

Бизнес - план: производство пластиковых окон.

2.1. Резюме

В рамках проекта планируется организовать производство выпуска металлопластиковых ограждающих конструкций. Основным направлением деятельности предприятия является выпуск такой продукции, как окна, двери, витражи и прочие металлопластиковые ограждающие строительные конструкции.

В связи достаточно весомой конкуренцией на данном рынке, чтобы завоевать свою нишу, в процессе производства фирмы предполагается использовать прогрессивную и экологически чистую технологию, специально заказанную за рубежом. Сырьевая база производства на 100% обеспечивается единым поставщиком в соответствии с единым технологическим замыслом, что повышает надежность готовой продукции.

Общая стоимость проекта по введению в строй и эксплуатации производственного комплекса фирмы по выпуску металлопластиковых ограждающих конструкций - 6,7 млн. рублей. Планируемый объем выпуска готовой продукции около 10 000 м кв. в год на общую сумму при цене 2000 руб./м. кв. около 20 млн. рублей в год на основе действующих и проектируемых производственных мощностей. В дальнейшем планируется увеличить производство продукции.

Рынком сбыта готовой продукции являются деловые круги и население г. Новосибирска и Новосибирской области с уровнем доходов выше среднего, то есть по сути дела это предприниматели малого и среднего бизнеса, использующие нашу продукцию для оформления офисов, а также домашние хозяйства осуществляющие евроремонт.

Персонал фирмы состоит из высококвалифицированных специалистов и находится в состоянии комплектации. Общая планируемая численность работающих - 86 человек.

Конкурентоспособность фирмы обеспечивается низкими внутрипроизводственными издержками вследствие обеспечения сквозного технологического процесса, а также эксклюзивным качеством готовой продукции.

Целями бизнес-плана являются:

1. Обоснование рентабельности ввода в строй и эксплуатации цеха по производству металлопластиковых ограждающих строительных конструкций на действующих арендуемых производственных площадях и реализации готовой продукции на региональном рынке.

2. Выявление условий рынка и прогноз продаж готовой продукции при наращивании мощности производства в инвестиционный период.

1. Оценка ожидаемых финансовых результатов бизнеса и построение финансовой стратегии предприятия при расчетах с Центром занятости по заемным средствам.

Задачами предприятия в инвестиционный период является:

- осуществить ввод в строй и эксплуатацию комплексного автоматизированного оборудования с целью обеспечения сквозного технологического процесса: закупка сырья (комплектующих и расходных материалов), производство (сборка) готовой продукции и услуг, реализация конечного продукта потребителю;

- закрепиться и расширить управляемый сегмент регионального рынка сбыта металлопластиковых изделий.

Для размещения цеха по производству металлопластиковых ограждающих конструкций ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" необходимо арендовать производственные площади в 200 м кв., оснащенные всеми необходимыми для производства коммуникациями: водоснабжением; канализацией; вентиляцией; отоплением от котельной; электропитанием, что составит 50000 руб. при 250 руб. за 1 кв. м.

Предполагается приобрести технологическое оборудование, необходимое для производства металлопластиковых ограждающих конструкций, из Германии, а именно основное оборудование цеха по производству металлических конструкций, линия по производству стеклопакетов. Работа цеха будет организована по принципу сквозного технологического процесса, что обеспечит значительную экономию внутрипроизводственных издержек и существенно повысит рентабельность производства. Стоимость оборудования составит 5352000 руб.

Необходимо приобрести 2 автомобиля "Газель" (б/у) - 200000 руб. Необходимые производственные материалы на 1 мес. работы - 180000 руб. Затраты на рекламу составят около 884000 руб. в год.

Итого необходимо инвестиций на сумму 6666000 руб.

2.2. Сведения о предприятии

Инициатор проекта - закрытое акционерное общество "Комфорт. Уют. Качество". Форма собственности - частная. Основной вид деятельности - строительная деятельность. Уставный фонд составляет 55 тыс. руб.

Учредители ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" - физические лица: Казенных Игорь Владимирович, Путин Владимир Владимирович, Иванов Петр Сидорович, - это директор, бухгалтер и технолог соответственно с равной долей в уставном капитале. Все они являются высококвалифицированными специалистами в своей области с большим стажем работы.

2.3. Характеристики продукции и услуг

Металлопластиковые ограждающие строительные конструкции - одна из относительных новинок Новосибирского рынка, сразу завоевавшая большую популярность среди бизнесменов и наиболее обеспеченного населения города.

Продукция, планируемая к выпуску ЗАО «Комфорт. Уют. Качество» в связи с настоящим проектом, включает в себя все виды металлопластиковых ограждающих конструкций, изготавливаемых и монтируемых на заказ.

Номенклатура продукции: оконные и дверные рамы, витражи, витрины, офисные перегородки, зимние сады, теплые крыши, теплицы и т.п.

Разнообразие ассортимента дополняется также многовариантностью изготовления этих изделий в зависимости от заказа конкретного потребителя:

- по площади (без ограничений);
- по количеству степеней открывания (1, 2 или 3);
- по густоте переплета (густой, мелкий);
- по форме контуров (прямые или фигурные);
- по виду стекла (простое, тонированное, бронированное и т.п.);
- по другим параметрам.

Оборудование икупаемая вместе с ним технология является на настоящий момент самой прогрессивной в мире и не имеет аналогов на региональном рынке Новосибирской области. Поставщик и производитель оборудования - фирма SCHUCO International, которая занимается крупномасштабными разработками в этой области уже более 40 лет и сейчас является общепризнанным мировым лидером на рынке технологий и оборудования для изготовления металлопластиковых конструкций.

Продукция ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" будет изготавливаться на основе профиля, прошедшего сертификацию по европейскому стандарту (единственный подобный факт на местном рынке), что гарантирует эксклюзивное, недоступное остальным субъектам местного рынка, качество готовых изделий по следующим позициям:

- 1) морозоустойчивость;
- 2) защита от ультрафиолетового излучения;
- 3) неразрушение озонового слоя;
- 4) экологичность (100%-ное отсутствие канцерогенных свойств).

Необходимым условием успешной реализации данного проекта является неразрывная связь поставок из единого источника не только полного комплекта оборудования, но и абсолютно всех комплектующих изделий и расходных материалов. Оборудование, ориентированное только на строго определенные, очень высокие стандарты исходного материала, гарантировано от использования некачественного сырья со стороны, благодаря чему обеспечивается исключительное качество готовых изделий.

В связи с этим положительный эффект бизнеса достигается по следующим позициям:

1. Происходит значительная экономия транспортных издержек (100- 200%) по сравнению с другими фирмами, вовлеченными в рассматриваемую сферу деятельности, и имеющими до 40 поставщиков.

2. Заимствование прогрессивной технологии не только производства, но и складирования, когда сырье закупается не впрок, а под конкретный заказ. Как следствие, сокращаются и таможенные расходы, производственные запасы и незавершенное производство.

2.4. Анализ рынка

2.4.1. Состояние рынка сбыта продукции

ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" планирует реализовывать свою продукцию на региональном рынке, емкость которого позволяет осуществить интервенцию с целью закрепления на управляемом сегменте рынка. В 1998г. объем продаж металлопластиковых ограждающих конструкций в г. Новосибирске составил около 100.000 м. кв. продукции в год.

Планируемый ЗАО "Сибирские окна" объем производства - 10000 м.кв. в год. Таким образом, с учетом деятельности ЗАО "Сибирские окна", общий объем продаж металлических ограждающих конструкций на Новосибирском рынке в ближайшем будущем составит около 110000 м.кв. в год, что означает, что фирма претендует на долю местного рынка в размере около 10% . Насколько реально для ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" занять эту рыночную нишу и закрепиться на ней, и каковы резервы рыночного спроса на металлопластиковые ограждающие конструкции?

Наблюдаемые в Новосибирской области и в масштабах всего Северо-Кавказского региона стабильные тенденции роста объемов высоко комфортного частного строительства (до 7% год) и ежегодное увеличение спроса на коммерческую (офисную) недвижимость (до 11 % в год) и связанные с этим услуги на евроремонт помещений - предопределяют стабильный рост спроса на металлопластиковые ограждающие строительные конструкции. По предварительным оценкам, в 2005 г. объем спроса на эту продукцию составит не менее 115 - 120 млн. руб.

При наличии не менее 4 крупных конкурирующих в данной сфере производства фирм, и ввиду элитности самой продукции, когда фактор качества играет для потребителя даже большую роль, чем цена, - потребитель отдаст предпочтение наиболее качественной, наиболее экологически безопасной продукции, а более привлекательная по сравнению с конкурентами цена окажется решающим фактором в процессе принятия решения.

2.4.2. Конкурентный анализ

На рынке г. Новосибирска, где ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" предполагает реализовывать свою продукцию в первую очередь, уже работают следующие конкуренты:

- Фирма "БФК" - крупнейший производитель металлопластиковых конструкций на местном рынке (около 18 млн. руб. в год).
- Фирма "НовоЛит" (около 13 млн. руб. в год).
- Фирма "Профиль" (около 9 млн. руб. в год).
- Фирма "Интерпласт" (около 8 млн. руб. в год).
- Фирма "Юнако" (около 5 млн. руб. в год).
- Прочие более мелкие фирмы с совокупным оборотом около 9 млн. руб. в год.

Общие черты, характерные для абсолютно всех фирм, действующих на рынке металлопластиковых конструкций:

- одинаковая номенклатура оборудования;
- одинаковая максимальная мощность этого оборудования.

Одно из главных различий между конкурентами - качество используемого оборудования и технологии. Так, незначительно представленные на местном рынке польская и российская технологии уже почти изжили себя и не выдерживают конкуренции по причине низкого качества при высокой себестоимости изделий. Наиболее распространенная технология немецкой фирмы ALUPLAST также уже морально устаревает и не обеспечивает тех высоких характеристик качества, которые уже достигнуты другой немецкой фирмой SCHUCO International, представляющей на мировом рынке действительно последнее слово технического прогресса.

Кроме того, никто из конкурентов не использует принцип единства поставок. Преобладает стремление приобрести комплектующие у разных фирм по более низким ценам. Это, во-первых, сильно отражается на транспортных издержках. Во-вторых, что самое главное, отсутствие единого поставщика не позволяет достигнуть единой технологии и создает вероятность несовпадения технических и иных параметров комплектующих изделий от разных поставщиков, что существенно ухудшает качество готовых изделий у подобных фирм.

Отличительной особенностью ЗАО "Комфорт. Уют. Качество", как уже отмечалось, является именно единство поставок. Заказываемое оборудование, представляющее собой автоматизированные сборочные места, предназначено для обработки только тех комплектующих изделий, технические и иные параметры которых отвечают строго определенным стандартам, гарантирующим исключительное качество готовой продукции.

Поэтому закупка у одной и той же фирмы не только производственного оборудования, но и всего комплекта комплектующих и расходных материалов является идеальным сочетанием с точки зрения гарантии качества.

ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" - будет единственным предприятием, самостоятельно осуществляющим монтаж своей продукции (как неотъемлемую часть технологического процесса). Остальные фирмы привлекают сторонние организации для монтажа, что в итоге снижает его качество и сказывается на издержках производства в сторону увеличения.

Таким образом, что касается качества готовой продукции и услуг, то ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" будет являться несомненным лидером в этой области.

В плане цен у ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" также не будет серьезных конкурентов, так как средняя отпускная цена 1 м кв. условной продукции ЗАО "Сибирские окна" - 2000 руб./м.кв., а минимальная отпускная цена ближайшего конкурента - 3000 и более руб./м.кв.

В плане гибкости реагирования на покупательские потребности, на конкретное желание заказчика, ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" также имеет неоспоримые преимущества. Наличие собственного производства стеклопакетов (основного комплектующего элемента) позволяют быстро откликаться на любые требования рынка.

2.4.3. Анализ рынка ресурсов

Для производства металлопластиковых ограждающих строительных конструкций требуются следующие основные комплектующие материалы.

1. Пластиковый профиль.
2. Металлопрокат.
3. Стекло.
4. Запорная арматура.
5. Фурнитура.
6. Расходные материалы.

Поставка всех материалов будет осуществляться из ФРГ автотранспортом на условиях Новосибирска. Поставщик - SCHUCO International, поскольку для немецкой фирмы это отличная возможность проникнуть на один из самых емких и быстро развивающихся рынков в России

Принцип поставок "под заказ" считается в данной сфере производства наиболее прогрессивным и экономичным (складские помещения не заговариваются, не остается неликвидных остатков, которые невозможно отправить обратно в ФРГ по причине взимания заново таможенных платежей).

2.5. Маркетинговая стратегия и обоснование цены

На основании фактов, изложенных в п. 2.3 "Характеристика продукции" изделия ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" должны обладать самыми высокими на местном рынке характеристиками качества, а относительно низкая себестоимость продукции (благодаря значительному снижению внутрипроизводственных издержек) позволит установить отпускные цены на 15 - 20% ниже среднерыночных. Как следует из анализа рынка сбыта продукции, только такое сочетание качественных и стоимостных характеристик продукции позволит новому субъекту рынка обеспечить себе гарантированный сбыт.

Таким образом, маркетинговой стратегией ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" является ценовая конкуренция при обеспечении эксклюзивного качества изделий. В связи с этим фирма сможет не только занять планируемую нишу на региональном рынке, но и закрепиться на ней, обеспечив себе стабильный гарантированный сбыт.

Существующий разброс цен на металлопластиковые конструкции - от 2300 руб./м кв. до 3000 руб./м кв. Точно так же велики качественные различия между продукцией разных фирм и условиями заказов.

Для того, чтобы конкурировать с минимальной ценой 2000 руб./м кв., ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" планирует установить минимальную отпускную цену (наиболее простой вариант заказа) - не более 1900 руб./м кв. А _средняя отпускная цена 1м кв. условной продукции составит 2000 руб./м кв., что существенно ниже принятой практики. Данная цена позволит предприятию работать с рентабельностью не менее 20%.

Большой опыт предприятия в строительной деятельности, назначение на руководящие должности квалифицированных и уже зарекомендовавших себя специалистов и тщательный отбор претендентов на рабочие места - все это является дополнительным существенным фактором успеха бизнеса.

Одним из основных способов продвижения товара на рынок будет реклама - самый мощный стимулятор спроса. ЗАО "Комфорт. Уют. Качество" планирует использовать следующие каналы распространения рекламы:

- две рекламные растяжки на центральных улицах города в течение 6 месяцев. Стоимость размещения одной рекламной растяжки составляет \$1000. Затраты на этот вид рекламы составят: $2 * 1000 * 32 \text{ руб.} * 6 = 384000 \text{ руб.}$ в год.
- реклама в газете "ВА-БАНК": 1/4 газетной полосы 4 раза в месяц. Затраты на этот вид рекламы составят: в месяц: 20000 руб. в мес.; в год: 240.000 руб. в год без учета скидки; в год с учетом скидки: 200000 руб. в год;
- рекламный ролик на телевидении ("ТНТ"): 10 сек. x 3 раза/день = 0,5 мин. в день изготовление ролика - 10000 руб. прокат ролика - 2000 руб. за 1 мин. в день: 1000 руб. месяц: 1000 руб. * 30 = 30000 руб. в мес.; в год: 30000 руб. * 12 = 360000 руб. в год без учета скидки в год с учетом скидки: 300000 руб. в год.

ИТОГО: рекламные расходы - 884000 руб. в год

Стратегия рекламной кампании: в течение первого месяца планируется сформировать у потенциальных потребителей мнение о товаре и фирме, в связи с чем в этот период целесообразна наиболее интенсивная реклама в средствах массовой информации, т.е. рекламные объявления будут выходить наиболее часто. Затем в течение всего года необходимо постоянно поддерживать в сознании потребителей заинтересованность в данном продукте, в связи с чем реклама будет появляться постоянно, но немного реже.

2.6. План производства

2.6.1. Расчет объема выпуска продукции

Предполагаемый объем продаж в 2003 - 2004 гг. (м. кв.)

	2003 - 2004 гг.									
	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	Янв.	Фев.	Март	Всего
Готовая продукция, м кв.	416	416	500	500	582	665	748	749	832	5408
Процент использования мощности	50	50	60	60	70	80	90	90	100	

Планируемый режим работы предполагает 1 смену при 8 часовом рабочем дне. Планируемый фонд рабочего времени - 21 день. Расчетная производительность цеха после выхода завода на полную мощность¹: 39,6 м кв. в смену

- в месяц: $39,6 * 21 = 831,6$ м кв. в мес.

- в год: 10000 м кв. в год

Полное освоение мощностей планируется к концу первого квартала 2004 года, а до тех пор будет происходить постепенное наращивание мощности.

2.6.2. Расчет объема оборота предприятия в стоимостном выражении (при полной (100%) загрузке мощности)

Розничная отпускная цена условной единицы продукции - 2000 руб./м кв.;

Объем выпуска продукции в месяц - 831,6 м кв. в мес. Объем оборота предприятия в стоимостном выражении:

- в месяц: $831,6 * 2000 = 1663200$ руб./мес.;

- год: 19958400 руб./год.

2.6.3. Расчет стоимости закупаемого оборудования

Стоимость оборудования - 150000\$ (включая стоимость монтажа). В рублевом выражении это оборудование составит $150000 * 32 = 4800000$ руб.

Таможенная пошлина составляет 10%, или 480000 руб. Сбор за таможенное оформление 0,15%, - 72000 руб.

ИТОГО затраты на оборудование составят - 5352000 руб.

2.6.4. Расчет издержек производства

Стоимость материалов, необходимых для изготовления стеклопакетов:

Расход, цена единицы материала, материальные затраты (в руб.) из расчета на одну условную единицу продукции (м кв.):

- стекло (Ц=36 руб./м кв.): норма расхода - 2м кв./м кв.; стоимость расхода на одну усл. ед. - 72 руб.;

- обечайка (Ц=11 руб./м.): норма расхода - 4 м кв./м кв.; стоимость расхода на одну усл. ед. - 44 руб.;

- бутыл (Ц=35 руб./кг): норма расхода - 0,1 кг/м кв.; стоимость расхода на одну усл. ед. - 3,5 руб.;

- прочие расходные материалы: стоимость расхода на условную единицу - 5 руб.

Итого материальные затраты на производство одного м кв. стеклопакета - 124,5 руб.

¹ Примечание: условной единицей продукции, как уже упоминалось унифицированно принимается окно с двумя степенями открывания размером 1 м х 1 м.

Стоимость материалов, необходимых для производства металлопластиковых ограждающих конструкций (кроме стоимости стеклопакетов см. выше):

→ пластиковый профиль (Ц= 22 руб./м.), норма расхода -0,5 м /м. кв.; стоимость расхода на усл. ед. - 11 руб.;

→ металлопрокат (Ц= 35,5 руб./м.), норма расхода -1,0 м /м кв.; стоимость на усл. ед. - 35,5 руб.;

→ фурнитура, запорная арматура и другие расходные материалы - стоимость расхода на одну усл. ед.- 44 руб.

Итого: 90,5 руб./м кв.

ВСЕГО суммарные материальные затраты на одну усл. ед. продукции - 215 руб.

Затраты на материалы:

→ в месяц: $215 * 831,6 = 178794$ руб./мес;

→ в год: 2145528 руб./год.

Затраты на оплату труда:

Среднемесячные оклады: работник АУ - 7000 руб.; основные рабочие - 4500 руб.; вспомогательные рабочие и охрана - 3000 руб.; уборщики - 2500 руб.

Число работающих:

Рабочие цеха по производству стеклопакетов.

- Участок раскроя стекла - 4 чел. (из них 2 - вспом. раб.)
- Участок раскроя металл, обечайки - 2 чел. (из них 1 - вспом раб.)
- Участок бутилирования - 3 чел. (из них 2 - вспом. раб.)
- Участок мойки - 7 чел. (из них 3 - вспом. раб.)
- Участок гибки металлич. обечайки - 3 чел. (из них 1 - вспом. раб.)
- Участок сборки стекла и рамки 8 чел. (из них 4 - всмог. раб.)
- Участок герметизации стеклопакета - 3 чел. (из них 1 вспом. раб.)

Всего в одну смену - 30 чел.

Рабочие:

- Участок складирования - 1 чел.
- Участок раскроя профиля- 2 чел.
- Участок раскроя арматуры- 2 чел.
- Участок сборки заготовок- 2 чел.
- Участок фрезерования- 2 чел.
- Участок сварки профиля - 3 чел. (из них 2 - вспомог. раб.)
- Участок обработки швов конструкций - 2 чел.
- Участок сборки конструкций- 2 чел.
- Участок нарезки штапиков- 1 чел.
- Участок установки фурнитуры- 2 чел.
- Участок контроля качества- 1 чел.
- Бригада упаковки готовых конструкций - 2 чел.
- Бригада доставки - 3 чел. (из них 2 - вспомог. раб.)
- Монтажная бригада - 10 чел.

Всего в одну смену - 35 человек

Аппарат управления:

- Директор-1 чел.
- Зам. директора - 1 чел.
- Бухгалтер-1 чел.
- Секретарь-1 чел.
- Сметчик- 2 чел.
- Начальник смены - 1 чел.
- Учетчик - 2 чел.

Всего - 9 человек

Охрана и уборщики:

- Охранники - 3 человек
- Уборщицы - 3 человек

Всего -12 человек

ИТОГО ПО ЦЕХУ: 86 человек

Расчет месячного фонда з/п (руб.)

Персонал	Численность	З/п в мес.	Фонд з/п в мес.
Основные рабочие	53	4500	238500
Вспомогательные рабочие	18	3000	54000
АУ	9	7000	63000
Охрана	3	3000	9000
Уборщики	3	2500	7500
Итого	86		372000

Затраты на топливо и энергию

- энергопотребление - 30 кВт/ч;
- стоимость 1 кВт/ч - 0.7 руб.;
- фонд рабочего времени в сутки - 8 час;
- месячный фонд рабочего времени в часах - 166 час.

Издержки на энергию в месяц: $166 * 30 * 0.7 = 3496$ руб./мес.

Издержки на энергию в год: 41952 руб./год

- потребление топлива в год (котельная) - 3 тонн;
- стоимость топлива за 1т - 600 руб. Издержки на топливо в месяц (среднегодовые): 150 руб./мес.

Издержки на топливо в год: 1800 руб./год.

ВСЕГО затраты на топливо и энергию: в месяц: 3646 руб.; в год: 43752 руб.

Затраты на услуги связи: в месяц: 3000 руб.; в год: 36000 руб.

Амортизация:

Стоимость собственных основных средств:

- оборудование - 4800000 руб.

- транспорт - 200 000 руб.;
- норма амортизации - 5% в год

Амортизационные отчисления:

год: $(4800000 + 200000) * 0,05 = 250000$ руб.; в месяц: 20833 руб./мес.

Расходы на рекламу

в год: 884000 руб.; в месяц - 73667 руб.

Транспортные (эксплуатационные) расходы:

год: 34.817 руб.; в месяц: 2.901 руб.

Аренда помещений.

площадь - 200 м кв.; ставка - 250 руб./м кв./ мес.. Арендная плата: в месяц: 50000 руб.; в год: 600000 руб.

Проценты по кредиту

сумма кредитования - 6666000 руб.; процентная ставка - 19% годовых.
 Финансовые издержки: в год: $6666000 * 0,19 = 1266540$ руб.; в месяц: 105545 руб./мес.

Налоги и отчисления.

Налоговые платежи (налог на добавленную стоимость - 20%)

Расчет налога на добавленную стоимость, подлежащего оплате в бюджет:

а) НДС, уплачиваемый за производство продукции (услуг):

- в месяц: $1663200 * 0,167 = 277200$ руб.;

- в год: 3326400 руб.

б) НДС, уплачиваемый поставщикам за поставку материалов и комплектующих:

- в месяц: $178794 * 0,167 = 29858$ руб.;

- в год: 358303 руб.

в) НДС, уплаченный за энергоресурсы:

- в месяц: $3646 * 0,167 = 609$ руб.;

- в год: 7308 руб.

г) Сумма НДС, подлежащая внесению в бюджет:

- в месяц: $277200 - 29858 - 609 = 246733$ руб.;

- в год: $3326400 - 358303 - 7308 = 2960789$ руб.

Единый социальный налог – 35,6%

Таким образом, отчисления от ФОТ: в месяц – $372000 * 0,356 = 132432$ руб.;

в год – 1589184 руб.

Налог с продаж – 4%

В месяц – $1416467 * 0,04 = 56658$ руб.; в год – 679904 руб.

Текущие издержки на производственную программу по статьям себестоимости на месяц, год (руб.)

Статья	в месяц	в год
1. Материалы и комплектующие	178794	2145528
Итого переменные издержки	178794	2145528
1. Заработная плата	372000	4464000
2. Топливо и энергия	3646	43752
3. Связь	3000	36000
4. Транспорт	2901	34817
5. Реклама	73667	884000
6. Аренда	50000	600000
7. Амортизация	20833	250000
Итого постоянные издержки	526047	6312564
9. Проценты	105545	1266540
10. Резервы	40058	480696
11. НДС	246733	2960789
12. Отчисления от ФОТ	132432	1589184
13. Налог с продаж	56658	679904
Итого себестоимость	1286267	15435204

2.7. Расчет прибыли и рентабельности

Расчет прибыли и рентабельности

Показатели	Стоимость (руб.)	
	В месяц	В год
5.1. Выручка от реализации услуг	1663200	19958400
5.2. НДС	246733	2960789
5.3. Доход с оборота	1416467	16997611
5.4. Внутрипроизводственные издержки	850444	10205328
5.5. Налоги и отчисления	189090	2387520
5.6. Валовая прибыль	376933	4523196
5.7. Налог на прибыль (ставка 24%)	90464	1085567
5.8. Чистая прибыль	286469	3347620
Рентабельность	22,27%	

Расчет прибыли и рентабельности осуществлен, исходя из прогнозируемых объемов производства (в месяц, год), сложившихся цен на единицу продукции (услуг), внутренних издержек фирмы на производственную программу при полной загрузке мощности цеха.

По инвестиционному замыслу предприятия, на указанные в таблице экономические показатели фирма выходит в марте 2004 г. при условии своевременного заимствования искомой суммы.

Весь проект должен окупиться приблизительно за 1 год после выхода предприятия на полную производственную мощность.

Точка безубыточности в денежном выражении составляет:

$$(641650 / (1663200 - 178794)) * 1663200 = 718\,935 \text{ руб. в месяц}$$

В натуральном выражении:

$$(641650 / (1663200 - 178794)) * 832 = 359 \text{ кв.м. в месяц}$$

$$\text{Рентабельность: } (286469 / 1286267) * 100\% = 22,27\%$$

2.8. Финансовый план. График погашения кредитных средств.

Финансовый план инвестиционного проекта отражает динамику поступления и расходования денежных средств фирмы при поэтапном (помесячном) наращивании мощности производства и реализации.

Накопление массы чистой прибыли по месяцам наращивания производственной мощности отражается в строке 3.1 "Финансового плана".

Финансовую устойчивость фирма приобретает в сентябре 2005 г., когда накопленной суммы прибыли достаточно для погашения кредитных средств.

Финансовый план (план денежных поступлений и выплат в 2003 - 2004 г.)

Показатели	Динамика показателей по инвестиционным периодам (тыс. руб.)											
	Периоды	Июль	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.	Янв.	Фев.	Март	Апр.2004- Март2005	Апр.- Сент2005
Мощность, (%)	50	50	60	60	70	80	90	90	100	100	100	100
1. Поступления	7498	832	1000	1000	1164	1330	1496	1498	1664	19968	19968	9984
1.1. Выручка от реализации	832	832	1000	1000	1164	1330	1496	1498	1664	19968	19968	9984
1.2. Внереализационные доходы	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3. Кредит	6666	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Платежи	6463	911	1092	1092	1145	1222	1297	1299	1376	16512	16512	14922
2.1. Переменные издержки	89	89	107	107	125	143	160	161	179	2148	2148	1074
2.2. Постоянные издержки	526	526	526	526	526	526	526	526	526	6312	6312	3156
2.3. Закупка оборудования и транспорта	5552	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4. Проценты и резерв	145	145	145	145	145	145	145	145	145	1740	1740	870
2.5. Налоги и сборы*)	151	151	314	314	349	408	466	467	526	6312	6312	3156
2.6. Возврат кредита	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6666
3. Баланс платежей и поступлений	1035	-79	-92	-92	+19	+108	+199	+199	+288	+3456	+3456	-4938
3.1. То же нарастающим итогом	+1035	+956	+864	+772	+791	+899	+1098	+1297	+1585	+5041	+5041	+103

2.9. Анализ экономических рисков.

Финансово-экономические риски

Виды рисков	Отрицательное влияние на прибыль
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Появление альтернативного продукта	Снижение спроса
Снижение цен конкурентов	Снижение цен
Увеличение производства у конкурентов	Падение продаж или снижение цен
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Снижение платежеспособности	Падение продаж
Рост цен на сырье, материалы, перевозки	Снижение прибыли из-за роста цен на сырье, материалы, перевозки
Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернативы	Снижение прибыли из-за роста цен
Недостаток оборотных средств	Увеличение кредитов или снижение объема производства

Из данных видов риска наиболее значимыми для данного предприятия являются:

во-первых, зависимость от поставщиков, поскольку вся деятельность направлена на взаимодействие непосредственно с одним поставщиком для обеспечения сквозного производства, тем самым значительно снижая издержки;

во-вторых, снижение цен у конкурентов, поскольку это одно из основных конкурентных преимуществ данного предприятия наряду с высоким качеством продукции;

и наконец, также один из самых важных рисков – это рост цен на сырье и материалы, поскольку это также может повлиять либо на снижение прибыли, что в условиях расчета по кредиту крайне неблагоприятно, либо на рост цен, а это в свою очередь ведет к потере опять же одного из основных конкурентных преимуществ.

Остальные риски, как таковые, на мой взгляд, не достаточно актуальны, за исключением роста налогов, и поэтому особой опасности для организации данного вида деятельности не представляют.