

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ (РЕЗЮМЕ)	4
2. ОТРАСЛЬ И ФИРМА.....	5
3. ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГИ.....	6
4. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА УСЛУГ	7
5. ПЛАН МАРКЕТИНГА.....	8
6. ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА.....	11
6.1. Анализ динамики издержек	13
6.2. Маржинальный анализ	18
7. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ, КАДРЫ	30
7.1. Организационная структура.....	30
7.2. Персонал.....	34
8. ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЛАН.....	35
9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	37
9.1. Планирование структуры источников финансовых ресурсов.....	37
9.2. Планирование доходов предприятия	38
9.3. Разработка финансового плана	39
10. ОЦЕНКА РИСКА, СТРАХОВАНИЕ	40
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	41
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	42
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	43
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	46

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ (РЕЗЮМЕ)

Объектом исследования данной работы является рынок пассажирских перевозок. В маркетинге под рынком понимается совокупность всех потенциальных потребителей, испытывающих потребность в товарах (или услугах) определенной отрасли и имеющих возможность их удовлетворить (производителей).

Предметом исследования в данной работе является стимулирование пассажирских перевозок, снижение издержек предприятия ОАО «Автовокзал». Стимулирование – один из четырех основных элементов комплекса маркетинга фирмы (товар, цена, методы распространения, стимулирование). Под стимулированием понимается деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своей услуги и убеждению целевых потребителей воспользоваться ею.

Миссия стимулирования – воздействие на покупательский спрос.

Целями стимулирования являются

- Доведение информации об услуге до возможного потребителя
- увеличение спроса на услугу
- привлечение целевых потребителей

Исследуемым предприятием является автотранспортная фирма ЗАО ОАО «Автовокзал», находится по адресу г. Невинномысск. Основное направление деятельности – пассажирские автотранспортные перевозки. Также могут осуществляться следующие виды перевозок: междугородные и международные пассажирские перевозки. Предприятие выполняет работы по техническому обслуживанию и ремонту автотранспорта. В курсовом проекте рассматривается только часть деятельности фирмы - междугородные перевозки в пределах Ставропольского края. При этом целевым потребителем являются жители города Невинномысска.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛУГИ

Основными видами услуг предприятия являются:

- автотранспортные услуги предприятиям, организациям, учреждениям, гражданам;
- пассажирские перевозки;
- ремонт транспортных средств;
- посреднические услуги.

Пассажирские перевозки включают в себя:

- обслуживание жителей города Невинномысска;
- пригородные маршруты;
- междугородние маршруты в города Ростов-на-Дону, Новочеркасск, Краснодар, Самара, Тольятти и другие.

5. ПЛАН МАРКЕТИНГА

Все средства стимулирования (реклама, личная продажа, стимулирование сбыта и пропаганда) имеют существенные признаки: коммуникация (предоставление информации об услуге, привлечение внимания), и приглашение воспользоваться услугой.

Большую значимость в стимулировании пассажирских перевозок имеет личная продажа. Рассмотрим технологию личной продажи. От других средств воздействия она отличается тем, что:

1. Носит личностный характер (живое, непосредственное и взаимное общение между двумя или более лицами, причем любой из них может вносить коррективы в беседу).
2. Способствует становлению отношений (между менеджером и клиентом устанавливаются более крепкие отношения).
3. Побуждает к ответной реакции, (клиент чувствует ответственность за то, что с ним провели беседу и обязанность хоть как-то отреагировать).

Директор отдела личных продаж имеет информацию об пассажирах. Менеджеры по телефону общаются с клиентами, представляя, таким образом, свою фирму. Если клиента заинтересовало предложение, то перед встречей с ним обсуждают общие условия сделки (цена, сроки и т.д.), назначают время встречи.

Реклама.

Значимость рекламы на рынке услуг промышленного назначения также может быть велика. Однако, важно сочетать эти 2-а средства воздействия. Дело в том, что в настоящее время рыночные отношения в России, не устоялись и клиенты не хотят иметь дело с неизвестными фирмами, так как элементарно боятся обмана. Реклама же позволяет узаконить услугу и придать уверенность клиентам. Основными отличиями рекламы от других средств воздействия являются:

1. Побуждение воспользоваться услугой (скидки при перевозке больших партий грузов).
2. Приглашение к совершению сделки (четкое предложение незамедлительно совершить сделку – временные скидки).
3. Привлекательность и информативность (Сувениры, которые привлекают внимание и содержат информацию о фирме).

Технология стимулирования сбыта.

ОАО «Автовокзал» имеет в своем штате специалиста по стимулированию сбыта. Он занимается изучением эффективности ранее проведенных мероприятий и выдает рекомендации по наиболее подходящим стимулам. Сувениры предлагаются всем без исключения клиентам фирмы, а так же потенциальным потребителям. Временные скидки так же предоставляются всем клиентам фирмы в периоды действия этих скидок. А «объемные» скидки предоставляются клиентам, имеющим потребность в перевозке больших групп людей. При перевозке больших групп людей снижаются издержки по организации и управлению перевозкой в расчете на единицу транспортной работы. Это дает возможность снизить цену, а следовательно привлечь пассажиров. Работа с такими клиентами дает фирме постоянный доход в течение длительного времени, а так же уверенность в завтрашнем дне.

Из всего вышесказанного можно предположительно разделить бюджет на стимулирование пассажирских перевозок следующим образом: Основная часть денежных средств (65-70%) тратится на организацию личных продаж; по 15% выделяется на рекламу и стимулирование сбыта, и если остаются лишние денежные средства (до 5%), то они идут на пропаганду.

Затраты рабочего времени являются основой для определения технически обоснованных норм труда. Технически обоснованные нормы устанавливаются для наиболее производительного и экономически обоснованного варианта выполнения работы исходя из рационального использования производственных возможностей рабочего места. В зависимости от характера производственного процесса применяют различные виды норм. К ним относятся: нормы времени, нормы выработки, нормы обслуживания, нормы численности.

Технически обоснованная норма времени есть время, устанавливаемое одному рабочему или бригаде рабочих на выполнение определенной операции (перевозку груза, ремонт агрегата или детали).

Задачей технического нормирования труда водителей является определение норм выработки водителей в тонно–километрах и тоннах, пассажиро–километров и пассажирах, автомобиле–часах, платных километрах в зависимости от эксплуатационных условий.

При выполнении технического обслуживания и текущего ремонта подвижного состава ремонтные рабочие мастерской получают задания с учетом норм выработки. Применяются типовые нормы выработки и нормы, которые были разработаны самим предприятием.

Типовое положение о премировании работников предусматривает материальное стимулирование рабочих и служащих за выполнение и перевыполнение плана грузовых и пассажирских перевозок, увеличение прибыли (доходов) предприятия, повышение производительности труда и рентабельности. Премирование водителей и ремонтных рабочих осуществляется из фонда заработной платы.

Для оплаты труда водителей и кондукторов установлены часовые тарифные ставки, являющиеся едиными для сдельщиков и повременщиков, а также размеры надбавок и доплат. Например, выплачивается доплата водителям автобусов при работе без кондукторов.

затрат на топливо и энергию на технологические нужды, а по остальным статьям себестоимости удельные издержки снижаются.

Эффективность использования материальных и трудовых ресурсов с наибольшей полнотой раскрывается при изучении себестоимости продукции по статьям затрат. Постатейная форма отражения расходов при калькулировании себестоимости повышает аналитические возможности этого показателя и делает сам анализ действенным и целенаправленным, а также позволяет анализировать затраты не только по направлениям расходов, но и по местам их возникновения. Выделение места возникновения затрат в анализе дает возможность судить не только об экономии или перерасходе при производстве продукции, но и качестве руководства и организации работы отдельных участков.

Для более глубокого изучения причин изменения себестоимости необходимо произвести анализ отчетной калькуляции 1 продукции. [15.479] Анализ калькуляционных статей основан на сопоставлении плановых и фактических затрат и последующем изучении отклонений и их причин в первую очередь по тем статьям, которые занимают наиболее высокий удельный вес в структуре себестоимости. Группировка затрат на 1 продукции в калькуляционном разрезе представлена в таблице 6.2.

Таблица 6.2-Анализ себестоимости 1 междугородней перевозки по статьям затрат.

№ п/п	Статьи затрат	Затраты на 1 продукции, руб.			Структура затрат			Влияние каж- дой статьи за- трат на общее снижение себе- стоимости, %
		План	Факт	Изме- нение	План	Факт	Изме- нение	
1.	Сырье и материалы	74,8	77,2	+2,4	22,2	21,9	-0,3	2,4/336,9 · · 100=+0,71
2.	Топливо на технологические цели	121,3	133,4	+12,1	36,0	37,9	+1,9	12,1/336,9 · · 100=+3,59
3.	Энергия на технологические цели	43,5	45,0	+1,5	12,9	12,8	-0,1	1,5/336,9 · · 100=+0,45
4.	Основная заработная плата производст- венных рабочих	4,5	3,6	-0,9	1,4	1,0	-0,4	0,4/336,9 · · 100=-0,27
5.	Дополнительная заработная плата произ- водственных рабочих	0,5	0,3	-0,2	0,1	0,1	-	0,2/336,9 · · 100=-0,06
6.	Отчисления на социальные нужды	1,7	1,4	-0,3	0,5	0,4	-0,1	0,3/336,9 ·

Как показывают данные таблицы предприятие допустило превышение фактической себестоимости над плановой на 15,0 руб. или на 4,45%. Причем перерасход произошел по материальным затратам на 19,0 руб., который повлиял на увеличение себестоимости на 5,64 % ($19,0/336,9 \cdot 100$), в том числе по сырью и материалам на 2,4 руб. или на 0,71%, топливу на технологические цели на 12,1 руб. или на 3,59%, энергии на технологические цели на 1,5 руб. или на 0,45%. Значительный перерасход допущен по статье топливо на технологические цели. Для более глубокого изучения причин отклонения затрат по этим статьям расходов в следующем параграфе рассмотрен факторный анализ прямых материальных затрат.

Общая экономия себестоимости 1 перевозки составила 4,0 руб. или 1,19% ($4/336,9 \cdot 100$), в том числе за счет экономии затрат по основной заработной плате производственных рабочих на 0,9 руб. или на 0,27%, дополнительной заработной плате производственных рабочих на 0,2 руб. или 0,06%, отчислениям на социальные нужды на 0,3 руб. или на 0,09%, расходам на содержание и эксплуатацию оборудования на 0,7 руб. или на 0,21%, коммерческим расходам на 0,1 руб. или на 0,03%.

Наибольшая экономия достигнута по заработной плате с отчислениями на социальные нужды, а также по расходам на содержание и эксплуатацию оборудования. Такое снижение затрат положительно характеризует организацию работы на анализируемом предприятии. Однако перерасход плановых затрат по материалам привел у превышению фактической себестоимости над плановой.

6.2. Маржинальный анализ

Управлению затратами на производство и реализацию продукции до настоящего времени не уделялось достаточного внимания, т.к. в этом не было объективной необходимости. Становление рыночных отношений требует разработки содержания и методики управления себестоимостью с учетом особенностей переходного к рыночной экономике периода и международного

нансового состояния предприятия.

Наиболее важные аналитические возможности маржинального анализа состоят в определении:

- действия операционного (производственного) рычага;
 - безубыточного объема производства (порога рентабельности, окупаемости издержек) при заданных соотношениях цены, постоянных и переменных затрат;
 - запаса финансовой прочности предприятия);
 - необходимого объема продаж для получения заданной величины прибыли.
- [2,22]

Проведение расчетов по методике маржинального анализа требует соблюдения ряда условий:

- необходимости деления издержек на две части переменные и постоянные;
- переменные издержки изменяются пропорционально объему производства (реализации) продукции;
- постоянные издержки не изменяются в пределах релевантного объема производства (реализации) продукции, т.е. в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продукцию;
- тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, т.е. запасы готовой продукции существенно не изменяются;
- эффективность производства, уровень цен на продукцию и потребляемые производственные ресурсы не будут подвергаться существенным колебаниям на протяжении анализируемого периода;
- пропорциональность поступления выручки объему реализованной продукции. [4.204]

Следует отметить, что разделение затрат на постоянные и переменные несколько условные, поскольку многие виды затрат носят полупеременный

деления силы воздействия операционного рычага применяют отношения валовой маржи (маржинального дохода) к прибыли. Этот показатель в экономической литературе обозначается также, как сумма покрытия. Желательно, чтобы валовой маржи хватало не только на покрытие постоянных расходов, но и на формирование прибыли. [1,189]

$$\text{сила воздействия операционного рычага} = \frac{\text{валовая маржа}}{\text{прибыль}} = \frac{\text{выручка от реализации}}{\text{прибыль}}$$

Для анализируемого предприятия сила воздействия операционного рычага равна 327960 тыс. руб. : 222450 тыс. руб. = 1,5. Это означает, что при возможном увеличении выручки от реализации например на 5%, прибыль возрастет на 5% * 1,5 = 7,5% ; при снижении выручки от реализации на 10%, прибыль снизится на 10% * 1,5 = 15% .

Следует отметить, что сила воздействия операционного рычага всегда рассчитывается для определенного объема продаж, для данной выручки от реализации. [7,191] Изменяется выручка от реализации - изменяется и сила воздействия операционного рычага. При снижении выручки от реализации сила воздействия операционного рычага возрастает как при повышении, так и при понижении удельного веса постоянных затрат в общей их сумме. Каждый процент снижения выручки дает всё больший и больший процент снижения прибыли, причём грозная сила операционного рычага возрастает быстрее, чем увеличиваются постоянные затраты. При возрастании выручки от реализации, если порог рентабельности (точка окупаемости затрат) уже пройден, сила воздействия операционного рычага убывает: каждый процент прироста выручки даёт всё меньший и меньший процент прироста прибыли (при этом доля постоянных затрат в общей их сумме снижается). Но при скачке постоянных затрат, диктуемом интересами дальнейшего наращивания выручки или другими обстоятельствами, предприятию приходится проходить новый порог рентабельности. На небольшом удалении от порога рентабельности сила воздейст-

зованы следующие исходные данные предприятия (таблица 6.3).

Таблица 6.3-Исходные данные ОАО «Автовокзал» за отчетный год.

Показатели	Значение показателя
Средняя цена за 1 перевозку, руб.	500
Количество перевозок, тыс. шт.	1500
Постоянные затраты, тыс. руб.	105510
Переменные затраты, тыс. руб.	422400
Переменные затраты на 1 перевозку, руб.	281.6

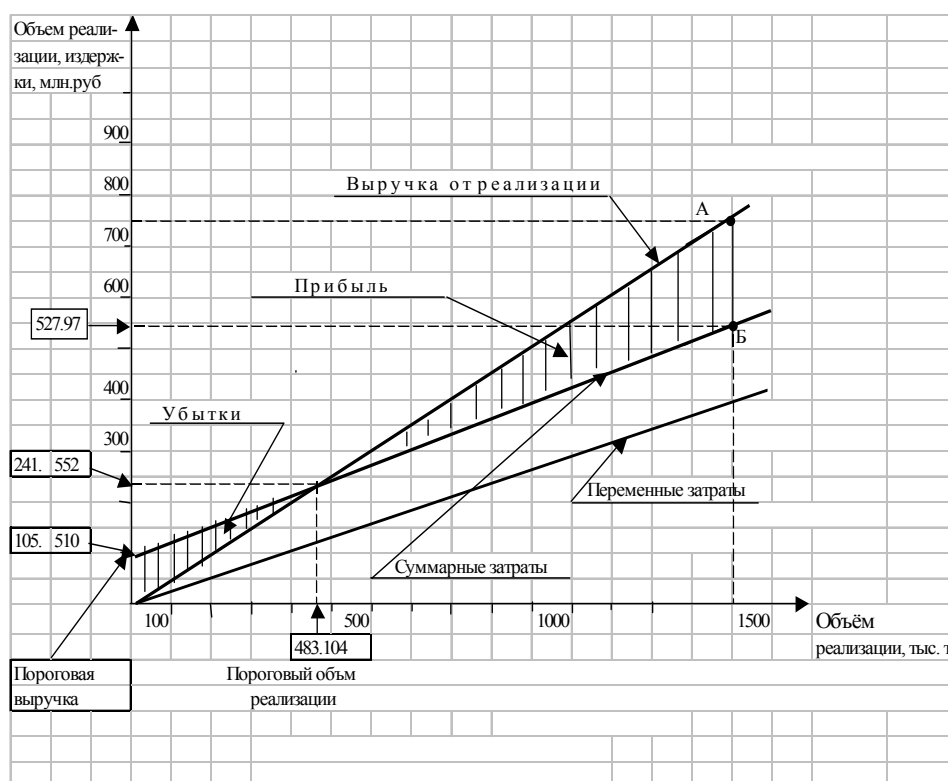


Рисунок 6.1- Определение порога рентабельности.

Определение порога рентабельности графическим способом осуществляется в следующей последовательности:

Прямая выручки от реализации строится с помощью точки А:

$$\begin{aligned} \text{выручка} &= \text{цена реализации} * \text{объем реализации} = \\ &= 500.1500000 = 750 \text{ млн.руб} \end{aligned}$$

Если выручку представить как произведение цены продаж единицы изделия (p) и количество проданных единиц (q), а затраты пересчитать на единицу изделия, то получим развернутое уравнение

$$P * q = Z_{const} + Z_{v}^{ed} * q, \quad (6.3)$$

где условные обозначения соответствуют ранее принятым.

Это уравнение является основным для расчета критического объема производства (порога рентабельности), который может быть определен несколькими способами. [2,29]

1. Пороговое (критическое) значение объема перевозок в натуральном выражении:

$$q_k = \frac{Z_{const}}{p - Z_v^{ed}} = \frac{Z_{const}}{d} \quad (6.4)$$

где d - маржинальный доход на единицу изделия, руб.

Используя данные производства пороговое количество товара составит:

$$q_k = \frac{105510000}{500 - 281.6} = 483104 \text{шт.}$$

Именно при таком объеме реализации выручка в точности покрывает суммарные затраты и прибыль равна нулю. Каждая следующая единица перевозок начиная с 483104 шт. будет приносить прибыль.

Чтобы определить массу прибыли после прохождения порога рентабельности, достаточно умножить количество товара, проданного сверх порогового объема производства, на удельную величину валовой маржи (d), сидящей в каждой единице проданного товара:

$$R_k = (q - q_k) * d \quad (6.5)$$

Таким образом по данным (таблицы 2.7)

$$R = (1500000 - 483104) * 218,4 = 222090086 \text{ рублей.}$$

Т.е каждая последующая перевозка реализованная сверх 483104 шт. будет приносить предприятию 218,4 руб.(500-281,6) так называемой предельной

Если известны постоянные затраты, цена единицы изделия, переменные затраты на единицу изделия, а также сумма запланированной прибыли, то объем продаж, обеспечивающий желаемую прибыль определяется по формуле:

$$q_{пл} = \frac{Z_c + R_{пл}}{P - Z_v} \quad (6.7)$$

где $R_{пл}$ - плановая сумма прибыли

Таким образом, если предприятие желает получить прибыль в планируемом году 260 млн. руб., то необходимый объем перевозок должен составить:

$$q_{пл} = \frac{105510000 + 260000000}{500 - 281.6} = 1673581шт.$$

Рассчитанные показатели сведены в таблицу 2.8.

Таблица 6.4-Показатели работы ОАО «Автовокзал»

№ п/п	Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонение, +/-
1.	Выручка от реализации, тыс. руб.	700000	750000	+50000
2.	Переменные затраты, тыс. руб.	370540	422400	+51860
3.	Валовая маржа, тыс. руб.	329460	327600	-1860
4.	Постоянные затраты, тыс. руб.	100200	105510	+5310
5.	Прибыль, тыс. руб.	229260	222090	-7170
6.	Сила воздействия операционного рычага	1,4	1,5	+0,1
7.	Порог рентабельности, руб.	213191489	241552198	+28360709
8.	Запас финансовой прочности, руб.	486808511	508447802	+21639291

Как показывают данные таблицы предприятие прошло порог рентабель-

7. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ, КАДРЫ

7.1. Организационная структура

Автотранспортное предприятие возглавляет директор. Директор имеет несколько заместителей по отдельным направлениям деятельности предприятия, скажем, по технике – главный инженер, экономике и финансам – главный бухгалтер. В административно–управленческий персонал входят работники отделов и служб администрации предприятия. Структура предприятия включает в себя цехи, отделы, подразделения, каждое из которых имеет свои органы управления. На предприятии существует линейное управление (управление «по вертикали»), при котором имеет место прямое подчинение нижестоящих звеньев предприятия строго определенным вышестоящим звеньям.

Директор организует работу и эффективность взаимодействия всех структурных подразделений, направляет их деятельность на развитие и совершенствование производства с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышение эффективности работы предприятия, рост объемов оказываемых услуг и увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности услуг в целях завоевания рынка и удовлетворения потребностей населения в соответствующих видах услуг.

Главный бухгалтер обеспечивает рациональную организацию бухгалтерского учета и отчетности на предприятии и в его подразделениях на основе максимальной централизации учетно–вычислительных работ и применения современных технических средств и информационных технологий, прогрессивных форм и методов учета и контроля, формирование и своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской информации о деятельности предприятия, его имущественном положении, доходах и расходах, а также разработку и осуществление мероприятий, направленных на укрепление финансовой дисциплины. Оказывает методическую помощь работникам подразделений предприятия по вопросам бухгалтерского учета, контроля, отчетно-

ждению маршрутные нормы расхода топлива для подвижного состава, работающего на постоянных маршрутах. Осуществляет контроль за расходом топлива. Контролирует качество перевозок. Организует своевременное и качественное ведение учета и отчетности о работе подвижного состава автомобильного транспорта.

Начальник ремонтных мастерских организует производство всех работ по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава, агрегатов, автомобильных шин, изготовлению и восстановлению запасных частей и деталей. Участвует в разработке производственной программы и графиков постановки подвижного состава на техническое обслуживание и контролирует их выполнение. Координирует работу мастеров участков. Участвует в тарификации работ и рабочих. Обеспечивает правильную расстановку рабочих кадров в подразделениях, контроль, за соблюдением работниками правил и норм охраны труда и техники безопасности, производственной и трудовой дисциплины.

Начальник автоколонны обеспечивает технически правильную эксплуатацию автомобилей, эффективное использование подвижного состава. Организует контроль за техническим состоянием автомобилей и выпуск их на линию в строгом соответствии с утвержденным графиком перевозок. Обеспечивает контроль за работой водителей на линии. Организует приемку поступающих в эксплуатацию подвижного состава и оборудования. Осуществляет производственный инструктаж водителей, контролирует соблюдение ими производственной и трудовой дисциплины, правил и норм охраны труда.

Главный механик обеспечивает бесперебойную и технически правильную эксплуатацию и надежную работу оборудования, повышение ее сменности, содержание в работоспособном состоянии на требуемом уровне точности.

Инженер производственно–технического отдела осуществляет работу по развитию технической базы предприятия. Принимает участие в анализе результатов работы производства, исследование причин и частоты возникновения неисправностей подвижного состава, участвует в разработке мероприятий

ка, результатов его труда, отношения к своим обязанностям и коллективу.

Информация на предприятии передается путем личного общения, групповых встреч (совещания, переговоры, собрания, конференции и т.д.), телефонных переговоров, передачи сообщений по факсу, компьютерной связи, подготовки и передачи докладных и служебных записок, различных документов, с помощью графиков производства, телеконференций, радиотрансляции.

Межличностные коммуникации на предприятии осуществляются между людьми в ситуациях «лицом к лицу» и в группах. Такое общение обеспечивает прямое восприятие партнеров и их поведения. В этом случае применяются два вида коммуникаций: вербальные (речевые) и невербальные (жесты, мимика, тембр голоса и т.д.)

Информация по каналам на предприятии передается по вертикали – сверху вниз, снизу вверх. Коммуникации, направленные сверху вниз – от руководителя к подчиненным (нисходящие коммуникации). Коммуникации, направленные снизу вверх – от подчиненных к руководителю (восходящие коммуникации).

7.2. Персонал.

Численность ОАО «Автовокзал» по состоянию на 01.12.2005г. составляет 128 человек.

В том числе:

Водители -98 чел.

Инженерно-технические работники -10 чел.

Ремонтные рабочие -15 чел.

Подсобно-вспомогательные рабочие -5 чел.

В форме акционерных обществ могут существовать и крупные, и малые предприятия. Создание акционерных обществ обычно предполагает привлечение значительного числа участников. Открытое акционерное общество можно создать посредством преобразования общества с ограниченной ответственностью.

Как закрытые акционерные общества, так и акционерные общества открытого типа отвечают по его обязательствам, несут возможные убытки, рискуют в ограниченных пределах, не превышающих стоимости принадлежащего им пакета акций. В то же время само общество не отвечает по имущественным обязательствам отдельных акционеров, принятым ими частным образом.

Именно акционерное общество является единственным полномочным собственником принадлежащего ему имущественного комплекса, т.е. материально-вещественных, информационных и интеллектуальной ценностей. Акционеры являются собственниками только ценных бумаг, которые дают им право получения определенной доли дохода общества в виде процентов, именуемых дивидендами. Акционерное общество не вправе объявлять и выплачивать дивиденды:

- до полной оплаты всего уставного капитала;
- и если стоимость чистых активов акционерного общества меньше его уставного капитала и резервного фонда либо станет меньше их размера в результате выплаты дивидендов.

В случае прекращения деятельности общества акционеры вправе рассчитывать на ликвидационную квоту - часть стоимости продаваемого имущества. Прямого вещного права на собственную часть имущества акционерного общества акционер не имеет.

Из таблицы видно, что сумма всех источников финансовых ресурсов предприятия возросла на 5181797 руб., или на 27,0%: в том числе собственные средства увеличились на 4374196 руб., или на 25,3 %, и привлеченные средства возросли на 857601 руб., или на 45,4 % (в основном за счет увеличения задолженности кредиторам на 573665 руб.). За отчетный год изменился состав источников средств: доля собственных средств снизилась на 2,5 процентных пункта; привлеченных средств увеличилась на 2,5 процентных пункта. Рост, хотя и незначительный, собственных средств положительно характеризует работу предприятия.

9.2. Планирование доходов предприятия

Планирование доходов предприятия предполагает определение фактического размера средств и факторов, влияющих на их динамику.

Таблица 9.2-Планирование доходов предприятия

№	Показатели, тыс. руб.	2004	2005	Изменение
1	Добавочный капитал	12547543	17261429	+4713886
2	Фонды специального назначения	1098	1098	-
3	Нераспределенная прибыль	348695	9005	-339690
Итого источников собственных средств		12897336	17271532	+4374196
Исключаются:				
1	Нематериальные активы	29424	17091	-12333
2	Основной капитал	12212463	16580124	+4637661
3	Долгосрочные финансовые вложения	-	-	-
4	Расчеты с учредителями	-	-	-
5	Убыток	-	18388	+18388
Итого исключается:		12241887	16615603	+4373716
Собственные оборотные средства:		655449	655929	+480

10. ОЦЕНКА РИСКА, СТРАХОВАНИЕ

Анализ рисков – потребует несомненно дополнительного серьезного исследования. Однако уже сейчас можно сказать, что в нашем случае к рискам, которые могут существенно повлиять на ход реализации проекта следует отнести:

а) материальные, т.е. потери или дополнительные затраты оборудования, имущества, комплектующих и пр.;

б) потери рабочего времени;

в) финансовые потери, т.е. прямой денежный ущерб, который может возникнуть при в связи с непредвиденными платежами, выплатой штрафов, уплаты дополнительных налогов, потери денежных средств и пр. В качестве мер по предотвращению возможных рисков следует применять:

а) создание страховых фондов;

б) получение задатка, предоплата оказываемой услуги;

в) страхование риска при помощи специализированных страховых компаний.

Специфика автотранспортных перевозок в городской черте, конечно же, обладает повышенной степенью риска возникновения дорожно-транспортных происшествий. В свою очередь это потребует использование страхования самого автотранспортного средства, страхования пассажиров, а также – автогражданской ответственности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Безруких П.С. Состав и учет издержек производства и обращения. В помощь бухгалтеру. Положение о составе затрат, комментарии. - М.: ФБК, 2005. - 224 с.
2. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование. Учебник. –М.:Инфра – М, 2003 г.
3. Ветров А. Ал. Операционный аудит - анализ./ Под ред. акад. А. Ан. Ветрова. - М.: Перспектива, 2005. - 127 с.
4. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005 г.
5. Лихачев А.В. Основы прогнозирования и планирования в организации. Учебное пособие. – М.: Издательство: МГТУ им. Баумана
6. Платонова Н.А., Харитонов Т.В.: Учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2005.
7. Щиборщ К.В., Бизнес-план. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2003.

Прочие доходы	23212	14290	14719	15455	16691
Итого доходов и поступлений средств	2827763	1740874	1897202	1992062	2151427
2. Расходы и отчисления					
Отчисления в:					
фонд накопления	14627	9005	9275	9739	10518
фонд потребления	302253	186078	191660	201243	217343
резервный фонд	11253	6928	7136	7493	8092
Свободная прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия	201843	124262	127990	134389	145141
Прочие расходы	21466	13215	13611	14292	15435
Итого расходов и отчислений	551442	339488	349673	367156	396529
Превышение доходов над расходами(+) или превышение расходов над доходами (-)	2276321	1401386	1547530	1624906	1754899
3. Платежи в бюджет:					
налог на недвижимость	266740	164215	169141	177599	191806
налог на прибыль,	192500	118510	122065	128169	138422
отчисления в фонд ЧС	246277	151617	156166	163974	177092
Итого платежей в бюджет	705517	434342	447372	469741	507320

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица 2- Сведения о предлагаемой прибыльности проекта

Показатели (тыс. руб.)	Кварталы			
	1	2	3	4
1 Объем продаж (выручка от реализации продукции) за вычетом налога на добавленную стоимость, таможенных пошлин и пр.	487500	487500	487500	487500
2 Основные затраты на производство и реализацию продукции	625000	625000	625000	625000
3 Прибыль	137500	137500	137500	137500
4 Общехозяйственные расходы	32000	32000	32000	32000
5 Доля прибыли в объеме продаж (выручке от реализации) = строка 3 /строку 1	28%	28%	28%	28%