

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное агентство по образованию

КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Финансы и кредит»

ИНВЕСТИЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсового проекта
для студентов специальности 080105
«Финансы и кредит»
(очная и заочная формы)

Курган 2007

Кафедра «Финансы и кредит»

Дисциплина «Инвестиции» (специальность 080105 «Финансы и кредит»)

Составила: доцент, канд. экон. наук

В.П. Петрова

Утверждены на заседании кафедры «15» _____ мая _____ 2007 г.

Рекомендованы методическим советом университета

«30» _____ мая _____ 2007 г.

1 Общие указания

Курсовой проект представляет собой разработку бизнес-плана предпринимательского (инвестиционного проекта).

Бизнес-план – это план развития предприятия, необходимый для освоения новых сфер деятельности, создания новых видов бизнеса. Он может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующего на очередном этапе развития. Бизнес-план может охватывать достаточно длительный период, обычно – 3-5 лет, представляет собой результат исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности предприятия (продукта или услуги) на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях. Целью разработки бизнес-плана является необходимость спланировать хозяйственную деятельность предприятия с учетом потребностей рынка и возможностями удовлетворения этих потребностей.

В соответствии с учебным планом проект выполняется на 4 курсе студентами специальности «Финансы и кредит».

Цель и значение курсового проекта

Курсовой проект является одним из этапов изучения дисциплины «Инвестиции».

Выполнение проекта имеет своей целью:

- систематизацию, закрепление и расширение полученных знаний в области инвестиций;

- научить студентов применять полученные знания на практике, выработать у них навыки самостоятельного решения конкретных практических задач, связанных с инвестиционной деятельностью.

Значение курсового проекта состоит в том, что в процессе его выполнения не только закрепляются, но и углубляются полученные знания в области планирования, менеджмента, маркетинга, бухгалтерского учета, налогообложения и инвестиций.

Курсовой проект позволяет студентам проявить инициативу в получении широкого круга дополнительной информации для разработки бизнес-плана.

Требования к курсовому проекту

К курсовому проекту предъявляются следующие основные требования:

- самостоятельность и системность подхода студента в обосновании реализации конкретного замысла;

- в зависимости от конкретно поставленной цели (или ряда целей) необходимо тщательно продумать концепцию бизнес-плана, его логическое развитие, всю идеологию проекта;

- все разделы проекта должны быть тщательно проработаны, все расчеты достаточно полно обоснованы;
 - каждая задача плана должна быть решена во взаимосвязи с другими;
 - все предложения в плане должны быть четко обозначены;
 - разработчик проекта самостоятельно должен выбрать тот материал, который ему необходим;
 - при составлении плана следует пользоваться статистической информацией, чтобы более аргументировано и наглядно доказать те или иные данные, которые используются при разработке бизнес-плана;
 - бизнес-план должен быть написан просто и ясно (причем следует подбирать наиболее доходчивые выражения, сохраняя деловой стиль), иметь четкую структуру;
 - оформление курсового проекта выполняется строго в соответствии с требованиями ГОСТ;
 - расчетно-пояснительная записка курсового проекта должна быть пронумерована, переплетена в специальной папке и подписана студентом.
- Объем проекта - 40-45 страниц машинописного текста (без учета приложений).

Этапы работы над проектом

Процесс подготовки, выполнения и защиты курсового проекта состоит из следующих этапов:

- 1 Выбор направления деятельности (объекта планирования) – создание нового предприятия, освоение новых видов продукции, совершенствование производства, модернизация производства и др.
- 2 Сбор информации, необходимой для составления бизнес-плана, и в первую очередь информацию об объеме потенциального спроса, производственных и финансовых потребностях.
- 3 Обработка статистического материала, фактических данных, выполнение необходимых расчетов.
- 4 Написание текста курсового проекта.
- 5 Защита курсового проекта.

Успех в написании проекта предопределяется выбором объекта планирования. Объект планирования выбирается студентом самостоятельно. Выбор не может быть случайным. С самого начала студент должен хотя бы приблизительно ориентироваться в сущности той или иной проблемы, иметь представление об исходных данных, которыми он может располагать при выполнении проекта, возможности их сбора. При выборе темы следует учитывать работы по другим дисциплинам (например, по дисциплине «Маркетинг»); проблемы конкретного хозяйствующего субъекта (того, на котором студент работает); практический интерес, вызванный у студента опытом работы, и др.

Тема курсового проекта должна быть согласована с руководителем проекта. После утверждения темы студент собирает необходимые данные и выполняет соответствующие расчеты.

Характеристика окружающей среды

Сведения об экономическом окружении бизнес-плана должны включать:

- прогнозную оценку общего индекса инфляции и прогноз абсолютного или относительного (по отношению к общему индексу инфляции) изменения цен на отдельные продукты (услуги) и ресурсы на весь период реализации проекта;
- сведения о системе налогообложения;
- нормы (в днях) для расчета потребности в оборотном капитале.

Определение прогнозных цен обычно производится последовательно по шагам расчета, исходя из темпов роста цен на каждом шаге.

Сведения об инфляции рекомендуется представлять в следующей форме (таблица 1).

Таблица 1 – Сведения об инфляции

Показатели	0 шаг	1 шаг	2 шаг	3 шаг*
Темп инфляции на шаге, или общий индекс инфляции по отношению к базисному моменту на конец шага, % в год				
Темп, или индекс роста цен на продукцию, основные средства, материальные и трудовые ресурсы и услуги по каждому в отдельности** (абсолютный или, что удобнее, по отношению к темпу, или индексу общей инфляции), % в год				

Примечание: * 0 шаг – подготовительный период; 1 шаг – это первый год планирования (месяц); 2 шаг – второй год планирования (квартал); 3 шаг – третий год планирования (год).

** В случае, когда прогнозные индексы цен на продукты и ресурсы не отклоняются от общего индекса инфляции или при отсутствии обоснованных прогнозов для этих отклонений, соответствующие позиции могут не заполняться.

Источниками указанной информации являются перспективные планы и прогнозы органов государственного управления в области экономической политики и финансов, анализ тенденций изменения цен, анализ структуры цен на продукты (услуги) и ресурсы в России и мире.

Информация о системе налогообложения должна включать, прежде всего, возможно полный перечень налогов, сборов, акцизов, пошлин и иных аналогичных платежей (далее – налогов). Особое внимание должно быть уделено налогам, регулируемым региональным законодательством (налоги субъектов Федерации и местные налоги). По каждому виду налогов необходимо привести следующие сведения:

- налоговая база;

- налоговая ставка;
- налоговый период;
- источник уплаты;
- распределение налоговых платежей между бюджетами различного уровня.

Указанная информация приводится отдельно по группам налогов, платежи по которым по-разному отражаются в финансовой отчетности предприятия.

Для обеспечения стабильной работы рассчитывается потребность в оборотном капитале. Исходные данные для расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Нормы (в днях) для расчета потребности в оборотном капитале*

№ п/п	Показатели		Номер шага			
			0	1	2	3
	Структура оборотного капитала	Наименование нормы, необходимой для расчета данного элемента				
1.	Сырье, материалы, комплектующие и др.*	Страховой запас Периодичность поставок				
2.	Незавершенное производство	Цикл производства				
3.	Готовая продукция	Периодичность отгрузки				
4.	Дебиторская задолженность	Задержка платежей				
5.	Авансы поставщикам за работы, услуги, товары	Срок предоплаты Доля цены, оплачиваемая предварительно				
6.	Резерв денежных средств	Покрытие потребности				
7.	Расчеты за товары (работы, услуги)	Задержка платежей				
8.	Погашение и обслуживание займов	Периодичность выплат				

Примечание: * Нормы могут быть различными для различных шагов расчета.

** Запасы комплектующих и материалов рассчитываются по группам в зависимости от величины запасов и норм хранения.

2 Структура и содержание бизнес-плана

Бизнес-план состоит из следующих разделов:

Титульный лист

Содержание

Экономическое окружение проекта

Основные разделы:

Обзорный раздел (резюме)

1 Описание предприятия.

2 Описание отрасли.

3 Описание продукции (работ, услуг).

4 Описание рынка.

5 Производственный план.

6 График выполнения работ (календарный план).

7 Оценка риска.

8 Финансовый план.

Список использованных источников

Приложения

2.1 Обзорный раздел (резюме)

Резюме представляет собой краткий обзор бизнес-плана и является важным разделом. Резюме должно быть кратким (не более трех страниц) и проработано таким образом, чтобы вызвать интерес к бизнес-плану. Пишется резюме в последнюю очередь и должно включать следующую информацию:

- суть проекта, его цель;
- полное и сокращенное наименование предприятия;
- дату регистрации, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего предприятие;
- почтовый и юридический адрес предприятия;
- организационно-правовая форма;
- размер уставного капитала;
- описание предприятия (на котором предполагается реализация проекта), его специфических черт, какой путь развития прошло предприятие либо что собой представляет вновь создаваемое;
- краткие сведения о квалификации управленческого персонала, какими способностями применительно к настоящему проекту обладает управленческий персонал, каковы доли участия управленческого персонала в капитале предприятия;
- описание ситуации на рынке и в отрасли;
- преимущество продукции или услуг предприятия в сравнении с аналогичной продукцией (услугами, работами) конкурентов, ресурсы предприятия и его текущее финансовое состояние (для давно работающих);
- стратегия и тактика достижения поставленных целей;
- характеристика клиентуры;
- прогноз спроса, объемов продаж товаров (работ, услуг) и суммы прибыли в ближайший период (месяц, квартал, год и т.д.);
- планируемая себестоимость продукции и потребность в финансировании (для каких целей);
- источники финансирования;
- ожидаемый чистый дисконтированный доход, уровень доходности и срок окупаемости;
- какие риски и какие вознаграждения могут ожидать инвесторов.

2.2 Описание предприятия

В данном разделе должны быть приведены основные сведения, касающиеся непосредственно предприятия. Они включают:

- полное и сокращенное наименование предприятия;
- организационно-правовая форма;
- дату регистрации, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего предприятие;
- почтовый и юридический адрес предприятия;
- размер уставного капитала;
- какова история действующего предприятия или предложения по организации нового предприятия;
- современная организационная структура и основной персонал предприятия;
- что продает предприятие;
- какие потребности заказчиков обеспечивает предприятие;
- исторические и текущие тенденции в сбыте;
- какие преимущества предприятия;
- где находятся клиенты территориально;
- когда клиенты приобретают продукцию наилучшим образом;
- с какими проблемами сталкивается предприятие;
- основные конкуренты;
- анализ сильных и слабых сторон предприятия (качество продукции или услуг, возможности сбыта, уровень технологии, условия поставок материалов или комплектующих, уровень менеджмента и др.).

Если предприятие не является вновь образованным, то необходимо дать оценку его финансового состояния за последние три года. Показатели финансового состояния можно разделить на две группы:

- 1 Показатели финансового состояния (коэффициенты ликвидности, коэффициенты деловой активности, коэффициент финансовой независимости, сумма обязательств к активам, долгосрочные обязательства).
- 2 Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (рентабельность активов предприятия, рентабельность собственного капитала, рентабельность продаж).

2.3 Описание отрасли

Описание отрасли включает в себя следующую информацию:

- определение экономического сектора отрасли (производство, услуги и т.п.);
- перечень основной продукции (услуг, работ), предлагаемых данной отраслью;
- сезонность;
- географическое положение отраслевого рынка (локальный, региональный, национальный, международный);
- какова ситуация в отрасли, в которой будет реализован бизнес;
- перспективы развития отрасли;
- характеристика клиентов отрасли;
- общий объем продаж по отрасли и тенденции изменения рынка;

- перечень основных конкурентов отрасли;
- доля рынка, принадлежащая конкурентам;
- сильные и слабые стороны конкурентов.

Оценку влияния факторов отраслевой среды целесообразно представлять в виде таблицы 3.

Таблица 3 – Оценка отраслевой среды

Группа факторов	Факторы
Рыночные факторы	Размер рынка Темп роста рынка Цикличность спроса Сезонность спроса Чувствительность спроса Прибыльность производства
Факторы конкуренции	Существование равных конкурентов Степень специализации конкурентов Трудность входа и выхода предприятия в отрасль Наличие товаров-заменителей
Барьеры входа и выхода из отрасли	Потребность в инвестициях Наличие каналов распределения Доступ к сырью Государственные и социальные ограничения Специализация оборудования
Макроэкономические факторы	Инфляция Налогообложение

При описании в бизнес-плане факторов, влияющих на деятельность предприятия, речь идет о факторах и условиях, на которые предприятие не может воздействовать, но которые негативно или позитивно влияют на его деятельность.

Эффективным инструментом для проведения анализа предприятия по отношению к внешней среде служит SWOT-анализ. Он предусматривает анализ сильных и слабых сторон предприятия, прогнозирование потенциальных угроз, разработку компенсационных мер, анализ стратегических и тактических возможностей предприятия. Пример SWOT- анализа показан в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка сильных и слабых сторон предприятия

Сильные стороны	Слабые стороны
Система распределения	
Опытные руководители Профессиональные менеджеры Наличие запасов готовой продукции Анализ потребностей покупателей Создана сеть сервисных центров Накоплен опыт продаж и создана база данных о клиентах	Недостаточный собственный опыт рекламы
Собственная продукция предприятия	
Планирование объема производства Отсутствие экологического загрязнения Получение добавочной стоимости при производстве Возможность производства продукции в соответствии со специфическими пожеланиями заказчика	Отсутствие возможности влиять на поставщиков комплектующих Слабая техническая оснащенность
Собственная технология предприятия	
Возможность модифицировать датчик Сертификация приборов Собственное ноу-хау Оригинальные инженерные решения	Отсутствие международного сертификата Постоянные инженерные изыскания при новых отраслевых требованиях Сертификация продукции
Собственные финансовые средства компании	
Финансовая независимость	Недостаточность оборотных активов для оперативного реагирования на повышение спроса
Организация управления компанией	
Мобильно и динамично реагирует на изменения Формирование наиболее квалифицированных групп	Высшее руководство распределяет ресурсы и кадры
Имидж предприятия	
Высокий уровень гарантийного обслуживания Точные сроки выполнения договорных обязательств Известность торговой марки	Выполнение сроков обязательств даже при нулевой прибыли

2.4 Описание продукции (услуг, работ)

В этом разделе приводится подробная характеристика производимой предприятием продукции (услуг, работ). Производится сравнение ее с продукцией конкурентов, анализируются планы развития производства.

Характеристика продукции:

- наименование продукции (услуг, работ);
- функциональное назначение продукции (услуг, работ), для каких целей она предназначена;

- наличие каких-либо особенностей продукции (услуг, работ) по сравнению с аналогичными или их отсутствие;

- наглядное изображение продукции (фотография или рисунок);
- основные технико-экономические и потребительские характеристики продукции;
- концепция ценообразования на продукцию (услуги, работы);
- стоимость продукции;
- стадия развития продукта;
- требования к контролю качества;
- требования к подготовке пользователей;
- требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию;
- патентно-лицензионная защита;
- оптимальный размер заказов и форма оплаты;
- способ продаж (оптовая, мелкооптовая, розничная торговля);
- каналы сбыта товара: собственный магазин (ателье, пункты обслуживания и т.д.), оптовые торговые организации, сеть коммерческих агентов и т.д.;
- условия приобретения и запасы сырья, материалов и комплектующих.

Основное назначение товара – удовлетворение потребностей клиента фирмы. Поэтому в бизнес-плане отражаются: область применения, перечень функциональных особенностей, факторы привлекательности товара. К факторам привлекательности товара относят: ценность, марку, форму, упаковку, срок службы и др.

Со свойствами продукта связаны показатели его качества: долговечность, надежность, простота и безопасность эксплуатации и ремонта и т.д. Некоторые показатели качества могут быть оценены количественно, соответствующие данные приводятся в бизнес-плане.

Сведения об экономических показателях продукции могут быть представлены в табличном виде.

В данном разделе необходимо перечислить основные виды сырья для производства продукции.

2.5 Описание рынка

Этот раздел должен быть разработан в первую очередь, так как другие разделы, например, «Производственный план», «Финансовый план», основываются на сведениях, представленных в данном разделе.

В этом разделе должно быть убедительно доказано, что продукция (услуги, работы) будет иметь рынок сбыта. При этом должна быть представлена исчерпывающая информация о том, на чем основывается уверенность в успехе на рынке, какие действия планируется предпринять для продвижения продукции, достаточно ли ресурсов. В этом разделе следует уделить внимание следующим вопросам:

- размеры рынка (география рынка);
- емкость рынка;
- основные сегменты рынка;

- каковы перспективы изменения потребностей покупателей на каждом из сегментов рынка;

- что влияет на спрос на товары (услуги, работы) в каждом сегменте;

- емкость рынка и доля предприятия на нем;

- основные конкуренты и виды конкуренции (цена, качество, репутация и др.).

Размер рынка – территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия.

Емкость рынка – объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного времени.

Сегментация рынка – выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса на товары (услуги), т.е. разбивка потребителей по мотивации покупок и иным признакам.

Емкость рынка при планировании рассчитывается в денежном и натуральном выражении. Знание емкости рынка и тенденции ее изменения позволяют оценить перспективность рынка в планируемом периоде. Например, неперспективным представляется рынок, емкость которого незначительна по сравнению с производственной мощностью предприятия. В то же время большая емкость рынка не всегда может определять планируемый объем продаж. В этом случае необходимо учитывать конкуренцию, степень удовлетворенности потребителей товарами конкурентов и другие факторы, которые определяют возможность освоения рынка.

Емкость рынка может быть оценена потенциальной емкостью и долей рынка. В отличие от потенциальной, т.е. максимально возможной емкости рынка, доля рынка отражает фактические или планируемые результаты деятельности предприятия. Она определяется как отношение объема продаж данного предприятия к потенциальной емкости рынка рассматриваемого товара. Этот показатель характеризует уровень конкурентоспособности предприятия, который может быть высоким, средним, пониженным, низким.

Методы расчета емкости рынка для различных товаров различаются. При определении емкости рынка потребительских товаров анализируются факторы, формирующие спрос потребителей. Сюда могут входить следующие факторы:

- численность и половозрастная структура населения в регионе;

- уровень доходов и структура потребительских расходов населения;

- политика в области оплаты труда.

При анализе рынка сбыта изучается его структура, т.е. проводится операция сегментирования рынка – разделение общей совокупности потребителей на определенные группы (сегменты). Возможными критериями сегментации для частных лиц могут быть следующие: возраст, пол, образование, социальная принадлежность, профессия, уровень дохода и др. Для фирм: сфера деятельности, местонахождение, структура, объем производства и реализации, численность персонала и др. При этом определяются наиболее соответствующие предлагаемому продукту признаки сегментирования и выделяются самые перспективные сегменты. Желательно выделить такие сегменты, которые являются целевыми для предполагаемого продукта, и указать, что может стать

основой для завоевания этого целевого рынка (цена, качество, дизайн, дополнительные услуги и т.д.).

Результатом исследования рынка является объем продаж, который определяется с учетом уровня спроса, конкуренции, условий реализации продукции, используемых способов продвижения продукции на рынок и методов стимулирования спроса. Следует описать общий размер сбыта в натуральном и стоимостном исчислении. Если товар будет реализовываться в определенном районе, имеет смысл показать специфические особенности данного региона, возможный региональный объем сбыта, назвать представителя предприятия в каждом регионе. Общий объем сбыта должен быть составлен отдельно по каждому шагу расчета бизнес-плана. Информация должна быть представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Объем продаж, единиц

Наименование продукции	Январь 2007 г.	Февраль 2007 г.	...
Продукция А			
Продукция Б			
Итого			

Комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка предполагает использование различных, взаимодополняющих источников информации, применение совокупности различных методов анализа и прогнозирования. Используются:

- наблюдение, основанное на систематическом сборе информации о состоянии товарных рынков;
- опрос, представляющий собой устное или письменное обращение специалиста, проводящего анализ, к работникам предприятия, потребителям или клиентам с вопросами, содержание которых представляет предмет исследования;
- эксперимент – исследование влияния одного фактора на другой в реальной обстановке.

2.6 Производственный план

Основные вопросы, на которые необходимо ответить в данном разделе:

- где будут изготавливаться товары – на действующем предприятии или вновь создаваемом;
- насколько удачно выбрано месторасположение предприятия, исходя из близости к рынку, поставщикам, доступности рабочей силы, транспорта и т.д.;
- каков способ производства вашей продукции, какова технология;
- каковы основные стадии производственного процесса; схема производственных потоков;
- какова потребность в производственных помещениях и как она обеспечивается;

- какова потребность в оборудовании, сырье, материалах, комплектующих изделиях и как она обеспечивается;
- имеется ли опыт работы с поставщиками, каково месторасположение основных поставщиков;
- какие основные средства обеспечения контроля качества планируется использовать, каковы результаты;
- каковы основные средства обеспечения экологической чистоты производства и безопасности жизнедеятельности планируется использовать;
- какие возможны затруднения при организации производства;
- сколько составят суммарные издержки производства, какие имеются возможности их снижения;
- каковая организационная структура предприятия;
- количество персонала и потребность в нем;
- какова система делегирования полномочий.

Этот раздел должен подробным образом описывать путь, посредством которого ваше предприятие планирует производить продукцию или услуги и поставлять их потребителю. Следует как можно более подробно описать производственный процесс. Имеет смысл отметить преимущества вашего предприятия, которые способствуют повышению его конкурентоспособности.

В описании технологического процесса указываются:

- требуемые производственные мощности;
- потребность и условия приобретения технологического и прочего оборудования;
- потребность в сырье, материалах, контроль качества и дисциплина поставок;
- требования к источникам энергии и их доступность;
- подготовка производства;
- контроль качества продукции.

План производства продукции (услуг, работ) разрабатывается в соответствии с планом продаж. При этом в производственном плане должны быть учтены прогнозируемые запасы готовой продукции и потери. Объем запаса готовой продукции на складе формируется вследствие влияния следующих факторов:

- потребности в компенсации нестабильности (колебаний) рыночного спроса;
- необходимости обеспечения гарантийного обслуживания, замены бракованных образцов продукции;
- условий отгрузки продукции; условий продаж.

Размеры запасов зависят от конкретного проекта, отрасли и состояния рынка. Объемы запаса продукции могут быть определены как доля от планируемого объема продаж.

Планирование объемов производства осуществляется по периодам времени. При этом масштаб расчетных периодов должен соответствовать масштабу плана продаж.

Под *производственной мощностью* предприятия понимается максимально возможный выпуск продукции в номенклатуре и ассортименте, предусмотренных планом продаж, при полном использовании производственного оборудования и площадей, с учетом прогрессивной технологии, передовой организации труда и производства.

Планирование производственной мощности основано на учете факторов, от которых зависит ее величина.

Таблица 7 – Объем производства и реализации продукции

№№	Показатели	Номер шага			
		0	1	2	3
Продукция А					
1	Годовая производственная мощность, ед.				
2	Уровень использования, %				
3	Объем производства, ед.				
4	Объем запаса продукции, ед.				
5	Объем реализации, ед.				
Продукция Б					

При расчете мощности принимаются во внимание такие факторы, как:

- структура и величина производственных фондов;
- производительность оборудования, трудоемкость изделий, выход продукции из сырья;
- режим работы предприятия;
- уровень организации производства и труда;
- фонд времени работы оборудования;
- качество сырья и ритмичность поставок.

Реализованная продукция – это отгруженная покупателю готовая продукция, за которую перечислены денежные средства на расчетный счет поставщиков.

Важным аспектом этого раздела является точное определение себестоимости производимого продукта.

На основе определенного объема производства рассчитывается требуемый объем сырья, материалов и комплектующих (покупных) изделий. Данный вид затрат относится к типу прямых (или переменных) и поэтому должен рассчитываться для единицы каждого продукта или услуги из производственной номенклатуры предприятия.

Для определения прямых издержек на каждый вид продукции производится расчет, учитывающий стоимость комплектующих, норму расхода. При этом следует учесть потери по каждому виду материалов или комплектующих. Размер переменных издержек пропорционален объему выпускаемой продукции (сырье, материалы, силовая энергия, зарплата).

Состав сырья, материалов, комплектующих представлять в виде таблицы по каждому виду продукции.

Таблица 8 – Смета затрат на материалы и комплектующие для производства единицы продукции

Наименование	Ед. изм.	Цена за ед., руб.	Норма расхода на ед.	Потери и отходы, %	Затраты на ед., руб.
1. Стальной лист	м ²	500	0,1	10	55
...

На основании данных таблиц 7 и 8 определяется размер переменных затрат на программу (т.е. на весь запланированный объем выпуска на каждом шаге расчета).

Таблица 9 – Расчет потребности в основном сырье для производства (на программу) в течение 1 месяца

№№	Наименование	Цена за ед., руб.	Количество, кг	Всего издержек, руб.
1	Стальной лист	500	1000	500000
...

Данные расчета переменных производственных издержек заносятся в соответствующие статьи отчета о прибылях и убытках и отчета о движении денежных средств (раздел «Финансовый план»). При этом в отчете о прибылях и убытках отражается расчетная суммарная величина переменных издержек в текущем периоде времени в соответствии с принципами бухгалтерского учета. В отчете о движении денежных средств, наряду с суммой переменных издержек, учитываются затраты на приобретение запасов, причем все выплаты относятся только к тем периодам времени, когда был произведен фактический платеж.

В общем виде сумма прямых затрат на производство единицы продукции или услуги может включать затраты на материалы, комплектующие, сдельную заработную плату, другие переменные издержки.

Переменные издержки в стоимостном выражении за период времени рассчитываются как произведение затрат на единицу продукции (услуг) и расчетного объема производства в каждый планируемый период времени.

При исчислении себестоимости часть затрат можно прямо отнести на конкретное изделие или вид работ и услуг (таблица 10).

Таблица 10 - Номенклатура статей затрат в калькуляции себестоимости продукции

№ п/п	Наименование статей калькуляции	Затраты	Статья
1	Сырье и основные материалы	Основные	Простая, прямая
2	Стоимость возвратных отходов	Основные	Простая, прямая
3	Полуфабрикаты	Основные	Простая, прямая
4	Топливо и энергия на технологические нужды	Основные	Простая, прямая
5	Основная зарплата производственных рабочих	Основные	Простая, прямая
6	Дополнительная зарплата производственных рабочих	Основные	Простая, прямая
7	Отчисления на социальные нужды	Основные	Простая, прямая
8	Расходы на подготовку и освоение производства новой продукции	Основные	Комплексная, прямая
9	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	Основные	Комплексная, косвенная
10	Общепроизводственные расходы	Накладные	Комплексная, косвенная
Цеховая себестоимость = сумма 1-10			
11	Общехозяйственные расходы	Накладные	Комплексная, косвенная
12	Потери от брака		
13	Прочие производственные расходы	Накладные	Комплексная, косвенная
Прямая себестоимость = цеховая себестоимость + 11 = 13			
14	Внепроизводственные расходы (коммерческие)	Накладные	Комплексная, косвенная
Полная коммерческая себестоимость = Прямая себестоимость + 14			

Расчеты входящих в таблицу 10 показателей при необходимости могут быть детализированы. В частности, сведения, относящиеся к персоналу, можно выделить в отдельную таблицу.

Таблица 11- План управленческого персонала

Должность	Кол-во, чел.	Зарплата, руб.	Выплаты	Период
Заведующий магазином	1	8000	ежемесячно	1...36 мес.
Бухгалтер	1	6500	ежемесячно	1...36 мес.
Менеджер по клиентам	1	6000	ежемесячно	1...36 мес.

Таблица 12 – План производственного персонала

Должность	Кол-во, чел.	Зарплата, руб.	Выплаты	Период
Продавец	12	2500	ежемесячно	1...36 мес.
Разнорабочий	2	2000	ежемесячно	1..36 мес.
Уборщица	2	1500	ежемесячно	1...36 мес.
Охранник	6	4000	ежемесячно	1...36 мес.

Для более плодотворной работы персонала в бизнес-плане может быть предусмотрена система премий и льгот (медицинское страхование за счет фирмы, бесплатное питание, материальная помощь и др.).

Организационная структура документально фиксируется в графических схемах, штатных расписаниях персонала, положениях о подразделениях, должностных инструкциях отдельных исполнителей.

Основными характеристиками организационной структуры выступают:

- численность управленческого персонала по функциям управления;
- численность линейного управленческого персонала;
- количество уровней иерархии системы управления предприятием;
- количество структурных звеньев на каждом уровне;
- степень централизации управления.

2.7 График выполнения работ (календарный план)

Календарный план выполнения работ в рамках проекта должен включать прогноз сроков мероприятий и потребности в финансовых ресурсах для его реализации.

При составлении плана следует учесть затраты времени и денежных средств на реализацию следующих стадий проекта:

- юридическая регистрация предприятия;
- получение денежных средств;
- осуществление программы капвложений;
- наем рабочей силы;
- изготовление опытной партии продукции;
- создание дистрибьюторской сети;
- получение заказов.

Ниже приведен пример календарного плана работ, который включает даты начала и окончания этапов работ проекта, а также прогнозируемые затраты на их выполнение.

Некоторые этапы работ могут выполняться одновременно с другими. Нумерация всех этапов должна быть сквозной. При этом номера этапов не означают последовательность их выполнения, так как одновременно могут быть выполнены несколько этапов.

Таблица 13 – Календарный план

Наименование этапа работ	Дата начала	Дата окончания	Длительность, дней	Стоимость работ, руб.
Регистрация предприятия	01.01.2007 г.	30.01.2007 г.	30	5 000
Исследование рынка	31.01.2007 г.	01.04.2007 г.	60	75 000
...

Последним этапом в календарном плане является начало производства. Очень важным является так же определение общей суммы капитальных вложений в проект.

2.8 Оценка риска

При разработке бизнес-плана необходимо выявить все типы рисков, которые могут возникнуть, источники этих рисков и моменты их возникновения. А затем следует разработать меры по сокращению этих рисков и минимизации потерь.

Степень устойчивости плана по отношению к возможным изменениям условий реализации может быть охарактеризована показателями границ безубыточности и предельных значений таких параметров плана, как объем производства, цены на продукцию и пр. Одним из наиболее распространенных показателей является уровень безубыточности. Он определяется для бизнес-плана в целом.

Обычно бизнес-план считается устойчивым, если в расчетах по проекту в целом уровень безубыточности не превышает 0,6-0,7 после освоения проектных мощностей. Близость уровня безубыточности к 1 (100%), как правило, свидетельствует о недостаточной устойчивости плана к колебаниям спроса на продукцию на данном шаге.

2.9 Финансовый план

Существуют три основных документа, позволяющих планировать, анализировать и контролировать инвестиционный проект: «Отчет о прибылях и убытках», «Баланс», «Отчет о движении денежных средств». Данные в каждом из этих документов должны быть представлены только в единой валюте.

Отчет о прибылях и убытках

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия (здесь и далее под операционной деятельностью понимается процесс производства и сбыта продукции или услуг) за определенный период времени (месяц, квартал, год). Из «Отчета о прибылях и убытках» можно

определить прибыльность предприятия, реализующего проект. Отчет о прибылях и убытках также служит основанием для расчета ряда налогов.

Формирование отчета о прибылях и убытках осуществляется в соответствии с общепринятыми принципами бухгалтерского учета.

Для построения таблицы «Отчет о прибылях и убытках» потребуются следующие данные.

- 1 Из плана продаж – выручка от реализации продукции и услуг, потери при продажах по годам. При этом в таблице «Отчет о прибылях и убытках» отражается суммарная величина объема продаж в стоимостном выражении, представляющая собой сумму «контрактных» продаж в данный период времени: продажи по факту, продажи в кредит, а также сумма от продаж с авансовыми платежами в предыдущие периоды за продукцию, которая была поставлена заказчикам в текущий период времени.
- 2 Сумма переменных издержек, с учетом плана производства за расчетный период времени (месяц, квартал, год).
- 3 Сумма общих издержек за расчетный период. При этом необходимо помнить, что отчет о прибылях и убытках включает амортизационные отчисления и начисленные проценты по кредитам.

Таблица 14 - Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.

	Наименование статьи	1 шаг*	2 шаг	3 шаг
+	Выручка от реализации продукции (объем продаж)			
-	Потери			
=	Объем продаж с учетом потерь			
-	Переменные издержки			
=	Валовая прибыль			
-	Общие издержки			
=	Прибыль			
-	Налоги			
=	Чистая прибыль			

Примечание * - 1 шаг - месяц, 2 шаг – квартал, 3 шаг – год.

Балансовая ведомость

Балансовая ведомость, в отличие от «Отчета о прибылях и убытках», отражает финансовое состояние предприятия не за определенный период времени (месяц, квартал, год), а в определенный момент времени, например, 31 декабря 2007 года. Балансовая ведомость показывает, насколько устойчиво финансовое положение (платежеспособность и ликвидность) предприятия, реализующего проект в конкретный период времени.

Баланс состоит из актива и пассива, суммарные значения которых всегда должны быть равны между собой. Актив представляет собой перечень того, что

имеет предприятие в собственности. Пассив показывает, кому и сколько предприятие должно.

Таблица 15 – Баланс, тыс. руб.

Наименование статьи	0 шаг	1 шаг	...
Средства на счете			
Счета к получению			
Товарно-материальные запасы			
Предоплаченные расходы			
Ценные бумаги			
Суммарные текущие активы			
Земля			
Здания и сооружения			
Оборудование			
Другие активы			
Незавершенное производство (инвестиции)			
СУММАРНЫЙ АКТИВ			
Отсроченные налоговые платежи			
Счета к оплате			
Краткосрочные кредиты			
Полученные авансы			
Суммарные краткосрочные обязательства			
Долгосрочные займы			
Акционерный капитал			
Нераспределенная прибыль			
Суммарный собственный капитал			
СУММАРНЫЙ ПАССИВ			

Рассмотрим развитие «баланса» на простом примере.

Индивидуальный предприниматель создает предприятие по производству изделий из пластмассы с уставным фондом 20 млн руб., приобретает оборудование и материалы, производит и реализует продукцию на рынке. На примере можно наблюдать изменения, которые происходят в структуре его баланса в соответствии с происходящими событиями.

1 марта 200_ года

Регистрация предприятия, взнос в уставный фонд

Активы	Млн руб.	Пассив	Млн руб.
Средства на счете	20000	Собственный капитал	20000
Сумма активов	20000	Сумма пассивов	20000

3 марта 200_ г.

Предприятие получает банковский кредит 10 млн.руб.

Активы	Млн руб.	Пассив	Млн руб.
Средства на счете	30000	Долгосрочные займы	10000
		Собственный капитал	20000
Сумма активов	30000	Сумма пассивов	30000

10 апреля 200_ г.

Приобретает технологическое оборудование стоимостью 15 млн руб. и сырья для обеспечения производственного процесса на сумму 10 млн руб.

Активы	Млн руб.	Пассив	Млн руб.
Средства на счете	5000	Долгосрочные займы	10000
Материальные запасы	10000	Собственный капитал	20000
Оборудование	15000		
Сумма активов	30000	Сумма пассивов	30000

30 апреля 200_ г.

Предприятие произвело и реализовало продукцию на сумму 15 млн руб. При этом была израсходована часть заготовленного сырья на 5 млн руб. и оплачены общие (постоянные) издержки в сумме 3 млн руб.. В результате прибыль предприятия составила 7 млн руб., из которых 1,68 млн руб. предприятие должно выплатить в государственный бюджет в виде налога на прибыль (24%). Чистая прибыль после уплаты налогов составит 5,32 млн руб.

Активы	Млн руб.	Пассив	Млн руб.
Средства на счете	17000	Отсроченные налоговые платежи	1680
Материальные запасы	5000	Долгосрочные займы	10000
		Собственный капитал	20000
Оборудование	15000	Нераспределенная прибыль	5320
Сумма активов	37000	Сумма пассивов	37000

Отчет о движении денежных средств

Все поступления и платежи отображаются в «Отчете о движении денежных средств» в периоды времени, соответствующие фактическим датам осуществления этих платежей, с учетом:

- времени задержки оплаты за реализованную продукцию или услуги;
- времени задержки платежей за поставки материалов и комплектующих изделий;

условий реализации продукции (в кредит, с авансовым платежом), а также условий формирования производственных запасов.

Остаток денежных средств на счете (баланс наличности) используется предприятием для выплат, на обеспечение производственной деятельности последующих периодов, инвестиций, погашения займов, выплаты налогов и личное потребление.

Рассмотрим пример построения «Отчета о прибылях и убытках» и «Отчета о движении денежных средств».

Таблица 16 – Отчет о прибылях и убытках

	Наименование статьи	Апрель 2007 года	Май 2007 года
+	Объем продаж	1000000	12000000
-	Переменные издержки	700000	850000
=	Валовая прибыль	300000	350000
-	Операционные (общие) издержки	64000	200000
-	Проценты по кредитам	100000	100000
-	Амортизационные отчисления	36000	30000
=	Операционная прибыль	100000	20000
-	Налоги (24%)	24000	4800
=	Чистая прибыль	76000	15200

«Отчет о прибылях и убытках» отражает операционную деятельность предприятия, демонстрируя ее эффективность с точки зрения покрытия производственных затрат доходами от реализации произведенной продукции или услуг

«Отчет о движении денежных средств» состоит из потоков от отдельных видов деятельности:

- денежного потока от инвестиционной деятельности;
- денежного потока от операционной деятельности;
- денежного потока от финансовой деятельности.

Для денежного потока от инвестиционной деятельности:

- к оттокам относятся капитальные вложения, затраты на пуско-наладочные работы, ликвидационные затраты в конце проекта, затраты на увеличение оборотного капитала и средств, вложенные на депозиты или в ценные долговые бумаги, если это предусмотрено проектом;
- к притокам – продажа активов в течение и по окончании проекта, поступления за счет уменьшения оборотного капитала.

Исходная информация для определения денежного потока от инвестиционной деятельности включает данные о капитальных вложениях (таблица 17).

В этом разделе должны быть указаны не только затраты на вновь приобретаемые активы, но и балансовая стоимость имеющихся в собственности предприятия активов на дату начала проекта.

Таблица 17 - Исходные данные о капитальных вложениях

№ п/п	Показатели	Номер шага			
		0	1	2	3
1	Затраты на приобретение земельного участка и его освоение				
2	Машины и оборудование				
3	Производственные здания и сооружения				
4	Нематериальные активы (лицензии, патенты, ноу-хау и др.)				
5	Прочие основные производственные фонды				
6	Итого: затрат на внеоборотные активы (сумма стр.1÷5)				
7	Прочие (некапитализируемые) работы и затраты				
8	Пусконаладочные работы				
9	Всего затрат (сумма 6÷8)				

Величина вложений по строкам 2÷5 показывается:

- при создании новых производственных фондов – по данным проекта;
- при использовании существующих производственных фондов:
для расчета коммерческой эффективности:
- для проекта в целом и для покупателя – по стоимости приобретения;
- для продавца – по результатам оценки;
- для определения ликвидационных затрат – по данным проекта (если вопросы ликвидации производства в нем проработаны), по данным о ликвидации аналогичных объектов или по результатам прогнозной оценки.

Для денежного потока от операционной деятельности:

- к притокам относятся выручка от реализации, а также прочие и внереализационные доходы, в том числе поступления от средств, вложенных на депозиты и в ценные долговые бумаги;
- к оттокам - производственные издержки, налоги.

Основным результатом операционной деятельности является получение прибыли на вложенные средства. Соответственно в денежных потоках при этом учитываются все виды доходов и расходов, связанных с производством продукции, и налоги, уплачиваемые с указанных доходов. В частности, здесь учитываются притоки средств за счет предоставления собственного имущества

в аренду, вложения собственных средств на депозит, доходов по ценным бумагам других хозяйствующих субъектов.

Исходные данные для определения денежного потока от операционной деятельности должны включать сведения об объемах производства и реализации продукции и о текущих затратах на производство и сбыт продукции.

Для денежного потока от финансовой деятельности:

- к притокам относятся вклады владельцев предприятия, проценты по вкладам, вложения собственного (акционерного) капитала и привлеченных средств: субсидий и дотаций, заемных средств, в том числе и за счет выпуска предприятием собственных ценных долговых бумаг;
- к оттокам – затраты на возврат и обслуживание займов и выпущенных ценных долговых бумаг (в полном объеме независимо от того, были они включены в приток), а также при необходимости – на выплату дивидендов по акциям предприятия.

«Отчет о движении денежных средств» рекомендуется представлять в следующей форме (таблица 18).

Таблица 18 - Отчет о движении денежных средств, тыс.руб

	Наименование статьи	До начала производства	1 шаг	2 шаг	3 шаг
1	Объем продаж				
2	Переменные издержки				
3	Операционные (общие) издержки				
4	Проценты по кредитам				
5	Налоги и прочие выплаты				
6	<i>Денежный поток от операционной деятельности (1-2-3-4)</i>				
7	Выплаты на приобретение активов				
8	Поступления от продажи активов				
9	<i>Денежный поток от инвестиционной деятельности (7-6)</i>				
10	Собственный капитал				
11	Заемный капитал				
12	Выплаты в погашение займов				
13	Выплаты дивидендов				
14	<i>Денежный поток от финансовой деятельности (9+10-11-12)</i>				
15	Денежный баланс на начало периода (15 (t – 1))				
	Денежный баланс на конец периода (5+8+13+14)				

В разделе «Операционная деятельность» «Отчета о движении денежных средств» должна отсутствовать статья «Амортизационные отчисления», так как сумма амортизационных отчислений никуда не выплачивается и остается на счете предприятия, пополняя остаток ликвидных средств.

Таблица 19 – Отчет о движении денежных средств, руб.

Наименование статьи		До начала производства	Апрель 2007 года	Май 2007 года
1	Объем продаж	-	1000000	1200000
2	Переменные издержки	-	700000	850000
3	Операционные (общие) издержки	500000	64000	200000
4	Проценты по кредитам	10000	100000	100000
5	Налоги и прочие выплаты	-	24000	4800
6=1-2-3-4-5	Денежный поток от операционной деятельности	-510000	112000	45200
7	Выплаты на приобретение активов	2500000	-	-
8	Поступления от продажи активов	-	-	10000
9=8-7	Денежный поток от инвестиционной деятельности	-2500000	-	10000
10	Акционерный капитал	1500000	-	-
11	Заемный капитал	1800000	-	-
12	Выплаты в погашение займов	-	-	-
13	Выплаты дивидендов	-	-10000	-30000
14=10+11-12-13	Денежный поток от финансовой деятельности	3300000	-10000	-30000
15=16*(Т-1)	Денежный баланс на начало периода	0	290000	392000
16=6+9+14+15	Денежный баланс на конец периода	290000	392000	435200

Как известно, предприятие не может работать без капитала. Достаточным можно считать такое количество собственного и привлеченного (заемного) капитала, при котором величина денежного баланса во все периоды деятельности предприятия будет положительной. Наличие отрицательной величины в какой-либо период времени означает, что предприятие не в состоянии покрывать свои расходы, то есть фактически является банкротом. Целью финансирования является обеспечение положительного ликвидного

остатка денежных средств во все периоды времени от начала до конца реализации проекта.

«Отчет о движении денежных средств» является основным документом, предназначенным для определения потребности в капитале, выработки стратегии финансирования предприятия, а также для оценки эффективности его использования.

Расчет показателей эффективности инвестиций производится на основе данных таблицы «Отчет о движении денежных средств». В качестве основных показателей, используемых для расчетов эффективности, рекомендуются:

- чистый доход;
- чистый дисконтированный доход;
- внутренняя норма доходности;
- индекс доходности затрат и инвестиций;
- срок окупаемости;
- группа показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия - участника проекта.

В качестве нормы дисконта при оценке эффективности проекта выбирается либо ставка рефинансирования Центрального банка, скорректированная на премию за риск, либо средневзвешенная стоимость капитала, либо процентная ставка по депозитным вкладам, скорректированная на инфляцию и премию за риск.

Таблица 20 – Показатели эффективности проекта

№№ п/п	Показатели	Значения показателя
1	Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	
2	Коэффициент дисконтирования	
3	Индекс доходности	
4	Внутренняя норма доходности, %	
5	Срок окупаемости, лет	

2.10 Приложения

В приложения включаются документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане. К таковым могут относиться следующие:

- биографии руководителей предприятия или проекта, подтверждающие их компетенцию и опыт работы;
- результаты маркетинговых исследований;
- заключение аудиторов;
- фотографии и видеоролик образцов продукции;
- подробные технические характеристики продукции;
- план предприятия;

- гарантийные письма или контракты с поставщиками и потребителями продукции;
- договоры, аренда, найма, лицензированные соглашения;
- заключения служб государственного надзора по вопросам экологии и безопасности;
- статьи из журналов и газет о деятельности предприятия;
- отзывы авторитетных организаций.

Список литературы

- 1 Бекетова О.Н., Найденков В.И. Бизнес-план: теория и практика: Учебное пособие для вузов. – М.: «Приор-изда», 2005. – 288 с.
- 2 Идрисов А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций.- М.: 1995. – 160 с.
- 3 Инвестиции: Учебное пособие/ Г.П. Подшиваленко, Н.И. Лахметкина, М.В. Макарова и др. – 2-е изд., перераб. и доп..- М.: КНОРУС, 2004. – 208 с.
- 4 Мелкумов Я.С. Организация и финансирование инвестиций: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001.- 248 с.
- 5 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (Вторая редакция).- М.: Экономика, 2000. – 421 с.
- 6 Сборник бизнес-планов: современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт. Вып. I /Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336 с.
- 7 Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Организация и финансирование инвестиций: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 272 с.
- 8 Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 160 с.

Вера Павловна Петрова

ИНВЕСТИЦИИ

Методические указания
к выполнению курсового проекта
для студентов специальности 080105
«Финансы и кредит»
(очная и заочная форма)

Редактор Н.Л. Попова

Подписано к печати	Формат 80x64 1/16	Бумага тип. № 1
Печать трафаретная	Усл. печ. л. 2,0	Уч. Изд. л. 2,0
Заказ	Тираж 50	Цена договорная

РИЦ Курганского государственного университета.
640669, г. Курган, ул. Гоголя, 25.
Курганский государственный университет