

БИЗНЕС-ПЛАН

Создания ателье по пошиву трикотажных изделий

1. РЕЗЮМЕ.....	3
2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
3. АНАЛИЗ РЫНКА И ОТРАСЛИ.....	6
4. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН	11
5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.....	17
6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	21
7. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	25

1. РЕЗЮМЕ

Раздел, содержащий ключевую информацию о проекте, позволяет адресатам бизнес-плана получить максимум необходимой информации о проекте. Инвестор или банк зачастую не станут далее рассматривать проект, если приведенные в его резюме сведения не позволят составить представления о планируемом бизнесе. Резюме готовится только после завершения работы над бизнес-планом. В данном разделе следует кратко описать суть и цели проекта, привести информацию о команде и участниках проекта, отразить сроки его реализации, привести интересующие потенциальных участников объемы необходимого финансирования, финансовые результаты проекта, желательно, для каждого из участников, и его показатели эффективности. Существенным плюсом для адресатов бизнес-плана является выделение рисков проекта и мер по их сокращению.

Наименование проекта:

«Создание ателье – мини-фабрики по пошиву трикотажных изделий».

Инициатор проекта:

Общество с ограниченной ответственностью «XXXX».

Дата начала реализации: 01 января 2011 года.

Срок проекта: 3 года 6 месяцев (42 месяца).

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В чем состоит основная цель проекта? Кратко описывается суть проекта, перечисляются его рыночные цели, приводятся основные этапы его реализации. Для действующего предприятия стоит привести информацию о компании-инициаторе – истории компании, сроке жизни на рынке, местоположении, юридической форме, основных рынках и потребителях, технологическом процессе и производственных мощностях.

2.1. Суть проекта:

Закупка оборудования для действующего ателье ООО “XXXX” с целью развития предприятия в фабрику по производству мужской и женской трикотажной одежды. Использование современного оборудования позволит значительно увеличить диапазон используемых тканей, сформировать широкий ассортимент продукции и выйти на рынок с принципиально новыми, современными моделями одежды.

2.2. Цель проекта:

ООО "XXXX" планирует привлечь заемные средства для приобретения и ввода в эксплуатацию вязального оборудования немецкой фирмы YYY. По замыслу авторов проекта, ООО "XXXX" должно стать трикотажной фабрикой на базе работающего ателье, выпускающей принципиально новые современные модели одежды. Площадь для размещения нового оборудования расположена в арендуемом здании, составляет 63 кв.м., на данный момент подготовлена и оснащена в соответствии с требованиями к экологической и технической безопасности. Действующий цех по пошиву занимает 50 кв.м., есть помещение для приема заказов и примерки (30 кв.м.), комната отдыха персонала и подсобные помещения. Общая арендуемая площадь составляет 185 кв.м., расположена на 1-м этаже в отдельно стоящем здании нежилого назначения.

Проектом предусмотрено, что выпускаемая продукция будет производиться на немецком оборудовании на основе отечественного сырья. Трикотажная фабрика предназначена для производства небольших партий модных трикотажных изделий.

Технологические возможности фабрики:

- Выпуск готовых изделий с широким диапазоном фактуры (цветные, жаккардовые одно- и двухфактурные переплетения, двухизнаночные, рисунчатые, ажурные, прессовые, плюшевые, рельефные переплетения, рисунки с использованием техники переноса петель, платированные переплетения, имитирующие ручную вязку). Это позволит оперативно следовать изменяющейся моде, эффективно использовать закупленное оборудование, предлагать покупателям широкий модельный ряд, поддерживать конкурентоспособность на достаточном уровне, достигать показателей рентабельности и прибыли, обеспечить стабильные налоговые отчисления в бюджет г.Москвы, создать новых 10 рабочих мест.

2.3.История развития компании:

ООО "XXXX" основано в 1985 году как фабрика - предприятие легкой промышленности, было реорганизовано в ателье в 2006 году. За годы работы предприятием накоплен богатый опыт по изготовлению высококачественной одежды, технологии качественного пошива и ремонта, кадры проходят периодическое дополнительное профессиональное обучение. Ателье приобрело известность на рынке в г. Москве, установлены партнерские отношения с предприятиями, заказывающими пошив одежды специального назначения (для предприятий общепита, службы охраны, клининговых компаний и медицинских учреждений).

2.4. Основные виды выпускаемой продукции и оказываемых услуг:

Предприятие в настоящее время оказывает услуги по ремонту одежды постоянным заказчикам физическими лицами, так и сотрудничает с юридическими лицами по пошиву спецодежды. Основные виды деятельности ателье ООО "XXXX":

- оказание услуг населению услуг по изготовлению и ремонту одежды;
- производство под заказ спецодежды для заказчиков – юридических лиц;
- производство и реализация товаров народного потребления (постельное белье, полотенца, предметы интерьера (шторы, скатерти, покрывала).

2.5. Основные потребители:

Ателье ООО «XXXX» обслуживает постоянных заказчиков – физических лиц, проживающих в данном округе г. Москвы. Также, ателье работает с клиентами – юридическими лицами, по производству спецодежды. Это гостиничный комплекс, сеть гостиниц, фабрика – кухня и др. предприятия. Оптовые компании, реализующие товары народного потребления, и расположенные в г.Москве и ЦФО, делают заказы на изготовление продукции, на условиях согласования тканей, цветов, размеров готовых изделий. Ателье ООО «XXXX» имеет два фирменных магазина в Московской области, реализующих постельное белье, покрывала, шторы, скатерти и другие товары легкой промышленности, из ассортимента ателье. Также, реализует продукцию 5 розничным магазинам в г.Москве и сотрудничает с индивидуальными предпринимателями, закупающими продукцию для реализации на выездной торговле.

2.6. Производственные мощности ООО "XXXX".

В настоящее время предприятие арендует 185 кв.м., помещение расположено на 1-м этаже в отдельно стоящем здании нежилого назначения. Ателье укомплектовано швейно-отделочным оборудованием.

Оборудование ателье представлено 4-мя узлами:

Первый узел - гладильное оборудование:

- плоский подпарывающий стол модели – 1 шт.
19130/2
- электропарогенератор HG 2000-45 – 1 шт.
- сосуд для питательной воды HG 030-N – 1 шт.
- установка для умягчения воды – 1 шт.
- установочный комплект – 1 шт.
- консоль – 1 шт.
- умягчители – 5 шт.
- соединительный трубопровод – 1 шт.

Второй узел - раскройное оборудование:

- бульмер 604 SL/KF – 1 шт.
- бульмер – 1 шт.

Третий узел – котельное оборудование:

- котельная машина класс 760-5 – 1 шт.
- освещение – 1 шт.
- откидывание головки – 1 шт.
- механизм для накидывания петель – 1 шт.
- устройство съема товара – 1 шт.
- устройство правки игл – 1 шт.
- устройство отвода нити – 1 шт.

Четвертый узел - швейная система:

- пфафф-класс 5483/814/01-601 – 1 шт.
- пфафф-класс 3117/958/05-52 – 1 шт.
- зингер-класс 1842 и 065-5 – 2 шт.
- пфафф-класс 3306-1/01 – 1 шт.
- петельная машина - 1 шт.
- распошивочная машина 474 класса - 2 шт.
- машина цепного стежка 1276 класса - 3 шт.
- оверлог 51 класса - 5 шт.
- швейная машина 1022 класса - 4 шт.
- котельные машины - 9 шт.

Развитие нового направления «Производство трикотажных изделий» требует приобретения вязального оборудования. Современное вязальное оборудование немецкой фирмы позволяет использовать в работе неограниченный диапазон пряжи различной цветовой гаммы как отечественного, так и зарубежного производства: 100% лен, хлопок, вискоза, 100% шерсть, 100% гребенная хлопчатобумажная пряжа, овечья шерсть, шелк, кашемир, козий мохер, шерсть альпака и т.д. Производительность вязального цеха составит от 30 до 35 (в зависимости от их сложности) готовых изделий (предметов верхней трикотажной одежды) за смену.

Реализация данного проекта позволит создать 8 новых рабочих мест.

3. АНАЛИЗ РЫНКА И ОТРАСЛИ

Бизнес-план должен подтвердить знание предпринимателем рынка продуктов / услуг. Раздел "Анализ рынка" должен содержать данные обо всей отрасли, отдельных рынках и сегментах, на которых работает или на которые только собирается выходить компания.

При подготовке данного раздела потребуется проанализировать и отразить в бизнес-плане следующее. На каких рынках работает компания, какова их емкость – объем закупаемых или потребляемых на этой территории продуктов / услуг?

Растут ли эти рынки – увеличивается ли на них объем продаж? Как (на сколько процентов) он рос последние 3-5 лет?

Какие тенденции и закономерности можно отметить? Как они повлияют в дальнейшем на перспективы развития рынка – будет ли он сокращаться, стагнировать или его объем будет увеличиваться? Какими темпами будет расти рынок, каких значений достигнет?

Кто является основными конкурентами компании (основные 5-9)?

Какой у них объем продаж? По каким ценам они продают продукт, / оказывают услуги?

В чем их сильные и слабые стороны? В чем ваши и ваших продуктов преимущества над конкурентами?

Оказание услуг ремонта и пошива одежды относится к бытовым услугам населению и является приоритетным направлением развития малого и среднего предпринимательства в г. Москве, причем преимущественно эти услуги оказывают именно малые предприятия. По данным официальной статистики на 1 января 2009 года общее количество микро и малых предприятий г. Москвы, занимающихся различными видами деятельности, составило 217,5 тыс. единиц. На рис. 1 представлено долевое распределение количества микро и малых предприятий г. Москвы в разрезе ОКВЭД.



Рис. 1.

Деятельность ателье относится к разделу «Предоставление прочих коммунальных и социальных персональных услуг». Пошив одежды фабриками относится к разделу «Промышленность».

В большинстве своем московский малый бизнес представлен торговыми предприятиями (на 01.01.2009 г. – 46,4%). На втором месте по

распространенности идет сфера «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» (на 01.01.2009 г. – 18,7%). Также достаточно крупными отраслями (в данной работе под отраслью понимается вид деятельности) являются «строительство» (9,8%) и «промышленность» (9,3%). Доля видов деятельности «Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг» в общей структуре бизнеса малых предприятий составляет 3,7% в г. Москве, а деятельность по оказанию услуг ателье и персональных и услуг по пошиву одежды составляет 15% от всего объема оказываемых бытовых услуг населению.

В г. Москве по состоянию на 01.01.2010 зарегистрировано более 350 ателье, оказывающих услуги по направлениям: ремонт и изготовление швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий. Зачастую, эти предприятия расположены в составе мультисервисных предприятий, расположены на общей арендуемой площади с предприятиями по ремонту обуви, парикмахерскими, химчисткой и прачечной. Часто организации размещают отдельно пункт приема заказов и пошивочный цех. Это связано со снижением издержек на аренду, и дополнительным удобством такого расположения для потенциальных заказчиков – физических лиц. Среднее количество сотрудников в ателье составляет от 5 до 10 человек, в зависимости от количества смен и режима работы.

Отдельно следует рассмотреть рынок производства трикотажной продукции. В г. Москве и Московской области расположены более 100 крупных и средних фабрик и швейных цехов по пошиву одежды. Общая емкость рынка по объему производства продукции швейными предприятиями в г. Москве и Московской области составила 16,8 млрд.руб. в 2007 году, 24,17 млрд.руб. в 2008 году и 26,12 млрд.руб. в 2009 году. Таким образом, видна положительная динамика роста рынка по объему производства в стоимостном выражении на 43% в 2008 г. и на 8% в 2009 г.(по данным СПАРК). В структуре этих продаж 45% составляет выпуск и реализация спецодежды, 26% - верхняя одежда для взрослых, 18% - детская одежда из разных тканей, 6% трикотажные изделия, 5% - нательное белье из хлопка.

На производстве трикотажных изделий специализируются около 25 предприятий. Ведущими производителями трикотажных изделий являются «ЗАО "ТТТ», ООО "ДДД", ООО "ААА".

Анализ рынка сырья.

Ателье – фабрика по пошиву трикотажных изделий ООО «XXXX» будет работать на давальческом сырье ОАО «БББ». Расчет за поставленное сырье будет производиться с отсрочкой платежа в один месяц. В качестве основного сырья для производства трикотажных изделий принимается льнолавсановая пряжа. ОАО «БББ» обязуется удовлетворить потребность в необходимом для реализации данного проекта количестве льнолавсановой пряжи. В качестве основного поставщика вспомогательного сырья выступает ОАО "ВВВ".

В случае невыполнения основными поставщиками своих обязательств для непрерывного обеспечения производства сырьем и вспомогательными материалами предусмотрены альтернативные источники снабжения. В качестве таких поставщиков предприятие выбирает ОАО "ННН".

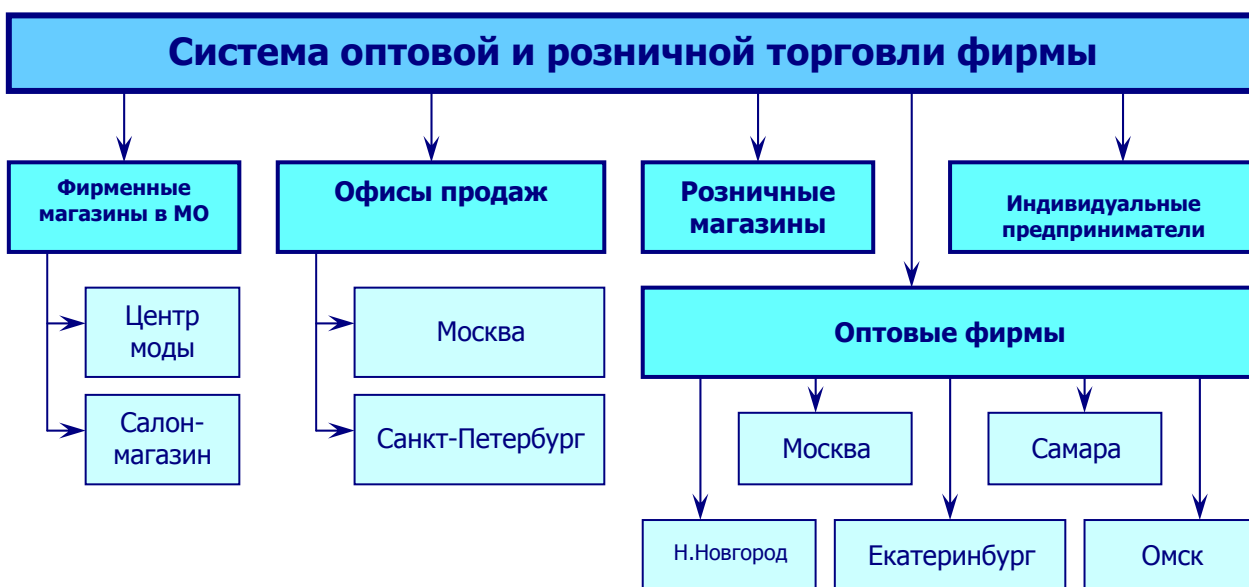
Сегментация рынка потребителей.

Потребителями новой продукции изделий из трикотажа ООО "XXXX" станет широкая группа населения, обладающая средним уровнем доходов, но достаточно высокой покупательной способностью, требующих от продукции, прежде всего, высокого качества. Это молодые люди и население среднего работоспособного возраста, предпочитающие разнообразные модели изделий, следующие за модой. Предприятие планирует выпускать модные модели из трикотажа для женщин, классические пуловеры и джемпера для мужчин, предусмотрена линейка детской одежды (шапки и шарфы).

Каналы сбыта продукции.

В настоящее время предприятие располагает 2-мя дочерними фирменными магазинами в Московской области, а также реализует продукцию народного потребления (постельное белье и предметы интерьера) оптом компаниям из Москвы и ЦФО, розничным предприятиям и индивидуальным предпринимателям. Планируется заключить договора поставок с оптовыми компаниями в крупных городах, таких как Екатеринбург, Омск, Нижний Новгород, Самара.

Схема дистрибуции готовой продукции:



В качестве альтернативного варианта сбыта своей продукции фирма рассматривает возможные каналы сбыта продукции.

Возможные каналы сбыта продукции	Будут ли реализованы на фирме (да/нет)	Недостатки
----------------------------------	--	------------

1. Со склада фирмы	Да	Только крупными партиями
2. Через посредников	Да	Необходим отбор посредников на основе анализа их деятельности
3. Через магазины: ▪ В своем городе ▪ В других городах	Да Да	- -
4. Через интернет-магазин	Да	В перспективе планируется открытие отдельного подразделения

Позитивные и негативные факторы, влияющие на сбыт продукции.

Уровень	Позитивные факторы	Негативные факторы
М И К Р О	1. Стабильность поставок сырья.	1. Нестабильность поставок сырья.
	2. Бесперебойность работы предприятия	2. Простои в работе (неисправность оборудования, забастовки и пр.)
	3. Расширение каналов сбыта продукции.	3. Потеря существующих связей с потребителем.
	4. Высокое качество продукции.	4. Неудовлетворенность потребителя качеством продукции.
	5. Высокое качество обслуживания.	5. Неудовлетворенность потребителя сервисом.
	6. Приобретение хорошего имиджа, положительное отношение контактной аудитории.	6. Плохой имидж у предприятия, негативное отношение контактной аудитории.
М А К Р О	1. Качественное улучшение законодательной базы, предусматривающее льготы для производителей.	1. Ухудшение законодательной базы, выражающееся в ущемлении прав потребителей.
	2. Низкий уровень инфляции.	2. Высокий уровень инфляции.
	3. Снижение стоимости энергоресурсов.	3. Удорожание энергоресурсов.
	4. Повышение общего уровня покупательской способности.	4. Снижение общего уровня покупательской способности.

Предприятие не может оказывать непосредственного влияния на негативные факторы макросреды. Уменьшить отрицательное воздействие на

сбыт негативных факторов микросреды возможно, проводя политику непрерывного контроля по позиции "Сбыт продукции". Выделим несколько основных модулей данной политики:

1 модуль - обеспечение производства сырьем и материалами – включает в себя:

- создание производственных запасов;
- анализ положения дел на рынке материальных ресурсов (спрос, предложение, цены, состояние в перспективе и т.д.);
- поиск альтернативных источников снабжения сырьем и материалами.

2 модуль – обеспечение бесперебойной работы предприятия – включает:

- контроль над настроением рабочих, сведение к минимуму вероятности забастовок;
- исключение возможности простоев оборудования стимулированием качественной работы наладчиков.

3 модуль – каналы сбыта продукции - включает:

- приоритетное отношение к постоянным покупателям;
- постоянный поиск новых рынков сбыта продукции;

4 модуль – создание имиджа фирмы как предприятия, отвечающего за качество своей продукции – включает:

- создание системы оплаты труда рабочих, стимулирующей выпуск качественной продукции;
- постоянный контроль качества продукции;

5 модуль – создание имиджа фирмы как предприятия с высоким уровнем сервиса - включает:

- материальное и моральное стимулирование работников фирмы, непосредственно работающих с потребителями, за высокий уровень обслуживания клиентов;
- создание системы дополнительных бесплатных услуг (подгонка изделий, оформление подарочных вариантов и пр.).

6 модуль – создание имиджа фирмы как предприятия с репутацией порядочного делового партнера - включает:

- безусловное исполнение всех принятых на себя обязательств;
- контроль деятельности юридической службы на предприятии.

Таким образом, формирование маркетинговой стратегии позволит эффективно управлять продажами.

4. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

Для расширения основной деятельности и для достижения целей проекта потребуются вложения в активы – новое оборудование. В разделе необходимо отразить капиталовложения, которые предполагается осуществить в ходе проекта, длительность его инвестиционного периода. Стоит уточнить, какие задачи планируется решать для достижения целей проекта? Какие организации будут привлечены? Какова стоимость каждого из этапов работ? Стоит использовать их календарный план-график, указать перечень, стоимость, сроки покупки, создания и ввода в эксплуатацию оборудования. В этапах работ также отражаются и услуги, связанные, например, с лицензированием, получением разрешительной документации, с подключениями к внешней инфраструктуре, с пусконаладочными работами. Для зданий и оборудования обязательно следует указать способ и сроки амортизации.

4.1.Предпосылки для финансового моделирования

Название проекта - «Создание ателье – мини-фабрики по пошиву трикотажных изделий»

Инициатор проекта – ООО «XXX»

Дата начала проекта – 01.01.2011

Продолжительность – 42 мес. (3 года 6 месяцев)

Финансовый год начинается в январе.

Принцип учета запасов – FIFO.

Основная валюта проекта – рубли

Ставка дисконтирования – 12%

Инфляционные ожидания

Объект	1 год	2 год	3 год
Сбыт	7,00	9,00	11,00
Прямые издержки	7,00	9,00	11,00
Общие издержки	7,00	9,00	11,00
Зарплата	7,00	9,00	11,00
Недвижимость	7,00	9,00	11,00

Планируется использовать стандартную систему налогообложения, а именно:

Название налога	База	Период	Ставка
Налог на прибыль	Прибыль	Месяц	20 %
НДС	Добавленная стоимость	Месяц	18 %
Налог на имущество	Основные средства	Квартал	2,2 %
Страховые взносы на ФОТ в ПФР и ФСС	Зарплата	Месяц	34,2 %

Переплаченный НДС переносится в будущие периоды.

Убытки предыдущих периодов списываются в течение 120 мес.

Инвестиционная стоимость проекта 2 860 тыс. рублей, в том числе:

- Приобретение оборудования – 1 453 тыс.руб.
- Пополнение оборотных средств – 1407 тыс.руб.

Компания располагает собственными средствами 1000 000 руб. на реализацию проекта и планирует привлечь кредит в виде кредитной линии.

Перечень приобретаемого оборудования:

Для достижения поставленных целей необходимо привлечение инвестиций на приобретение и монтаж вязального участка фабрики, который представлен двумя узлами.

Первый узел составляют:

- Плосковязальные автоматы – 3 шт., 210 000 руб.

Второй узел составляют:

- узоробразующий автомат – 3 шт., 135 000 руб.
- цветной сканер, принтер, стол для компьютера – 3 шт., 125 000 руб.
- вращающиеся стулья – 3 шт., 1500 руб.
- опции, принадлежности, запчасти. 30 000 руб.

Оборудование 2009 года выпуска, производитель YYY ГмбХ & Со., представлена в России с начала 1999г. фирмой YYY Экспорт Импорт ГмбХ, Германия.

4.2. График реализации проекта

Основными стадиями реализации проекта являются приобретение и поставка оборудования, установка, монтаж, ввод в эксплуатацию. Календарный срок реализации инвестиционного этапа проекта составляет 1 месяц (с 20.01.2011 г. по 08.02.2011г.).

№	Наименование этапа	Длит-ть	Дата начала	Дата окончания
1	● Закупка плосковязальных машин	15	20.01.2011	03.02.2011
2	● Закупка узорообразующего автомата	15	20.01.2011	03.02.2011
3	● Закупка орг.техники для вязальных машин	15	21.01.2011	04.02.2011
4	● Опции, принадлежности, запчасти, мебель	5	25.01.2011	29.01.2011
5	● Установка оборудования. ввод в эксплуатац	8	08.02.2011	15.02.2011

Ответственный	Стоимость (руб.)	Стоимость (\$ US)	2011				
			Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
	630 000,00	0,00	■ 630 000,00				
	405 000,00	0,00	■ 405 000,00				
	375 000,00	0,00	■ 375 000,00				
	31 500,00	0,00	■ 31 500,00				
	10 559,37	0,00	■ 10 559,37				

4.3. План сбыта

Раздел использует данные ранее проведенного анализа отрасли и рынка, содержит описание продуктов компании, ассортимента, соответствия применяемым стандартам. Он содержит ответы на вопросы о том, какова будет ценовая политика, в каких объемах и на каких условиях (в кредит, с авансовой оплатой, со склада, под заказ и пр.) планируется реализация продукции. Данные об объемах сбыта и ценообразовании также приводятся в данном разделе. Дополнительно в разделе стоит отразить, какие затраты на сбыт предполагаются, каким будет бюджет на стимулирование продаж, затраты на рекламу.

Перечень продукции и услуг:

ООО "XXXX" планирует производить изделия мужского и женского верхнего трикотажа в следующем ассортименте:

- | | | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| ▪ брюки, | ▪ туники, | ▪ жилеты, | ▪ шапки, |
| ▪ джемпера, | ▪ юбки, | ▪ пончо, | ▪ пальто, |
| ▪ платье, | ▪ жакеты, | ▪ шорты, | ▪ шарфы. |

На настоящий момент на предприятии ООО "XXXX" разработано более 500 моделей. Изделия фирмы – изысканная, элегантная, комфортная, удобная для всех случаев жизни трикотажная одежда из натурального, экологически чистого, высококачественного вологодского льна. Продукция из льнолавсановой пряжи уникальна по своим качествам, при стирке не деформируется, не теряет своего внешнего вида, износоустойчива.

Ценообразование:

Рассчитывая цену единицы продукции, фирма стремится к тому, чтобы она была оптимальной с точки зрения соответствия интересам предприятия и рынка. Из наиболее распространенных *ценовых стратегий* на период проекта фирма выбирает увеличение объема сбыта продукции при улучшении ее качественных параметров и обеспечение определенного уровня дохода на вложенный капитал.

Использованный метод расчета предполагаемой цены на товар является методом "полных затрат". Выбор данного метода обусловлен тем, что ООО "XXXX" имеет заказы на поставку продукции с несколькими розничными магазинами, реализующими трикотажные изделия в г. Москве, и уверено в реализации своего товара. Это позволяет в меньшей степени ориентироваться при ценообразовании на конкурентов.

Себестоимость продукции	Прибыль предприятия	НДС	Наценка посредника	Торговые наценки
Отпускная цена предприятия				
Оптовая рыночная цена				
Розничная цена				

СПИСОК ПРОДУКТОВ/УСЛУГ И ОТПУСКНЫЕ ЦЕНЫ

Строка	2011 год	2012 год	2013 год	Дата начала продаж
Брюки женские	226,97	244,96	269,28	15.02.2011
Джемпер женский	464,26	501,05	550,80	15.02.2011
Джемпер мужской	464,26	501,05	550,80	15.02.2011
Платье	1 753,88	1 892,87	2 080,79	15.02.2011
Юбка	1 238,03	1 336,14	1 468,79	15.02.2011
Туника	2 063,38	2 226,90	2 447,99	15.02.2011
Шапка	154,75	167,02	183,60	15.02.2011
Пуловер мужской	670,60	723,74	795,60	15.02.2011
Шарф	123,80	133,61	146,88	15.02.2011
Услуги ремонта населению	309,51	334,04	367,20	15.02.2011

Предприятие планирует ежегодно увеличивать объем производства. Среднее количество изделий, выпускаемых за смену при работе в 1 смену составит в 1-й год 29 штук, во второй – 44 штуки, в 3-й год понадобится работа во 2-ю смену, объем единиц выпускаемой продукции за 2 смены составит 54 изделия.

ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЁМ ПОСТАВОК (ШТУК)

Продукт/Вариант	Ед. изм.	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Брюки женские	шт.	280,00	420,00	570,00	340,00
Джемпер женский	шт.	1 280,00	1 680,00	1 940,00	1 065,00
Джемпер мужской	шт.	1 230,00	1 560,00	1 900,00	1 065,00
Платье	шт.	680,00	960,00	1 125,00	660,00
Юбка	шт.	680,00	960,00	1 340,00	750,00
Туника	шт.	220,00	300,00	393,00	235,00
Шапка	шт.	1 610,00	2 160,00	2 580,00	1 365,00
Пуловер мужской	шт.	1 040,00	1 440,00	1 680,00	900,00
Шарф	шт.	1 060,00	1 440,00	1 680,00	990,00
Услуги ремонта населению	шт.	360,00	480,00	575,00	375,00

ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ (РУБ.)

Строка	2011 год	2012 год	2013 год	1-6.2014
Брюки женские	86 345,14	138 709,55	207 221,93	130 556,41
Джемпер женский	563 288,44	792 626,00	1 007 737,63	584 212,52
Джемпер мужской	595 070,89	809 610,84	1 085 701,24	642 633,77
Платье	1 018 389,53	1 539 959,09	1 986 226,37	1 230 960,46
Юбка	778 768,46	1 177 615,77	1 808 132,04	1 069 684,89
Туника	426 191,74	622 777,57	898 587,29	567 207,27
Шапка	212 585,65	305 727,17	401 671,78	224 633,83
Пуловер мужской	594 862,38	883 211,83	1 132 712,34	641 810,94
Шарф	111 960,52	163 054,49	209 505,74	130 336,99
Услуги ремонта населению	95 132,47	135 878,74	179 167,27	123 425,18
ИТОГО	4 482 595,22	6 569 171,07	8 916 663,62	5 345 462,27

Стратегия маркетинга

Поскольку реализация продукции будет осуществляться ООО "XXXX", то в качестве основного потребителя фирма рассматривает, прежде всего, собственные магазины, а также оптовых постоянных покупателей. В качестве стратегии охвата рынка ОАО "XXXX" избирает концентрированный маркетинг. Обществу необходимо определить наиболее благоприятный сегмент рынка и сосредоточить на нем свои усилия. Таким сегментом является население более молодого возраста, требующего от продукции высокого качества и постоянного обновления ассортимента.

Тактический план маркетинга.

Стимулирование продаж:

ООО "XXXX" планирует реализовать следующие *методы стимулирования сбыта*:

- предоставлять оптовым покупателям скидки с использованием гибких методов поощрения (накопительные скидки);
- применять систему сезонных, предпраздничных скидок;
- широко использовать рекламу;
- организовывать пропаганду изделий фирмы с использованием нетрадиционных методов (проведение различных мероприятий, посвященных празднованию "Дней льна" по старинному русскому календарю с привлечением школьников, воспитанников детских садов и детских домов).

Программа реализации продукции:

Учитывая тот факт, что в силу специфики трикотажного производства, освоение проектной мощности происходит целиком на начале этапа "Производство". Поэтому, начиная с 01.06.2011 г., фабрика должна начать работать на полную мощность, объем выпуска продукции в месяц при этом должен составлять 654 единицы продукции.

Получая гарантированные заказы, предприятие планирует реализовать весь объем выпущенной продукции по запланированной цене.

Программа по организации рекламы:

Поскольку фирма имеет заказ на производство трикотажных изделий, программа по организации рекламы рассматривается фирмой как составляющая в альтернативном варианте реализации своей продукции. Предприятие уже имеет опыт работы на рынке, зарекомендовало себя среди покупателей и не нуждается в большом объеме рекламы. Поэтому ООО "XXXX" определяет затраты на проведение рекламы в размере 12 тысяч рублей ежемесячно. Эти средства будут направлены, прежде всего, на подготовку участия в выставках и вспомогательные материалы.

Вспомогательные материалы:

Фирма планирует воспользоваться дополнительными средствами для стимулирования сбыта. Это буклеты, плакаты, кино-видеоматериалы, рекламирующие продукцию ООО "XXXX"

5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.

Раздел показывает, насколько реалистичен бизнес-план, содержит описание основной – планируемой – деятельности и, наряду с прогнозом сбыта, является основой для финансовых расчетов проекта. Для подготовки раздела потребуется ответить на ряд вопросов. В чем состоит используемая технология, технологический процесс? Какие затраты необходимы для запуска производства и оказания услуг? Какие предполагаются запасы сырья и готовой продукции? В какие сроки объем выпуска продукции / предоставления услуг достигнет планируемых значений (проектной мощности)? Какие статьи затрат (издержки) пропорциональны объемам выпуска продукции / оказания услуг, а какие не зависят от них? Каковы значения расходных коэффициентов и производственных потерь? Какова сдельная зарплата и оплата труда административно-управленческого персонала? Есть ли сезонность закупок и поставок сырья, материалов, комплектующих, товаров, каких значений она достигает? Какие из статей затрат ключевые – составляют основную долю производственных издержек (сырье, энергоресурсы, аренда, заработная плата, услуги ЖКХ)?

Новое производство по пошиву трикотажных изделий расположено в одном здании с ателье ООО "XXXX". Помещение предназначено для установки вязального оборудования. В настоящий момент помещение полностью подготовлено и оснащено в соответствии с правилами технической, пожарной и экологической безопасности.

Технология производства.

Возможности оборудования очень высоки. Плосковязальная машина управляется компьютером, поэтому производство той или иной модели может быть как массовым, так и единичным.

Предполагаемый режим работы оборудования – в 2 смены.

Схема производственного потока



План производства

Наименование	Пр. цикл	График производства
Брюки женские	2 дня	Неограниченное производство
Джемпер женский	2 дня	Неограниченное производство
Джемпер мужской	1 день	Неограниченное производство
Платье	2 дня	Неограниченное производство
Юбка	2 дня	Неограниченное производство
Туника	2 дня	Неограниченное производство
Шапка	1 день	Неограниченное производство
Пуловер мужской	2 дня	Неограниченное производство
Шарф	1 день	Неограниченное производство
Услуги ремонта населению	1 день	Неограниченное производство

Основным видом сырья является льнолавсановая пряжа (лен – 90%, лавсан – 10%). Это доступное, качественное сырье. Основной поставщик пряжи – ОАО "БББ". Стоимость 1 кг пряжи для ООО "XXXX" составляет 380 рублей. Условия приобретения – по безналичному расчету на условиях предоплаты. Требуемые объемы поставки сырья – 1227,5 кг пряжи ежемесячно.

Вспомогательное сырье:

На каждую ассортиментную группу изделий требуется определенное количество вспомогательного сырья, такого как лейблы, нитки льняные и хлопчатобумажные, пакеты, подплечники, пуговицы, резинки, этикетки (в расчетах приняты 2 основных вида сырья).

Материалы и комплектующие

Наименование	Ед. изм.	Цена (руб.)
Льнолавановая пряжа	кг	380,000
Нитки	шт.	30,000

Прямые издержки

Прямые издержки Брюки женские

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			144,01
Льнолавановая пряжа	0,300	0,005	114,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			144,01

Прямые издержки Джемпер женский

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			201,00
Льнолавановая пряжа	0,450	0,000	171,00
Нитки	1,000	0,005	30,00
Всего			201,00

Прямые издержки Джемпер мужской

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			201,01
Льнолавановая пряжа	0,450	0,005	171,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			201,01

Прямые издержки Платье

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			467,04
Льнолавановая пряжа	1,150	0,010	437,04
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			467,04

Прямые издержки Юбка

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			277,01
Льнолавановая пряжа	0,650	0,005	247,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			277,01

Прямые издержки Туника

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
--------------	--------	--------	--------

Материалы и комплектующие			820,08
Льнолавановая пряжа	2,000	0,010	760,08
Нитки	2,000	0,000	60,00
Всего			820,08

Прямые издержки Шапка

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			106,00
Льнолавановая пряжа	0,200	0,005	76,00
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			106,00

Прямые издержки Пуловер мужской

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			296,01
Льнолавановая пряжа	0,700	0,005	266,01
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			296,01

Прямые издержки Шарф

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			106,00
Льнолавановая пряжа	0,200	0,005	76,00
Нитки	1,000	0,000	30,00
Всего			106,00

Прямые издержки Услуги ремонта населению

Наименование	Расход	Потери	(руб.)
Материалы и комплектующие			90,00
Нитки	3,000	0,000	90,00
Всего			90,00

Общие издержки

Название	Сумма (руб.)	Платежи
Управление		
Аренда помещения	65 250,00	Ежемесячно, весь проект
Коммунальные услуги	10 000,00	Ежемесячно, весь проект
Связь	3 000,00	Ежемесячно, весь проект
Интернет	1 500,00	Ежемесячно, весь проект
Производство		
Обслуживание оборудования	10 000,00	Ежемесячно, весь проект
Доставка закупаемого сырья	6 000,00	Ежемесячно, весь проект
Маркетинг		
Реклама	11 500,00	Ежемесячно, весь проект

Закупка оборудования и создание швейного цеха позволяют создать новые рабочие места. Это новые рабочие места для персонала, который непосредственно связан с разработкой новых моделей, продажами.

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата (руб.)	Платежи
Управление			
Конструктор	1	10 100,00	Ежемесячно, весь проект
Художник	1	10 100,00	Ежемесячно, с 13 по 24 мес.
Производство			
Мастер-бригадир	1	12 000,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Специалист-вязальщик	2	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Перемотчик пряжи	1	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Швейные рабочие	2	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Уборщица	1	10 100,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Маркетинг			
Менеджер по продажам	3	12 000,00	Ежемесячно, весь период пр-ва

Всего: 12 чел. на общую сумму 128 800,00 руб.

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Финансовый план проекта содержит прогноз финансовых результатов проекта и их оценку. Он является результатом расчета данных плана сбыта и производства, и, конечно, инвестиционного плана. Оценить финансовую эффективность проекта позволяют три основные формы отчетов – прогнозный отчет о прибылях и убытках, баланс и самый важный – отчет о движении денежных средств. Первый из них показывает, насколько прибылен бизнес, второй – какими активами и пассивами обладает компания, третий – откуда будут браться денежные средства, на что тратиться и сколько будет оставаться в распоряжении участников проекта. Как правило, сами отчеты выносятся в приложение. На основе прогноза денежных потоков определяется и общая потребность в финансировании, приводятся его источники, структура и условия. Важно помнить, что банк и инвестора будет интересовать не столько прибыль проекта, но прежде всего его способность создавать на протяжении времени существенные денежные потоки для всех его участников. Привлечение банковского кредита возможно, если компания работает как минимум 6 месяцев. При этом следует предусмотреть вложение в проект собственных средств в объеме не менее 30 % от общей потребности в финансировании, а также предусмотреть предоставление залога или поручительства.

Потребность в инвестициях:

Общая сумма необходимых инвестиций составляет 2 860 400 руб. Предпочитаемая форма инвестирования – собственные средства и долгосрочный кредит в рублях. Предполагаемая сумма кредита в рублях на момент ввода проекта – 1 860 433 руб., ставка 16% годовых, на 35 месяцев, в

виде кредитной линии. Предполагаемые источники финансирования – коммерческий банк г. Москвы.

Займы

Название	Дата	Сумма (руб.)	Срок	Ставка %
Кредит	01.01.2011	1 860 422,70	35 мес.	16,00

Финансовое обеспечение:

В качестве финансового обеспечения привлеченного капитала может выступать имущество ООО "XXXX", собственное оборудование на сумму 2 500 тыс.руб. В качестве дополнительного финансового обеспечения может выступать соглашения о намерениях закупать товар с 3-мя оптовыми компаниями.

Показатели эффективности инвестиций:

В финансовый план также включаются показатели, характеризующие эффективность инвестиций в проект и показывающие, насколько будущие поступления оправдают первоначальные инвестиции. Преимущественно используются так называемые дисконтированные показатели эффективности: дисконтированный период окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма рентабельности проекта. Дисконтирование означает, что будущие денежные потоки по периодам реализации проекта, отражаемые в отчете о движении денежных средств, приводятся к текущему моменту. Одним из них является показатель NPV. Он позволяет учесть масштаб проекта, достаточно прост для расчета и представляет абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. Важно, чтобы NPV проекта был неотрицательным. Инвестор отдает предпочтение только тем проектам, для которых чистый приведенный доход имеет положительное значение.

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	12,00
Период окупаемости - РВ, мес.	39
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	42
Средняя норма рентабельности - ARR, %	37,63
Чистый приведенный доход - NPV	72 684
Индекс прибыльности - PI	1,03
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	13,51
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	9,74

При расчете бизнес-плана заложена ставка дисконтирования равная 12%, которая будет учитывать стоимость денег в зависимости от того, в какой период они вложены (т.е. стоимость денег, вложенных в проект сегодня, не равны той же сумме, полученной от проекта завтра).

Период окупаемости отражает тот период, в течение которого поступления от проекта (прибыль) окупят вложенные в проект инвестиционные затраты и составляет 42 месяца (с учетом ставки дисконтирования). Период окупаемости соответствует ожиданиям акционеров по возврату инвестиций от проекта.

NPV – чистый приведенный доход по проекту – составляет 72 684 руб.

Индекс прибыльности показывает, какую сумму денежных средств в итоге реализации проекта будет получено на 1 рубль вложенных в него инвестиций. Индекс прибыльности составляет 1,03, что говорит о необходимости повышения фондоотдачи, снижения затрат по проекту – пересмотра перечня поставщиков с целью выбора более доступных в ценовом плане источников сырья и повышения рентабельности производства, а также повышения планируемой выручки.

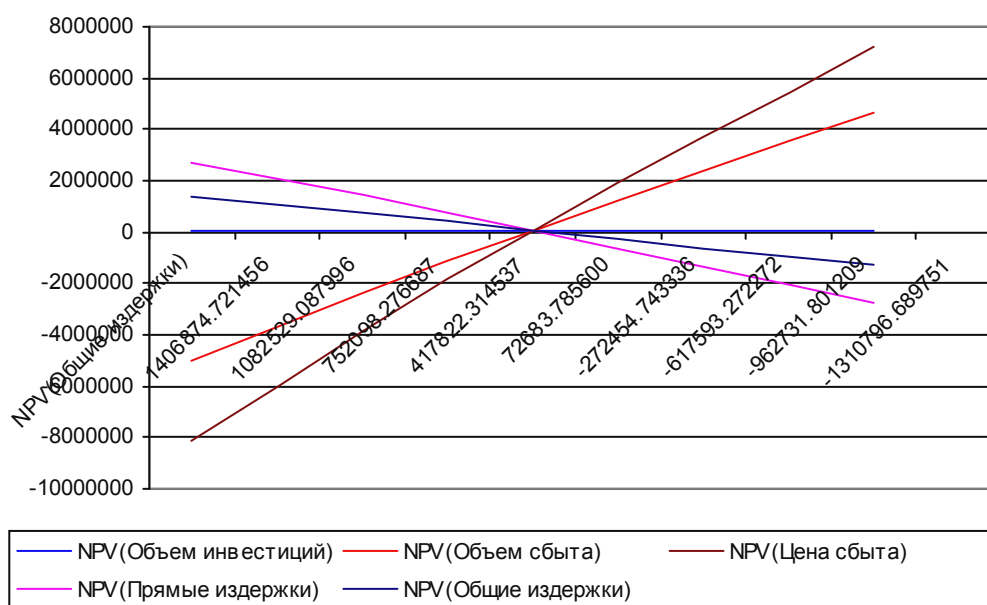
IRR – внутренняя норма рентабельности – отражает норму прибыли на инвестированный капитал, т.е. максимальную рентабельность, которую может обеспечить реализация этого проекта. Как правило, она сравнивается инвестором с альтернативными источниками вложения свободных денежных средств и выбирается максимальная величина при прочих равных условиях. IRR – это предельное значение ставки дисконтирования, которое может выдержать данный проект. Внутренняя норма рентабельности составляет 13,51 и превышает ставку дисконтирования. По перечисленным показателям проект эффективен и с экономической точки зрения его реализация целесообразна.

Анализ рисков проекта.

Необходимо оценить устойчивость проекта к воздействию различных факторов – его способность обеспечивать показатели эффективности инвестиций в желаемом диапазоне. Риск-анализ состоит из качественного анализа – определения основных рисков проекта – и их количественной оценки. Чаще всего для количественной оценки рисков используется анализ чувствительности проекта, показывающий, как изменятся показатели эффективности инвестиций в зависимости от изменения одного из факторов. В качестве факторов рекомендуется выбирать данные, связанные с основными рисками проекта и с данными, значения которых являются неопределенными. В первую группу обязательно включают такие факторы, как падение сбыта – цен и объемов продаж, рост цен на основные ресурсы и статьи затрат, увеличение ставок по кредитам. Также стоит провести анализ чувствительности проекта к изменению ставки дисконтирования.

Основными рисками проекта является повышение себестоимости продукции и риск падения продаж (снижение показателей, как по объемам продаж, так и по предусмотренной цене реализации).

Анализ чувствительности (NPV - руб.)



В анализе чувствительности проекта приведена количественная оценка данных рисков.

Проект наиболее чувствителен к изменению объема сбыта и цене сбыта, в связи с этим необходимо контролировать выполнение плана продаж и придерживаться рассчитанного уровня цен.

Таким образом, проект «Создание ателье – мини-фабрики по пошиву трикотажных изделий» является эффективным с точки зрения вложения средств и целесообразен для реализации.

7. ПРИЛОЖЕНИЯ
Прибыли-убытки (руб.)

Строка	1.2011	2.2011	3.2011	4.2011	5.2011	6.2011	7.2011
Валовый объем продаж			400 465,03	402 729,32	405 006,41	407 296,37	412 229,14
Потери							
Налоги с продаж							
Чистый объем продаж			400 465,03	402 729,32	405 006,41	407 296,37	412 229,14
Материалы и комплектующие			147 088,63	147 696,77	148 519,38	149 359,27	150 992,11
Сдельная зарплата							
Суммарные прямые издержки			147 088,63	147 696,77	148 519,38	149 359,27	150 992,11
Валовая прибыль			253 376,40	255 032,55	256 487,03	257 937,11	261 237,03
Налог на имущество	5 407,65	7 275,60	7 208,49	7 141,39	7 074,29	7 007,18	6 940,08
Административные издержки	67 584,75	67 966,88	68 351,17	68 737,64	69 126,29	69 517,14	69 910,20
Производственные издержки	13 559,32	13 635,99	13 713,09	13 790,62	13 868,60	13 947,01	14 025,87
Маркетинговые издержки	9 745,76	9 800,87	9 856,28	9 912,01	9 968,06	10 024,42	10 081,10
Зарплата административного персонала	13 554,20	13 630,84	13 707,91	13 785,41	13 863,36	13 941,74	14 020,57
Зарплата производственного персонала		97 980,08	98 534,07	99 091,20	99 651,47	100 214,92	100 781,55
Зарплата маркетингового персонала		48 585,16	48 859,87	49 136,13	49 413,95	49 693,35	49 974,32
Суммарные постоянные издержки	104 444,03	251 599,81	253 022,40	254 453,02	255 891,74	257 338,58	258 793,61
Амортизация	20 833,33	27 878,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83
Проценты по кредитам		19 209,94	19 963,68	20 331,17	20 625,48	21 121,86	21 912,98
Суммарные непроизводственные издержки	20 833,33	47 088,78	56 565,52	56 933,00	57 227,31	57 723,70	58 514,82
Другие доходы							
Другие издержки	42 273,00	14 170,67					
Убытки предыдущих периодов							
Прибыль до выплаты налога	-172 958,01	-320 134,86	-63 420,01	-63 494,86	-63 706,30	-64 132,36	-63 011,49
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль							
Прибыль от курсовой разницы							
Налогооблагаемая прибыль							
Налог на прибыль							
Чистая прибыль	-172 958,01	-320 134,86	-63 420,01	-63 494,86	-63 706,30	-64 132,36	-63 011,49

Прибыли-убытки (руб.)

Строка	8.2011	9.2011	10.2011	11.2011	12.2011	1.2012	2.2012	3.2012
Валовый объем продаж	414 559,94	491 374,80	505 654,37	520 169,36	523 110,48	526 068,22	529 859,76	533 678,63
Потери								
Налоги с продаж								
Чистый объем продаж	414 559,94	491 374,80	505 654,37	520 169,36	523 110,48	526 068,22	529 859,76	533 678,63
Материалы и комплектующие	151 845,12	174 965,07	181 830,99	188 151,68	189 208,07	190 277,57	191 548,43	192 924,44
Сдельная зарплата								
Суммарные прямые издержки	151 845,12	174 965,07	181 830,99	188 151,68	189 208,07	190 277,57	191 548,43	192 924,44
Валовая прибыль	262 714,82	316 409,73	323 823,37	332 017,69	333 902,41	335 790,65	338 311,33	340 754,19
Налог на имущество	6 872,98	6 805,87	6 738,77	6 671,67	6 604,56	6 537,46	6 470,36	6 403,25
Административные издержки	70 305,49	70 703,00	71 102,77	71 504,79	71 909,09	72 315,68	72 836,88	73 361,84
Производственные издержки	14 105,18	14 184,93	14 265,13	14 345,79	14 426,90	14 508,47	14 613,04	14 718,36
Маркетинговые издержки	10 138,10	10 195,42	10 253,06	10 311,04	10 369,34	10 427,97	10 503,12	10 578,82
Зарплата административного персонала	14 099,85	14 179,57	14 259,74	14 340,37	14 421,45	29 005,99	29 215,04	29 425,61
Зарплата производственного персонала	101 351,38	101 924,44	102 500,73	103 080,29	103 663,12	104 249,24	105 000,60	105 757,38
Зарплата маркетингового персонала	50 256,88	50 541,04	50 826,81	51 114,19	51 403,20	51 693,84	52 066,41	52 441,67
Суммарные постоянные издержки	260 256,87	261 728,40	263 208,25	264 696,47	266 193,10	282 201,19	284 235,11	286 283,68
Амортизация	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83
Проценты по кредитам	22 429,24	22 953,71	23 765,16	24 310,19	24 906,80	25 012,32	24 832,60	24 670,89
Суммарные непроизводственные издержки	59 031,07	59 555,54	60 366,99	60 912,02	61 508,64	61 614,16	61 434,43	61 272,73
Другие доходы								
Другие издержки								
Убытки предыдущих периодов						7 442,84	7 442,84	7 442,84
Прибыль до выплаты налога	-63 446,10	-11 680,09	-6 490,64	-262,47	-403,90	-14 562,16	-13 828,57	-13 205,47
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль								
Прибыль от курсовой разницы								
Налогооблагаемая прибыль								
Налог на прибыль								
Чистая прибыль	-63 446,10	-11 680,09	-6 490,64	-262,47	-403,90	-14 562,16	-13 828,57	-13 205,47

Прибыли-убытки (руб.)

Строка	4.2012	5.2012	6.2012	7.2012	8.2012	9.2012	10.2012	11.2012
Валовый объем продаж	537 525,03	541 399,15	545 301,18	549 231,35	553 189,83	557 176,85	561 192,61	565 237,30
Потери								
Налоги с продаж								
Чистый объем продаж	537 525,03	541 399,15	545 301,18	549 231,35	553 189,83	557 176,85	561 192,61	565 237,30
Материалы и комплектующие	194 314,91	195 715,40	197 125,99	198 546,74	199 977,73	201 419,03	202 870,72	204 332,88
Сдельная зарплата								
Суммарные прямые издержки	194 314,91	195 715,40	197 125,99	198 546,74	199 977,73	201 419,03	202 870,72	204 332,88
Валовая прибыль	343 210,12	345 683,74	348 175,20	350 684,61	353 212,11	355 757,82	358 321,88	360 904,42
Налог на имущество	6 336,15	6 269,05	6 201,94	6 134,84	6 067,74	6 000,63	5 933,53	5 866,43
Административные издержки	73 890,58	74 423,14	74 959,53	75 499,78	76 043,94	76 592,01	77 144,03	77 700,03
Производственные издержки	14 824,44	14 931,29	15 038,90	15 147,29	15 256,46	15 366,42	15 477,17	15 588,72
Маркетинговые издержки	10 655,07	10 731,86	10 809,21	10 887,12	10 965,58	11 044,62	11 124,22	11 204,39
Зарплата административного персонала	29 637,69	29 851,29	30 066,44	30 283,14	30 501,40	30 721,23	30 942,65	31 165,67
Зарплата производственного персонала	106 519,60	107 287,32	108 060,58	108 839,41	109 623,85	110 413,94	111 209,73	112 011,25
Зарплата маркетингового персонала	52 819,64	53 200,33	53 583,76	53 969,95	54 358,93	54 750,71	55 145,32	55 542,77
Суммарные постоянные издержки	288 347,02	290 425,23	292 518,42	294 626,69	296 750,16	298 888,94	301 043,13	303 212,84
Амортизация	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83
Проценты по кредитам	24 765,73	24 595,92	24 420,18	24 492,55	24 308,06	24 117,36	24 166,33	23 966,20
Суммарные непроизводственные издержки	61 367,56	61 197,75	61 022,01	61 094,38	60 909,89	60 719,19	60 768,16	60 568,03
Другие доходы								
Другие издержки								
Убытки предыдущих периодов	7 442,84	7 442,84	7 442,84	7 442,84	7 442,84	7 442,84	7 442,84	7 442,84
Прибыль до выплаты налога	-12 840,61	-12 208,28	-11 567,17	-11 171,31	-10 515,68	-9 850,94	-9 422,93	-8 742,88
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль								
Прибыль от курсовой разницы								
Налогооблагаемая прибыль								
Налог на прибыль								
Чистая прибыль	-12 840,61	-12 208,28	-11 567,17	-11 171,31	-10 515,68	-9 850,94	-9 422,93	-8 742,88

Прибыли-убытки (руб.)

Строка	12.2012	1.2013	2.2013	3.2013	4.2013	5.2013	6.2013	7.2013
Валовый объем продаж	569 311,15	678 875,56	684 805,26	690 786,75	696 820,49	702 906,94	727 731,47	753 404,64
Потери								
Налоги с продаж								
Чистый объем продаж	569 311,15	678 875,56	684 805,26	690 786,75	696 820,49	702 906,94	727 731,47	753 404,64
Материалы и комплектующие	205 808,93	242 021,49	243 943,80	246 066,16	248 215,45	250 383,63	259 720,14	270 166,39
Сдельная зарплата								
Суммарные прямые издержки	205 808,93	242 021,49	243 943,80	246 066,16	248 215,45	250 383,63	259 720,14	270 166,39
Валовая прибыль	363 502,22	436 854,07	440 861,46	444 720,59	448 605,05	452 523,31	468 011,33	483 238,25
Налог на имущество	5 799,32	5 732,22	5 665,12	5 598,01	5 530,91	5 463,81	5 396,70	5 329,60
Административные издержки	78 260,04	78 824,09	79 512,59	80 207,10	80 907,67	81 614,37	82 327,24	83 046,33
Производственные издержки	15 701,07	15 814,24	15 952,37	16 091,71	16 232,26	16 374,04	16 517,06	16 661,33
Маркетинговые издержки	11 285,15	11 366,48	11 465,76	11 565,91	11 666,94	11 768,84	11 871,64	11 975,33
Зарплата административного персонала	31 390,29	15 808,26	15 946,34	16 085,63	16 226,13	16 367,86	16 510,82	16 655,04
Зарплата производственного персонала	112 818,56	113 631,68	114 624,20	115 625,40	116 635,34	117 654,10	118 681,76	119 718,40
Зарплата маркетингового персонала	55 943,09	56 346,29	56 838,45	57 334,91	57 835,71	58 340,88	58 850,46	59 364,50
Суммарные постоянные издержки	305 398,19	291 791,03	294 339,71	296 910,65	299 504,04	302 120,09	304 758,98	307 420,93
Амортизация	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83
Проценты по кредитам	23 801,35	22 635,54	21 324,57	20 011,97	18 902,89	17 540,08	16 150,35	14 954,81
Суммарные непроизводственные издержки	60 403,18	59 237,37	57 926,41	56 613,80	55 504,72	54 141,91	52 752,18	51 556,65
Другие доходы								
Другие издержки								
Убытки предыдущих периодов	7 442,84	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30
Прибыль до выплаты налога	-8 098,48	80 093,44	82 930,22	85 598,13	88 065,37	90 797,50	105 103,46	118 931,07
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль								
Прибыль от курсовой разницы								
Налогооблагаемая прибыль		71 517,15	74 353,93	77 021,83	79 489,08	82 221,20	96 527,17	110 354,78
Налог на прибыль		14 303,43	14 870,79	15 404,37	15 897,82	16 444,24	19 305,43	22 070,96
Чистая прибыль	-8 098,48	65 790,01	68 059,44	70 193,76	72 167,56	74 353,26	85 798,03	96 860,12

Прибыли-убытки (руб.)

Строка	8.2013	9.2013	10.2013	11.2013	12.2013	1-6.2014
Валовый объем продаж	771 540,05	778 279,14	794 162,39	815 115,61	822 235,32	5 345 462,27
Потери						
Налоги с продаж						
Чистый объем продаж	771 540,05	778 279,14	794 162,39	815 115,61	822 235,32	5 345 462,27
Материалы и комплектующие	276 728,54	279 134,56	284 066,15	289 526,16	292 050,16	1 903 221,49
Сдельная зарплата						
Суммарные прямые издержки	276 728,54	279 134,56	284 066,15	289 526,16	292 050,16	1 903 221,49
Валовая прибыль	494 811,50	499 144,57	510 096,24	525 589,46	530 185,16	3 442 240,77
Налог на имущество	5 262,50	5 195,39	5 128,29	5 061,19	4 994,08	28 555,33
Административные издержки	83 771,71	84 503,42	85 241,52	85 986,07	86 737,13	524 968,43
Производственные издержки	16 806,86	16 953,66	17 101,75	17 251,12	17 401,81	105 322,82
Маркетинговые издержки	12 079,93	12 185,45	12 291,88	12 399,25	12 507,55	75 700,78
Зарплата административного персонала	16 800,51	16 947,26	17 095,29	17 244,61	17 395,23	105 283,03
Зарплата производственного персонала	120 764,09	121 818,92	122 882,95	123 956,29	125 039,00	756 786,96
Зарплата маркетингового персонала	59 883,02	60 406,07	60 933,70	61 465,93	62 002,81	375 266,26
Суммарные постоянные издержки	310 106,13	312 814,78	315 547,09	318 303,26	321 083,51	1 943 328,29
Амортизация	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	36 601,83	219 611,00
Проценты по кредитам	13 512,44	12 041,97	3 089,53	422,86		
Суммарные непроизводственные издержки	50 114,28	48 643,81	39 691,36	37 024,69	36 601,83	219 611,00
Другие доходы						
Другие издержки						
Убытки предыдущих периодов	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30	8 576,30	51 457,78
Прибыль до выплаты налога	129 328,60	132 490,59	149 729,50	165 200,31	167 505,73	1 250 746,16
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль						
Прибыль от курсовой разницы						
Налогооблагаемая прибыль	120 752,30	123 914,30	141 153,20	156 624,02	158 929,43	1 199 288,38
Налог на прибыль	24 150,46	24 782,86	28 230,64	31 324,80	31 785,89	239 857,68
Чистая прибыль	105 178,14	107 707,73	121 498,86	133 875,51	135 719,84	1 010 888,48

Баланс (руб.)

Строка	1кв. 2011г.	2кв. 2011г.	3кв. 2011г.	4кв. 2011г.	1кв. 2012г.	2кв. 2012г.	3кв. 2012г.
Денежные средства	56 415,35	104 895,41	212 852,49	460 657,45	510 068,45	563 294,43	617 678,72
Счета к получению							
Сырье, материалы и комплектующие	44 144,62	44 905,51	52 656,00	56 876,43	58 025,48	59 289,17	60 580,38
Незавершенное производство	8 286,10	8 440,83	10 245,13	10 773,35	10 986,42	11 225,69	11 470,16
Запасы готовой продукции							
Банковские вклады и ценные бумаги							
Краткосрочные prepaid расходы							
Суммарные текущие активы	108 846,07	158 241,75	275 753,61	528 307,24	579 080,36	633 809,29	689 729,27
Основные средства	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00
Накопленная амортизация	460 314,00	570 119,50	679 925,00	789 730,50	899 536,00	1 009 341,50	1 119 147,00
Остаточная стоимость основных средств:	3 931 906,00	3 822 100,50	3 712 295,00	3 602 489,50	3 492 684,00	3 382 878,50	3 273 073,00
Земля							
Здания и сооружения							
Оборудование	3 931 906,00	3 822 100,50	3 712 295,00	3 602 489,50	3 492 684,00	3 382 878,50	3 273 073,00
Prepaid расходы							
Другие активы							
Инвестиции в основные фонды							
Инвестиции в ценные бумаги							
Имущество в лизинге							
СУММАРНЫЙ АКТИВ	4 040 752,07	3 980 342,25	3 988 048,61	4 130 796,74	4 071 764,36	4 016 687,79	3 962 802,27
Отсроченные налоговые платежи	6 703,42	50 763,55	59 219,04	62 642,07	62 899,31	63 242,48	63 606,27
Краткосрочные займы	13 479,20	38 342,94	65 360,24	94 672,39	267 186,91	525 108,14	799 041,24
Счета к оплате							
Полученные авансы							
Суммарные краткосрочные обязательства	20 182,62	89 106,49	124 579,28	157 314,46	330 086,22	588 350,62	862 647,51
Долгосрочные займы	1 452 082,32	1 514 082,16	1 624 453,41	1 741 623,36	1 551 415,41	1 274 690,51	978 046,03
Обыкновенные акции							
Привилегированные акции							
Капитал внесенный сверх номинала							
Резервные фонды							
Добавочный капитал	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00
Нераспределенная прибыль	-556 512,88	-747 846,40	-885 984,07	-893 141,08	-934 737,27	-971 353,34	-1 002 891,27
Суммарный собственный капитал	2 568 487,12	2 377 153,60	2 239 015,93	2 231 858,92	2 190 262,73	2 153 646,66	2 122 108,73
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	4 040 752,07	3 980 342,25	3 988 048,61	4 130 796,74	4 071 764,36	4 016 687,79	3 962 802,27

Баланс (руб.)

Строка	4кв. 2012г.	1кв. 2013г.	2кв. 2013г.	3кв. 2013г.	4кв. 2013г.	1кв. 2014г.	2кв. 2014г.
Денежные средства	673 246,57	720 388,85	773 902,46	889 209,21	525 059,16	1 084 272,97	1 796 279,27
Счета к получению							
Сырье, материалы и комплектующие	62 504,34	74 048,75	78 282,14	84 049,10	88 010,05	93 253,60	92 627,78
Незавершенное производство	13 732,01	14 067,37	15 332,53	16 043,22	17 079,03	18 745,93	
Запасы готовой продукции							
Банковские вклады и ценные бумаги							
Краткосрочные prepaid расходы							
Суммарные текущие активы	749 482,91	808 504,97	867 517,13	989 301,52	630 148,24	1 196 272,50	1 888 907,05
Основные средства	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00	4 392 220,00
Накопленная амортизация	1 228 952,50	1 338 758,00	1 448 563,50	1 558 369,00	1 668 174,50	1 777 980,00	1 887 785,50
Остаточная стоимость основных средств:	3 163 267,50	3 053 462,00	2 943 656,50	2 833 851,00	2 724 045,50	2 614 240,00	2 504 434,50
Земля							
Здания и сооружения							
Оборудование	3 163 267,50	3 053 462,00	2 943 656,50	2 833 851,00	2 724 045,50	2 614 240,00	2 504 434,50
Предоплаченные расходы							
Другие активы							
Инвестиции в основные фонды							
Инвестиции в ценные бумаги							
Имущество в лизинге							
СУММАРНЫЙ АКТИВ	3 912 750,41	3 861 966,97	3 811 173,63	3 823 152,52	3 354 193,74	3 810 512,50	4 393 341,55
Отсроченные налоговые платежи	63 519,53	92 896,44	99 405,60	109 766,57	121 147,04	128 769,45	149 406,37
Краткосрочные займы	1 753 386,45	1 469 182,88	1 179 561,53	871 433,46			
Счета к оплате							
Полученные авансы							
Суммарные краткосрочные обязательства	1 816 905,98	1 562 079,32	1 278 967,13	981 200,03	121 147,04	128 769,45	149 406,37
Долгосрочные займы							
Обыкновенные акции							
Привилегированные акции							
Капитал внесенный сверх номинала							
Резервные фонды							
Добавочный капитал	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00	3 125 000,00
Нераспределенная прибыль	-1 029 155,57	-825 112,35	-592 793,50	-283 047,51	108 046,70	556 743,05	1 118 935,18
Суммарный собственный капитал	2 095 844,43	2 299 887,65	2 532 206,50	2 841 952,49	3 233 046,70	3 681 743,05	4 243 935,18
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	3 912 750,41	3 861 966,97	3 811 173,63	3 823 152,52	3 354 193,74	3 810 512,50	4 393 341,55

Кэш-фло (руб.)

Строка	1.2011	2.2011	3.2011	4.2011	5.2011	6.2011	7.2011
Поступления от продаж			472 548,74	475 220,60	477 907,56	480 609,72	486 430,38
Затраты на материалы и комплектующие		12 640,12	222 792,71	174 617,26	175 604,58	176 637,58	178 796,92
Затраты на сдельную заработную плату							
Суммарные прямые издержки		12 640,12	222 792,71	174 617,26	175 604,58	176 637,58	178 796,92
Общие издержки	107 250,00	107 856,41	108 466,24	109 079,53	109 696,28	110 316,52	110 940,26
Затраты на персонал	10 100,00	119 371,15	120 046,09	120 724,85	121 407,44	122 093,90	122 784,23
Суммарные постоянные издержки	117 350,00	227 227,55	228 512,33	229 804,37	231 103,72	232 410,42	233 724,50
Вложения в краткосрочные ценные бумаги							
Доходы по краткосрочным ценным бумагам							
Другие поступления							
Другие выплаты							
Налоги	14 227,20	44 436,24	41 055,76	61 179,64	57 548,52	71 136,80	92 755,76
Кэш-фло от операционной деятельности	-131 577,20	-284 303,91	-19 812,07	9 619,32	13 650,74	424,92	-18 846,80
Затраты на приобретение активов	1 892 220,00						
Другие издержки подготовительного периода	31 500,00	10 559,37					
Поступления от реализации активов							
Приобретение прав собственности (акций)							
Продажа прав собственности							
Доходы от инвестиционной деятельности							
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-1 923 720,00	-10 559,37					
Собственный (акционерный) капитал							
Займы	1 078 297,20	330 733,83	56 530,49	27 561,25	22 073,24	37 229,09	59 334,08
Выплаты в погашение займов							
Выплаты процентов по займам		19 209,94	19 963,68	20 331,17	20 625,48	21 121,86	21 912,98
Лизинговые платежи							
Выплаты дивидендов							
Кэш-фло от финансовой деятельности	1 078 297,20	311 523,89	36 566,81	7 230,08	1 447,76	16 107,23	37 421,10
Баланс наличности на начало периода	1 000 000,00	23 000,00	39 660,61	56 415,35	73 264,75	88 363,26	104 895,41
Баланс наличности на конец периода	23 000,00	39 660,61	56 415,35	73 264,75	88 363,26	104 895,41	123 469,71

Кэш-фло (руб.)

Строка	8.2011	9.2011	10.2011	11.2011	12.2011	1.2012	2.2012	3.2012
Поступления от продаж	489 180,73	579 822,26	596 672,15	613 799,85	617 270,36	620 760,50	625 234,52	629 740,79
Затраты на материалы и комплектующие	181 705,65	214 578,78	217 524,52	224 210,00	223 713,97	224 978,89	226 600,38	228 233,56
Затраты на сдельную заработную плату								
Суммарные прямые издержки	181 705,65	214 578,78	217 524,52	224 210,00	223 713,97	224 978,89	226 600,38	228 233,56
Общие издержки	111 567,54	112 198,35	112 832,74	113 470,71	114 112,29	114 757,50	115 584,59	116 417,65
Затраты на персонал	123 478,47	124 176,64	124 878,75	125 584,84	126 294,91	137 816,00	138 809,28	139 809,73
Суммарные постоянные издержки	235 046,01	236 374,99	237 711,49	239 055,55	240 407,20	252 573,50	254 393,88	256 227,38
Вложения в краткосрочные ценные бумаги								
Доходы по краткосрочным ценным бумагам								
Другие поступления								
Другие выплаты								
Налоги	72 233,68	72 352,61	101 927,57	83 574,32	85 312,73	109 775,14	90 340,86	90 991,98
Кэш-фло от операционной деятельности	195,39	56 515,87	39 508,57	66 959,98	67 836,46	33 432,97	53 899,40	54 287,87
Затраты на приобретение активов								
Другие издержки подготовительного периода								
Поступления от реализации активов								
Приобретение прав собственности (акций)								
Продажа прав собственности								
Доходы от инвестиционной деятельности								
Кэш-фло от инвестиционной деятельности								
Собственный (акционерный) капитал								
Займы	38 718,98	39 335,49	60 858,42	40 877,60	44 746,08	7 913,88		
Выплаты в погашение займов							13 479,20	12 128,11
Выплаты процентов по займам	22 429,24	22 953,71	23 765,16	24 310,19	24 906,80	25 012,32	24 832,60	24 670,89
Лизинговые платежи								
Выплаты дивидендов								
Кэш-фло от финансовой деятельности	16 289,74	16 381,78	37 093,26	16 567,41	19 839,28	-17 098,44	-38 311,80	-36 799,00
Баланс наличности на начало периода	123 469,71	139 954,84	212 852,49	289 454,32	372 981,72	460 657,45	476 991,98	492 579,58
Баланс наличности на конец периода	139 954,84	212 852,49	289 454,32	372 981,72	460 657,45	476 991,98	492 579,58	510 068,45

Кэш-фло (руб.)

Строка	4.2012	5.2012	6.2012	7.2012	8.2012	9.2012	10.2012	11.2012
Поступления от продаж	634 279,53	638 850,99	643 455,40	648 092,99	652 764,00	657 468,69	662 207,28	666 980,02
Затраты на материалы и комплектующие	229 878,52	231 535,33	233 204,08	234 884,85	236 577,74	238 282,84	240 000,22	241 729,98
Затраты на сдельную заработную плату								
Суммарные прямые издержки	229 878,52	231 535,33	233 204,08	234 884,85	236 577,74	238 282,84	240 000,22	241 729,98
Общие издержки	117 256,71	118 101,82	118 953,01	119 810,35	120 673,86	121 543,59	122 419,60	123 301,92
Затраты на персонал	140 817,38	141 832,30	142 854,53	143 884,13	144 921,15	145 965,64	147 017,66	148 077,27
Суммарные постоянные издержки	258 074,09	259 934,11	261 807,54	263 694,48	265 595,01	267 509,24	269 437,26	271 379,18
Вложения в краткосрочные ценные бумаги								
Доходы по краткосрочным ценным бумагам								
Другие поступления								
Другие выплаты								
Налоги	111 058,86	92 308,32	92 973,62	112 450,85	94 318,63	94 998,41	113 886,31	96 372,72
Кэш-фло от операционной деятельности	35 268,07	55 073,23	55 470,16	37 062,81	56 272,63	56 678,20	38 883,49	57 498,14
Затраты на приобретение активов								
Другие издержки подготовительного периода								
Поступления от реализации активов								
Приобретение прав собственности (акций)								
Продажа прав собственности								
Доходы от инвестиционной деятельности								
Кэш-фло от инвестиционной деятельности								
Собственный (акционерный) капитал								
Займы	7 112,48			5 427,90			3 672,69	
Выплаты в погашение займов		12 735,63	13 180,52		13 836,78	14 302,50		15 009,65
Выплаты процентов по займам	24 765,73	24 595,92	24 420,18	24 492,55	24 308,06	24 117,36	24 166,33	23 966,20
Лизинговые платежи								
Выплаты дивидендов								
Кэш-фло от финансовой деятельности	-17 653,25	-37 331,55	-37 600,70	-19 064,65	-38 144,84	-38 419,86	-20 493,64	-38 975,85
Баланс наличности на начало периода	510 068,45	527 683,28	545 424,96	563 294,43	581 292,59	599 420,38	617 678,72	636 068,57
Баланс наличности на конец периода	527 683,28	545 424,96	563 294,43	581 292,59	599 420,38	617 678,72	636 068,57	654 590,86

Кэш-фло (руб.)

Строка	12.2012	1.2013	2.2013	3.2013	4.2013	5.2013	6.2013
Поступления от продаж	671 787,16	801 073,16	808 070,20	815 128,37	822 248,18	829 430,19	858 723,14
Затраты на материалы и комплектующие	246 563,84	297 820,43	288 736,41	291 258,40	293 802,43	297 070,43	310 432,11
Затраты на сдельную заработную плату							
Суммарные прямые издержки	246 563,84	297 820,43	288 736,41	291 258,40	293 802,43	297 070,43	310 432,11
Общие издержки	124 190,59	125 085,68	126 178,25	127 280,36	128 392,11	129 513,56	130 644,81
Затраты на персонал	149 144,51	138 439,81	139 649,03	140 868,80	142 099,23	143 340,41	144 592,43
Суммарные постоянные издержки	273 335,10	263 525,48	265 827,27	268 149,17	270 491,34	272 853,97	275 237,24
Вложения в краткосрочные ценные бумаги							
Доходы по краткосрочным ценным бумагам							
Другие поступления							
Другие выплаты							
Налоги	97 067,30	110 865,94	119 749,89	123 020,80	141 494,38	125 945,37	127 345,97
Кэш-фло от операционной деятельности	54 820,91	128 861,30	133 756,63	132 700,00	116 460,04	133 560,42	145 707,82
Затраты на приобретение активов							
Другие издержки подготовительного периода							
Поступления от реализации активов							
Приобретение прав собственности (акций)							
Продажа прав собственности							
Доходы от инвестиционной деятельности							
Кэш-фло от инвестиционной деятельности							
Собственный (акционерный) капитал							
Займы							
Выплаты в погашение займов	12 363,86	87 435,69	98 322,28	98 445,60	83 180,91	102 210,87	104 229,57
Выплаты процентов по займам	23 801,35	22 635,54	21 324,57	20 011,97	18 902,89	17 540,08	16 150,35
Лизинговые платежи							
Выплаты дивидендов							
Кэш-фло от финансовой деятельности	-36 165,21	-110 071,23	-119 646,85	-118 457,57	-102 083,80	-119 750,95	-120 379,92
Баланс наличности на начало периода	654 590,86	673 246,57	692 036,63	706 146,41	720 388,85	734 765,09	748 574,56
Баланс наличности на конец периода	673 246,57	692 036,63	706 146,41	720 388,85	734 765,09	748 574,56	773 902,46

Кэш-фло (руб.)

Строка	7.2013	8.2013	9.2013	10.2013	11.2013	12.2013	1-6.2014
Поступления от продаж	889 017,48	910 417,25	918 369,38	937 111,62	961 836,43	970 237,68	6 307 645,47
Затраты на материалы и комплектующие	322 724,30	328 982,63	330 651,51	337 357,14	343 677,65	346 319,50	2 231 097,03
Затраты на сдельную заработную плату							
Суммарные прямые издержки	322 724,30	328 982,63	330 651,51	337 357,14	343 677,65	346 319,50	2 231 097,03
Общие издержки	131 785,94	132 937,03	134 098,18	135 269,48	136 451,00	137 642,84	833 070,60
Затраты на персонал	145 855,39	147 129,38	148 414,49	149 710,83	151 018,50	152 337,58	922 009,13
Суммарные постоянные издержки	277 641,33	280 066,41	282 512,68	284 980,31	287 469,50	289 980,43	1 755 079,73
Вложения в краткосрочные ценные бумаги							
Доходы по краткосрочным ценным бумагам							
Другие поступления							
Другие выплаты							
Налоги	149 288,14	138 669,97	143 323,10	160 967,68	150 732,61	156 905,10	1 050 248,60
Кэш-фло от операционной деятельности	139 363,71	162 698,25	161 882,09	153 806,49	179 956,67	177 032,64	1 271 220,11
Затраты на приобретение активов							
Другие издержки подготовительного периода							
Поступления от реализации активов							
Приобретение прав собственности (акций)							
Продажа прав собственности							
Доходы от инвестиционной деятельности							
Кэш-фло от инвестиционной деятельности							
Собственный (акционерный) капитал							
Займы							
Выплаты в погашение займов	89 665,27	108 177,54	110 285,26	671 433,46	200 000,00		
Выплаты процентов по займам	14 954,81	13 512,44	12 041,97	3 089,53	422,86		
Лизинговые платежи							
Выплаты дивидендов							
Кэш-фло от финансовой деятельности	-104 620,08	-121 689,98	-122 327,23	-674 522,99	-200 422,86		
Баланс наличности на начало периода	773 902,46	808 646,09	849 654,35	889 209,21	368 492,71	348 026,51	525 059,16
Баланс наличности на конец периода	808 646,09	849 654,35	889 209,21	368 492,71	348 026,51	525 059,16	1 796 279,27

График погашения кредита

Строка	1.2011	2.2011	3.2011	4.2011	5.2011	6.2011	7.2011	8.2011	9.2011
Поступление займа	1 078 297,20	330 733,83	56 530,49	27 561,25	22 073,24	37 229,09	59 334,08	38 718,98	39 335,49
Выплата процентов									
Выплата в счет погашения кредита		19 209,94	19 963,68	20 331,17	20 625,48	21 121,86	21 912,98	22 429,24	22 953,71

График погашения кредита

Строка	10.2011	11.2011	12.2011	1.2012	2.2012	3.2012	4.2012	5.2012
Поступление займа	60 858,42	40 877,60	44 746,08	7 913,88			7 112,48	
Выплата процентов					13 479,20	12 128,11		12 735,63
Выплата в счет погашения кредита	23 765,16	24 310,19	24 906,80	25 012,32	24 832,60	24 670,89	24 765,73	24 595,92

График погашения кредита

Строка	6.2012	7.2012	8.2012	9.2012	10.2012	11.2012	12.2012	1.2013
Поступление займа		5 427,90			3 672,69			
Выплата процентов	13 180,52		13 836,78	14 302,50		15 009,65	12 363,86	87 435,69
Выплата в счет погашения кредита	24 420,18	24 492,55	24 308,06	24 117,36	24 166,33	23 966,20	23 801,35	22 635,54

График погашения кредита

Строка	2.2013	3.2013	4.2013	5.2013	6.2013	7.2013	8.2013
Поступление займа							
Выплата процентов	98 322,28	98 445,60	83 180,91	102 210,87	104 229,57	89 665,27	108 177,54
Выплата в счет погашения кредита	21 324,57	20 011,97	18 902,89	17 540,08	16 150,35	14 954,81	13 512,44

График погашения кредита

Строка	9.2013	10.2013	11.2013	12.2013	1.2014	2.2014	3.2014	4.2014	5.2014
Поступление займа									
Выплата процентов	110 285,26	671 433,46	200 000,00						
Выплата в счет погашения кредита	12 041,97	3 089,53	422,86						