

Бизнес план кирпичного завода

2.1. Определение проекта.

Предлагается проект создания предприятия по производству керамического кирпича, который относится к группе эффективных строительных материалов, улучшающих теплотехнические свойства стен и позволяющих уменьшить их толщину по сравнению с толщиной стен, выполненных из обыкновенного кирпича. Область применения данного кирпича для облицовочных работ и для рядовой кладки стен жилых и общественных зданий.

В соответствии с предлагаемым проектом, планируется смонтировать и запустить в эксплуатацию завод по производству керамического кирпича проектной мощностью 7000000 штук в год, что позволит частично удовлетворить потребности в кирпиче такого качества в рамках региона. Для реализации проекта необходимы внешние инвестиции в сумме 2746,0 млн. рублей. Предпочтительная форма инвестиций участие в уставном капитале в размере от 25 до 49%.

Произведены и представлены расчеты финансового плана и показателей эффективности инвестиций при ставке дисконтирования в размере 60%. Инвестиционные ресурсы предполагается использовать следующим образом: 721,72 млн. рублей будет направлено на окончание строительно-монтажных и пуск-наладочных работ, 232,25 млн. рублей на закупку необходимых для этого материалов, 400,5 млн. рублей на закупку и монтаж оборудования, 1169,1 млн. рублей на покрытие потребности в оборотных средствах и 222,5 млн. рублей на создание оперативного резерва.

Анализ рынка сбыта показал, что с учетом факторов риска (неплатежи, падение платежеспособного спроса населения, значительные темпы инфляции) средний годовой объем реализации при физическом объеме сбыта в 7000000 штук кирпича составит в первый год 3409,5 млн. рублей, во второй год 21567,5 млн. рублей, в третий год 415343 млн. рублей в текущих ценах соответствующего года, что позволит покрыть суммарные прямые, накладные расходы и получить в первый год чистую прибыль (после уплаты налогов) в размере 542,3 млн. рублей, во второй год 4411,4 млн. рублей, в третий год 8111,0 млн. рублей. Финансовые расчеты проекта произведены с 1 июля 1996 года по 1 июля 1999 года. Проектирование финансового плана осуществлялось методом моделирования потоков продукции, ресурсов, денежных средств с учетом инфляции, задержек платежей, необходимых объемов производственных запасов. Шаг расчетов первый год помесечно, второй и третий поквартально. Чистый приведенный доход (разность между интегрированными доходами и затратами) составляет за три года по проекту 12818,5 млн. рублей. Индекс доходности 1,98, внутренняя норма рентабельности 173,9 %. В ходе реализации проекта, в бюджеты различных уровней поступит налогов на сумму 3206,2 млн. рублей. Все расчеты произведены в международном стандарте бухгалтерского и финансового учета ОААР. Расшифровки каждой статьи финансового плана даны с комментарием, позволяющим сопоставить их результаты со стандартами бухгалтерского

учета, принятыми в Российской Федерации

Особое значение в современных российских условиях имеет авалю внешней среды. В нашем конкретном случае он характеризуется следующими данными:

- Дата начала: 01.07.1996

- Продолжительность: 3 года

- Период времени от даты, на которую актуальны исходные данные, до даты начала проекта: 3 мес.

- Валюта проекта: рубль

В процессе расчетов принят допуск, что прогнозируемый уровень инфляции в течение первого года реализации настоящего проекта составит 60% годовых, по сбыту кирпича и энергоносителям 110% годовых. В течение второго года инфляция уменьшится на 10% и составит 54% годовых, по сбыту и энергоносителям 97% годовых. В третий год реализации проекта протезируется инфляция в размере 49% годовых, за исключением сбыва кирпича и энергоносителей, по которым инфляция составит 85% годовых.

Предлагаем описание товара

. Намечаемый к производству кирпич керамический должен соответствовать ГОСТ 530-80 "Кирпич и камни керамические". К производству планируется кирпич со следующими параметрами: длина 250 мм,

ширина 120 мм,

толщина 65 мм, -

пустотность 34%,

количество пустот 7,

марка кирпича (по прочности) 100 75,

плотность (объемная масса) 1350 кг/м³

морозостойкость (Мрз) 25-35.

По теплотехническим свойствам и плотности (объемной массе) планируемый

к выпуску кирпич относится к группе эффективных, улучшающих теплотехнические свойства стен. Он может применяться для облицовочных работ и для рядовой кладки стен жилых и общественных зданий.

К основным техническим требованиям, относящимся к намечаемому к производству кирпичу, относятся следующие:

Кирпич должен иметь форму прямоугольного параллелепипеда с ровными гранями на лицевых поверхностях. Поверхность кирпичей может быть рифленой. Допускается изготовление кирпича с закругленными углами радиусом закругления до 15 мм,

Пустоты в кирпиче должны располагаться перпендикулярно или параллельно постели и могут быть сквозными или несквозными.

Ширина сквозных щелевидных пустот должна быть не более 12 мм.

Толщина наружных стенок кирпича должна быть не менее 12 мм.

Отклонения от установленных размеров и показателей внешнего вида кирпича не должны превышать на одном изделии следующих значений: а) отклонения от размеров, мм: по длине $+5$; по ширине ± 4 ; по толщине ± 3 ;

б) непрямолинейность ребер и граней кирпича, мм, не более: по постели 3;

по ложку 4;

в) отбит ости углов глубиной от 10 до 15 мм, шт., 2

г.) отбитости и притупленности ребер, не достигающие до пустот, глубиной более 5 мм, длиной по ребру от 10 до 15 мм, шт. 2

д) трещины протяженностью по постели полнотелого кирпича до 30 мм, пустотелых изделий не более чем до первого ряда пустот (на кирпиче на всю толщину), шт.: на ложковых гранях 1; на тычковых гранях 1;

Общее количество кирпича с отбитостями, превышающими выше упомянутое, не должно быть более 5%.

Количество половняка в партии не должно быть более 5%. Половняком считают изделия, состоящие из парных половинок: или имеющие трещины протяженностью по постели пустотелого кирпича более чем до первого ряда пустот (на кирпиче на всю толщину).

Недожог и пережог кирпича являются браком; поставка таких изделий потребителю не допускается.

Известковые включения (дутики), вызывающие после испытания разрушение изделий или отколы на их поверхности размером по наибольшему измерению от 5 до 10 мм в количестве более трех, не допускаются.

Водопоглощение кирпича, высушенного до постоянной массы, должно быть для полнотелого кирпича не менее 8%, для пустотелого не менее 6 %.

Кирпич в насыщенном водой состоянии должен выдерживать без каких-либо признаков видимых повреждений (расслоение, шелушение, растрескивание, выкрашивание) не менее 15, 25, 35 и 50 циклов попеременного замораживания и оттаивания, в зависимости от марки по морозостойкости.

.

Структура всех инвестиций

Виды инвестиций Сумма, так. руб. Общая потребность в финансовых ресурсах

Собственные средства 4682000

1936000 Внешние инвестиции 2746000 Структура собственных средств по проекту

№ п/п Инвестиционные издержки Сумма, тыс.руб, в ценах соответствующих I Стоимость проектных и проектно-изыскательских работ 276202 Строительно-монтажные работы 16937003 Приобретение оборудования 1267804 Транспортные средства 88120 ИТОГО: 1936100

2.2. Оценка конкуренции и рынков сбыта.

Географические границы рынка сбыта преимущественно территория Ставропольского края. Годовые объемы производства керамического облицовочного кирпича проектировались на основе прогнозов по емкости рынка (годовой потребности покупателей края в данной продукции), доли действующих и потенциальных конкурентов. Динамика объемов реализации кирпича в натуральном выражении в целом по краю может определенным образом характеризовать платежеспособный спрос и соответственно емкость рынка.

Динамика объемов производства кирпича в Ставропольском крае

Годы 1990 1991 1992 1993 1994 1995 Объемы производства (млн-шт.) 504 548 523 501 431 491 Как видно из таблицы, начиная с 1991 года наблюдается снижение объемов производства кирпича. Наибольшие темпы падения приходятся на 1994 год 13,2%. Однако к концу 1995 года ситуация меняется и происходит рост производства. Темпы роста составляют 11,6%. Это объясняется изменением социально-экономической ситуации в регионе снижением темпов инфляции, относительным увеличением объемов производства, повышением инвестиционной активности, некоторой стабилизацией социальной обстановки. Основные потребители кирпича предприятия, производящие капиталовложения в реконструкцию, модернизацию производства, специализированные строительные организации различных форм собственности, население, осуществляющее строительство меньше,

предприятия закупают более крупные партии жилья и других объектов для личного пользования.

В целом за 1995 год на развитие экономики края было направлено 2966,4 млрд. рублей капиталовложений, что на 3,6% больше, чем в 1994 году. Возрос объем иностранных инвестиций и составил за этот же период 12.4 млрд. рублей. На строительстве объектов производственного назначения освоено капиталовложений на 5,6% меньше, чем год назад. В то же время на 11,6% больше освоено средств в непромышленной сфере, в частности на строительстве жилья. За счет всех источников финансирования сдано в эксплуатацию 1000,5 тысяч кв. метров общей жилой площади (включая индивидуальное жилищное строительство), так на 2,2% больше, чем в 1994 году. Доля индивидуального жилищного строительства в общем объеме ввода жилья по итогам прошедшего года составила 53%. На строительство объектов производственного назначения за этот же период вложено 1242,4 млрд. рублей или 94% к уровню 1994 года.

Таким образом, при общем увеличении объемов продаж кирпича, его стабильным и перспективным покупателем стали индивидуальные застройщики и частные предприятия. Предприятия и организации частной собственности построили 750,0 тыс. квадратных метров жилья или 75% общего количества. Из всего объема капиталовложений доля частного сектора в 1995 году составила 36,6%, что больше государственной в 1,32 раза.

Населением за свой счет и с помощью кредитов построено жилых домов общей площадью 531 3 тыс. кв. метров, что на 22 % больше, чем в 1994 году. Их доля в общем объеме жилищного строительства составила 53% (в 1994 году 43%). По официальным данным реальные денежные доходы населения края (доходы за вычетом обязательных платежей и скорректированные на индекс потребительских цен) в 1995 году были на 22% ниже, чем в 1994 году. На общем фоне сохранения тенденции снижения покупательской способности населения и продолжающегося расслоения общества на бедных и богатых, активность индивидуального жилищного строительства выглядит парадоксально. По мнению экспертов объяснение тому направленные потоки "теневое" денежного оборота в выгодную область вложений. Данная тенденция подтверждается увеличением среднего размера квартир в индивидуальных домах.

В 1996 году темпы строительства жилья не снизились. За первый квартал 1996 года построено 1666 новых квартир, общей площадью 174,7 тысяч кв. метров (на 8% больше, чем в первом квартале 1994 года). Из них населением построено 1070 жилых домов общей площадью 130,8 тыс. кв. метров (на 28% больше, чем в первом квартале 1995 года) или 3/4 всей жилой площади, построенной за этот же период. Из вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

кирпич товар, который характеризуется растущим спросом; платежеспособность покупателей относительно устойчива. Емкость рынка в целом кирпича (силикатного, керамического, керамического облицовочного) определялась на основе данных об объемах продаж кирпича в 1995 году и

темпов роста рынка за 1994-1995 годы (11,6%). При неизменной политической и экономической ситуациях в стране можно предположить, что темпы роста объемов продаж в 1996 и последующих годах будут несколько ниже указанной величины. С учетом факторов, отрицательно влияющих на темпы строительства: сокращение покупательской способности населения, концентрация массы доходов у незначительной части жителей края, снижение объемов строительно-монтажных работ, выполняемых специализированными предприятиями (в течение прошедшего года сокращение на 15%), по мнению экспертов, ежегодные темпы роста составят 5-7%. Таким образом, емкость рынка кирпича в крае по пессимистическим прогнозам составит:

Емкость рынка кирпича в Ставропольском крае

Годы 1996 1997 1998 Объемы продаж, млн. шт. 526560600 Покупатели товара делятся на два основных сегмента: юридические лица предприятия и организации, специализирующиеся на выполнении строительно-монтажных работ и население, закупающее кирпич для собственного строительства. Из среднего расхода кирпича (70 тысяч штук) на один дом и объемов строительства в первом квартале 1996 года, спрогнозированы средние годовые объемы закупок кирпича по сегментам рынка.

Объемы продаж по сегментам рынка

Сегмент А (юридических лиц)	Сегмент В (жилье для населения)	Объем годовых закупок, млн. руб. % от общего объема	Объем годовых закупок, млн. Шт. % от общего объема	Объемы закупок за год
				1803533065

Частные лица, как правило, приобретают кирпич самостоятельно или опосредованно через подрядчиков. Цены на кирпич по обоим сегментам не отличаются, различны величины закупаемых партий для частного строительства они меньше.

В отдельных случаях облицовочный кирпич по проекту будет выступать в качестве товара заменителя другим видам кирпича.

Рынок керамического облицовочного кирпича является субрынком рынка кирпича в целом. При его приобретении покупателем движут иные мотивы, нежели при покупке обычного кирпича придать строящемуся объекту более эстетический вид, получить удовлетворение от красиво построенного дома. То есть, потребительские свойства облицовочного кирпича отличаются от аналогичных свойств обычного. '

Производителей облицовочного кирпича на территории Ставропольского края нет. Ближайший конкурент Новокубанский кирпичный завод (Краснодарский край), расположенный в 145 километрах от г. Ставрополя. При покупке данного кирпича становятся необходимыми дополнительные транспортные расходы. Отпускная цена реализации Новокубанского кирпича 1400 рублей за штуку. Часть объемов облицовочного кирпича завозится в край из Санкт-Петербурга, Москвы и из других регионов. Проектная мощность Новокубанского кирпичного завода 75 млн. штук кирпича в год, реально производится 57 млн. штук (или 76% мощности). Из них около 7 млн, штук (12%) ежегодно продается предприятиям Ставропольского края. С учетом

этих данных определена максимальная доля рынка по проекту в физическом объеме. При этом предполагалось, что темпы роста объемов продаж Новокубанского кирпичного завода и поставки кирпича от других производителей РФ на территорию края будут увеличиваться ежегодно на 10%.

2.3. Стратегия маркетинга.

Стратегия маркетинга будущего предприятия в первые три года направлена на завоевание стабильной рыночной позиции и сохранение конкурентоспособности как по качеству товара, так и по его цене.

Для достижения поставленной цели определен уровень цены на готовую продукцию 900 рублей за штуку величина, сравнимая с ценами на товары-конкуренты. Отпускная цена на продукцию на 36% ниже, чем отпускная цена на подобную продукцию конкурентов

Потенциальные покупатели продукции делятся на две основные группы (сегменты рынка): Сегмент А юридические лица (профессиональные строители); Сегмент Б частные лица, осуществляющие строительства самостоятельно.

На основании маркетинговых исследований определено, что физические объемы продаж по названным сегментам составляют 85% сегмент А и 15% сегмент Б. Частные лица нередко привлекают по договору подряда малые строительные предприятия для выполнения строительно-монтажных работ.

Объемы продажи кирпича по проекту до рыночным сегментам

Сегмент А Сегмент Б
объем%объем%1 годовые объемы реализации в натуральном выражении 5,95851,05151 годовые объемы реализации в денежном выражении 53558594515С некоторыми оптовыми покупателями уже имеются протоколы о намерениях по поставке облицовочного кирпича. Это крупнейшие в России компании, строящие коттеджи для своих работников на территории Ставропольского края "Тюменьгазпром", АО "Нефтеюганск". Данные предприятия обеспечивают пенсионеров жильем на Юге России и таким образом стимулируют обновление кадров. Среди покупателей сегмента А АО "Стройзаказчик" и ОАО "Кинотехника" т. Ставрополя.

Следующая таблица иллюстрирует планируемые объемы продажи готовой продукции. Периодические колебания физических объемов реализации связаны с сезонностью продаж кирпича. Анализ рынка сбыта показывает, что в апреле-сентябре месяцах объемы закупок кирпича в среднем на 20% выше, чем в оставшийся период года. В весенне-летний период повышается деловая активность строителей.

Физический объем сбыта (помесячно)

Наименование статьи 01/199702/199703/199704/199705/199706/1997 Кирпич керамический 146219292365431510 Физический объем сбыта продолжение

(поквартально)

Наименование статьи 07-09/199710-12/119701-03/199804-06/1998 кирпич керамический 1793167016701831 Наименование статьи 07-09/199810-12/199801-03/199904-06/1999 Кирпич керамический 1830167016701830. Продвижение товара к покупателю будет производиться самовывозом. Планом инвестиций предусмотрены капиталовложения на реконструкцию подъездных дорог. В качестве возвратной тары (возврат учтен в финансово-экономических расчетах) в первый год планируется использовать деревянные поддоны на 100-150 штук кирпича. В последующем предполагается освоить более производительный способ упаковки готовой продукции перевязывать специальной металлической лентой с использованием дополнительно закупаемого оборудования. Основные мероприятия маркетинга отражены в годовом бюджете маркетинга, который представлен в следующей таблице.

Годовой бюджет маркетинга

№ п/п	Статьи затрат	сумма тыс.руб	1
	Реклама в средствах массовой информации	87000	2
	Адресная реклама с использованием листовок	24000	3
	Участие в ярмарках, выставках и других мероприятиях	45000	4
	Презентация завода	36000	5
	Организационные расходы, связанные с привлечением покупателей	17000	6
	Организация пропагандистских материалов (серия статей в газетах)	15000	7
	Прочие	10000	ИТОГО
		234000	Финансирование затрат на маркетинг (тыс-руб.)

Период Январь 1997 Февраль 1997 Март 1997 Апрель 1997 Май 1997 Июнь 1997 Июль 1997 - Июнь 1999 Общие затраты на маркетинг 36000 36000 36000 18000 18000 18000 12000 Планируется, что работники службы маркетинга предприятия, непосредственно отвечающие за сбыт готовой продукции, помимо оклада будут материально стимулироваться в зависимости от объемов продаваемого кирпича в размере 0,2% каждый от реальных объемов продаж в денежном выражении. При выходе на проектную мощность указанный материальный стимул составляет 12 млн. 600 тыс. рублей дополнительного годового заработка.

2.4. План производства продукции

На конец 1996 года объем освоенных капиталовложений составлял 70% от их общей потребности для запуска производства. Предприятие располагает собственным сырьем - глиной для производства кирпича необходимого качества. В настоящее время из 14 га земельного отвода под глиняный карьер освоено около 2 га. По оценкам специалистов, запасов глины хватит на 73 года бесперебойной работы предприятия при планируемом объеме производства. Технологический процесс производства керамического кирпича схематично указан на следующем рисунке:

Схема производства керамического кирпича методом полусухого прессования

Карьер глины

Склад глины

Глинорыхлитель

Ящичный питатель

Транспортер 1

Камневыделительные вальцы

Транспортер 2

Транспортер 3

Сушильный барабан

Измельчение глины на пресс-порошок

2 пресса ИСТ-213

Узел загрузки кирпича на поддоны

2 печи обжига кирпича

Узел разгрузки кирпича

Упаковка в пакеты

Склад готовой продукции

Намечаемый объем производства кирпича в натуральном выражении (тыс.шт.)

Период
Январь 1997
Февраль 1997
Март 1997
Апрель 1997
Май 1997
Июнь 1997
Декабрь 1997
Июнь 1998
Декабрь 1998
Июнь 1999
Общий объем
производства
158237316394,9473,9552,9550620550620 в т.ч.
запасы
12.218,224,330,336,442,54449,64449,6

Управление

Наименование
тыс. Руб
Вода на производственные цели
452
Канализация
200
Обучение персонала, лицензии
1500
Прочие
расходы
5000
Содержание лаборатории
625
Теплоэнергия на непроизводственные
цели
44442
Электроэнергия на непроизводственные цели
2625

Производство

Наименование
тыс.руб.
Брак
4000
Вспомогательное производство
7433
Запасные
части
17500
Износ МБП
3000
Топливо (газ) на технологические
цели
31108
Транспортные расходы по доставке шины
21595
Электроэнергия на
технологические цели
20890

Затраты на производство керамического кирпича методом полусухого прессования

Затраты на :1997г.(поквартально)

тыс.руб1998г.(полугод.)

тыс.руб1234IIIПроизводство и реализацию в
т.ч.электроэнергияМБПамортизация ОФтранспортные расходыплата
трудоотчисления на соц.страхование затраты на рекламузатраты на
командировкиплата за аренду

Затраты на производство не являются постоянной величиной. Максимальная величина расходов приходится на конец четвертого квартала первого года и начало следующего года реализации проекта.

2.5 Организационно - юридический план.

“ Строитель “ представляет собой закрытое акционерное общество с уставным капиталом в размере тыс.руб. и ведет свою деятельность на основе Гражданского Кодекса РФ. АО является юридическим лицом и действует на основе Устава и Учредительного договора, имеет собственное имущество, самостоятельный баланс и расчетный счет.

На все виды предлагаемых в данном проекте работ и услуг имеются соответствующие лицензии ,производимая продукция соответствует действующим ГОСТам.

-.

Для осуществления всего комплекса работ, предусмотренных в проекте, из состава специалистов выделяется группа в размере 57 человек со следующей организационной структурой .

Рис. 3 Организационная структура проектной группы

Руководитель проекта - человек, непосредственно контролирующий осуществление данного проекта.

Проектная группа разрабатывает теоретическое обоснование выполнения проекта (ТЭО), а также формирует документационный комплекс проекта.

Производственная группа устанавливает оборудование, осуществляет строительные-монтажные работы, наладку и пуск.

2.6 Экономический риск и страхование.

Каждый новый проект неизбежно сталкивается с определенными трудностями, угрожающими его проведению и существованию. Необходимо отметить моменты, связанные с риском проекта, а также уточнить мероприятия, позволяющие уменьшить риск и потери.

Риск, связанный с реализацией проекта, можно разделить на следующие группы:

1. Инвестиционный риск (связанный с процессом строительства):

- увеличение срока строительства против расчетного по организационным и техническим причинам;
- увеличение затрат против плановых;

2. Специальный риск (связанный с нормальным функционированием обеззараживающей системы):

- перебои в снабжении электроэнергией, реагентом и др.;
- сбои в работе обслуживающего сервиса;

3. Общий риск :

- природные (пожар и т.д.);
- ограбление;
- политические (изменение законодательства, проектных нормативов и др.).

Для выше перечисленных видов риска необходимо определить степень риска, вероятность , а также меры по предотвращению рисков.

Таблица 17

Виды риска Степень риска

тыс.руб Вероятность риска

Экономический риск

тыс.руб Инвестиционный риск 2707000,5135350 Специальный
риск 1706100,351183 Общий риск 451200,29024

В связи с перечисленными возможными рисками руководством ЗАО “ Строитель
“ предпринято ряд мер по минимизации рисков:

- при необходимости дополнительного финансирования, оговорены условия предоставления кредита банком “ Столичный банк сбережений“, который имеет устойчивое финансовое положение;
- все расчетные сроки даны с запасом;
- инженерные коммуникации многократно продублированы, что сводит к минимуму вероятность перебоев с электроэнергией;
- будут приняты усиленные меры по пожарной безопасности (установка сигнализаций помещений, организация служб наемной охраны и др.);
- имущество застраховано.

2.8 Финансирование и финансовый плн.

Чтобы определить количество финансовых средств, требуемых на реализацию проекта, необходимо составить несколько таблиц, в которых наглядно будет представлено их распределение .

Основным источником доходов предприятия является прибыль фирмы . Поэтому финансовый план необходимо начать с баланса доходов и расходов (табл. 18), который должен ответить на вопрос: потребуются ли дополнительные финансовые средства.

Таблица 18

Баланс доходов и расходов

Содержание

Выручка

Расходы в т. ч.

Постоянные

переменные

Баланс (превышение (+), нехватка (-) денежных ср-в.)

Проанализировав таблицу можно сделать вывод о том, что денежных средств, затраченные на проект в первые два года его осуществления начнут окупаться сразу после ввода системы обеззараживания в эксплуатацию, что гарантирует быстрый расчет по кредитам с банком. Что же касается чистой прибыли от реализации данного проекта, то расчеты

представлены в следующей таблице 19.

Таблица 19

Баланс доходов и затрат

Содержание

Доход

Издержки производства

Балансовая прибыль

Налоговые отчисления

Чистая прибыль

Из предложенной таблицы видно, что в прибыль проект будет приносить уже с момента запуска новой системы в эксплуатацию. В последующий год эксплуатации издержки уменьшаться, а чистая прибыль соответственно возрастет.

Срок окупаемости определяется подсчетом числа лет, в течение которых затраты будут погашены за счет получаемого дохода. Так как денежные средства поступают не равномерно, то срок окупаемости равен периоду времени, за который суммарные чистые денежные поступления превысят величину инвестиций на проект.

Исходя из расчетов срок окупаемости предложенного проекта составит 15 мес .

Баланс фирмы.

Наименование статьи

Средства на счете

Счета к получению

Суммарные текущие активы

Оборудование

Другие активы

СУММАРНЫЙ АКТИВ

Отсроченные налоговые платежи

Суммарные краткосрочные

обязательства Акционерный капитал

Нераспределенная прибыль

СУММАРНЫЙ ПАССИВ

Эффективность инвестиций.

Рассчитано для периода: в 36 месяцев.

Ставка дисконтирования: 60%

Срок окупаемости: 15 мес.

Индекс доходности: 1,98

Внутренняя норма рентабельности: 173,9%

Чистый приведенный доход проекта: 12 818 526 тыс.руб.

График безубыточности.

ВЫВОД

В современных условиях производство строительных материалов является одним из важнейших направлений нашей отечественной промышленности. Это объясняется ежегодно повышающимися темпами строительства и дефицитом высококачественных стройматериалов..

Недостатки, низкое качество и дороговизна многих стройматериалов, заставляют искать более совершенные и инновационные методы их производства. К подобным методам производства облицовочного кирпича относится метод полусухого прессования.

Настоящий проект рассчитан на 3 года, касается наладки производства керамического кирпича методом полусухого прессования на основе применения новой техники.

Для реализации проекта необходимы денежные вложения в размере 4682 миллионов рублей. Расчеты сделанные в настоящем ТЭО, позволяют сделать вывод, что АОЗТ “Строитель”, осуществляющее реализацию проекта в первые два года эксплуатации системы не только окупит первоначальные затраты, но и рассчитается с банком по процентам ссуды.

<http://www.erudition.ru/>