обеспечения обороноспособности страны и др.

Таким образом, инвестиции как экономическая категория выполняют важные функции роста отечественной экономики. В макроэкономическом масштабе сегодняшние инвестиции закладывают основы завтрашнего роста производительности труда и более высокого благосостояния населения.

В микроэкономическом масштабе инвестиции необходимы в первую очередь для обеспечения нормального функционирования предприятия в будущем. Они необходимы для того, чтобы обеспечить:

- расширение производства;
- предотвращение морального и физического износа основных фондов и повышение технического уровня производства;
- повышение качества продукции предприятия;
- осуществление мероприятий по охране окружающей среды;
- достижение других целей предприятия.

Существует множество методов государственного регулирования инвестиционной деятельности. В обобщенном и систематизированном виде основные методы представлены ниже и дана характеристика основных форм государственного регулирования инвестиционной деятельности.[\[2\]](#)

Правовую основу государственной поддержки инвестиционной деятельности на территории Владимирской области составляют Конституция Российской Федерации, федеральные законы в области регулирования инвестиционной деятельности, Устав Владимирской области, нормативно – правовые акты.

Для стабилизации экономики и активизации инвестиционного климата требуется принятие ряда кардинальных мер, направленных на формирование в стране как общих условий развития цивилизованных рыночных отношений, так и специфических, относящихся непосредственно к решению задачи привлечения инвестиций.

## **1.2 Назначение, виды и структура типового бизнес-плана инвестиционного проекта**

В условиях рынка с его жесткой конкуренцией, планирование хозяйственно-производственной деятельности является важнейшим, если не главным условием их выживаемости, экономического роста и процветания.

На предприятиях РФ, применяется стратегическое, долгосрочное, краткосрочное, а также текущее планирование.

Особое значение придается бизнес-плану, который представляет собой документ, содержащий обоснование действий, с целью осуществления реализации какого-либо коммерческого проекта или создания нового предприятия.

Бизнес-план это главный документ, на основании которого свою идею с помощью инвестиций можно воплотить в жизнь. Другими словами, выживание компании в условиях жесткой конкуренции возможно лишь путем постоянного совершенствования ее деятельности. Грамотное проведение модернизации, расширения бизнеса, внедрения новых производственных технологий или открытия нового направления деятельности базируется на разработке бизнес проекта, экономическая целесообразность которого излагается в бизнес-плане.

Бизнес-план - это документ, определяющий цели бизнеса и стратегию их достижения. В нем представлена хорошо структурированная и тщательно продуманная система данных о целях и перспективах развития фирмы, рассматриваемого проекта.

В бизнес-план предприятия вносятся также реальные и конкретные задачи и цели, которые необходимо выполнить к определенному сроку, то есть та реальная "планка", достичь которую предприятие должно при прошествии указанного времени. Бизнес-план содержит указания на ценности предприятия, особенности его политики. Сюда же включаются правила, принципы, способствующие продвижению предприятия в будущем, достижению заявленных целей.[\[3\]](#)

Составление бизнес-плана предприятий, работающих в сфере обслуживания (бизнес-план ресторана, развлекательного центра, магазина) обязательно должно включать всесторонний анализ потребительской аудитории, её количество, платежеспособность, основную возрастную группу, модные течения и тенденции. Бизнес-план каждого отдельного предприятия, ресторана, торгово-развлекательного центра должен предоставить полноценные маркетинговые исследования, включающие информацию, полученную от представительной совокупности граждан, проживающих в выбранном регионе. Бизнес-план предприятия, представляющего сферу обслуживания или ресторана,

развлекательного центра зависит от изменчивого и плохо поддающегося прогнозированию человеческого фактора. В том числе, бизнес-план ресторана или развлекательно центра должен учитывать и гибко изменяться под влиянием модных тенденций, сохраняя при этом свои цели и задачи.

Наиболее активно бизнес-план используется при поиске инвесторов: новых акционеров, кредиторов, спонсорских вложений, он помогает крупным предприятиям, которые собираются расширить дело, купив пакет акций или организовав новую организационно-производственную структуру.

Каждая задача может быть решена только во взаимосвязи с другими. Основной центр бизнес-плана - концентрирование финансовых ресурсов для решения стратегических задач. Процесс составления бизнес-плана позволяет тщательно проанализировать начатое дело во всех деталях. Бизнес-план служит основой бизнес-предложения при переговорах с будущими партнерами; он играет важную роль при приглашении на работу основного персонала предприятия.

Цели определяются тем перечнем проблем, которые призван решать бизнес-план, и должны быть ясно и кратко сформулированы. В качестве целей могут выступать, привлечение финансовых средств для запуска в производство технологически новой продукции, увеличение доли потребителей товаров компании среди участников рынка за счет привлечения новых групп покупателей.

Основные виды бизнес-планов:

1. По целям разработки - бизнес-планы, предназначенные для:

получения внешнего финансирования;

выработки стратегии развития;

планирования деятельности предприятия.

2. По используемым методикам - бизнес-планы, подготовленные с использованием различных методик:

международных;

российских;

западных.

3. По объекту планирования - в бизнес-плане может планироваться деятельность следующих субъектов:

- инвестиционного проекта;
- предприятия;
- группы предприятия;
- бизнес-единицы (направления бизнеса).[\[4\]](#)

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.

Назначение бизнес-плана инвестиционного проекта состоит в том, чтобы помочь предпринимателям и экономистам решить четыре основные задачи:

1. Изучить емкость и перспективы будущего рынка сбыта.
2. Оценить затраты необходимые для изготовления и сбыта продукции, и соизмерить их с ценами, по которым можно будет продавать свои товары, чтобы определить потенциальную прибыльность.
3. Обнаружить "подводные камни", подстерегающие новое дело в первые годы его существования.
4. Определить те показатели, по которым можно будут регулярно определять - идет ли дело на подъем или к развалу.

Таким образом, разрабатываемый бизнес-план должен удовлетворить требования конкретных организаций и людей, к которым Вы обращаетесь за финансовой поддержкой.

Упрощенная схема бизнес-плана изображена на рисунке 1.

## **РЕЗЮМЕ**

### **Общая характеристика предприятия**

### **Анализ рынка и основных конкурентов**

### **План маркетинговой деятельности**

## **Организационный план**

### **План по рискам**

## **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

Рисунок 1. Структура бизнес плана.

В соответствии с этими стандартами структура бизнес-плана должна включать в себя следующие разделы:

Резюме

Описание предприятия и отрасли

Описание продукции (услуг)

Маркетинг и сбыт продукции (услуг)

Производственный план

Организационный план

Финансовый план

Направленность и эффективность проекта

Риски и гарантии

Приложения

Предлагаемая структура достаточно универсальна и может быть применима к любому проекту - как для внутреннего развития, так и для привлечения инвесторов.[\[5\]](#)

## **1.3 Разработка бизнес-плана как проектная деятельность**

При разработке проектов в каждой конкретной отрасли могут вноситься дополнительные разделы бизнес-плана, отражающие специфику отрасли и конкретного проекта.



Если бизнес начинается впервые, то в план включаются лишь расчётные показатели. Если бизнес уже существует определённое время, то в план включаются отчётные данные за предшествующий год, с которыми сравниваются планируемые показатели на текущий год.

Бизнес-план для организаций с крупным инвестиционным проектом, требующим внешнего финансирования, - это наиболее сложный вид бизнес-плана. Первое место здесь занимают показатели, характеризующие инвестиционный проект. Затем излагаются обычные разделы бизнес-плана, увязанные с инвестиционным проектом.

Бизнес-план для непроизводственных организаций отличается тем, что вместо развёрнутого плана производства в нём кратко излагается планируемый перечень услуг (работ), которые будут предоставляться.

На первом месте здесь - описание условий предоставления услуг (выполнения работ), наличие лицензий, разрешений, сертификатов, обеспечение прав потребителей.

Любой вид предпринимательской деятельности и последующая разработка бизнес-плана задуманного проекта обычно начинается с новой идеи. Без хорошей идеи бизнес невозможен. [\[6\]](#)

Деятельность предпринимателя по отбору и реализации бизнес-идей технологически проходит в общем 4 укрупненных фазы (таблица 1).

Таблица 1. Фазы отбора, оценки и реализации предпринимательских идей в бизнес-плане

| №<br>п/п | Наименование фазы                           | Основное содержание   |
|----------|---|---|
| 1.       | Поиск новой идеи и факторы ее возникновения | Мотивы, состояние рынка, достижения науки и техники, не осознанный и неудовлетворенный спрос и т.п. |

|    |   |  |
|----|---|--|
| 2. | Анализ потенциальной и реальной ценности идеи | Выявление необходимых условий и наличия технических, экономических и социальных возможностей реализации идеи (потребность в начальном капитале, норма прибыли, срок окупаемости, основные показатели производства, цель) |
| 3. | Оценка риска                                  | Виды рисков, источники их возникновения и меры по минимизации риска банкротства и финансовых потерь  |
| 4. | Разработка бизнес-плана проекта               | План действий по реализации цели: выбор техники технологии, обеспечения ресурсами, управление процессом и т.д.   |

Предприятие в данном случае выступает в виде системы и понимается как:

- Производитель товаров (работ, услуг) для обеспечения рынка;
- Социальная организация, в которой сотрудники могут проявлять и развивать свои способности и удовлетворять потребности;
- Конкурент другим товаропроизводителям;
- Социальная единица, учитывающая интересы всего общества;
- Часть рыночной многоукладной экономики.

Работа по составлению отчета проекта (бизнес-плана) для предоставления его заинтересованным сторонам.

Данная работа возможна при наличии исходной информации у Заказчика или при наличии возможности взять эту информацию у специалистов Заказчика или из открытых источников.

В этом случае работа над проектом проходит следующие стадии:

- Создание модели проекта - визуальное представление товарных, денежных, информационных потоков.

- Сбор конкретной информации для разработки инвестиционного, организационного, операционного и маркетингового планов.
- Предварительный расчет проекта для определения необходимого уровня финансирования проекта.
- Разработка финансового плана проекта.
- Оптимизация начальной модели проекта (коррекция планов)
- Принятие исходной расчетной модели проекта.
- Окончательный расчет проекта.
- Анализ проекта (необходимые виды анализа).
- Оформление отчета.
- Вычитка отчета Заказчиком.
- Окончательное оформление отчета.
- Предоставление отчета Заказчику в двух экземплярах (один переплетенный, другой нет) и в электронном виде - запись отчетных и проектных данных на CD диск.

Заклучив контракт на разработку бизнес-плана, получите возможность:

- провести всесторонний анализ бизнес-идеи на предмет ее осуществимости;
- разработать календарный график реализации проекта (работ и денежных потоков);
- выявить факторы успеха и необходимые мероприятия по снижению потенциальных рисков;
- рассчитать интересующие вас и потенциального инвестора показатели проекта при различных сценариях его реализации.

Риск - признак недоработок и недостаточно тщательного анализа деятельности предприятия, поэтому целью разработки любой программы управления рисками является обеспечение успешного функционирования фирмы в условиях риска, а также избежания возможных критических ситуаций. Необходимо предусмотреть всевозможные риски и предвидеть любой исход ситуации.

Следует учитывать следующие виды рисков:

- производственные, связанные с различными нарушениями в процессе деятельности центра;
- коммерческие, связанные с реализацией услуг 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);

## **Таким образом, на основании выше изложенных материалов, можно сделать следующие выводы:**

Бизнес-план – подробный, четко структурированный и тщательно подготовленный документ, описывающий, к чему стремится организация, как она предполагает добиться поставленных целей, и как будет выглядеть после их достижения.

Бизнес-план является основой работы любого предприятия или организации, а также помогает внедрить на рынок спроса определённые товары или услуги и оценить их экономическую выгоду.

Наряду с имущественным обеспечением, входит в минимум гарантий для привлечения инвестиций.

Необходимость разработки и написания бизнес-плана обусловлена следующими основными причинами:

1. Процесс составления бизнес-плана и формулирование замысла заставляет объективно, критически и беспристрастно оценить деловой проект в целом.
2. В законченном виде бизнес-план представляет собой руководящий документ, обеспечивающий, при надлежащем использовании, эффективность управления и функционирования предприятия (организации).
3. Оформленный бизнес-план позволяет тем, кто знакомится с ним, понять ваш замысел и служит основой привлечения финансовых ресурсов.

## **2. Анализ бизнес - планирования в организации**

### **2.1 Общая характеристика организации**

Магазин «Нашенский-1» ИП Бубякин Сергей Семенович – Торговое предприятие средних размеров, организовано в 2010 году в город Гусь-Хрустальный, Владимирской области, ул. Окружная, 8а

Основным видом деятельности является розничная торговля товарами широкого потребления.

Виды коммерческой деятельности

Более 30% реализации составляют санитарная техника: - смесители;

-раковины, ванны, душевые, унитазы и др.:

15% -электротовары;

15% - хозяйственные товары,

15% - садово-огородный инвентарь,

5%-средства личной гигиены.

20% - прочая продукция.

Основная функция магазина «Нашенский-1» ИП Бубякин - это продажа товаров потребителям, которая сопровождается превращением товарной формы стоимости в денежную.

Для реализации основной функции магазин выполняет множество сопутствующих функций:

- изучает спрос потребителей;

- заключает договоры на поставку товаров;

- организует доставку товаров из мест их производства в места потребления;

- обеспечивает хранение товаров, формирует товарный ассортимент и др.

Целью деятельности предприятия является максимизация прибыли и минимизация издержек. Эти основные показатели имеют преобладающее значение, но движение в заданном направлении на каждом этапе развития обусловлено временными целями:

- завоевание определенной доли рынка;
- создание благоприятного впечатления у населения о предприятии;
- формирование постоянного контингента покупателей;
- создание деловой репутации надежного партнера в глазах производителей.

Таблица 2. Основные показатели деятельности магазина «Нашенский-1» за 2013-2015 год:

| Показатели  | Показатели по годам |       |       | Отклонение |           |
|---|---------------------|-------|-------|------------|-----------|
|   | 2013                | 2014  | 2015  | 2014к2013  | 2015к2014 |
| 1. Розничный товарооборот, в сопоставимых ценах , тыс. руб. | 26585               | 22053 | 21466 | -4532      | -587      |
| 2. Прибыль, тыс. руб.                                       | 3860                | 2225  | 2205  | -1635      | -20       |
| 3.Издержки обращения, тыс. руб.                             | 22725               | 19828 | 19261 | -2897      | -567      |
| 4.Рентабельность продаж                                     | 14,5                | 10,1  | 10,3  | -4,4       | +0,2      |
| 5.Среднесписочная численность работников, чел.              | 9                   | 9     | 9     | -          | -         |
| 6. Среднегодовая зарплата, тыс. руб.                        | 223                 | 285   | 292   | +62        | +7        |

Из таблицы 2 видно, что имеется тенденция к снижению показателей объема продаж в сопоставимых ценах (2013 года) и прибыли, причина в снижении покупательной способности населения города, в связи с финансовым кризисом с стране.

Для любого предприятия неотъемлемой частью является работа с поставщиками. Правильный выбор поставщиков товаров является одним из главных критериев на пути достижения наилучших финансовых результатов деятельности. Главными крупнейшими поставщиками являются:

- Компания «Мастер+», Москва.
- Организация ООО «Садовод», Москва
- ИП «Шарипов А.А», Владимир
- ИП Морозов С.И., Владимир

У данных поставщиков Магазин «Нашенский-1» закупает санитарную технику, хозяйственные товары, садовый инвентарь сопутствующие товары, комплектующие и др.

Данные поставщики отличаются тем, что поставляют качественную продукцию иностранных поставщиков, которая имеет соответствующие сертификаты и гигиенические заключения, по вполне приемлемым ценам. Поэтому, как уже было сказано ранее, Магазин «Нашенский-1» пытается поддерживать с ними долгосрочные отношения.

Договора поставки заключаются в соответствии с требованиями составления и заключения заинтересованных сторон.

Договор поставки является двусторонним, поэтому и поставщик, и покупатель имеют обязательства по его исполнению.

Договор поставки исполняется, как правило, по частям, так как носит длительный характер, поэтому момент исполнения касается той части поставки, которая должна быть исполнена в соответствующий период. Исполнение всего договора в целом складывается из надлежащего исполнения отдельных периодов поставки.

Основным источником правового регулирования отношений, связанных с куплей-продажей, является ГК РФ и прежде всего глава 30 (ст. 454-566 ГК РФ).

Внутренний рынок носит динамичный не устойчивый характер за последние два года, т.к. в связи со сложным финансовым положением в стране из-за политических разногласий нашего государства с другими ведущими странами в мире.

Поэтому количество основных потребителей предлагаемого товара магазином «Нашенский-1» будет, расширятся только за счет новой клиентуры, как в городе так и в районе.

Магазин принимает заказы от покупателей по каталогу.

Таблица 3. Анализ продаж по ассортиментным группам.

| Товарные группы                 | 2014            |                 | 2015            |                 |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                                 | сумма тыс. руб. | удельный вес, % | сумма тыс. руб. | удельный вес, % |
| 1                               | 2               | 3               | 4               | 5               |
| Бытовая техника                 | 10022           | 46,8            | 10583           | 44,2            |
| -стиральные машины;             | 3343            | 15,61           | 3873            | 14,78           |
| -газовые плиты:                 | 348             | 16,25           | 3486            | 15,21           |
| -электронагревательные приборы; | 3199            | 13,02           | 3024            | 13,05           |
| -холодильники                   | 441             | 2,06            | 303             | 1,19            |
| Сантехника                      | 6498            | 23,34           | 4648            | 24,90           |
| Теле-радио аппаратура           | 4613            | 24,28           | 4974            | 22,8            |
| Прочая                          | 1721            | 7,8             | 1261            | 5,49            |



|                      |       |     |       |     |
|----------------------|-------|-----|-------|-----|
| Итого по предприятию | 22053 | 100 | 21466 | 100 |
|----------------------|-------|-----|-------|-----|

Из таблицы 3 видно, что в течении 2014-2015 года, наблюдается тенденция к снижению товарооборота, это связано со снижением жизненного уровня населения в связи с финансовым кризисом, а также с падением курса рубля по отношению к евро и доллару (падение рубля за 3 года составило более 200%). В результате закупочные цены на импортные товары повысились, что привело к снижению спроса населения, т.к. спрос на данные виды товаров, является эластичным.

Можно сделать вывод, что у данного торгового предприятия, как и любого другого, есть как внутренние (низкая квалификация персонала), так и внешние проблемы (конкуренция, административные барьеры, экономическая и политическая обстановка в мире). Поэтому для обеспечения более эффективной работы предприятия и получения более высокой прибыли необходимо:

- 1) более чётко организовать работу персонала;
- 2) для обеспечения дополнительных преимуществ перед конкурентами и увеличения товарооборота магазина необходимо ввести в ассортимент новые товарные группы.

Порядок кредитования, оформления кредита и его погашения, учет этих операций.

Кредит играет большую роль в обеспечении сокращения издержек обращения, связанных с обращением товаров и денег. Благодаря тому, что потребительский кредит ускоряет реализацию товаров, сокращаются издержки, связанные с их упаковкой и хранением.

Экономия же на издержках обращения денег достигается:

- развитием системы безналичных расчётов. На основе развития кредитов и банков создаются возможности производства платежей без участия наличных денег путём перевода денежных средств со счёта должника на счёт кредитора;
- увеличением скорости обращения денег. С помощью кредита свободные денежные капиталы и сбережения помещаются их владельцами в банки, а последние путём предоставления ссуд пускают их в оборот. Оборот денег ускоряется также тем, что покупка товаров в кредит исключает необходимость предварительного накопления денег, а долг может оплачиваться немедленно

после получения дохода. Таким образом, кредит и кредитная система сводят до минимума резерв денег как покупательного и платёжного средств у каждого отдельного физического и юридического лица.

Потребительский кредит в товарной форме предоставляется преимущественно при продаже предметов длительного пользования – дорогой сантехники, радиотехники.

Электротехники и др. – такой вид кредита называется покупкой в рассрочку.

При анализе причин желания людей покупать товары в рассрочку, отмечалось следующее:

Это очень удобная на практике форма оплаты товаров и услуг.

Такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

Это позволяет покупать товары и оплачивать услуги в течение более продолжительного периода, чем нормальный интервал между денежными поступлениями.

Это позволяет человеку приобретать материальные финансовые активы, со стоимостью, превышающей сумму, которую он мог бы заплатить, исходя только из его собственных сбережений.

Принцип обеспеченности платежа тесно связан с предыдущим принципом срочности платежа, так как обеспеченность платежа предполагает для соблюдения срочности платежа наличие у плательщика или его гаранта ликвидных средств, которые могут быть использованы для погашения обязательств перед получателем денежных средств. В зависимости от характера ликвидных средств следует различать оперативную и перспективную обеспеченность платежа. Оперативную обеспеченность обуславливает наличие у плательщика или его гаранта достаточной для платежа суммы ликвидных средств первого класса (денежных средств долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного характера, а также такую форму их организации, которая гарантирует своевременное погашение обязательства).

Ознакомившись со структурой аппарата магазина и вопросом, связанным с численностью работников, можно сказать, что структура управления соответствует линейно-функциональному содержанию процесса управления торговым

предприятием, обеспечивает планомерное развитие управляемой системы.

Персонал включает всех работников магазина, всех занятых в торговом процессе, исключая его собственника.

Магазин «Нашенский-1» ИП Бубякин С.С. имеет следующую структуру управления (рисунок 3).

Директор магазина

Транспортный рабочий

Уборщица

Гл. бухгалтер

Продавцы-консультанты

Управляющий

Рисунок 3 - Организационная структура магазина «Нашенский-1»

Штатное расписание предприятия:

Штатное расписание магазина представлено в таблице 4.

#### **Таблица 4. Штатное расписание «Нашенский-1» ИП Бубякин**

Наименование должности Количество сотрудников Заработная плата, руб.

|                       |   |                                  |
|-----------------------|---|----------------------------------|
| Директор              | 1 | 35000                            |
| Бухгалтер             | 1 | 19000                            |
| Продавцы консультанты | 5 | 10000+5% от<br>проданных товаров |
| Грузчик               | 1 | 15000                            |

## **2.2 Анализ системы бизнес-планирования в организации**

Потребность в бизнес-плане возникает при решении таких задач, как:

- 1) подготовка заявок торговым предприятием на получение кредитов;
- 2) открытие нового дела, определение профиля будущего предприятия и основных направлений его коммерческой деятельности;
- 3) репрофилирование существующего предприятия, выбор новых видов направлений и способов осуществления предпринимательской деятельности;
- 4) финансовое оздоровление и выход из временного экономического кризиса (банкротства).

В бизнес-плане должны быть заложены преимущества гибкого сочетания производственного и рыночного, финансового и технического, внутреннего и внешнего аспектов деятельности предприятия.

Последующее действие - определение конкретных адресатов, кому направлен проект бизнес-плана (будущие акционеры, коммерческие банки, венчурные фирмы).

Проанализируем систему бизнес-планирования в магазине «Нашенский -1». В качестве основного критерия при принятии решений в бизнес-планировании, лежат инвестиции, т.е. доходы, которые может получить предприятие в будущем. В 2014 г. в магазине «Нашенский -1», был разработан проект, направленный на расширение ассортимента товара, начиная с 2015 г. в ассортимент должен был расширяться за счет увеличения продаж хозяйственных товаров, но к сожалению бизнес-план не был реализован, в связи со сложившимся финансовым кризисом в России.

Стратегическая цель магазина - стать лидерами на рынке хозяйственных товаров.

Подцелями являются:

- 1) расширение ассортимента реализуемых товаров;
- 2) увеличение объемов деятельности и прибыли;
- 3) повышение конкурентоспособности предприятия;
- 4) выход на новые рынки (рынки соседних регионов). С учетом расширения ассортимента – стратегия предприятия наступательная, направленная на расширение рынка сбыта.

Основным требованием для принятия эффективного объективного решения является наличие точной информации. Для планирования деятельности необходимо собирать и обрабатывать так называемую вторичную информацию.

Вторичная информация представляет собой данные, собранные ранее для целей, отличных от связанных с решением исследуемой проблемы.

До поиска внешней вторичной информации или сбор первичных данных, исследователь должен изучить информацию, имеющуюся внутри компании: бюджеты, данные о товарообороте, данные о прибылях и убытках, счета клиентов, данные о товарных запасах, результаты предыдущих исследований и написанные сообщения.

Первичные данные собираются в соответствии с точными целями данной исследовательской задачи, методология сбора данных контролируется и известна команде проекта, команда может обеспечить и секретность для конкурентов. Однако сбор первичных данных занимает много времени и требует больших затрат.

В магазине «Нашенский -1» разработка бизнес-планов ранее осуществлялась по заказам в специализированные организации например в ООО «Центр стеклогаз» г. Гусь-Хрустальный. Данная организация является юридическим лицом и осуществляет услуги юридическим и физическим лицам по проектированию и бизнес-планированию.

Если руководитель поручает формирование бизнес-плана другим, то он не получит необходимых знаний о слабых и сильных сторонах организации и о содержании будущего проекта; а это негативно скажется на будущих действиях организации.

Чтобы организовать новое направление или расширить долю рынка, какого –либо товара в магазине «Нашенский-1» ИП Бубякин, необходимо разработать типовой

бизнес-план.

Так как бизнес – план является комплексным документом, полно отражающий важнейшие аспекты и экономические характеристики предпринимательского начинания, то он может разрабатываться как самими инициаторами проекта (командой проекта магазина), так и специалистами, привлеченными извне.

Для составления бизнес-плана, предлагается сформировать команду проекта в составе:

- Директора магазина;

- Главного бухгалтера;

-Управляющего магазином.

Исходя из должностных обязанностей, распределим функции каждому члену команды проекта.

Директора магазина – отвечает за общее руководство бизнес планирования;

- координирует работу команды проекта бизнес-плана;

- осуществляет проверку расчетов финансовых, материальных и людские ресурсы с целью обеспечения доходности проекта.

Бухгалтер - осуществляет учет результатов финансово-хозяйственной деятельности. Организовывает достоверный учет расходов, принимает меры, направленные на их уменьшение, контролирует правильность расчетов фонда оплаты труда, соблюдение штатного расписания, платежной и финансовой дисциплины. Представляет руководителю магазина соображения об имеющихся внутрихозяйственных резервах и ресурсах, уменьшении расходов, ликвидации потерь и т.д. Осуществляет совместно с другими экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности. Контролирует состояние товарных и денежных запасов.

Управляющий магазина - контролирует соблюдения отделами магазина правил, стандартов, установленных функциональными департаментами.

Определяет факторы влияющие на товарооборот, безопасность клиентов и сотрудников, качество сервиса для клиентов. Организует подготовку магазина к новому бизнес-процессу, обеспечивает данными наличия полного ассортимента

товаров в продаже. Обеспечивает информацией о правильных ценах на товары. Обеспечивает формирования заказов товара. Разрабатывает предложения по улучшению ассортимента. Проводит исследования по внешним и внутренним маркетинговым коммуникациям.

Вносит предложения по оптимизации использования внешних рекламных материалов (билборды, зоны распространения и пр.) Участвует в формировании бюджетов расходов на персонал и операционных расходов

Осуществляет анализ показателей работы магазина, предлагает план действий

В итоге: на основании выполняемых функций, каждого из членов команды проекта, по составлению проекта бизнес-плана, составляется пояснительная записка, согласно типовой структуры.

Структура составления бизнес плана весьма гибкая, поэтому в каждом конкретном случае ее без проблем можно подкорректировать под конкретный бизнес-проект с определенными целями и стратегиями.

### **3. Разработка бизнес-плана инвестиционного проекта магазина «Нашенский»**

Цель бизнес-проекта увеличение прибыли.

Чтобы достигнуть поставленную цель, магазин «Нашенский-1» должен расширить товарный ассортимент более востребованных товаров в городе и районе , например, высококачественных строительных материалов. Так как население города и района имеет на данный товар повышенный спрос, а район, где расположен магазин «Нашенский -1» имеет удобное место расположения, в смысле густонаселенности и наличия незначительного количества конкурентов, на рынке строительных материалов на данной территории г. Гусь-Хрустальный.

Резюме

В сложившихся социальных условиях проблема обеспечения населения города и района высококачественными строительными материалами и, особенно, пенсионеров требует материальной поддержки в силу недостаточной обеспеченности большинства семей и высокой стоимости строительных услуг выполняемых строительными организациями.

Идея проекта: организация торгового предприятия по продаже строительных материалов «ТОРГСТРОМ», на базе магазина «Нашенский» с дальнейшим расширением сферы услуг, в г. Гусь-Хрустальный ул. Курловская.

Вид деятельности: торговля строительными материалами и организация доставки организациям и для населения города и района.

Миссия торгового предприятия – обеспечение высококачественными строительными материалами для проведения строительно-ремонтных работ организациями и населением города и района.

Последнее в большой степени зависит от механизма ценообразования в строительных организациях.

Проектом предполагается организация торгового предприятия специализирующегося на продаже строительных материалов магазин «ТОРГСТРОМ» в г. Гусь-Хрустальном с общей численностью населения около 60 тыс. человек.

## 2. Описание предприятия

Магазин осуществляет свою хозяйственно-финансовую деятельность на основании Устава.

Предлагается организация торгового предприятия с целью обеспечения населения города и района высококачественными строительными материалами и организации доставки населению города и района.

Организация торгового предприятия будет осуществлена при следующих условиях:

Первый год – покупка и установка торгового оборудования по профил. Реализуемых товаров;

Второй год - организация торговли

Задачи проекта:

- организация обеспечения города и района высококачественной продукцией строительных материалов;
- реализация программ и основных мероприятий;
- обеспечение на льготных условиях;
- проведение специальных консультационных мероприятий;



- внедрение системы комплексного обеспечения строительными материалами, для внешней и внутренней отделки жилых и не жилых помещений;
- консультации по дизайну;

С расширением в дальнейшем предлагаемых услуг будет расширен рынок сбыта продукции и услуг, что приведет к существенной прибыли

При инвестировании начального этапа проекта использованы собственные источники средств в сумме 1,0 млн. руб..

Формирование наценок магазина и поставщиков:

- розничная торговая наценка - до 30%;

торговая наценка в рамках целевых поставок снижается до 25 %.

Грамотный руководитель, оценивая необходимость новаций в своей компании, задается вопросом: какие новые возможности возникают у его фирмы и какой эффект эти возможности могут дать. Этот вопрос представляется интересным рассмотреть и с другой точки зрения: а что теряет компания, отказываясь от бизнес- планирования

Все полученные показатели, в результате экономического расчёта, говорят о достаточной прибыльности и целесообразности данного проекта.

Таблица 5. Основные показатели деятельности, представляемые в резюме.

| Показатели  | Значение                        |
|---|---------------------------------|
| 1. Вид выпускаемой продукции, оказываемой услуги  | Продажа строительных материалов |
| 2. Объем реализации (годовой), тыс. руб.          | 36000                           |
| 3. Затраты на организацию производства, тыс. руб. | 4360                            |

|  |         |
|--|---------|
| 4. Прибыль от торговой деятельности, тыс. руб. | 5434,5  |
| 5. Величина собственного капитала, тыс. руб.   | 360     |
| 6. Величина заемного капитала, тыс. руб.       | 4000    |
| 7. Общие годовые расходы, тыс. руб.            | 30565,5 |
| 8. Рентабельность затрат, %                    | 17,7    |
| 9. Среднегодовая чистая прибыль, тыс. руб.     | 5434,5  |
| 10. Чистый дисконтированный доход, руб.        | 14741,2 |
| 11. Рентабельность по чистому доходу, %        | 12,8    |

Прибыль от торговой деятельности составит 5,434 млн. руб. за год, при рентабельности продаж 15,1 %. Среднегодовая чистая прибыль выразится в сумме 4,62 млн. руб.

Внедрение данного проекта требует капитальных вложений в размере 4,36 млн. руб. (включая оборотный капитал) и будут внедрены в течении одного года, которые окупятся за 1,1 года, при норме дисконта 12 %.

Чистый дисконтированный доход составит + 14741,2 тыс. руб. за 5 лет, что свидетельствует об эффективности инвестиционного проекта организации торгового предприятия.

Учитывая данный фактор, можно сказать что в сложившейся экономической обстановке и свободе предпринимательской деятельности развития малого бизнеса выгодно не только предпринимателю, но и государству в целом т.к. предприятие имея прибыль будет способно оплатить налоги в бюджет государства и региональный и районный бюджеты.

Общая сумма налогов составит 896,7 тыс. руб. в год.

Часть прибыли от осуществляемой коммерческой деятельности по продаже строительных материалов и предоставлению услуг населению города будет использоваться для формирования конкурентно-способных и льготных цен и развитие сферы услуг для населения города.

Сбытовая деятельность обеспечит торгового предприятия «ТОРГСТРОМ» достаточным объёмам финансовых ресурсов для выплаты процентов по кредиту и возврата основной суммы долга. Динамика нарастания чистой прибыли позволяет обеспечить возврат основной суммы кредита в запланированные сроки.

Основные сегменты рынка - на начальном этапе реализация строительными материалами населению г. Гусь-Хрустальный и района с населением более 60 тыс. человек:

- мелкие частные и государственные предприятия - 40%;
- население города - 60%

Основные требования:

- помещение: хорошее техническое состояние, современный дизайн.
- оборудование: усовершенствованное торговое оборудование высокого качества;
- персонал: высококвалифицированные специалисты (продавцы, водители, обслуживающий персонал).

Отпуск товара осуществляется как по безналичному расчету, так и за наличный.

### 3. Описание вида деятельности

Идея проекта: организация торгового предприятия по продаже строительных материалов «ТОРГСТРОМ» на базе магазина «Нашенский» с дальнейшим расширением сферы услуг в г. Гусь-Хрустальный ул. Курловская.

Вид деятельности: торговля строительными материалами и организация доставки организациям и для населения города и района.

Миссия торгового предприятия - обеспечение высококачественными строительными материалами для проведения строительного-ремонтных работ

организациями и населением города и района.

Т.к. на рынке строительных материалов, в г. Гусь-Хрустальный и районе, в настоящее время, существует чистая конкуренция (много предпринимателей в городе и районе), то появление дополнительной торговой точки, с вышеуказанным товаром, улучшит положение на рынке и создаст конкуренцию, которая приведет к повышению качества обслуживания покупателей и расширению ассортимента услуг, связанных с обеспечением населения высококачественными материалами.

Рассмотрим одного из крупных конкурентов в городе – ИП «Казаков»

Таблица 6 - Сравнительные характеристики конкурентов

| Характеристики  | Конкурент                              | Особенности Ваших товаров              |
|---|--|--|
| Качество товаров                                      | среднее                                | высокое                                |
| Эксклюзивность обслуживания                           | самообслуживание                       | Дизайнерские услуги                    |
| Более низкие цены                                     | Цены среднерыночные                    | Цены среднерыночные                    |
| Широкая номенклатура                                  | Номенклатура широкая                   | Номенклатура широкая                   |
| Надежность продукта                                   | Надежность средняя                     | Высокая степень надежности             |
| Своевременность поставки                              | Поставка продукции в течении 2-х суток | Поставка продукции в течении суток     |
| Местоположение продавца и удобство доставки продукции | Район прилегающий к центру города      | Район жилучастка, «Химик», «Кирпичный» |

|  |   |   |
|--|---|---|
| Гарантии в<br>послепродажном<br>обслуживании продукции | Гарантии по возврату<br>денег за неиспользованный<br>товар. | Гарантии по возврату<br>денег за<br>неиспользованный товар. |
|--|---|---|

|   |                          |                   |
|---|--------------------------|-------------------|
| Консультативная помощь в<br>использовании продукции | Консультант - менеджмент | Помощь дизайнеров |
|---|--------------------------|-------------------|

|                    |           |        |
|--------------------|-----------|--------|
| Вежливое обращение | Не всегда | Всегда |
|--------------------|-----------|--------|

И т.д.

#### 4. Маркетинговый план

Основными задачами маркетинга являются, изучение рынка (спрос и предложение), меры воздействия на рынок (организация сбыта).

Цели маркетинга:

1. Рыночная (доля, ёмкость рынка);
2. Собственно- маркетинговые (все, что касается покупателя);
3. Структурно- управленческая (гибкость, адаптивность организации);
4. Обеспечивающие (стимулирующая, ценовая);
5. Контролирующая (текущий, стратегический контроль):

- изучение потребителя;
- анализ рыночных возможностей фирмы;
- оценка используемых фирмой методов ценообразования;
- выбор «ниши» (наиболее благоприятного сегмента).

1). Реклама - средства распространения: пресса (например, журналы); печатная реклама (каталоги, проспекты, визитные карточки); личная продажа.

## 2). Посещение деловых семинаров.

Внимание потребителей будет привлекаться с помощью личных контактов. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама.

Каждый месяц необходимо сравнивать количество потребителей, привлеченных каждым из этих способов. В зависимости от результата станем распределять денежные средства: сколько тратить на рекламу, проспекты и каталоги.

Предприятие будет применять гарантию:

- возврат денег при не надлежащем качестве и количестве товара;
- возможность возврата не качественного товара , если покупатель разочаровался в нем.

Таблица 7. Расчет затрат на рекламу

| Вид рекламы         | Затраты за год по вариантам |      |          |      |                 |      |
|---------------------|-----------------------------|------|----------|------|-----------------|------|
|                     | Пессимистический            |      | Реальный |      | Оптимистический |      |
|                     | Тыс руб.                    | %    | Тыс .руб | %    | Тыс. руб        | %    |
| Газета «Афиша»      | 12,8                        | 26,3 | 14,0     | 25,9 | 15,6            | 25,9 |
| Радио               | 10,8                        | 22,2 | 12,0     | 22,2 | 13,2            | 22,2 |
| Телевидение         | 12,0                        | 24,7 | 13,3     | 24,6 | 14,5            | 24,6 |
| Щиты, плакаты       | 8,0                         | 16,5 | 8,9      | 16,6 | 9,8             | 16,6 |
| Каталоги, проспекты | 5,0                         | 10,3 | 5,5      | 10,2 | 6,1             | 10,2 |
| Всего               | 48,6                        | 100  | 54,0     | 100  | 59,4            | 100  |

## 5. Производственный план

Предполагается выручка от реализации строительных материалов и доставки их покупателю на сумму 36000 тыс. руб. в год. 3000 тыс. руб. в месяц).

В дальнейшем, с расширением сферы торговой деятельности начиная со второго года ожидается рост выручки до 3500 тыс. руб. в месяц.

Предполагаемая выручка определена из расчета потребления товаров данного профиля населением и емкости рынка города и района.

Предприятие – магазин будет расположен по адресу г. Гусь-Хрустальный улица Курловская, д.75, у которого появляются свободные средства (прибыль), сможет направить их на укрепление не только своей материально - технической базы, по и расширить спектр дополнительных услуг для покупателей, что параллельно является увеличением покупательского спроса и удовлетворяет современным требованиям потребительского рынка строительных материалов.

Например:

Оказание консалтинговых услуг по вопросам:

- дизайна (внешнего и внутреннего)

- подбора строительных материалов в комплекте,
- выполнения строительных работ собственными силами,
- и др.

За счет предлагаемых мероприятий магазин способен обеспечить себе заданный объем товарооборота и его рост, что позволит ему выйти на более высокий уровень обеспечения себя товаром, усиления связи и сотрудничество с более крупными фирмами - поставщиками, которые являются лидерами на рынке строительных материалов. Эти поставщики отечественных и зарубежных заводов производителей продукции, которая проходит федеральный и региональный контроль качества, что в большей степени исключает попадание в магазин фальсифицированной продукции.

## 6. Организационный план

Профессиональный менеджер осуществляет свою деятельность, базируясь на постоянном анализе текущей финансовой ситуации, прогнозируя как перспективы

развития рынка в целом и компании в частности, так и последствия принимаемых им решений. В отсутствие Бизнес-плана модель чудесным образом трансформируется: руководитель должен на основании неясно чего предпринимать действия, приводящие к заранее неизвестным результатам. Таким образом, отказ от планирования неминуемо влечет за собой отказ от грамотного управления.

В состав управления торгового предприятия входит:

- управляющий;
- бухгалтер;
- продавец-консультант;
- экспедитор.

Функции бухгалтера - организация и ведение бухгалтерского учета, который призван отражать всю хозяйственную деятельность предприятия, а также составление баланса и его анализ.

Экспедитор - организует процесс снабжения товарно-материальными ценностями, организует хранение товаров.

Служба продаж - организация реализации товаров, оформление договоров, консультирование по вопросам дизайна.

Социальная политика

Социальная политика предприятия направлена на улучшения материального положения работающих, психологического состояния коллектива, создание возможности повышения квалификации и повышения общего культурного развития работника. Основным направлением социальной политики является организация заработной платы.

## 7. Финансовый план

Для организации торговли необходимы капитальные вложения.

За основу расчета взят опыт развития аналогичных предприятий, период становления которых составляет 2-3 года до полного функционирования финансово - экономического механизма предприятия и получения прибыли.



Проект предполагает поэтапное введение в действие предприятия:

1 этап - организационный период (учреждение предприятия, ремонт и подготовка помещения, закупка оборудования и товара, лицензирование) -9-13 месяцев;

2 этап - адаптационный период до начала получения прибыли - 1 год;

3 этап - полное (функционирование предприятия и получение прибыли 2 года.

Цены на аналогичную продукцию в городе и районе превышают проектные. Учитывая данный фактор, можно сказать что в сложившейся экономической обстановке и свободе предпринимательской деятельности руководство магазина может самостоятельно действовать в области ценовой политики в рамках предприятия и принимать уровни цен в зависимости от спроса и конкурентоспособности товара.

## 8. Инвестиционные параметры

Инвестиционные параметры проекта рассмотрены в одном варианте:

Определение аренды торговой площади.

$$K_{зд} = C \times S = 206 \times 1,2 = 247,2 \text{ тыс. руб.}$$

Расчет стоимости оборудования.

Расчет стоимости оборудования представлен в таблице 8.

Таблица 8. Расчет стоимости оборудования

| Наименование<br>оборудования | Кол-<br>во | Стоимость,<br>тыс.руб. |                    | Амортизационные отчисления |                      |
|------------------------------|------------|------------------------|--------------------|----------------------------|----------------------|
|                              |            | Единицы                | Общая<br>стоимость | %                          | Сумма<br>амортизации |
| Торговое оборудование        |            | 1000                   | 12,3               |                            | 123                  |

|                |   |     |      |      |       |
|----------------|---|-----|------|------|-------|
| Автомобиль     | 2 | 400 | 800  | 15,0 | 120,0 |
| Прочие затраты |   |     | 560  | 13,0 | 72,8  |
| <i>Всего:</i>  |   |     | 2360 | 13,4 | 315,8 |

Вывод: Общая сумма инвестиций составит 2360 тыс. руб.

Оборотный капитал – 2000 тыс. руб.

Всего капитальных затрат  $2360 + 2000 = 4360$  тыс. руб.

Расчет затрат на производственную программу

Расчет затрат на материалы

Затраты на приобретение товаров

Таблица 9. Расчет стоимости товаров

Наименование ресурсов Стоимость, тыс. руб.

Отделочные материалы 1000

Крепежные 500

Краски лаки 500

ИТОГО 2000

Оборачиваемость запасов 12 раз в год

Таблица 10. Затраты на энергоресурсы

| Наименование ресурса | Единица измерения | Годовой расход | Цена, руб. | Стоимость, Тys. руб |
|----------------------|-------------------|----------------|------------|---------------------|
|----------------------|-------------------|----------------|------------|---------------------|

|                               |         |       |      |       |
|-------------------------------|---------|-------|------|-------|
| На хозяйственно-бытовые цели: | кВт/ч   | 3000  | 4,5  | 13,5  |
| - освещение                   | кВт/ч   | 83160 | 2400 | 199,6 |
| - отопление                   | к. Калл | 10800 | 4,5  | 48,0  |
| - вентиляция                  | кВт/ч   |       |      |       |
| Всего                         |         |       |      | 261,1 |

Расчет затрат на заработную плату

Списочная численность работников составляет 11 человек, из них Руководитель -1 человек; основных рабочих – 7 человек, МОП - 1 человек, специалист – 3.

Расчет численности персонала в таблице 11

Таблица 11. Расчет численности работников

| Профессия            | Число смен                  | Ч <sub>сп</sub> |
|----------------------|-----------------------------|-----------------|
| Управляющий          | 1                           | 1               |
| Продавец-консультант | 1                           | 3               |
| Водитель             | Не нормируемый рабочий день | 2               |
| Экспедитор           | « - »                       | 1               |

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Бухгалтер | 1 | 1  |
| Грузчик   | 1 | 2  |
| Уборщица  | 1 | 1  |
| ВСЕГО     | 1 | 11 |

Расчет основного фонда заработной платы

Расчет основного фонда заработной платы приведен в таблице 12.

Таблица 12. Сводная таблица численности и годового фонда заработной платы персонала производственных цехов.

| Должность          | Численность списочная, чел. | Годовой фонд з/платы, тыс. руб. |     | Среднегодовая з/плата, тыс. руб. | Ср.мес. з/плата, руб. |
|--------------------|-----------------------------|---------------------------------|-----|----------------------------------|-----------------------|
|                    |                             |                                 |     |                                  |                       |
| Управляющий        | 1                           |                                 | 420 | 420                              | 35000                 |
| Основные работники | 7                           | 420                             |     | 60                               | 15000                 |
| Бухгалтер          | 1                           | 360                             |     | 360                              | 30000                 |
| Основные работники | 6                           | 1296                            |     | 216                              | 18000                 |
| Экспедитор         | 2                           | 528                             |     | 264                              | 22                    |
| МОП                | 1                           | 78                              |     | 78                               | 6500                  |

|        |    |      |       |      |
|--------|----|------|-------|------|
| Итого: | 11 | 2682 | 243,8 | 20,3 |
|--------|----|------|-------|------|

Вывод: Списочная численность персонала составляет 11 человек, годовой фонд заработной платы составляет 2682 тыс. рублей, среднемесячная заработная плата составляет 23,0 тыс. рублей.

Расчет накладных расходов

Смета расходов на содержание и эксплуатацию оборудования представлена таблицей 13.

**Таблица 13 - Смета расходов на содержание и эксплуатацию оборудования.**

| Статьи расхода   | Сумма, тыс. руб. |
|--|------------------|
| I Текущий ремонт оборудования и транспортных средств (6 % от стоимости оборудования) | 142              |
| II Амортизация оборудования и транспортных средств                                   | 315,8            |
| III Затраты на транспортировку   | 300              |
| Износ и прочие расходы   | 75,8             |
| Итого:   | 833,6            |

Вывод: На содержание и эксплуатацию оборудования требуется 833,6 тыс. рублей.

Составление сметы общехозяйственных расходов.

Смета представлена в таблице 14.

Таблица 14. Смета общехозяйственных расходов.

| Статьи расходов                                 | Сумма, тыс. руб. |
|---|------------------|
| I Содержание цехового персонала                 | 1386             |
| Отчисления на социальное страхование (14%)      | 194              |
| III Аренда и ремонт помещений                   | 2130,0           |
| IV Содержание зданий                            | 216,1            |
| V Охрана труда и ТБ (7 % от з/платы работающих) | 188              |
| VI Прочие расходы                               | 323,8            |
| <i>Итого:</i>                                   | 4337,9           |

Вывод: общая сумма общехозяйственных расходов составит 2137,9 тыс. руб.

Расчет торговых издержек

Составляем проектную калькуляцию себестоимости.

Расчет представлен в таблице 15

Таблица 15. Калькуляция себестоимости

| Статьи расхода | На годовой<br>товарооборот, т.руб. |
|----------------|------------------------------------|
|----------------|------------------------------------|

|  |               |
|--|---------------|
| 1. Энергозатраты                       | -             |
| - эл. энергия                          | 1296          |
| 2. З/пл. основных работников           | 42,0          |
| - начисления                           | 833,6         |
| 3. РСЭО                                |               |
| 4. Общехозяйственные расходы           | 4337,9        |
| 5. коммерческие расходы (реклама)      | 56,0          |
| <b>ИТОГО ЗАТРАТ</b>                    | <b>6565,5</b> |
| 6. Объем продукции по закупочным ценам | 24000         |
| 7. Себестоимость товарной продукции    | 30565,5       |
| 8. Объем продукции в розничных ценах   | 36000         |
| 9. Прибыль от реализации               | 5434,5        |

Торговые издержки выразятся в сумме 6565,5 тыс. руб.

Вывод: Общая прибыль составляет 5434,5 тыс. руб.

Торговые издержки в % к обороту  $6565,5 / 36000 = 18,2 \%$

Операционная деятельность.

1. Объем реализации выпуска изделий.

Первый год 80% 28800 тыс. рублей;

Второй год и посл. 36000 тыс. рублей.

2. Себестоимость выпуска изделий.

Первый год 80% 24452 тыс. рублей;

Второй год и поел. 30565,5 тыс. рублей.

4. Выплата процентов по кредиту.

Капитальные вложения в сумме 4360 тыс. руб.

В том числе –долгосрочный кредит 4000 тыс. руб.

Проценты по кредиту в течении 5 лет выплачиваются ежегодно исходя из оставшейся в расчетном году суммы.

1 год:  $4000 \times 0,2 = 800$  тыс. руб.

2 год:  $(4000-800) \times 0,2 = 640$  тыс. руб.

3 год:  $(4000- 800 *2) \times 0,2 = 480$  тыс. руб.

4 год:  $(4000 - 800 * 3) \times 0,2 = 320$  тыс. руб.

5 год:  $(4000 - 800 *4) \times 0,2 = 160$  тыс. руб.

5. Расчет налогов.

- Налог на собственность:

$Н_{соб} = 0,022 \times (К_{оф} + К_{ос})$

$Н_{соб} = 0,022 \times 4360 = 95,9$  тыс. руб.

Расчет налога на прибыль сводим в таблицу 16

Таблица 16. Расчет налога на прибыль.

| Год | Налог на имущество, т. руб. | Прибыль, тыс. руб. | Прибыль без налога на имущество т. руб. | Налог на прибыль, т.руб. |
|-----|-----------------------------|--------------------|---|--------------------------|
|-----|-----------------------------|--------------------|---|--------------------------|





| % по кредиту                          | 1000   | 800     | 600     | 400     | 200      |          |
|---------------------------------------|--------|---------|---------|---------|----------|----------|
| Итого валовых доходов                 | 4663,8 | 4750,3  | 4950,3  | 5150,3  | 5350,3   | 5550,3   |
| Налоги с учетом налогов на прибыль    | 733,6  | 896,7   | 896,7   | 896,7   | 896,7    | 896,7    |
| ИТОГО: чистая прибыль                 | 3930,2 | 3853,6  | 4053,6  | 4253,6  | 4453,6   | 4653,6   |
| Инвестиционная деятельность           | 4360   |         |         |         |          |          |
| Финансовая деятельность:              | 360    |         |         |         |          |          |
| 1. Собственные средства               | 4000   |         |         |         |          |          |
| 2. Долгосрочные кредиты               |        |         |         |         |          |          |
| Итого:                                | 4360   |         |         |         |          |          |
| Дисконтированный доход (PV)           | 3930,2 | 3441    | 3232    | 3028    | 2830     | 2640     |
| Дисконтированные капитальные вложения | 4360   |         |         |         |          |          |
| Чистый дисконтированный доход (NPV)   | -429,8 | +3011,2 | +6243,2 | +9271,2 | +12101,2 | +14741,2 |

## 9. Эффективность бизнес-проекта

Дисконтированный срок окупаемости кап вложений

$T = 1 + 429,8 / 3441 = 1,1$  года.

Все полученные показатели говорят о достаточной прибыльности и целесообразности инвестиционного проекта. А в частности, прибыль в результате коммерческой деятельности составит 4253,6 тыс. руб. при рентабельности 15,0 %.

Внедрение данного проекта требует капитальных вложений в размере 4360 тыс. руб., которые окупятся за 1,1 года, при норме дисконта 12,0 %.

#### 1. Оценка рисков бизнес -проекта.

Виды рисков, которые необходимо учитывать в бизнес-плане и которые необходимо снижать:

- риск неопределенности целей, интересов и поведения предприятия и участников проекта;
- риск неполноты или неточности информации о финансовом положении и деловой репутации участников проекта;
- риск несвоевременной реализации проекта и невыхода на расчетную эффективность и др.
- риски, возникающие на подготовительной стадии бизнес-проекта;
- риски, связанные с организацией филиала магазина;
- риски в связи с функционированием объекта.

## **Заключение**

# **На основании изложенного материала можно сделать следующие выводы:**

- Бизнес-план это главный документ, на основании которого свою идею с помощью инвестиций можно воплотить в жизнь. Другими словами, выживание компании в условиях жесткой конкуренции возможно лишь путем постоянного совершенствования ее деятельности. Грамотное проведение модернизации,

расширения бизнеса, внедрения новых производственных технологий или открытия нового направления деятельности базируется на разработке бизнес-проекта, экономическая целесообразность которого излагается в бизнес-плане.

Бизнес-план для организаций с крупным инвестиционным проектом, требующим внешнего финансирования, - это наиболее сложный вид бизнес-плана. Первое место здесь занимают показатели, характеризующие инвестиционный проект. Затем излагаются обычные разделы бизнес-плана, увязанные с инвестиционным проектом.

Практическая часть настоящей работы посвящена исследованию системы бизнес-планирования в условиях магазина «Нашенский -1» ИП Бубякин С.С.

У данного торгового предприятия, как и любого другого, есть как внутренние (низкая квалификация персонала), так и внешние проблемы (конкуренция, административные барьеры, экономическая и политическая обстановка в мире).

В сложившихся социальных условиях проблема обеспечения населения города и района высококачественными строительными материалами и, особенно, пенсионеров, требует материальной поддержки в силу недостаточной обеспеченности большинства семей и высокой стоимости строительных услуг выполняемых строительными организациями.

Идея проекта: организация торгового предприятия по продаже строительных материалов «ТОРГСТРОМ», на базе магазина «Нашенский» с дальнейшим расширением сферы услуг, в г. Гусь-Хрустальный ул. Курловская.

Вид деятельности: торговля строительными материалами и организация доставки организациям и населению города и района.

Внедрение данного проекта требует капитальных вложений (инвестиций) в размере 4,36 млн. руб.( включая оборотный капитал) и будут внедрены в течении одного года, которые окупятся за 1,1 года, при норме дисконта 12 %.

Прибыль от торговой деятельности составит 5,434 млн. руб. за год, при рентабельности продаж 15,1 %. Среднегодовая чистая прибыль выразится в сумме 4,54 млн. руб.

Общая сумма налогов составит 896,7 тыс. руб. в год.

Часть прибыли от осуществляемой коммерческой деятельности по продаже строительных материалов и предоставлению услуг населению города будет использоваться для формирования конкурентно-способных и льготных цен и развитие сферы услуг для населения города.

## **Список использованной литературы**

1. Афанасьева, Т.П., Ерошин В.И. Основы предпринимательской деятельности. Учебное пособие. – М.: КОНСЭКО, 2013. – 336 с.
2. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие/ М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 248 с.
3. Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
4. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert: Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2010. - 288 с.
5. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие – 3-е издание - М.: ФОРУМ, 2013 – 256 с.
6. Белых В.С., Винницкий Д.В. Налоговое право России. М., 2013.
7. Бухалков, М.И. Планирование деятельности фирмы: Учебник/ М.И. Бухалков. – М.: ИНФРА-М, 2011–367 с.
8. Бринк И.Ю., Савельева Н.А «Бизнес-план предприятия» 2012 г.
9. Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план. Методика составления. Реальный пример. - М.: Изд-во ЦИПКК АП, 2014
10. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
11. Волков, А.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 81 с.
12. Гладкий, А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере / А.А. Гладкий. - М.: Рид Групп, 2012. - 240 с.
13. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
14. Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. - М.: Ось-89, 2012. - 128 с.
15. Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Н.Д. Стрекалова. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.

16. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент. Учебное пособие. – М. 2011
17. Электронный научный журнал "Управление экономическими системами". А.Ф. Рогачев, И.В. Скопина. [\\_http://www.uecs.mscip.ru](http://www.uecs.mscip.ru) (дата обращения 13.11.2013).
18. [http://www.planinvestora.info/tip\\_struktura.php](http://www.planinvestora.info/tip_struktura.php)
19. [http://www.bi-plan.ru/catalog/poleznoe/formuly\\_rascheta\\_biznes\\_plana/](http://www.bi-plan.ru/catalog/poleznoe/formuly_rascheta_biznes_plana/)

1. Криночкин И. Инвестиции – не роскошь, а средство развития// Экономика и жизнь.- 2015. - № 19. - С. 2-10. [↑](#)
2. Сизов Ю.С. Программа стимулирования инвестиций//Вестник Тульского рынка ценных бумаг.-2014.- № 2 (8) апрель-июнь.С.120-121 [↑](#)
3. Бринк И.Ю., Савельева Н.А «Бизнес-план предприятия» 2012 г. [↑](#)
4. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с. [↑](#)
5. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с. [↑](#)
6. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с. [↑](#)