

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
(наименование института полностью)

Департамент бакалавриата (экономических и управленческих программ)
(наименование)

38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки, специальности)

«Производственный менеджмент»
(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Разработка бизнес-плана производства новой продукции на предприятии (на примере ООО «Билдинг Строй Групп»)

Студент

Е.Д. Багаева
(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент С.Ю. Данилова
(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2020

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Багаева Е.Д

Тема работы: Разработка бизнес-плана производства новой продукции на предприятии на примере ООО «Билдинг Строй Групп»

Научный руководитель: Доцент кафедры, кандидат педагогических наук, Данилова С. Ю.

Цель исследования состоит в разработке бизнес-плана производства новой продукции в условиях ООО «Билдинг Строй Групп»

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Билдинг Строй Групп».

Предметом исследования является хозяйственная деятельность ООО «Билдинг Строй Групп»

Методы исследования

Методами исследования служат общенаучные методы такие как познания, системный подход, функциональный анализ, методы сравнения, классификации и экономической статистики.

Краткие выводы по бакалаврской работе. Основные результаты бакалаврской работы, заключаются в дальнейшем развитии и разработке бизнес-планирования производства новых видов продукции на предприятиях, которые относятся к отрасли машиностроения.

Практическая значимость исследования заключается в том, что реализация разработанного бизнес-плана производства новой продукции в условиях ООО «Билдинг Строй Групп» позволит получить дополнительный экономический эффект в виде прироста финансового результата.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 53 источников. Общий объем работы, без приложений, 53 страниц машинописного текста, в том числе таблиц – 17, рисунков – 13

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты разработки бизнес-плана производства новой продукции на предприятии	7
1.1 Сущность и значение бизнес-планирования для развития предприятия.....	7
1.2 Понятие бизнес-плана новой продукции. Этапы его разработки и внедрения	12
2 Оценка деятельности предприятия ООО «Билдинг Строй Групп»	18
2.1 Общая организационная и финансово-экономическая характеристика ООО «Билдинг Строй Групп».....	18
2.2 Анализ выпуска и реализации продукции.....	24
ООО «Билдинг Строй Групп».....	24
3 Разработка бизнес-плана производства новой продукции в условиях.....	30
ООО «Билдинг Строй Групп».....	30
3.1 Разработка бизнес-плана на новый вид продукции	30
3.2 Оценка экономической эффективности бизнес-плана.....	39
Заключение	44
Список используемой литературы	47
Приложение А «Схема дождевальная машины электрофицированного тип»	51

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что производство нового вида продукции может способствовать росту финансового благополучия субъекта хозяйствования. Но, следует отметить, что достичь успеха в этом направлении возможно лишь благодаря регулярному и глубокому анализу рыночной ситуации, характеризующейся конкурентоспособностью продукции фирм-конкурентов, предпочтениями потребителей, макроэкономической ситуацией в целом. Также, не мало важным является, и оценка внутренних возможностей самой организации, а именно его финансового, технико-технологического и трудового потенциала. Оценка – довольно важный момент при выводе на рынок нового вида продукции, но не единственный. Данный процесс требует от организации разработки детального бизнес-плана, который бы учитывал все перспективы и риски при осуществлении данного процесса деятельности.

Учитывая, что следствием вывода на рынок нового вида продукции возможно расширение рынка сбыта, а также привлечение новых потребителей, тема «Разработка бизнес-плана производства новой продукции на предприятии (на примере ООО «Билдинг Строй Групп»)» является весьма значимой в современных условиях функционирования.

Целью работы является разработка бизнес-плана производства новой продукции в условиях ООО «Билдинг Строй Групп».

Достижение цели возможно за счет решения следующих задач:

1. изучить сущность и значение бизнес-планирования для развития предприятия;
2. рассмотреть понятие бизнес-плана новой продукции. Этапы его разработки и внедрения;
3. рассмотреть общую организационную и финансово-экономическую характеристику ООО «Билдинг Строй Групп»;

4. провести анализ выпуска и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп»;

5. разработать бизнес-план на новый вид продукции ООО «Билдинг Строй Групп» и оценить его экономическую эффективность.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Билдинг Строй Групп».

Предметом исследования является хозяйственная деятельность ООО «Билдинг Строй Групп».

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в сфере бизнес-планирования, планирования выпуска нового вида продукции, а также материалы периодических изданий по данной теме. Информационной базой послужили нормативно-законодательные документы, бухгалтерской отчетности ООО «Билдинг Строй Групп».

Методами исследования служат общенаучные методы такие как познания, системный подход, функциональный анализ, методы сравнения, классификации и экономической статистики.

Практическая значимость исследования заключается в том, что реализация разработанного бизнес-плана производства новой продукции в условиях ООО «Билдинг Строй Групп» позволит получить дополнительный экономический эффект в виде прироста финансового результата.

Структура работы: введение, три главы, заключение и библиографический список.

Во введении отражена актуальность исследуемой темы, определены цель и задачи, объект, предмет и методы исследования.

В первой главе будут рассмотрены теоретические аспекты разработки бизнес-плана производства новой продукции на предприятии. В том числе: изучено сущность и значение бизнес-планирования для развития предприятия; рассмотрено понятие бизнес-плана новой продукции; охарактеризовано этапы его разработки и внедрения.

Во второй главе будет проведена оценка деятельности предприятия ООО «Билдинг Строй Групп», для этого предоставлена общая организационная и финансово-экономическая характеристика ООО «Билдинг Строй Групп», также проведен анализ выпуска и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп».

В третьей главе разработан бизнес-план на новый вид продукции ООО «Билдинг Строй Групп» и осуществлена оценка его экономической эффективности.

В заключении изложены основные выводы и результаты работы.

1 Теоретические аспекты разработки бизнес-плана производства новой продукции на предприятии

1.1 Сущность и значение бизнес-планирования для развития предприятия

В современных условиях функционирования абсолютно все участники рыночных взаимоотношений самостоятельно организуют планирование параметров своей деятельности, с учетом рыночного спроса, также, рационального применения имеющихся ресурсов. Изучение категории «бизнес-планирование» можно охарактеризовать в виде синтеза ключевых составных элементов, отраженных на рисунке 1.



Рисунок 1 – Понятие сущности категории «бизнес-планирование»

При этом, бизнес-план, является достаточно понятной, точной и доступной характеристикой будущего бизнеса, отображающий различные вариации ситуаций, дающих возможность выбрать наиболее оптимальную.

«В качестве основной цели составления бизнес-плана можно отметить необходимость планирования хозяйственной деятельности фирмы на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.» [20, С.5] Помимо главной цели, также существует ряд подцелей, отраженных на рисунке 2.

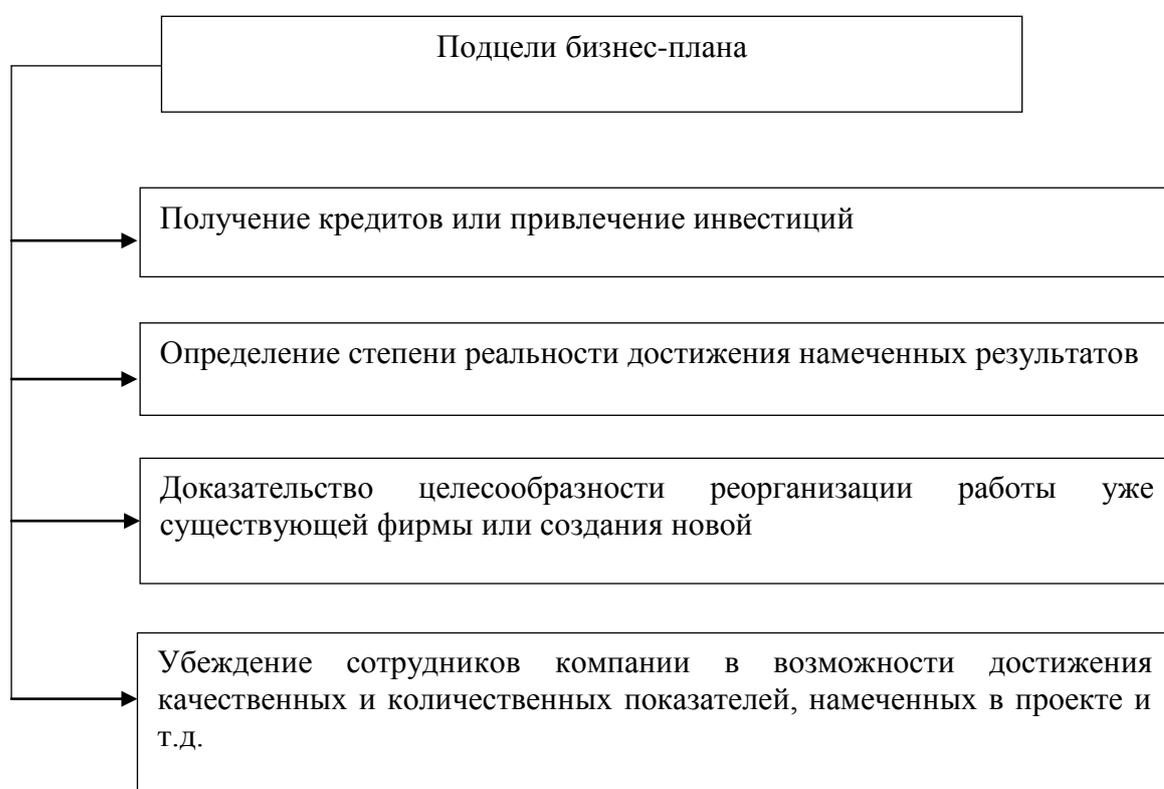


Рисунок 2 – Подцели бизнес-плана организации

Круг участников бизнес-планирования довольно широк, что объясняется количеством бизнес-целей, отраженных в нем. Рисунок 3 наглядно иллюстрирует основные задачи ключевых участников, задействованных в процессе разработки плана.

Высший менеджмент предприятия	Инвесторы и партнеры	Сотрудники предприятия
<ul style="list-style-type: none"> - Организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия. - Выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых ее сторон. - Формирование инвестиционных целей на планируемый период. - Выбор стратегии и тактики конкуренции. - Оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия и т.п. 	<ul style="list-style-type: none"> - Определение намечаемого источника финансирования реализации выбранной стратегии, т.е. способов концентрирования финансовых ресурсов. - Выявление и оценка рисков, которые могут помешать выполнению бизнес-планов. - Расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь, объемов продаж, прибыли, доходов на капитал и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> - Информирование всех служащих предприятия о целях, задачах и методах их решения. - Координация действий всех подразделений предприятия при достижении целей бизнеса. - Мотивация сотрудников на выполнение задач бизнес-плана. - Обоснование общих и специфических деталей функционирования предприятия в условиях рынка и т.д.

Рисунок 3 - Задачи участников процесса бизнес-планирования

Другими словами, можно сказать, что ключевыми заинтересованными лицами, или, как еще их называют – субъектами бизнес-планирования являются основные контрагенты организации: заказчики фирмы, инвесторы, настоящие и потенциальные потребители продукции, также органы государственной и местной власти. При этом, в процессе бизнес-планирования, каждый из субъектов имеет свои специфические интересы (рисунок 4).

Не смотря на значимость бизнес-плана для развития и функционирования субъекта хозяйствования, он не имеет статуса нормативно-правового акта, а носит лишь рекомендательный характер. Значимость данного документа, объяснима теми преимуществами, которыми наделена процедура бизнес-планирования [20, С. 7]

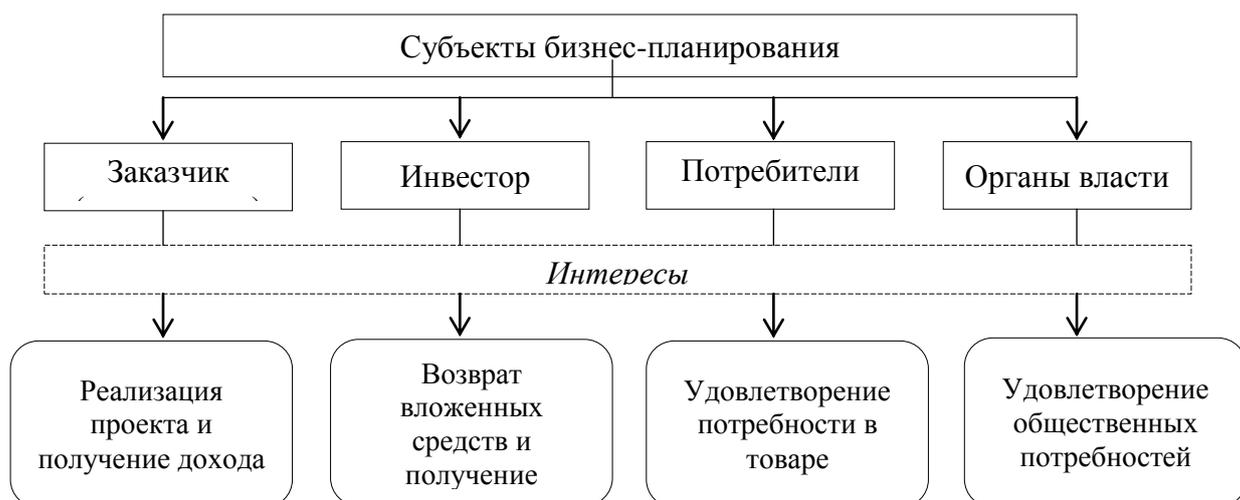


Рисунок 4 - Субъекты бизнес-планирования организации

Основные преимущества сведены на рисунке 5.

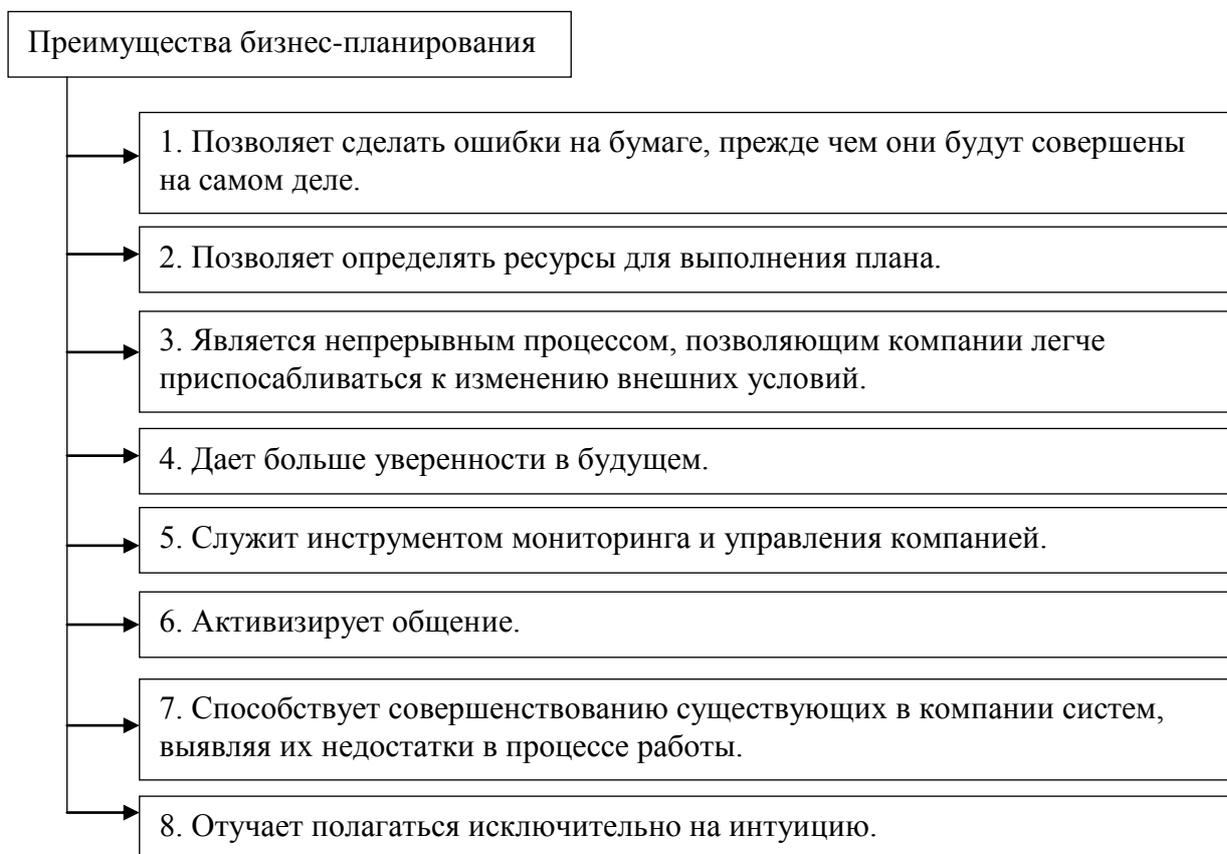


Рисунок 5 – Основные преимущества бизнес-планирования субъекта хозяйствования

Формирование бизнес-плана будет успешным лишь при соблюдении ряда принципов, перечень и основная характеристика которых приведены на рисунке 6.

Принципы планирования	Содержание
Непрерывность	Процесс планирования на предприятии должен осуществляться на постоянной основе с помощью скользящего планирования – в конце планового периода составляется обновленный план, который увеличивает горизонт планирования для последовательной разработки новых планов в конце планов предыдущих периодов
Гибкость и эластичность	Использование оперативных планов для учета возникающих изменений среды; введения плановых резервов по основным показателям; использование альтернативных планов, т.е. приспособления первоначальных планов к изменяющимся условиям
Единство и полнота	Системность можно достичь такими способами: включение в план факторов, которые могут иметь значение для принятия решений наличием общей экономической цели и взаимодействием всех структурных подразделений организации
Детализация и точность	Для достижения этой цели, план должен быть составлен с достаточно высокой степенью точности и детального планирования.
Участие	Ввести активное участие персонала в процессе планирования усиливает их поведение, мотивация, планирование для себя психологически и экономически эффективнее, чем для
Экономичность	Расходы на планирование должны быть соизмеримы с выгодой от планирования.
Оптимальность	Наиболее эффективные варианты решений должны определяться на всех этапах планирования.
Вариантность	Необходимо находить нескольких альтернативных вариантов планирования, как оптимистического, так и пессимистического.
Адекватность	Необходима точность, обоснованность прогнозов: чтобы плановые показатели соответствовали реальной ситуации: увеличение числа учитываемых факторов.

Рисунок 6 – Ключевые принципы бизнес-планирования

Принципы бизнес-планирования определяют содержание и направление плановой работы на всех этапах обоснования и реализации плана.

Но следует помнить, что абсолютно все принципы бизнес-планирования тесно взаимосвязаны между собой, и их общая цель – направить субъект хозяйствования на получение наиболее значимых социально-экономических выгод организации, на общее и всестороннее обоснование запланированных и спрогнозированных показателей. [9, С.54]

Таким образом, благодаря бизнес-планированию становится возможным внедрить спланированное продвижение фирмы к изначально сформулированным целям, помимо этого он позволяет осуществлять контроль и управление. Также, в процессе планирования бизнес-процессов он является довольно мощным стимулом к развитию, самообучению, фундаментом для сравнения с показателями и критериями фактических успехов и достижений субъекта хозяйствования.

1.2 Понятие бизнес-плана новой продукции. Этапы его разработки и внедрения

Разработка и внедрение нового вида продукции производственной компанией, является весьма значимой не только комплексной, но и многофункциональной организационно-управленческой задачей, которая тем или иным образом затрагивает ключевые функциональные области деятельности субъекта хозяйствования, такие как маркетинг, область продажи, закупки, область производства, финансы и другие.

Учитывая это, бизнес-план новой продукции – это критическая стартовая точка и основа всей плановой и исполнительской деятельности организации. [10, С.43]

Детальный алгоритм организации процесса бизнес-планирования представлен на рисунке 7.



Рисунок 7 - Алгоритм организации процесса бизнес-планирования новой продукции

«При составлении бизнес-планов каждого вида (типа) должно быть уделено внимание определенным вопросам, связанным с целью его составления. Следует отметить, что объем, структура, конкретное содержание, степень детализации отдельных разделов бизнес-плана, как правило, определяется многими факторами:

- специфика вида предпринимательской деятельности;
- размеры предприятия;
- цель составления бизнес-плана;
- общая стратегия предприятия;
- перспективы роста создаваемого предприятия;

- размер предполагаемого рынка сбыта;
- наличие конкурентов.» [20, С. 9]

При непосредственном составлении бизнес-плана (осуществлении расчетно-аналитических процедур) рекомендуется придерживаться следующей этапности выполнения работ (рисунок 8):

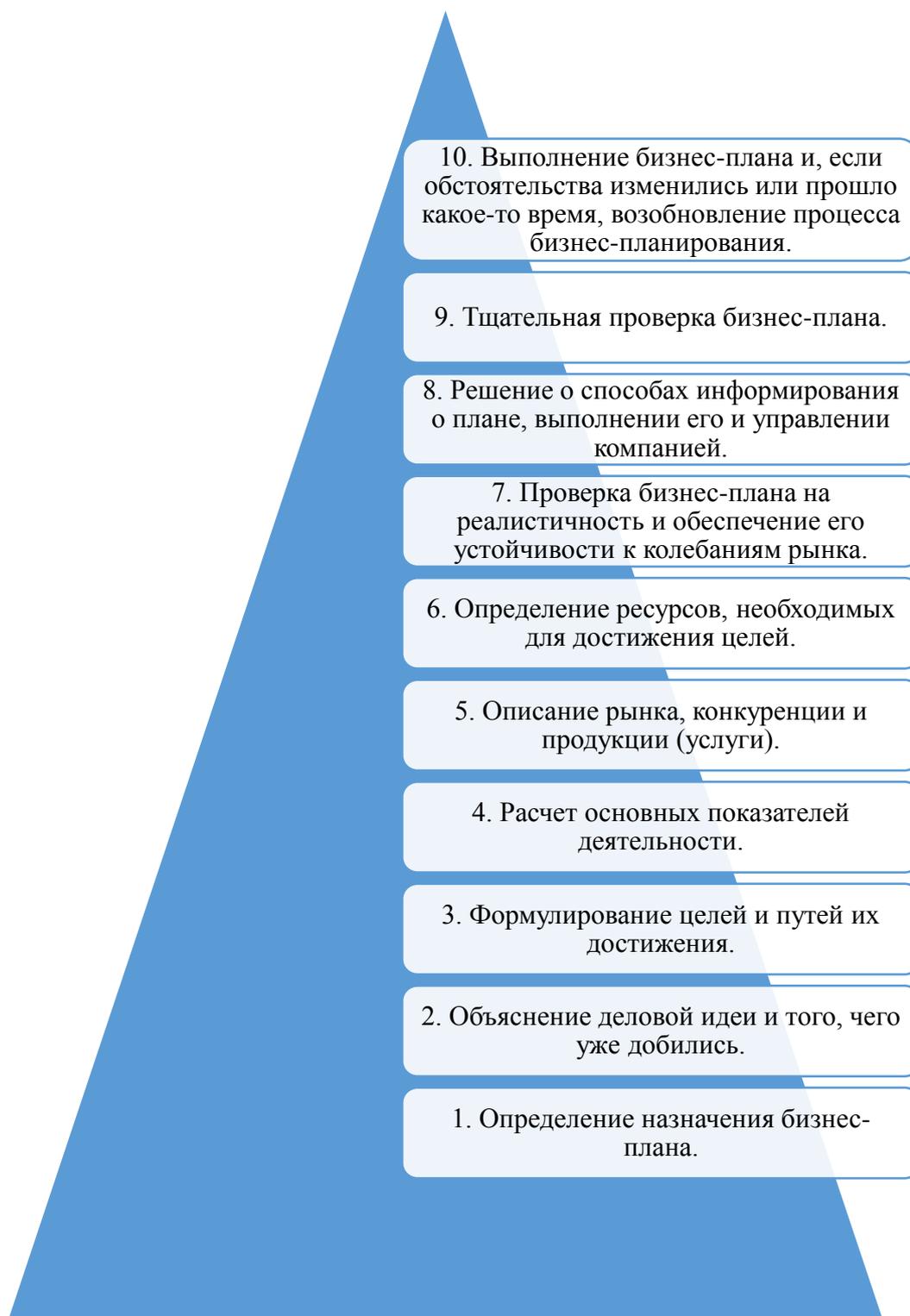


Рисунок 8 – Этапность бизнес-планирования

Стадии бизнес-планирования новой продукции сведем на рисунке 9:



Рисунок 9 – Схема организации процесса бизнес-планирования новой продукции

Ключевым моментом подготовительной стадии бизнес-планирования новой продукции является формирование перспективной бизнес-идеи, т.е. идею нового продукта. Убедившись в перспективности бизнес-идеи, приступают непосредственно к разработке бизнес-проекта и принимают решение о подготовке бизнес-плана. После того как решены все вопросы по стадии разработки бизнес-плана, наступает стадия продвижения бизнес-плана. Начальным этапом стадии продвижения бизнес-плана является организация и проведение презентации бизнес-плана. Этап реализации бизнес-плана охватывает период от принятия решения об инвестировании до начальной стадии практической реализации проекта, включая коммерческое производство. [10, С.48].

На рисунке 10 отразим задачи реализации и составления бюджета бизнес-проекта.

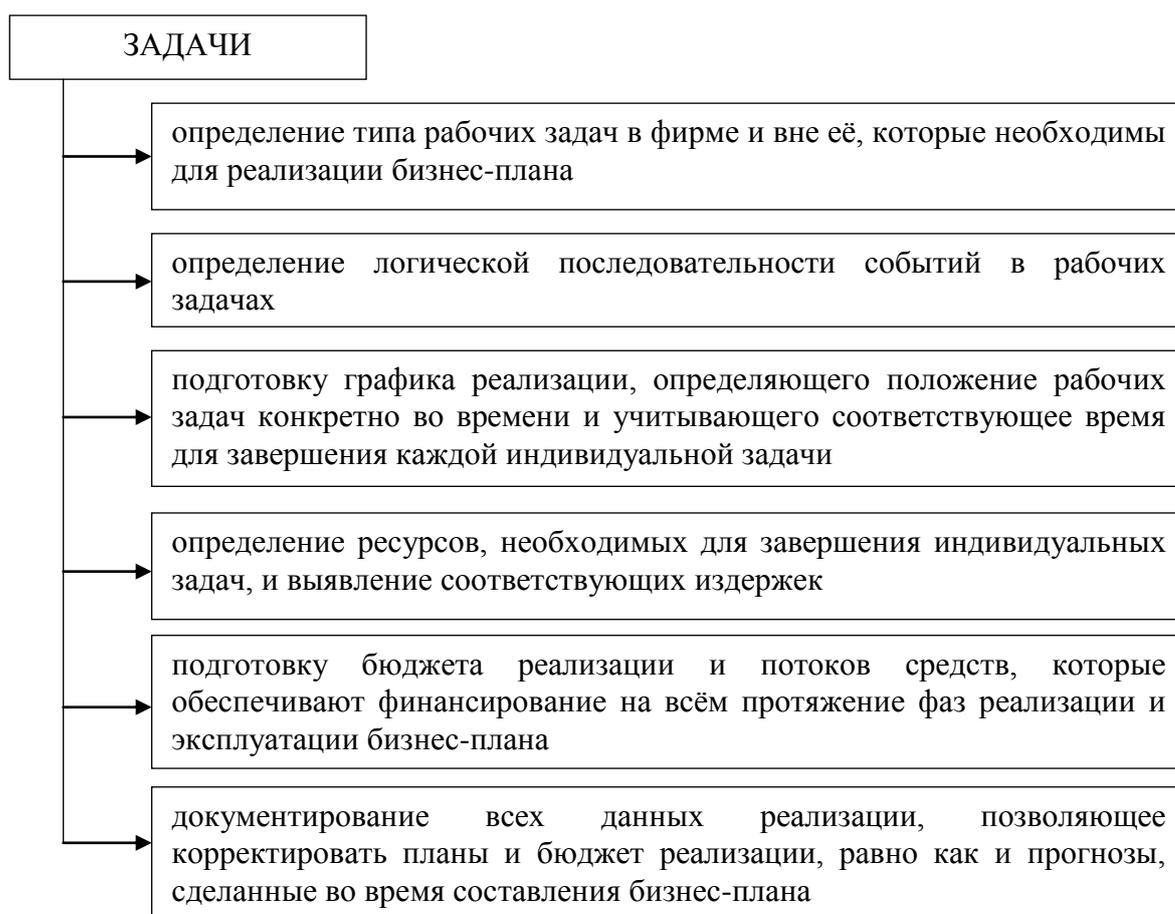


Рисунок 10 - Задачи реализации и составления бюджета бизнес-проекта по новой продукции

«При этом бизнес-план должен отвечать следующим требованиям:

- быть тщательно обоснованным и документированным;
- быть полным, но степень его детализации должна соответствовать целям плана;
- быть понятным, убедительным, лаконичным;
- быть способным пройти проверку на реалистичность;
- быть написанным профессионально (иметь обложку, список консультантов и контактов, страницу «Содержание», основной текст, понятный стиль и точность).» [20, С. 12]

Также, следует учитывать, что выполнение отдельных работ, относящихся к различным стадиям бизнес-планирования, во времени носит параллельно-последовательный характер. Временная диаграмма процесса бизнес-планирования показана на рисунке 11.

Стадия бизнес-планирования	Распределение во времени		
Подготовительная			
Разработка бизнес-плана			
Продвижение бизнес-плана			
Реализация бизнес-плана			

Рисунок 11 – Диаграмма распределения работ бизнес-планирования во времени

Обобщая вышеописанное, отметим, что одним из главных преимуществ бизнес-плана (наряду с объективностью и всесторонностью) является то, что бизнес-план, будучи предпроектной стадией, начинает «работать» еще до своего появления на свет. Сам процесс составления бизнес-плана заставляет разработчиков непредвзято и беспристрастно рассмотреть возможности проекта под углом зрения планируемой деятельности, при этом углубляясь в детали и не отмахиваясь от мелочей.

2 Оценка деятельности предприятия ООО «Билдинг Строй Групп»

2.1 Общая организационная и финансово-экономическая характеристика ООО «Билдинг Строй Групп»

ООО "Билдинг Строй Групп" ИНН 6321153698 ОГРН 1056320190926 зарегистрировано 19.07.2005 по юридическому адресу 445037, Самарская область, город Тольятти, Юбилейная улица, 25. Статус организации: действующая. Руководителем является и. о. директора Алешина Елена Викторовна (ИНН 632138547236). Размер уставного капитала - 10 000 рублей. Основным видом деятельности компании является производство машин и сельскохозяйственного оборудования для обработки почвы (код по ОКВЭД – 28.30.3). Кроме этого, предприятие занимается и другими видами деятельности, перечень которых приведен в таблице 1

Таблица 1 – Дополнительные виды деятельности ООО «Билдинг Строй Групп» по ОКВЭД 2

01.61	Предоставление услуг в области растениеводства
28.30.5	Производство машин для уборки урожая
28.30.6	Производство механических устройств для разбрасывания или распыления жидкостей или порошков, используемых в сельском хозяйстве или садоводстве
28.30.7	Производство самозагружающихся или саморазгружающихся прицепов и полуприцепов для сельского хозяйства
33.12	Ремонт машин и оборудования
41.20	Строительство жилых и нежилых зданий
42.21	Строительство инженерных коммуникаций для водоснабжения и водоотведения, газоснабжения
42.22.2	Строительство местных линий электропередачи и связи
43.12.3	Производство земляных работ
43.21	Производство электромонтажных работ
43.22	Производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха
43.31	Производство штукатурных работ
43.33	Работы по устройству покрытий полов и облицовке стен
43.34.1	Производство малярных работ
43.99	Работы строительные специализированные прочие, не включенные
43.99.5	Работы по монтажу стальных строительных конструкций
64.92	Предоставление займов и прочих видов кредита
68.10	Покупка и продажа собственного недвижимого имущества

Продолжение таблицы 1

68.10.1	Подготовка к продаже собственного недвижимого имущества
68.2	Аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом
68.3	Операции с недвижимым имуществом за вознаграждение или на договорной основе
68.31.1	Предоставление посреднических услуг при купле-продаже недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе
68.31.2	Предоставление посреднических услуг по аренде недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе
68.31.3	Предоставление консультационных услуг при купле-продаже недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе
68.31.4	Предоставление консультационных услуг по аренде недвижимого имущества за вознаграждение или на договорной основе

Основной принцип работы ООО «Билдинг Строй Групп» – стать одной из ведущих машиностроительных компаний России, действуя оперативно и гибко, стараясь предвосхищать потребности завтрашнего дня, добиваясь высочайшего качества предоставляемых работ и услуг, посредством:

- технологического перевооружения организации, освоение новейших методов производства, применение современных материалов;
- развитие заинтересованности коллектива в повышении качества за счет совершенствования системы мотивации;
- разработка новых технологий при производстве машиностроительных работ;
- развитие и поддержание взаимовыгодных отношений с партнерами.

Таблица 2 – Анализ динамики финансовых результатов в динамике 2017 – 2019 гг. ООО «Билдинг Строй Групп», тыс. руб

Показатели	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение, +/-		Относительное отклонение, %	
				2019 до 2017	2019 до 2018	2019 2017	2019 2018
Выручка	12660	16346	22455	9795,0	6109,00	177,37	137,37
Себестоимость продаж	11014,2	14057,56	19311,3	8297,1	5253,74	175,33	137,37
Валовая прибыль (убыток)	1645,8	2288,44	3143,7	1497,9	855,26	191,06	137,37

Продолжение таблицы 2

Коммерческие расходы	0	0	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	415	412	462	47	50	111,33	112,14
Прибыль (убыток) от продаж	1230,80	1876,44	2681,70	1450,90	805,26	-109,29	-112,14
Прочие доходы	251,00	91,00	183,00	-68,00	92,00	72,91	201,10
Прочие расходы	364,00	309,00	250,00	-114,00	-59,00	68,68	80,91
Прибыль (убыток) до налогообложения	1117,80	1658,44	2614,70	1496,90	956,26	233,91	157,66
Текущий налог на прибыль	201,20	298,52	470,65	269,44	172,13	233,91	157,66
Чистая прибыль (убыток)	916,60	1359,92	2144,05	1227,46	784,13	233,91	157,66

Согласно таблицы получены следующие результаты. В 2017 году суммарный объем выручки составил 12660 тыс. руб. В 2019 году прирост составил 77,37% в сравнении с годом ранее. В 2019 году суммарный объем выручки увеличился на 37,37% по сравнению с предыдущим годом. Так же происходит ежегодное увеличение прибыли, что свидетельствует об эффективном контроле за себестоимостью продукции. В 2019 году сумма валовой прибыли составила 3143,7 тыс. руб., что на 91,06% больше, чем в 2017 году и на 37,37% выше показателя прибыли в 2018 году. Положительное значение показателя свидетельствует об эффективной основной деятельности предприятия ООО «Билдинг Строй Групп», которая способна генерировать прибыль. По результатам производственно-хозяйственной деятельности в 2019 году получена чистая прибыль в размере 2144,05 тыс. руб., против 1359,92 тыс. руб. в 2018 году и 916,60 тыс. руб. – в 2017 году[18]. График динамики выручки и чистой прибыли:

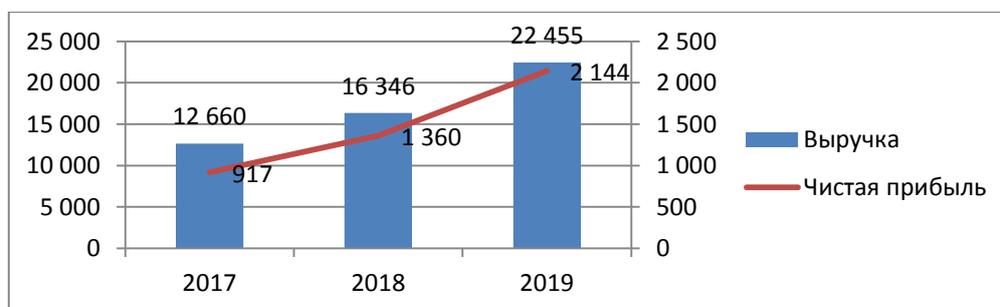


Рисунок 12 – График динамики выручки и чистой прибыли ООО «Билдинг Строй Групп» в динамике 2017-2019 гг.

Таблица 3 – Динамика показателей рентабельности за период 2017-2019 гг.
ООО «Билдинг Строй Групп»

Показатели	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение, +/-		Относительное отклонение, %	
				2019 2017	2019 2018	2019 2017	2019 2018
Рентабельность по валовой прибыли	13,38	11,85	12,61	-1,53	0,76	-0,11	0,06
Рентабельность реализованной продукции по чистой прибыли	2,00	0,14	0,17	-1,86	0,03	-93,00	21,43

Рентабельность реализованной продукции по чистой прибыли показывает сколько приходится чистой прибыли на единицу выручки.

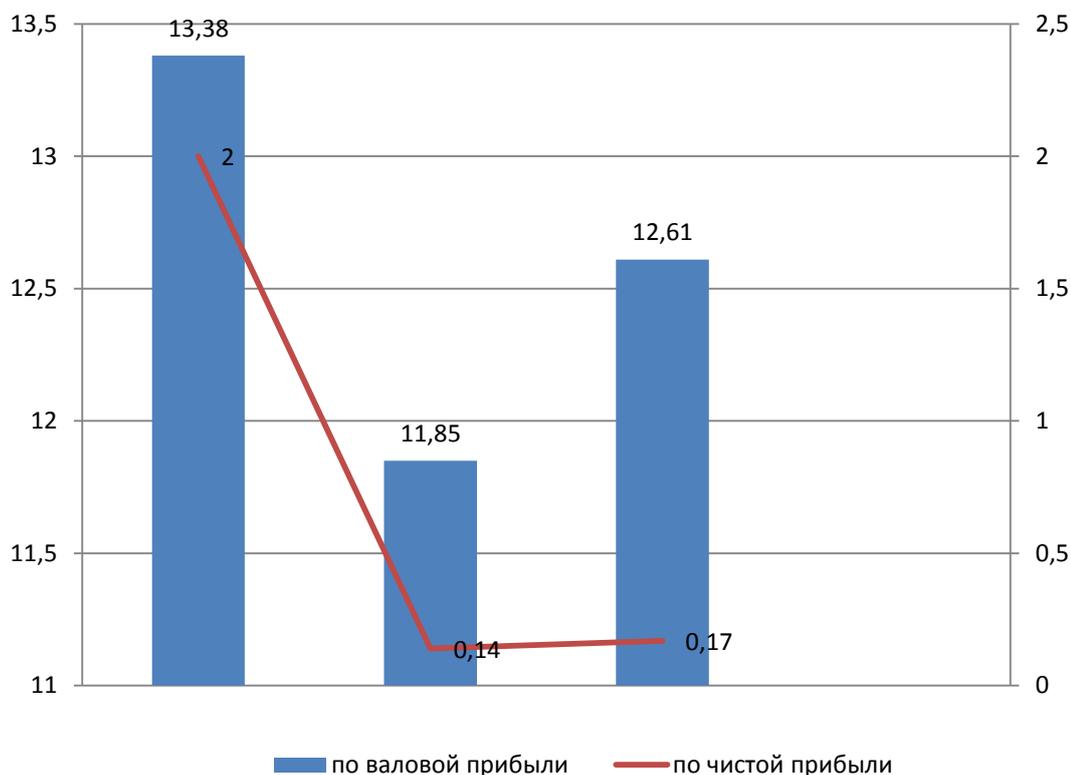


Рисунок 13 – График динамики выручки и чистой прибыли
ООО «Билдинг Строй Групп» в динамике 2017-2019 гг.

Показатели финансового положения и результатов деятельности организации ООО «Билдинг Строй Групп» за рассматриваемый период

свидетельствуют о довольно устойчивом положении предприятия. Также, значительная работа проводится по анализу и снижению себестоимости выполняемых работ.

Таблица 4 – Балансовые показатели за 2019 год, руб. ООО «Билдинг Строй Групп»

Показатель	На начало периода	Поступило	Выбыло	Остаток на конец года
Основные средства	2590177	96 877	27 673	2 659 381
Амортизация ОС	(2 010 982)	-	-	(2 122 151)
НМА	0	196	-	196
Амортизация НМА	0	-	-	(15)
Фин. вложения	132 508	-	-	242 653
Дебиторская задолженность	3 796 427	-	-	3 033 945
вт.ч.: покупатели и заказчики	2 429 931	-	-	1 471 486
авансы выдан.	239 165	-	-	445 499
Кредиторская задолженность	3 366 324	-	-	3 464 283
в т.ч.: поставщики и подрядчики	1 595 980	-	-	1 274 170
кредиты и займы	477 553	-	-	363 082
расчеты по налогам, сборам	155 201	-	-	98 714

Анализируя таблицу 4, следует отметить следующее. Введено в эксплуатацию, в том числе приобретено основных средств за 2019 год (машины и оборудование, транспортные средства) на 96 877 тыс. руб. За 2019 год произошло уменьшение дебиторской задолженности на 7,6 млн.руб. В 2019 году увеличилась кредиторская задолженность на 9,8 млн. руб., в т.ч. за счет увеличения авансов, полученных от заказчиков на 843 тыс.руб., уменьшения задолженности перед поставщиками и подрядчиками на 322 тыс. руб., по кредитам и займам на 114 тыс.руб., по налогам, сборам, взносам на 56 млн.руб. Обеспечения обязательств и платежей, выданные на 01 января 2020 года увеличились и составили 390 тыс. руб. [18]. Объем выполненных работ (выручка) в 2018 году составил 5182211 руб. Себестоимость выполненных

работ составила 4990838 руб. Движение денежных средств за 2019 год представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Движение денежных средств ООО «Билдинг Строй Компани» за 2019 г., руб.

Показатели	2019 год
Остаток денежных средств на начало года	5 073
Денежные средства, полученные всего, в т.ч.:	9365 993
Поступления от покупателей, заказчиков по текущей деятельности	7379 121
Поступления от займов и кредитов	1314468
Прочие доходы	672404
Денежные средства, направленные всего, в т.ч.:	(9149646)
На оплату приобретенных товаров, работ, услуг, сырья и активов	(5192704)
На оплату труда	(1056384)
На расчеты по налогам, взносам и сборам	(74997)
На погашение кредитов, займов	(44802)
Прочие перечисления и расходы	(1489642)
Обеспечений на участие в открытых аукционах, торгах	(1291117)
Остаток денежных средств на конец года	347757

Социальные показатели ООО «Билдинг Строй Компани» представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Социальные показатели по состоянию на 31.12.2019 г. ООО «Билдинг Строй Компани»

Показатели	2018 год
Среднесписочная численность, чел.	30
Отчисления на социальные нужды, тыс. руб.	26547
Затраты на оплату труда, тыс. руб.	927 21
Среднемесячная зарплата, руб.	18638
Производительность труда, тыс. руб.	1764,1

В настоящее время рынок перенасыщен – предложение выполнения услуг превышает спрос потенциальных заказчиков, вследствие чего возникает необходимость постоянного мониторинга конкурентных организаций. Проанализировав окружающую среду ООО «Билдинг Строй Строй», можно сделать вывод о прямой зависимости предприятия при осуществлении оказываемых услуг от налоговой политики, поставщиков и

потребителей. При имеющихся производственных мощностях предприятия по увеличению объемов производства, в течение 2019- 2020 годов ООО «Билдинг Строй Групп» ставит перед собой стратегию диверсификацию производства. Однако для увеличения и привлечения числа потребителей на предприятии необходимо определить четкую систему управления качеством продукции и всеми процессами производства. Только при данном условии возможно удовлетворение требований потребителей внешней нормативно-технологической документации и запросов потребителей[15]. Далее проведем анализ выпуска и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп».

2.2 Анализ выпуска и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп»

При проведении анализа производства и реализации продукции используют такие источники информации: текущие планы производства (предприятия в целом), данные бухгалтерского учета, накладные, счета-фактуры, бизнес-план, ведомости др. В табл. 7 проанализируем динамику производства и реализации продукции.

Таблица 7 – Динамика производства и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп» в динамике за 2017- 2019г.г.

Год	Объем производства продукции в текущих ценах, т.р. без НДС	Индекс цен	Объем производства продукции в ценах базисного года, т.р. без НДС	Темп роста, %		Объем реализации, т.р. без НДС	Темп роста,%	
				базисные	цепные		базисные	цепные
2017	12660	1,05	12057	-	-	12660	-	-
2018	16346	1,15	14213	129,11	129,11	16346	129,11	129,11
2019	22455	1,15	19526,0	177,4	137,4	22455	177,4	137,4

Проанализировав табл.7 можно сделать следующий вывод о том, что

динамике 2017- 2019 г.г. происходит постепенный рост продажи продукции.

В 2019 году объем продаж увеличился по сравнению с 2018 годом на 37,4%. Рост данного показателя свидетельствует о том, что ООО «Билдинг Строй Групп» не имеет накопленных остатков продукции на складах и не оплаченной покупателями. Следующий этап – проведение оценки выполнения плана по производству и реализации продукции за отчетный период.

Таблица 8 – Анализ плана по выпуску и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп» в 2019 году

Изделие	Объем производства продукции в плановых ценах, т.р. без НДС				Реализация продукции в плановых ценах, т.р. без НДС			
	план	факт	+/-	% к пл	план	факт	+/-	% к пл.
Производство машин и с/х оборудования	12260	11447,3	-812,7	93,37	12260	11447,3	-812,7	93,37
Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей или порошков	6270	11007,7	4737,7	175,6	6270	11007,7	4737,7	175,6
ИТОГО	18530	22455	3925	121,2	18530	22455	3925	121,2

Проанализировав табл.8, можно отметить перевыполнение плана по реализации продукции на 21,2%. Не последнюю роль во влиянии на показатели хозяйственной деятельности оказывают ассортимент (номенклатура) и структура производства и реализации продукции.

Рассчитаем его:

$$\text{Кас 2017} = (6500 + 6040) / 12260 = 0,99$$

$$\text{Кас 2018} = (10680 + 5260) / 16346 = 0,975$$

$$\text{Кас 2019} = (11474,3 + 11007,7) / 22455 = 1,0$$

Произошло увеличение продажи непродовольственных потребительских товаров и продажи машин и оборудования. В табл. 9

приведена оценка выполнения плана по ассортименту.

Таблица 9 – Оценка выполнения плана по ассортименту ООО «Билдинг Строй Групп» за 2019 г.

Изделие	Объем производства продукции в плановых ценах, тыс. руб. без НДС		Процент выполнения плана, %	Объем продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, тыс. руб. без НДС
	план	факт		
Производство машин и с/х оборудования	12260	11447,3	93,4	11447,3
Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей или порошков	6270	11007,7	175,6	11007,7
ИТОГО	18530	22455,0	121,2	22455,0

Анализируя табл.9, можно сказать, что план по ассортименту продукции перевыполнен на 21,2%. К причинам перевыполнения можно отнести как внешние (изменение потребительских предпочтений, состояние материально-технического обеспечения, конъюнктура рынка и т.д.) так и внутренние (достаточно высокий уровень организации хозяйственной деятельности компании, высокий уровень квалификации персонала, высокая мотивация труда и т.д). Далее рассмотрим планирование и оптимизацию ассортимента в прогнозируемом периоде, исходя из прогнозируемых объемов продаж. Таким образом, с помощью ABC-анализа можно определить более прибыльные ассортиментные позиции, а неприбыльные можно исключить из ассортимента. Условно при ABC-анализе продукцию можно разделить на три группы: А, В и С. Для определения доли выручки от продажи каждого из товаров, посчитаем сначала общую выручку, а затем найдем долю выручки от продажи каждой ассортиментной позиции в общей выручке предприятия.

Таблица 10 – Исходные данные для ABC анализа

Товары	Планируется к продаже, штук	Доля продаж в общем объеме продаж, %	Цена единицы, тыс.руб без НДС	Планируемая выручка, тыс.руб. без НДС	Доля выручки в общей выручке предприятия %
Производство машин и с/х оборудования	10	0,4%	66,14	661,4	2,84%
Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей или порошков	224	8,4%	5,0	1120,15	4,81%
Производство машин для уборки урожая	1990	74,4%	5,05	10050	43,2%
Прочие машины и оборудования	449	16,8%	25,5	11447,3	49,15%

Далее заносим результаты ABC анализа в табл.11

Таблица 11 – Результаты ABC анализа

ABC-анализ	Товары	Продано, штук	Доля продаж в общем объеме продаж, %	Цена ед тыс.руб	Выручка, руб.	Доля выручки в общей выручке предприятия	Вывод по ABC-анализу
A	Производство машин и с/х оборудования	449	16,8%	25,5	11447,3	42,53%	16,8% проданных товаров приносит 49,15% выручки
B	Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей	10	8,4%	5,0	1120,15	4,81	8,4% проданных товаров приносит 4,81% выручки
	Производство машин для уборки урожая	224	0,4%	66,14	661,4	2,84	
C	Прочие машины и оборудования	1990	74,4%	5,05	10050	43,2%	74,4% проданных товаров приносит 43,2% выручки

Вывод ABC-анализа: таким образом, Производство машин и с/х оборудования 49,15% всей выручки и при этом составляют 16,8% от количества продаж. Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей приносит предприятию 4,81% при доле продаж в общем объеме – 8,4%. Прочие машины и оборудования 43,2% выручки при 74,4% от общего объема продаж. Поэтому можно задуматься о сокращении продаж товаров группы С и о расширении ассортимента группы А.

Следующий шаг - проведение анализа структуры товарной продукции на предприятии ООО «Билдинг Строй Групп», при этом данные в табл.12

Таблица 12 – Анализ структуры продукции ООО «Билдинг Строй Групп»

Изделие	Опт цена изделия, руб/шт, без НДС	Объем производства, шт		Структура производства		выпуск продукции в ценах плана, тыс. руб.			Изменение выпуска продукции за счет стр-ры, тыс. руб. без НДС
		2018	2019	2018	2019	2018	факт при плановой стр-ре пр-ва	2019	
Производство машин и с/х оборудования	25500	337	449	4,2	3,9	8602	10830	11447	617
Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей или порошков	1000	7744	11008	95,8	92,1	7744	8320	11008	2688
Итого		8081	11457		100	16346	19150	22455	3305

Анализируя табл. 12, можно сказать, что при условии снижения объема производства на 5% базовый объем производства, общий объем производства был бы равен 19150 тыс. руб.

Высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на продукцию и увеличение суммы прибыли за счет не только объема продаж, но и более высоких цен.

Таблица 13. Анализ обобщающих показателей качества продукции ООО «Билдинг Строй Групп»

Показатель	2018 год	2019 год	
		план	факт
Средневзвешанный балл качества продукции	0,70	0,75	0,74
Удельный вес продукции высшей категории качества, %	75	76	78
Забракованной продукции	0,55	0,4	0,5

Как показали результаты табл.13, за 2019 год на предприятии проделана работа по улучшению качества продукции и повышению ее конкурентоспособности, о чем свидетельствует увеличение удельного веса продукции высшей категории качества. Одним из методов повышения эффективности деятельности предприятия, расширения рынков сбыта продукции является внедрение в производство нового вида продукции. Тем более, что предприятие имеет для этого производственный потенциал. В следующем разделе рассмотрим бизнес-план внедрения в производство такого нового вида продукции как "Дождевальная машина «Кубань»". Она является электрофицированной. Данный вид машины является новым для предприятия.

3 Разработка бизнес-плана производства новой продукции в условиях ООО «Билдинг Строй Групп»

3.1 Разработка бизнес-плана на новый вид продукции

Дождевальная машина относится к области сельского хозяйства и может быть использовано в ирригационной технике. Электрифицированная дождевальная машина кругового действия содержит центральную неподвижную опору с поворотным коленом, водопроводящий трубопровод с дождевальными насадками и самоходные тележки. Трубопровод состоит из последовательно шарнирно соединенных пролетов со шпренгельными фермами жесткости. Каждый пролет размещен на самоходной тележке. Тележки оборудованы пневматическими шинами и электроприводом. Между первым пролетом трубопровода и поворотным коленом установлен управляемый вентиль для подачи и перекрытия воды. В нижней части центральной неподвижной опоры по окружности смонтирован монорельс. На монорельс опирается рама круговой платформы. На круговой платформе размещены солнечные батареи. В центре платформы установлена вертикальная ось. Верхний конец оси с помощью растяжек соединен с периферийной областью круговой платформы. На вертикальной оси смонтирована вертикальная ветряная турбина с электрогенератором. В нижней части рамы круговой платформы выполнены отсеки для размещения аккумуляторных батарей. Аккумуляторные батареи заряжаются от солнечных батарей и генератора ветряной турбины.

Технической задачей изобретения является обеспечение возможности использовать ветровую и солнечную энергию для привода самоходных тележек дождевальной машины.

Задача достигается тем, что в электрифицированной дождевальной машине кругового действия, содержащей центральную неподвижную опору с

поворотным коленом и пультом управления, дождевальными насадками, водопроводящий трубопровод, состоящий из последовательно шарнирно соединенных пролетов со шпренгельными фермами жесткости, причем каждый пролет трубопровода размещен на самоходной тележке, оборудованной пневматическими шинами и электроприводом, где согласно изобретению в нижней части неподвижной опоры по окружности смонтирован монорельс, на который с помощью нескольких роликов опирается рама круговой платформы, которая размещена над неподвижной опорой и жестко соединена с подвижной частью трубопровода, на круговой платформе размещены солнечные батареи, а в ее центре установлена вертикальная ось, верхний конец которой с помощью растяжек соединен с периферийной областью круговой платформы, на вертикальной оси смонтирована вертикальная ветряная турбина с электрогенератором, также в нижней части рамы круговой платформы выполнены отсеки, в которых размещены аккумуляторные батареи, заряжаемые от солнечных батарей и генератора ветряной турбины, при этом электрическая сеть дождевальной машины соединена с аккумуляторными батареями через инвертор напряжения, кроме того, пульт управления закреплен на раме круговой платформы.

Отличие предлагаемой дождевальной машины от прототипа заключается в наличии автономных источников энергии, что позволяет орошать участки, к которым невозможна либо нецелесообразна прокладка электрического кабеля из-за их значительного удаления от линий электропередач или трансформаторных подстанций. Благодаря использованию возобновляемых источников энергии предлагаемая машина не требует постоянного ухода и обслуживания в отличие от дождевальных машин, приводимых в действие от дизельного или бензинового электрогенератора. Кроме того, применение в качестве источников энергии солнечных батарей и ветряной турбины не наносит окружающей среде никакого вреда. А благодаря тому, что системы управления и источники

энергии размещены на круговой платформе, которая поворачивается относительно центральной неподвижной опоры вместе с перемещаемым самоходными тележками водопроводящем трубопроводом, в предлагаемой машине отсутствует электрический кольцевой коллектор, что упрощает передачу электроэнергии к электроприводу тележек.

Далее рассмотрим принципы, которыми руководствуются при разработке технологического процесса (рис.14)

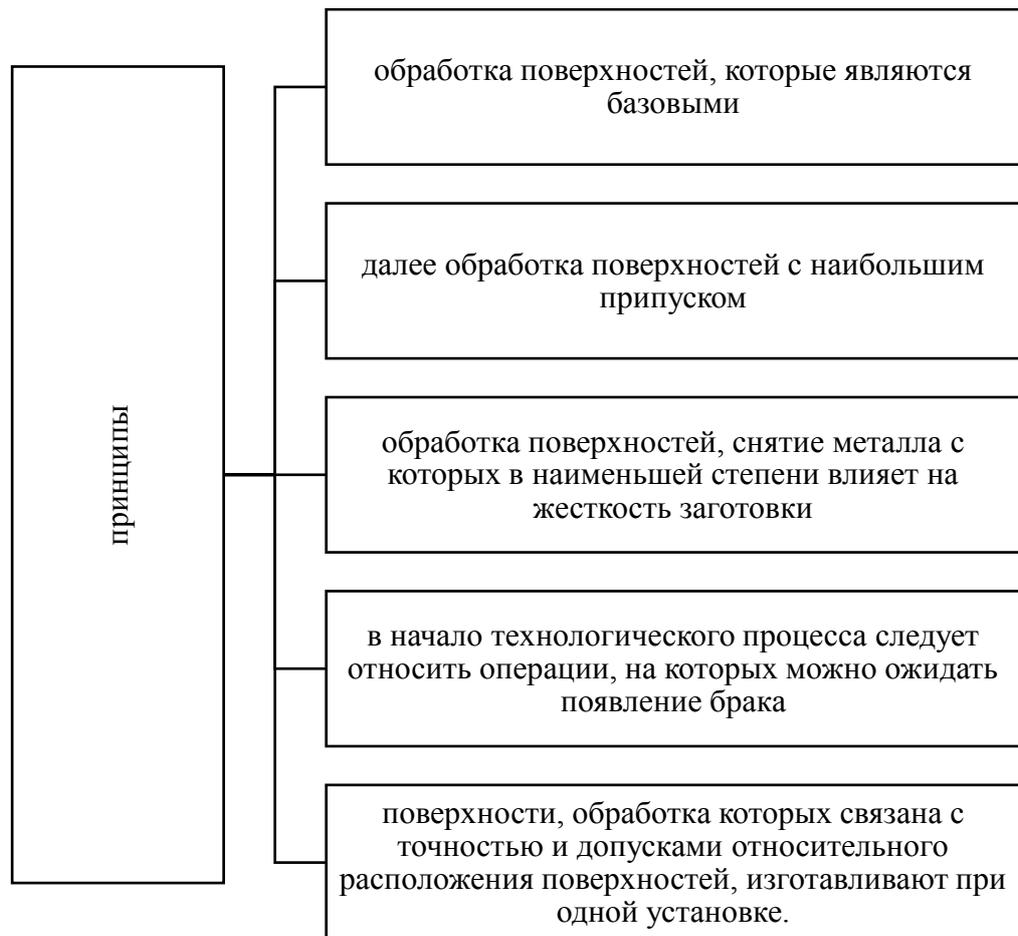


Рисунок 14 – Принципы разработки технологического процесса

Основные требования, которые выдвигаются к станкам, перечислены в табл.14

Таблица 14 – Требования к оборудованию.

Вертикальный обрабатывающий центр. Фрезерное оборудование	
Стоимость, руб.	3000000 – 4000000
Мощность	10 – 15
Длина стола	1100-1400
Ширина стола	550-7000
Токарный станок	
Стоимость, руб.	3005000 - 2000000
Рабочий диаметр над станиной, мм	550-800
Максимальный диаметр обработки, мм	400-500
Диаметр отверстия в шпинделе, мм	80-110

Исходные данные для проекта:

1. Стоимость вложений для реализации бизнес – плана – 6291,9 тыс. руб., в том числе вложения в оборудование 6199,0 тыс. руб. и вложения в оборотный капитал 92,9 тыс. руб.

2. Ввод в эксплуатацию: конец 2020 года;

3. Продолжительность периода, на который рассчитан бизнес – план – несколько лет.

4. Поставщик оборудования – компания ООО «Пром Групп»

5. Амортизационные отчисления рассчитываются по формулам 1, 2

$$A = P * K \quad (1)$$

где P – первоначальная стоимость;

K – норма амортизации.

$$K = \frac{1}{n} * 100\% \quad (2)$$

где n - срок полезного использования в месяцах.

Амортизируемое оборудование, следующее:

1. Вертикальный обрабатывающий центр SMTCL

2. Горизонтальный токарный станок Viva-TERN

Срок полезного пользования станков 7 лет, данный вид оборудования относится к 5 группе. Амортизация рассчитана в таблице 15

Таблица 15 – Начисление амортизации линейным способом

№ месяца	Вертикальный обрабатывающий центр	Горизонтальный токарный станок
1	40047,62	30357,15
2	40047,62	30357,15
3	40047,62	30357,15
4	40047,62	30357,15
5	40047,62	30357,15
6	40047,62	30357,15
7	40047,62	30357,15
8	40047,62	30357,15
9	40047,62	30357,15
10	40047,62	30357,15
11	40047,62	30357,15
12	40047,62	30357,15
Годовая сумма амортизации и	480571,43	364285,72
2 год	480571,43	364285,72
3 год	480571,43	364285,72
4 год	480571,43	364285,72
5 год	480571,43	364285,72
6 год	480571,43	364285,72
7 год	480571,43	364285,72
Полная выплата амортизации	3364000	2550000

Организационная структура.

Поскольку проект будет внедряться на анализируемом предприятии, то некоторые сотрудники будут привлекаться из штата ООО «Билдинг Строй Групп», - это позволит сократить расходы, связанные с оплатой труда. Кроме того, согласно Положения о Премировании, за подобного рода работы предусмотрена премия. Для работников ООО «Билдинг Строй Групп» она составляет - 10% от заработной платы, а для управленческого персонала – 20%.

Для всех штатных сотрудников предусмотрена система оплаты— «оклад плюс премия», начисляемая периодически (например, каждые 3, 6 и 12 месяцев) по результатам работы компании.

Продажи и маркетинг

Изучив российский рынок полевых сельскохозяйственных систем орошения, следует говорить о ежегодном темпе прироста спроса на импортное оборудование орошения, а также растет ежегодный спрос на отечественные дождевальные машины. Преимуществом отечественных дождевальных машин является меньшую стоимость, по сравнению с импортными аналогами. Параллельно с этим, они имеют высокую производительность и экономичны в обслуживании. Опыт показывает, что отечественные машины уступают зарубежным по таким параметрам, как качество исполнения (вес, работа на высокостебельных культурах, копирование почвы) и срок службы[8].

Для того чтобы о дождевальной машине узнали потенциальные покупатели, целесообразно делать рекламу продукции в специальных интернет-изданиях.

Таким образом можно будет очень быстро расширять свою целевую аудиторию с помощью будущей рекламы ваших заказчиков. Однако самым главным каналом привлечения клиентов является создание собственного сайта, на котором вы сможете наглядно представить все возможности вашей продукции. Продвигать сайт в интернете необходимо с помощью контекстной рекламы.

Далее рассмотрим влияние факторов внешней среды. Для этого, проведём SWOT анализ.

Стратегии развития деятельности по внедрению дождевальной машины на рынок:

Стратегия расширения (w1, w2, w4, w5, o1, o3, o4) – расширение целевой аудитории, увеличение спектра услуг для привлечения новых клиентов. Расширение штата. Активная рекламная деятельность.

Таблица 16. Схема матрицы SWOT-анализа (внутренняя среда организации - сильные и слабые стороны)

Параметры	Сильные стороны	Слабые стороны
Работники	S1 - Высокая квалификация работников	W1 – Маленький штат, зависимость от работников
Цена	S2 – Доступные цены	
Аудитория	S3 – Широкая аудитория	
Качество услуг	S4 – Качество продукции на должном уровне	
Месторасположение	S5 – Удобное расположение	W2 – Работа только на рынке данного города
Оборудование		W3 – Зависимость от работы оборудования
Известность	Компания известна на рынке	
Доля рынка		W5 - Небольшая доля рынка

Таблица 17 – Схема матрицы SWOT-анализа (внешняя среда организации - возможности и угрозы)

Параметры	Возможности	Угрозы
Экономическая ситуация	O1 - Рост благосостояния населения, увеличение популярности оказываемых услуг	T1 – Снижение благосостояния населения страны, падения спроса
Конкуренты	O2 – Переориентация конкурентов на другую продукцию	T2 - Возникновение новых конкурентов.
Социально-культурные факторы	O3 - Рост спроса на продукцию за счет информационных поводов	T3 - Снижение спроса на продукцию за счет информационных поводов
Мода	O4 – Увеличение спроса в связи с популяризацией использования дождевальная машины	T4 – Снижение спроса в связи с падением популярности

Стратегия преобразования (s1, s4, t1, t3, t4) – кардинальная смена целевой аудитории, ориентация на долгосрочные контракты, профессиональными исполнителями, корпоративными клиентами, уход с рынка начинающих исполнителей.

Стратегия качественного роста (s1, s2, s3, s4, s5, o1, o2, o3, o4) - жесткий контроль качества. Привлечение клиентов рекламой, в том числе в интернете, на радио, в специальных печатных изданиях. Профессиональный

рост сотрудников. Расширение штата сотрудников, увеличение времени работы студии. Стратегия диверсификации (w2, w3, w5, t2, t4) – разделение аудитории на категории, для каждой из которой установить собственный контроль качества и расценки.

Финансовый план

Первоначальные инвестиции в запуске в производство дождевальная машины составят 758 000 рублей. Основная статья затрат — это расходы на приобретение оборудования. Расходы на оборудование составляют около 110 000 рублей.

Таблица 18 – Финансовый план производства дождевальная машины ООО «Билдинг Строй Компани»

Первоначальные инвестиции в открытие студии звукозаписи	
Наименование	Стоимость(тыс.руб.)
Затраты на оформление документов	
Регистрация в государственных и налоговых органах, открытие расчетного счета	2
Итого	2
Инвестиции в рекламу	
Создание сайта	100
Контекстная реклама + размещение в каталогах/журналах	20
Итого	120
Инвестиции в оформление помещения	
проект	30
Отделочные материалы + работа	100
Реквизиты	150
мебель	50
Итого	330
Инвестиции в рабочее оборудование	
Приобретение необходимых станков	110
Текущие расходы	
Постоянные расходы	
Расходы на содержание оборудования.	40
Амортизация оборудования**	7
Переменные расходы	
Расходы на маркетинг (обслуживание сайта+доп.реклама)	10
Взносы ИП в ПФР, ФОМС (раз в квартал)	7

Продолжение таблицы 18

Среднемесячные взносы за работников в ФСС	0,5
ФОТ (подробнее в таблице 2)	94
Коммунальные платежи	15
Связи и Интернет	3
Прочие расходы	10
Непредвиденные расходы	10
Итого	196,5
ИТОГО	758

В таблице подробно описана динамика увеличения занятости. Текущие расходы организации в первый месяц работы составят 196,5 тыс. рублей. Большая часть затрат идет на выплату зарплаты промышленно-производственному персоналу, а также расходы на приобретение сырья, материалов, полуфабрикатов и т.д. В таблице 19 наглядно продемонстрировано движение денежных средств ООО «Билдинг Строй Групп»

Таблица 19 – Движение денежных средств ООО «Билдинг Строй Групп»

Месяц работы	1	2	3	4	5	6	7
Доход за проект	168 000	201 000	240 000	285 000	300 000	330 000	330 000
Доход общий	171 020	204 030	243 040	288 050	303 050	333 060	333 060
Расход общий	204 761	227 742	242 082	263 783	257 683	271 484	278 484
Аренда (кв.м.)	40 000	56 000	56 000	56 000	56 000	56 000	56 000
Коммунальные платежи	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000
ФОТ(оклад+процент от выручки)	94 000	106 000	118 000	130 000	130 000	142 000	142 000
Налоги УСН (6% от прибыли)	10 261	12 242	14 582	17 283	18 183	19 984	19 984
Взносы за работников в ФСС (каждый месяц)	500	500	500	500	500	500	500
Взносы ИП в ПФР, ФОМС (раз в квартал)	7 000	0	0	7 000	0	0	7 000
Реклама	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Непредвиденные расходы	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000

Связь коммуникации	и	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Амортизация оборудования		5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прочие расходы		10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
ЕВИТДА		-10 980	-5 970	21 040	54 050	69 050	87 060	87 060
ЕВИТ		-15 980	-10 970	16 040	49 050	64 050	82 060	82 060
Чистая прибыль		-33 741	-23 712	958	24 267	45 367	61 576	54 576
Наращенный Flow	Cash	-768 980	-774 950	-753 910	-699 860	-630 810	-543 750	-456 690

Необходимо сказать, что текущие расходы предприятия ООО «Билдинг Строй Групп» (себестоимость) состоит из издержек обращения и затрат, которые относятся на финансовый результат компании. К издержкам обращения ООО «Билдинг Строй Групп» относится: амортизация, аренда, РСО, транспортные расходы, расходы на хранение, упаковку, подсортировку, потери, расходы на оплату труда и т.д. Как показал анализ, компания имеет достаточно высокий удельный вес затрат на 1 руб. реализованной продукции (в 2018 этот показатель составлял 0,91: означает, что на 1 руб. реализованной продукции приходилось 91 коп. текущих затрат компании).

3.2 Оценка экономической эффективности бизнес-плана

Внедрение проекта производства дождевальная машины позволит компании снизить текущие расходы. В результате его внедрения можно говорить об увеличении производительности и оптимизации обязанностей персонала. Также, целесообразно внедрить систему автоматизации работы компании. Еще одним вариантом снижения себестоимости продукции является автоматизация бизнес-процессов. Все это позволит снизить затраты на реализацию с 0,91 до 0,85 (на 1 руб реализованной продукции сумма затрат будет равна 85 коп). Таким образом, на 23288 тыс. руб. товарооборота будет приходиться 19794 тыс. руб. себестоимости. Валовая прибыль составит 3494 тыс. руб. Чистая прибыль после уплаты налогов в 2019 году

прогнозируется в сумме 2795,2 тыс. руб., что на 1434,2 тыс. руб. выше показателя 2018 года. Далее рассчитаем необходимые капиталовложения для внедрения интернет-продаж.

Далее проведем расчет необходимой суммы поступления товаров на планируемые 2019,2020,2021 года, исходя из планируемых значений товарооборота за эти периоды. При этом, используем формулу

$$N^i = P + B + Z_2 - Z_1 \quad (3)$$

Где N^i – товарное обеспечение в i -м году

P – планируемая сумма товарооборота

B – прочее выбытие, убыль и т.д., рассчитывается в размере 1% от суммы товарооборота;

Z_2 и Z_1 – запасы товарной продукции на конец и начало планового периода.

Рассчитаем товарное обеспечение на 2019, 2020, 2021 плановые года

$$N^{2019} = + 23288 * 0,01 + 3493,2 - 2905,18 = 24108,9 \text{ тыс. руб.}$$

$$\begin{aligned} N^{2020} &= 24458,3 + 24458,3 * 0,01 + 3508,5 - 3493,2 \\ &= 24718,18 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} N^{2021} &= 25680,3 + 25680,3 * 0,01 + 3600,5 - 3508,5 \\ &= 26029,1 \text{ тыс. руб.} \end{aligned}$$

Стоимость предложенного маркетингового проекта составит 550000 руб. Источниками инвестирования могут выступить собственные средства компании в виде нераспределенной чистой прибыли, которую компания получила в 2018 году в сумме 1361 тыс. руб.

Проведем расчет срока окупаемости внедрения интернет продаж. Согласно бухгалтерским данным, компания за 2018 год получила чистой прибыли 1361 тыс. руб. Согласно оценке прогнозных значений, прибыль в 2019 году, после внедрения данного проекта составит 2795,2 тыс. руб.

Исходя из того, что стоимость проекта составляет 550000, а прогнозируемая прибыль в 2019 году составит 2795,2 тыс.руб. то срок окупаемости проекта составит меньше года. Следующий шаг – разработка прогноза на 3 года, пользуясь тем, что с каждым последующим годом прибыли будут увеличиваться на 5%, табл. 20.

Таблица 20 – Планирование основных показателей деятельности компании после внедренного проекта

Год	Чистая прибыль	
	рублей	Уровень рентабельности
2020	2795200	12%
2021	2934960	12%
2022	3081708	12%

Итак, из приведенной выше таблицы следует сделать вывод, что чистая прибыль от внедрения проекта будет ежегодно расти и достигнут отметки 3081708 рублей. Эти средства могут быть использованы для обеспечения конкурентного преимущества предприятия в контексте различных по масштабам отраслевых рыночных сегментов (весь рынок отрасли или отдельный его сектор) ведения бизнеса (и, следовательно, осуществление конкуренции) предприятием.

При формировании критериев оценки ООО «Билдинг Строй Групп», использован был метод ОСА, исходные данные и расчетные данные приведены в таблице 21.

Таблица 21– Параметры для проведения ОСА ООО «Билдинг Строй Групп» после внедрения бизнес-плана

Параметры	Услуги, баллы			вес параметра
	ООО «Билдинг Строй Групп»	ООО «Металгрупп»	ООО «МТС-метиз»	
Показатели финансовой устойчивости	100	86	75	0,30
Стоимость продукции	5,0	6,0	7,5	0,25
Наличие своего сайта	70	20	80	0,20
Сервис	90	70	90	0,30

Продолжение таблицы 21

Профессионализм сотрудников	80	50	40	0,20
-----------------------------	----	----	----	------

Определяем КСП для каждого изделия ООО «Билдинг Строй Групп»

$$K = 0,30 * (1 - 100/150) + 0,25 * (1 - 5/5) + 0,20 * (1 - 70/80) + 0,30 * (1 - 90/90) + 0,20 * (1 - 80/80) = 0,025$$

ООО «МеталГрупп»

$$K = 0,30 * (1 - 86/100) + (1 - 5/6.0) * 0,25 + 0,20 * (1 - 20/80) + 0,30 * (1 - 70/90) + 0,20 * (1 - 50/80) = 0,128 + 0,042 + 0,15 + 0,07 + 0,075 = 0,355$$

ООО «МТС метиз»

$$K = 0,30 * (1 - 75/100) + 0,25 * (1 - 5.0/7,5) + 0,20 * (1 - 80/80) + 0,30 * (1 - 90/90) + 0,20 * (1 - 40/80) = 0,15 + 0 + 0 + 0 + 0,1 = 0,25$$

Определяем площади многоугольников, полученных соединением соответствующих показателей каждого изделия на циклограмме. Площадь полученного многоугольника для каждого отдельного предприятия состоит из суммы площадей двух треугольников и определяется по формуле:

$$S = S1 + S2 = S * a * h + S * A * h \quad (3.4)$$

Таким образом, площадь многоугольника для услуг:

ООО «Билдинг Строй Групп»

$$S = S * 16 * 9 + S * 14 * 7 = 212 \text{ см}$$

ООО «МеталГроуп»

$$S = S * 16 * 9 + S * 16 * 6 = 120 \text{ см}$$

ООО «МТС метиз»

$$S = S * 17 * 7 + S * 17 * 6 = 110 \text{ см}$$

Проанализировав рис. 14, необходимо подчеркнуть тот факт, что после внедрения мероприятий по повышению потенциала компании, уровень конкурентоспособности ООО «Билдинг Строй Групп» стал выше, чем у фирм-конкурентов.

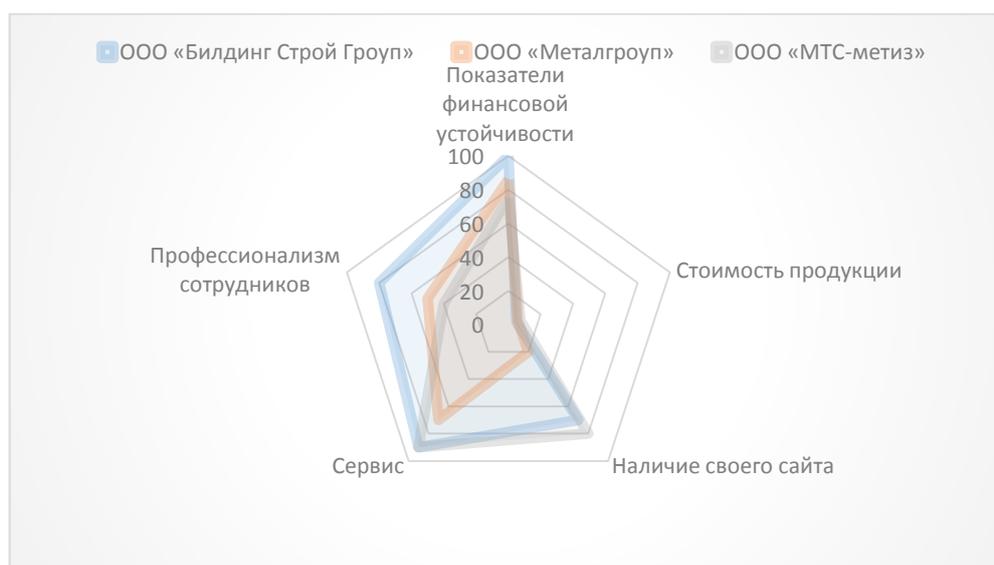


Рисунок 14 – Оценка конкурентной позиции организации ООО «Билдинг Строй Групп» после внедрения бизнес-плана производства электрофицированной дождевальная машины

Таким образом, конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности использования его потенциала, от способности руководства разрабатывать и реализовывать стратегию предприятия и адаптироваться к изменениям внешней среды, от наличия единой системы учета и контроля, и умения подбирать высококвалифицированные кадры.

Заключение

В ходе выполнения работы были сделаны следующие выводы.

1. Была изучена сущность и значение бизнес-планирования для развития предприятия. Установлено, что благодаря бизнес-планированию становится возможным внедрить спланированное продвижение фирмы к изначально сформулированным целям, помимо этого он позволяет осуществлять контроль и управление. Также, в процессе планирования бизнес-процессов он является довольно мощным стимулом к развитию, самообучению, фундаментом для сравнения с показателями и критериями фактических успехов и достижений субъекта хозяйствования.

2. Было рассмотрено понятие бизнес-плана новой продукции, а также, основные этапы его разработки и внедрения. Следует сказать, что разработка и внедрение нового вида продукции производственной компанией, является весьма значимой не только комплексной, но и многофункциональной организационно-управленческой задачей, которая тем или иным образом затрагивает ключевые функциональные области деятельности субъекта хозяйствования, такие как маркетинг, область продажи, закупки, область производства, финансы и другие. Обобщая вышеописанное, отметим, что одним из главных преимуществ бизнес-плана (наряду с объективностью и всесторонностью) является то, что бизнес-план, будучи предпроектной стадией, начинает «работать» еще до своего появления на свет. Сам процесс составления бизнес-плана заставляет разработчиков непредвзято и беспристрастно рассмотреть возможности проекта под углом зрения планируемой деятельности, при этом углубляясь в детали и не отмахиваясь от мелочей.

3. Были рассмотрены общая организационная и финансово-экономическая характеристика ООО «Билдинг Строй Групп». Основным видом деятельности компании является производство машин и сельскохозяйственного оборудования для обработки почвы (код по ОКВЭД –

28.30.3). Проанализировав показатели финансово-хозяйственной деятельности компании, следует сказать, что происходит ежегодное увеличение прибыли, что свидетельствует об эффективном контроле за себестоимостью продукции. В 2019 году сумма валовой прибыли составила 3143,7тыс. руб., что на 91,06% больше, чем в 2017 году и на 37,37% выше показателя прибыли в 2018 году. Положительное значение показателя свидетельствует об эффективной основной деятельности предприятия ООО «Билдинг Строй Групп», которая способна генерировать прибыль. Показатели финансового положения и результатов деятельности организации ООО «Билдинг Строй Групп» за рассматриваемый период свидетельствуют о довольно устойчивом положении предприятия. Также, значительная работа проводится по анализу и снижению себестоимости выполняемых работ.

4 Был проведен анализ выпуска и реализации продукции ООО «Билдинг Строй Групп». В ходе анализа установлено, что план по ассортименту продукции перевыполнен на 21,2%. К причинам перевыполнения можно отнести как внешние (изменение потребительских предпочтений, состояние материально-технического обеспечения, конъюнктура рынка и т.д.) так и внутренние (достаточно высокий уровень организации хозяйственной деятельности компании, высокий уровень квалификации персонала, высокая мотивация труда и т.д). Также, при помощи ABC-анализа можно определить были определены прибыльные ассортиментные позиции. Таким образом, производство машин и с/х оборудования 49,15% всей выручки и при этом составляют 16,8% от количества продаж. Производство механических устройств для распыления и разбрасывания жидкостей приносит предприятию 4,81% при доле продаж в общем объеме – 8,4%. Прочие машины и оборудования 43,2% выручки при 74,4% от общего объема продаж. Поэтому можно задуматься о сокращении продаж товаров группы С и о расширении ассортимента группы. Необходимо отметить, что

5. Был разработан бизнес-план на новый вид продукции ООО «Билдинг Строй Групп» и сделана оценка его экономической эффективности. Одним из методов повышения эффективности деятельности предприятия, расширения рынков сбыта продукции является внедрение в производство нового вида продукции. Тем более, что предприятие имеет для этого производственный потенциал. В следующем разделе рассмотрим бизнес-план внедрения в производство такого нового вида продукции как "Дождевальная машина «Кубань»". Она является электрифицированной. Данный вид машины является новым для предприятия.

Дождевальная машина относится к области сельского хозяйства и может быть использовано в ирригационной технике. Электрифицированная дождевальная машина кругового действия содержит центральную неподвижную опору с поворотным коленом, водопроводящий трубопровод с дождевальными насадками и самоходные тележки. Для того чтобы о дождевальной машине узнали потенциальные покупатели, необходимо сразу же разместить информацию в электронных информационных каталогах. Таким образом можно будет очень быстро расширять свою целевую аудиторию с помощью будущей рекламы ваших заказчиков. Однако самым главным каналом привлечения клиентов является создание собственного сайта, на котором вы сможете наглядно представить все возможности вашей продукции. Продвигать сайт в интернете необходимо с помощью контекстной рекламы. Внедрение проекта производства дождевальной машины позволит компании снизить текущие расходы. В результате его внедрения можно говорить об увеличении производительности и оптимизации обязанностей персонала. Чистая прибыль от внедрения проекта будет ежегодно расти и достигнет отметки 3081708 рублей. Эти средства могут быть использованы для обеспечения конкурентного преимущества предприятия в контексте различных по масштабам отраслевых рыночных сегментов (весь рынок отрасли или отдельный его сектор) ведения бизнеса (и, следовательно, осуществление конкуренции) предприятием.

Список используемой литературы

1. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 N 39-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/
2. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» от 09.07.1999 N 160-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16283/
3. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 N 156-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34237/
4. Агеева О. А. Бухгалтерский учет и анализ / О. А. Агеева, Л. С. Шахматова. – Москва: Юрайт, 2018. – 240 с.
5. Акатьева М.Д. Бухгалтерский учет и анализ: учебник / М.Д. Акатьева, В.А. Бирюков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 258 с.
6. Александров Г.А., Вякина И.В., Скворцова Г.Г. Экономическая безопасность и инвестиционная привлекательность предприятий: характер взаимосвязи и проблема оценки // Экономические отношения. – 2019. – Том 9. – № 3. – с. 2269-2284
7. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 384 с.
8. Басова А.В. Бухгалтерский (управленческий) учет: учеб. пособие / А.В. Басова, А.С. Нечаев. – М: ИНФРА-М, 2019. – 324 с.
9. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 296 с.

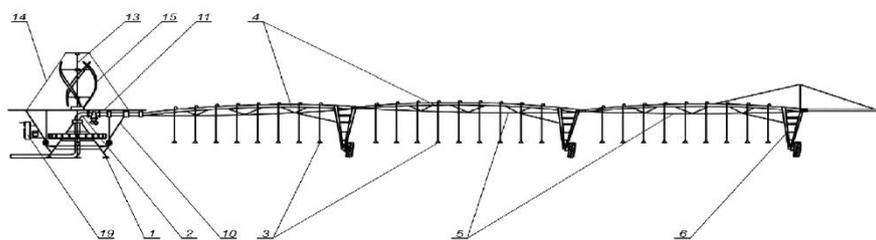
10. Бытова А.В., Скипин Д.Л., Быстрова А.Н. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия: методический аспект // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 18. – № 22. – С. 3577-3592
11. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник / Под ред. М.А. Вахрушиной, Н.С. Пласковой. – М.: Вузовский учебник, 2019. - 367 с.
12. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ: учебник для вузов/ Гиляровская Л.Т., Корнякова Г.В., Пласкова Н.С., Соколова Г.Н., Пожидаева Т.А., Ендовицкий Д.А. – Электрон. текстовые данные – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 615 с.
13. Литвинова, Т. Н. Планирование на предприятии (в организации): учеб. пособие / Т.Н. Литвинова, И.А. Морозова, Е.Г. Попкова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 156 с.
14. Малов Д.Н., Летягина Е.Н. Разработка нейросетевой модели кластеризации экономики для анализа инвестиционной привлекательности предприятий // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 8. – с. 1529-1536
15. Маркарьян Э.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. – Москва: КноРус, 2018. – 191 с.
16. Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практич. пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 208 с.
17. Новодворский В.Д. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник. Новодворского В.Д. ред. – Омега-Л, 2017. – 608 с.
18. Новгородская Я.С. Оценка инвестиционной привлекательности компаний банковской отрасли с использованием индекса технологичности [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-investitsionnoy-privlekatelnosti-kompaniy-bankovskoy-otrasli-s-ispolzovaniem-indeksa-tehnologichnosti/viewer>

19. Пленкина В. В. Бизнес-планирование: учебно-практическое пособие / В. В. Пленкина, Г. А. Чистякова, О. В. Ленкова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. – 152 с.
20. Позднякова В.Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / Под ред. Позднякова В.Я., - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 617 с.
21. Пястолов С. М. Экономический анализ деятельности предприятий : учеб. пособие для вузов / С. М. Пястолов . - М.: Академ.Проект, 2014. - 572 с. . –
22. Скамай Л. Г. Экономический анализ деятельности предприятия : учебник для вузов по специальности "Менеджмент орг." / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина . - М. : ИНФРА-М , 2017 . - 295 с.
23. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственный деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. - 3-е изд., перераб. и доп. . - М.: ИНФРА-М, 2015. – 423 с.
24. Слесаренко Г. В. Методический подход к анализу платежеспособности / Г. В. Слесаренко // Вестник Удмуртского университета. -2016. - № 2-3. – С. 54-58
25. Русак Н. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: учебн. пособ. / Н. А. Русак, В. А. Русак. – СПб.: Издательский дом "Бизнес-пресса", 2013. – 304 с.
26. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб.пособие / Г. В. Савицкая. - Мн.: Новое знание,2013. - 704 с
27. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник / Г.В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2019. – 373 с.
28. Трошин, А.Н. Финансовый менеджмент: Учебник / А.Н. Трошин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 331 с.
29. Турманидзе Т.У. Финансовый менеджмент: Учебник / Т. У. Турманидзе, Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 247 с.

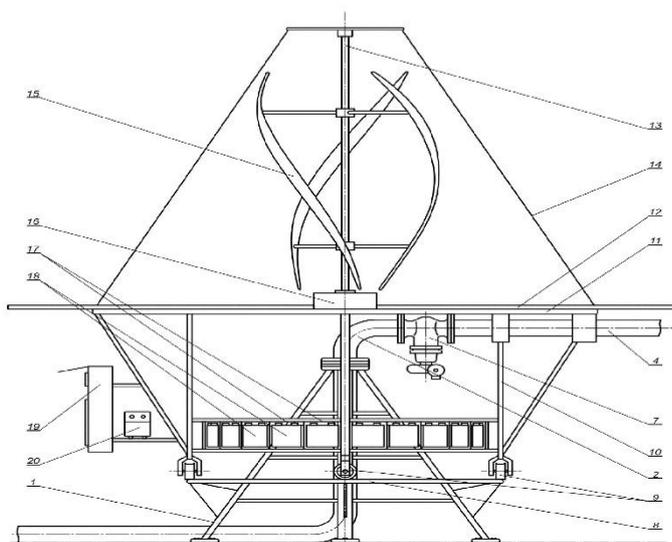
30. Уткин Е. А. Антикризисное управление / Е. А. Уткин. – М.: ТАНДЕМ "Экос", 2014. – 330 с.
31. Филатова Т. В. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т. В. Филатова. – М.: Инфра-М, 2015. – 234 с.
32. Хубиева М.Д., Текеева Х.Э. Анализ и оценка инвестиционной привлекательности предприятия. Московский экономический журнал №5(3) 2019, с. 181-189
33. Чараева, М. В. Инвестиционное бизнес-планирование: учебное пособие/ М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - 176 с
34. Чернышева Ю.Г. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации): учебник / Ю.Г. Чернышева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 421 с.
35. Шадрина Г. В. Комплексный экономический анализ организации: учеб. пособие для вузов по специальности "Антикризис. упр" / Г.В. Шадрина, С.Р. Богомолец, И.В. Косорукова. - М.: Мир: Академ. Проект, 2015. - 287 с. .
36. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник для вузов по специальности "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / А. Д. Шеремет . - Изд. доп. и испр. . - М. : ИНФРА-М , 2014
37. Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учебник / А.Д. Шеремет, А.Н. Хорин. – 4-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 389 с.
38. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.Д. Шеремет. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 374 с.

Приложение А

Схема дождевальной машины электрофицированного типа



Фиг 1



Фиг. 2.