Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/74800>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Инвестиционный менеджмент

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНА И ФИНАНСОВОЙ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ 5

1.1 Общие вопросы бизнес-планирования 5

1.2 Разработка финансовых разделов бизнес-плана малого предприятия 16

ГЛАВА 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОГО РАЗДЕЛА БИЗНЕС-ПЛАНА 30

2.1 Планирование доходов, расходов, прибыли, денежных потоков в финансовом разделе 30

2.2. Методика анализа денежных потоков в финансовом разделе 34

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 39

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 42

ПРИЛОЖЕНИЕ 44

В рамках бизнес плана в финансовом разделе осуществляется планирование денежных потоков, которые представлены притоками и оттоками.

Первым, одним из наиболее важных показателей, является объем продаж (выручка от реализации товаров, работ, услуг). Объем продаж планируется с учетом плана маркетинга.

Объем продаж может быть определен в натуральных показателях (ед., кг) или в стоимостных показателях - рублях. Планирование выручки осуществляется без учета косвенных налогов (НДС, акцизы). Определение объема продаж, позволяет рассчитать и затраты, с учетом их подразделения на постоянные и переменные. Разница между выручкой и затратами образует прибыль.

Отметим, что планирование выручки, затрат и прибыли компании выступает важным элементом системы управления финансовыми результатами. Оно основано на численных и финансовых показателях плана (объемах производства, реализации, сметных производственных затратах, капитальных и периодических вложениях). Но разработка такого плана является не простыми арифметическими вычислениями и пересчетами. Здесь необходимо прогнозирование и аналитика, которые позволяют показатели работы предприятия перевести в конкретные финансовые показатели деятельности.

Составление показателей финансового раздела основывается на оценке рынка и развития конкретной отрасли.

Прогнозируются данные о предполагаемом объеме продаж товара (работы, услуги) в рамках данной отрасли. Прогноз объема продаж в отрасли позволит определить объем реализации конкретного предприятия с учетом занимаемой доли на рынке. Источниками информации для прогнозирования экономической ситуации в стране и отрасли выступают разработки прогностических учреждений и фирм, специализирующихся в решении этих проблем. На полученных из этих источников материалах строится прогноз объема продаж предприятия в рамках бизнес-плана.

Существуют различные подходы к учету микроэкономических особенностей предприятия, среди них можно выделить: способ от прямого счета, когда речь идет об оборудовании, до изменения модели прогнозирования доходов. Сценарии прогноза доходов в зависимости от микроэкономических факторов разрабатывается как минимум в двух вариантах: лучшем и худшем.

Формирование перечня факторы и их влияние осуществляется с учетом исследований, которые проводятся службой маркетинга при исследовании потенциального покупательского спроса по трем основным направлениям, исходя из:

- заявленных намерений покупателей о предполагаемых покупках за ряд лет;
- анализа реальных покупок, сделанных в предшествующие годы;
- результатов пробных продаж товаров перед выходом на рынок.

К этим исследованиям привлекаются не только продавцы, но и торговые представители фирм, агенты по сбыту, производственные предприятия, средства массовой информации, другие организации и лица, имеющие каналы обратной связи с покупателями. Также организуются опросы и анкетирование различных категорий граждан с вопросами: «Какой товар, в каком количестве и по какой цене они желали бы приобрести?».

При продвижении на рынок нового товара целесообразно организовывать пробные продажи перед выходом на полномасштабную торговлю, что дает возможность получить более полную и достоверную информацию о потенциальном спросе.

При формировании итогового прогноза на основании проведенного исследования на всех трех уровнях (макроэкономическом, отраслевом и на уровне предприятия), используются методы опроса экспертов, «мозгового штурма», разработки сценариев будущих продаж и т.д. На этом этапе сопоставляются варианты динамики макро- и микроэкономических факторов и формируются сценарии реагирования организации на изменение внешней или внутренней среды.

Говоря о прогнозировании также необходимо учитывать, что существуют следующие подходы прогнозирования доходов и расходов:

1) поэлементный (косвенный) метод, когда прогнозируется каждая составляющая денежного потока с учетом планов руководства, инвестиционных проектов, выявленных тенденций, для отдельных элементов возможна экстраполяция и т.п.;

2) целостный (прямой) метод, когда рассчитываются величины денежного потока за предшествующие три - пять лет с их дальнейшей экстраполяцией или по согласованию с администрацией предприятия прогнозируется темп роста денежного потока в целом.

Обычно применяется следующая вариация целостного метода: сначала аналитик выстраивает тренд на весь период прогнозирования, а затем корректирует на изменение амортизации, в зависимости от этапа жизненного цикла товара, компании и пр.

На наш взгляд, поэлементный метод более точен, но сложен. Например, для прогнозирования расходов необходимо учитывать изменение амортизации, которая в свою очередь, зависит от размера основных средств, числящихся на балансе. Среднегодовая стоимость основных средств, в свою очередь, является налоговой базой для исчисления и уплаты налога на имущество.

При прогнозировании расходов важно учитывать все налоговые платежи, а также понимать, что если компания применяет специальный режим налогообложения (например, упрощенную систему налогообложения), то при превышении предельной величины дохода, право на примирение данного режима компания утрачивает, а это приводит к необходимости уплаты всех налогов в рамках общей системы налогообложения. Таким образом, формируется достаточно сложная система расчетов.

Итак, с учетом исследования рынка и отрасли формируется объем продаж в рамках бизнес плана. На его основе производится расчет расходов. Расходы подразделяются на постоянные и переменные. Переменные расходы – расходы, которые могут быть определены на единицу продукции (сырье, материалы, переменная заработная плата рабочих).

Постоянные расходы включают общепроизводственные, общехозяйственные расходы, расходы на рекламу. Также необходимо отдельно выделить расходы на обслуживание капитала – проценты по кредиту и само погашение кредита.

В настоящее время, как правило, банки определяют аннуитетный платеж. Это платеж, который не изменяется в течение всего периода погашения кредита. Он определяется по следующей формуле (1)

$$АП = (СК * ПС) / ((1 - (1 + ПС)^{-n})) \quad (1)$$

где СК – сумма кредита, руб.; ПС – процентная ставка в долях за период (месяц, год); n – период, месяц, год [6, с. 9].

Аннуитетный платёж в течение всего периода не меняется, но изменяется его структура: доля процентов сокращается, а доля погашения кредита – растет.

Проценты по кредиту относятся к расходам. Проценты в бизнес-плане учитываются отдельно, формируют оттоки по финансовым потокам. Отдельно учитывается и погашение кредита, но данные суммы к расходам не относятся.

Инвестиции, в рамках рассматриваемой темы, мы можем определить, как единовременные расходы, которые необходимы для того, чтобы начать бизнес. Основная часть данных расходов, как правило, это расходы в основные фонды: строительство или приобретение помещений, закупка оборудования, лицензии и прочие нематериальные активы.

Достаточно часто, особенно если рассматриваются проекты в сфере малого бизнеса, в структуре инвестиций также учитываются вложения в оборотный капитал, это те средства, которые необходимо вложить для формирования запасов, авансовых платежей. Инвестиции могут предусматриваться в одном периоде (как правило, нулевой период), но могут быть и распределены в течение нескольких периодов (крупные проекты, поэтапная сдача объекта).

Основные средства и нематериальные активы списываются на расходы не сразу, а через амортизационные отчисления. Амортизация относится к расходам при исчислении налогооблагаемой базы. Но при формировании денежных потоков в рамках основной деятельности суммируется с прибылью.

Однако прогноз прибыли и убытков не позволяет ответить на вопрос: «Достаточно ли компании средств для осуществления деятельности, текущих платежей?» Для этого формируется отчет о движении денежных средств. В данном отчете, как раз, и представлены три вида потоков (притоков и оттоков) в рамках операционной, инвестиционной, финансовой деятельности. Формирование данных потоков представлено на рисунке 7.

2.2. Методика анализа денежных потоков в финансовом разделе

Инвестиции в финансовом разделе бизнес-плана оцениваются рядом показателей.

Простой срок окупаемости инвестиций (paybackperiod) определяется по формуле (3):

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция РФ от 12.12.1993г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1: федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 05.05.2014)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части 1 и 2 (по состоянию на 28.12.2006) //СПС Консультант Плюс
4. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» //СПС Консультант Плюс.
5. О бухгалтерском учёте. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (в ред. От 04.11.2014) //СПС Консультант Плюс.
6. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2013. - 400 с.
7. Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план: методика составления. М.: ЦИПКК, 2012. -224 с.
8. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. М.: Финпресс, 2013. - 327 с.
9. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2013. - 320 с.
10. Ивасенко А.Г., Никонова Я.И. Инвестиции: источники и методы финансирования. - М.: Омега-Л, 2016. - 261 с.
11. Кузнецова Е.В., Агафонова М.С. Особенности развития предпринимательства в России // Успехи современного естествознания. 2012. № 4. С. 136-137.
12. Лазарева В.Н., Перезовова О.В. Экономическая неэффективность менеджеров / In Situ. 2015. № 2. С. 10-13
13. Памбучиянц В.К. Организация технология и проектирование торговых предприятий: учебник для студентов высших и средних учебных заведений – 2-е изд., М.: ИВЦ «Маркетинг», 2008. – 500 с.
14. Перезовова О.В. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Челябинск: Челябинский Дом печати. 2015.144с.
15. Перезовова О.В. Формирование компетентности как фактор развития конкурентоспособности менеджеров / Современная высшая школа: инновационный аспект. 2009. № 4. С. 24 - 27.
16. Перезовова О.В. Экономика и образование: тест на совместимость / Новейшие достижения в науке и образования: отечественный и зарубежный опыт. Сборник научных трудов по материалам Международной практической конференции 31 октября 2015 г. В 2-х частях. Часть 1. Смоленск: ООО «НОВАЛЕНСО», 2015.151 с.
17. Перезовова О.В., Возилова Е.В. Риски управленческой некомпетентности: источники и причины / Инновационная наука. 2015. Т.1. № 3. С. 40 - 42
18. Торговое дело: экономика и организация: Учебник/Под общей редакцией проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 380 с.

19. Уткин Э.А. Бизнес-план: организация и планирование предпринимательской деятельности. М.: ЭКМОС, 2013. - 288 с.
20. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Бизнес-план как развернуть собственного дело. М.: ЭКМОС, 2013. - 144 с.
21. Шапкин А.С., Шапкин В.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. - М.: Дашков и К, 2015. - 544 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/74800>