

сайт: www.probp.ru

Оглавление:

- 1. Резюме**
 - 2. Описание товара**
 - 3. Оценка рынка сбыта и уровня конкуренции**
 - 4. Стратегии Маркетинга**
 - 5. Организационная схема предприятия**
 - 6. Финансовый план**
 - 7. Перспективы бизнеса**
- Список литературы**



1. Резюме

АОЗТ АвтоДиск (зарегистрирована в Торгово-Промышленной палате РФ, номер лицензии 16478561)

- планирует производство нового вида продукции: автомобильных литых дисков и выход с ним на рынок г. Новосибирска. Литые диски отличаются от обычных дисков прочностью, и значительно более приятным дизайном. Колеса с такими дисками более прочные и привлекательные. Фирма планирует занять 2 % рынка за 1 год 8 % во 2 год 14 % в 3 год Основными конкурентами являются отечественные ВАЗ и зарубежные Rover и Chrysler По сравнению с ними продукция нашей фирмы обладает рядом преимуществ - уникальный сплав с добавлением титана и металлопластика (патент № 190985) и является вполне конкурентоспособной.
- План продвижения товара на рынок. Применяется подход к ценообразованию цена такая же, как у конкурентов, в качестве ориентира служит фирма ВАЗ. Упор делается на проведение интенсивной рекламной компании и качественном послепродажном обслуживании. В рекламе рассматриваются наличие уникальных свойств товара тестирование его независимыми лабораториями и получения сертификата соответствия №987120. Рекламная компания должна проводиться под лозунгом “Отличные диски - отличный автомобиль”.
- Каналы сбыта. Планируется продажа товара через фирменный магазин “АвтоДиски” и через торговых посредников со скидками 10 %. Оптовые продажи со склада (партиями от 50 дисков) со скидкой 5 %.
- Стимулирование сбыта. Наша фирма будет предоставлять рассрочку при покупке от 10 дисков сроком до 1 месяца.
- Оценка риска проекта. Для рисков балл которых $W_i * V_i$ (где W_i - вес риска V_i - средняя вероятность возникновения) > 10 разработаны меры противодействия

- Коэффициенты финансовой оценки проекта. Рентабельность продукции = $\text{Прибыль реализации} / \text{Полная себестоимость} = 719.28 / 2663.3 = 0.27$.
Рентабельность изделия = $\text{Прибыль реализации} / \text{Себестоимость переработки} = 719.28 / 1028 = 0.7$

Рентабельность продаж = $\text{Балансовая прибыль} / \text{Выручка} = 719.28 / 3377.2 = 0.21$

Норма прибыли = $\text{Чистая прибыль} / \text{Инвестиции} = 467.53 / 2663 = 0.18$

- Себестоимость продукции составила 369.9 рублей, безубыточность производства достигается при выпуске 5700 единиц продукции.
- Необходимо инвестиций 3 663 тыс. руб. Возврат средств с учетом дисконтирования (банковский процент 10 %) за 3 года 5 месяцев.

2. Описание товара

Автомобильные колеса с литыми дисками являются неотъемлемой и важной частью автомобиля. Правильный выбор дисков влияет на безопасность движения. Литые диски отличаются от обычных, запасом прочности.

Технические характеристики

Автомобильные диски нашей фирмы соответствуют стандарту на подобные изделия №19860-79 Госстандарта РФ.

- Размеры: диаметр -35см ширина 20см
- Специальный сплав: EX1275 разработка фирмы (патент № 980456) с добавлением титана и металлопластика.
- Срок службы :рассчитаны на пробег 300000 км

Возможные покупатели товара

Автомобильные литые диски нашей фирмы (Модель № 1) предназначены для автомобилей отечественного производства ВАЗ 2101 - ВАЗ 2107, ВАЗ 2108, ВАЗ 2109 и автомобилей импортного производства среднего класса типа FIAT, OPEL, VolksWagen и других (Подробный перечень марок автомобилей можно посмотреть в нашем магазине “АвтоДиски”, также он прилагается в документации к продукту) Существуют следующие потенциальные покупатели нашей продукции :

- Владельцы выше перечисленных марок автомобилей.
- Фирмы, занимающиеся техническим обслуживанием автомобилей.

Отличие товара от аналогичных товаров конкурентов

На Российском рынке существует несколько фирм производителей аналогичной продукции: отечественный ВАЗ и несколько зарубежных. Из зарубежных конкурентов в нашей стране получили наибольшее распространение две фирмы: Rover и Chrysler. Их продукция широко известна признана и высокого качества. Но очень высокая цена (> 800 руб.) препятствует широкому распространению товара. Диски нашей фирмы практически не уступают по качеству этим аналогам, при этом имеют более низкую цену (около 450 руб.). По

сравнению с продукцией отечественного ВАЗа наш продукт при приблизительно равных ценах имеет больший срок службы, что подтверждено тестовыми испытаниями нашей фирмы и несколькими независимыми тестовыми лабораториями (Имеется сертификат соответствия № 524). Использование уникального сплава из металлопластика ЕХ 1275 (патент №980456) позволяет нашей продукции иметь лучшие показатели прочности и износостойкости.

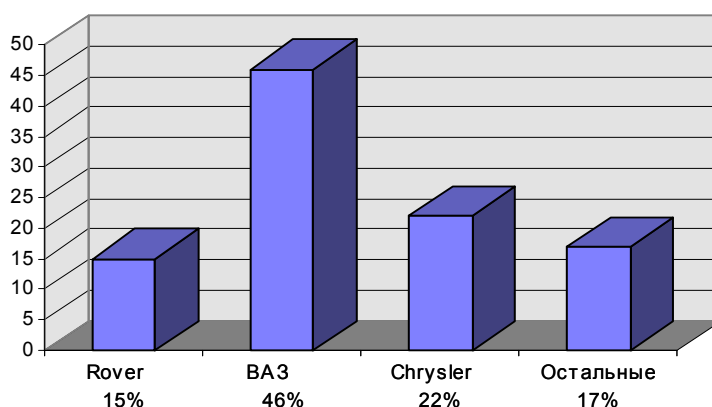
3. Оценка рынка сбыта и уровня конкуренции

Проводился опрос владельцев 10-ти крупнейших магазинов торгующих запасными частями к автомобилям. Анкета содержала вопросы о количестве покупателей данного вида продукта, о темпах роста количества покупателей с прошлого 2000 года и о предпочтениях. Эти 10 магазинов охватывают 90% рынка сбыта автомобильных дисков в г.Новосибирске, остальные 10% приходятся на торговлю на рынках и продажу с рук. На основании анкет составлена таблица 1

Таблица 1

Среднее число покупателей во всех 10 магазинах (за 2000 год)	240 000 человек
Средние темпы роста числа покупателей (с конца 2000 по начало 2002 года)	21%
Объем продаж в руб. (усреднен по 10 магазинам) за 2000 год	1.4 млн. руб.
Средние темпы роста объема продаж (с конца 2000 по начало 2002 года)	24%

На основании анкет построена диаграмма распределения покупателей



Кол-во покупателей в г.Новосибирск по фирмам за 2000 год

Анализ сегмента рынка фирм занимающихся ремонтом и техническим обслуживанием автомобилей. Метод анализа был основан на распространении анкет среди проектных агентств и организаций в области инвестирования. В результате обработки данных были получены следующие результаты по сегменту рынка в г. Новосибирске:

Таблица 2

Кол-во фирм в данном сегменте	52(*)
Объем продаж дисков (в руб.) за 2000 г	1 250 млн.
Темпы роста объема продаж дисков с конца 2000 по начало 2002	11%

(*) 52 самые крупные фирмы делят 98% данного сегмента рынка

Особенностью данного сегмента рынка является

- Покупателей не много, но они крупные
- Для закупок используются специалисты
- Покупатели требуют льгот

Сегменты рынка

Наша фирма планирует действовать на следующих сегментах рынка

- Рынок частных лиц - владельцев автомобилей
- Рынок фирм занимающихся ремонтом и техническим обслуживанием автомобилей

Общий объем рынка на который выходит фирма составляет 1.4 млн. руб. + 1.250 млн. руб. = 2.650 млн. руб. со средними темпами роста (11% + 21%)/2=16.5% в год (цифры из таблиц 1,2) Рынок является перспективным и быстрорастущим. По исследованием консалтинговой фирмы Гарант подобные темпы роста сохранятся на ближайшие 2 - 3 года.

Вхождение фирмы на рынок

□ На сегодняшний день потребности покупателей на рынке владельцев автомобилей удовлетворяются в основном за счет отечественной фирмы ВАЗ как видно из диаграммы 1 она занимает 46% рынка. Наша фирма предполагает выходить на рынок с ценой продукта приблизительно равной цене этого производителя (около 450 рублей), но значительно большим сроком службы (300 000 км пробега у нас и 200 000 км у ВАЗа). Это позволит несколько потеснить эту фирму. Однако могут существовать следующие проблемы вступления на рынок

- Барьер мощности предприятия
- Широкая известность марки ВАЗ и относительно малая известность нашей марки на рынке автомобильных дисков.

Пути решения этих проблем в агрессивной маркетинговой стратегии и тактики.

Конкуренция на рынке сбыта. На рынке автомобилей основными конкурентами нашей фирмы являются отечественный ВАЗ и зарубежные Rover и Chrysler. В таблице 3 приведена сравнительная характеристика по факторам конкурентоспособности. Каждый фактор в таблице получает оценку от 0 (наиболее слабые позиции) до 5 (доминирующие позиции) Для проведения экспертной оценки была сформирована группа из наиболее квалифицированных работников фирмы

Таблица 3

Факторы конкурентоспособности	Фирма АОЗТ Диск	Главные конкуренты		
		Rover	Chrysler	ВАЗ
1 Товар				
1.1 Качество	3	5	5	2
1.2 ТЭП	4	4	4	3

Факторы конкурентоспособности	Фирма АОЗТ Диск	Главные конкуренты		
1.3 Престиж торговой марки	1	5	5	4
1.4 Уровень послепродажного обслуживания	5	3	2	2
1.5 Защищенность патентами	3	3	3	2
2 Цена				
2 1 Продажная	4	1	1	4
2 2 Процент скидки с цены	3	1	0	3
3 Продвижение товаров на рынках				
3 1 Реклама	4	5	4	3
3 2 Пропаганда	2	4	4	4
Общее количество баллов	29	31	28	27

Таким образом, по мнению экспертов, конкурентоспособность нашей продукции на уровне конкурентоспособности зарубежных фирм и выше отечественных на $(1-27/29)*100=7\%$ Конкурентоспособность нашей продукции в основном за счет высоких ТЭП (в частности большой срок службы) и высокого уровня послепродажного обслуживания Дальнейшее увеличение

конкурентоспособности возможно за счет тщательно выработанной маркетинговой стратегии фирмы.

4. Стратегии Маркетинга

Перед фирмой стоит задача войти на рынок автомобильных дисков г. Новосибирска. На сегменте владельцев - автомобилей в первый год занять 2% рынка. Данный сегмент отличает высокие уровни доходов покупателей, поэтому как считает фирма основной упор в реализации продукции должен делаться на качество и большой срок эксплуатации (в частности на “ноу-хау” фирмы - уникальный сплав титана с металлопластиком EWX 1275). В данном сегменте присутствуют три основных конкурента: отечественный ВАЗ и зарубежные Rover и Chrysler. Возможные противодействия нашему вступлению со стороны ВАЗа может быть резкое снижение цены (ценовой прессинг) вследствие достаточно больших производственных мощностей этой фирмы. Ответным действием может быть усиление рекламной компании и применение необычного приема маркетинга: каждому покупателю мы обеспечим возможность бесплатной балансировки колес с нашими дисками в течении 3-х недель со дня покупки. Наша фирма обеспечивает высокий уровень послепродажного обслуживания в сервис – центре ДискСервис ремонт и балансировку дисков с 20 % скидкой, если это диски нашей фирмы

Ценообразование. Фирма применяет подход к ценообразованию: цены в зависимости от цен конкурентов. Основным конкурентом является ВАЗ. Выходить на рынок мы планируем с ценой 450 рублей за диск (сегодняшняя цена ВАЗа). Мы считаем, что такая цена позволяет нашей продукции быть конкурентоспособной, и соответствует имиджу фирмы как производителю качественной и надежной продукции.

- При покупке оптом (от 4 дисков) фирма устанавливает скидки 5%
- Крупным торговым партнерам (от 200 дисков) скидки до 10 %

Проведение Рекламной кампании. Для вступления на рынок наша фирма делает основной упор в маркетинговой стратегии на проведение рекламной кампании. От этого зависит успех продвижения товара. Основной упор в рекламе делается на наличие уникальных свойств товара тестирование его независимыми

лабораториями и получения сертификата соответствия №987120 Рекламная компания должна проводиться под лозунгом “Отличные диски - отличная машина”.

Реализация рекламы

- Вывески в магазинах автомобильных зап.частей
- Рекламные объявления в журналах и газетах автолюбителей
- Теле- и радио реклама
- Издание рекламных проспектов

Схема распространения товаров

Таблица 4

Каналы продукции	сбыта	Реализованы ли на фирме (Да / Нет)	Преимущества / Недостатки
1 Со складов фирмы		Да (партии от 50 дисков)	Только крупными партиями
2 Через посредников		Да (скидки 10 %)	Необходимо производить отбор посредников (*)
3 Через магазины		Фирменный + магазины других фирм	
Оптом (от 4 дисков)		Да (скидки 5 %)	-
В розницу		Да	-
4 Заказы по почте		Нет	-
5 Продажа фирмам и организациям		Да	-
6 Заказы по телефонам		Нет	Необходимо наличие телефонной службы

Организация вывоза крупных партий товара со склада фирмы осуществляется транспортом заказчика

(*) Отбор предполагаемых посредников будет производиться отделом сбыта нашей фирмы на основе анализа их деятельности

Методы стимулирования сбыта

Фирма планирует реализовать следующие методы стимулирования сбыта:

- Предоставлять рассрочку частным лицам при покупке партий от 10 дисков сроком до одного месяца
- Оптовые скидки 5 % при покупке от 4 дисков

Риски проекта. Перечень рисков

Приоритеты по простым рискам не устанавливаются

Подготовительная стадия

Простые риски	Весы W_i
Удаленность от транспортных узлов	j
Удаленность от инженерных сетей	j
Отношение местных властей	j
Наличие альтернативных источников сырья	j

Строительная стадия

Простые риски	Весы W_i
Платежеспособность заказчика	1/5
Непредвиденные затраты в том числе из - за инфляции	1/5
Несвоевременная поставка комплектующих	1/5
Несвоевременная подготовка ИТР и рабочих	1/5
Недобросовестность подрядчика	1/5

Стадия функционирования финансово - экономические риски

Простые риски	Веса Wi
Изношенность оборудования	1/3
Нестабильность качества сырья и материалов	1/3
Отсутствие резерва мощности	1/3
Простые риски	Веса Wi
Неустойчивость спроса	1/7
Появление альтернативного продукта	1/7
Снижение цен конкурентами	1/7
Увеличение производства у конкурентов	1/7
Рост налогов	1/7
Неплатежеспособность потребителей	1/7
Рост цен на сырье материалы перевозки	1/7

Стадия функционирования социальные риски

Простые риски	Веса Wi
Трудности с набором квалифицированной силы	1/4
Угроза забастовки	1/4
Недостаточный уровень зарплаты	1/4
Квалификация кадров	1/4

Стадия функционирования технические риски

Стадия функционирования экологические риски

Простые риски	Веса Wi
---------------	------------

Простые риски	Веса Wi
Вероятность залповых выбросов	1/5
Выбросы в атмосферу и сбросу в воду	1/5
Близость населенного пункта	1/5
Вредность производства	1/5
Складирование отходов	1/5

Оценка рисков

Оценка проводилась по 100 бальной системе тремя экспертами нашей фирмы (0 - Риск несущественен 25 - риск скорее всего не реализуется 50 - о наступлении события ничего сказать нельзя 75 - риск скорее всего появиться 100 - риск наверняка реализуется)

Таблица 5

Простые риски	Эксперты			Vi средняя вероятность (1+2+3)/3	Балл Wi * Vi
	1	2	3		
Удаленность от инженерных сетей	0	0	0	0	0
Отношение местных властей	25	25	0	16	4
Наличие альтернативных источников сырья	50	50	25	41	10
Удаленность от транспортных узлов	0	0	0	0	0
Платежеспособность заказчика	25	25	0	16	4
Непредвиденные затраты в том числе из - за инфляции	50	75	75	67	13.4
Несвоевременная поставка	75	100	100	92	18.4

Простые риски	Эксперты			V_i средняя вероятность $(1+2+3)/3$	Балл $W_i * V_i$
комплекующих					
Несвоевременная подготовка ИТР и рабочих	0	25	0	8	1.6
Недобросовестность подрядчика	0	0	0	0	0
Неустойчивость спроса	0	0	25	8	1.6
Появление альтернативного продукта	50	75	25	33	4.7
Снижение цен конкурентами	100	75	50	71	10
Увеличение производства у конкурентов	75	100	75	92	13.1
Рост налогов	50	75	50	58	8.2
Неплатежеспособность потребителей	25	0	0	8	1.6
Рост цен на сырье материалы перевозки	75	50	75	66	9.4
Трудности с набором квалифицированной силы	0	0	0	0	0
Угроза забастовки	25	0	0	8	1.6
Недостаточный уровень зарплаты	50	0	25	25	6.25
Квалификация кадров	0	0	0	0	0
Изношенность оборудования	25	25	25	25	8.3
Нестабильность качества сырья и материалов	25	0	0	8	2.6

Простые риски	Эксперты			V_i средняя	Балл $W_i * V_i$
				вероятность $(1+2+3)/3$	
Отсутствие резерва мощности	75	75	75	75	25
Вероятность залповых выбросов	50	50	25	41	8.2
Выбросы в атмосферу и сбросу в воду	75	50	50	58	11.6
Близость населенного пункта	100	100	100	100	20
Вредность производства	75	100	100	91	18.2
Складирование отходов	50	50	50	50	10

Для рисков балл которых $W_i * V_i > 10$ необходимо разрабатывать мероприятия противодействия

Таблица 6 (Мероприятия противодействия)

Простой риск	Мероприятия снижающие отрицательное воздействие риска
Непредвиденные затраты в том числе из - за инфляции	Занимать средства в твердой валюте
Несвоевременная поставка комплектующих	Минимизировать контакты с малоизвестными поставщиками
Увеличение производства у конкурентов	Увеличение рекламной кампании
Отсутствие резерва мощности	Заклучить договор об аренде производственной линии
Выбросы в атмосферу и сбросу в воду	-

Близость населенного пункта	-
Вредность производства	-

5. Организационная схема предприятия

АОЗТ Диск расположен по адресу: г.Новосибирск ул. Новосибирская, 34

Учредитель: Соловов Дмитрий Валерьевич (630009 г.Новосибирск ул.Декабристов111 – 165 тел. 13-25-98)

КБ Промстройбанк (адрес Новосибирск ул. Д.Ковольчук 220)

Расчетный счет №001507147 в 14 отделении КБ Промстройбанка

Директор Соловов Д.В.

Юрист Масленов В.А.

Главный бухгалтер Нерин С.А.

АОЗТ Диск планирует обладать:

- складскими площадями 250 кв. м и производственными площадями 1200 кв. м (по адресу Новосибирск ул. Гусинобродское шоссе)
- фирменным магазином “АвтоДиски” по адресу Новосибирск ул. Станционная, 34

NN		Количество (чел.)	Средняя заработная плата (в месяц), руб.
1.	Руководящий состав	12	7000
2.	Специалисты	17	6500
3.	Цех по выработке дисков	14	6000
4.	Тарный цех	22	5000
5.	Механический цех	39	5800

6.	Непромышленный персонал	8	4500
7.		112	34800

6. Финансовый план

Счет прибылей /убытков на 2002 год

Таблица 8

№ п п	Показатели	Прибыль тыс. руб.	Убытки тыс. руб.	Обоснование
1	Выручка	3377.2		
2	Балансовая прибыль в том числе	719.28		
2 1	Прибыль от реализации	719.28		
2 2	Прибыль от продажи имущества	-		
2 3	Прибыль от реализации товаров нар потребления	-		
2 4	Прибыль от внереализ операций	-		
3	Чистая прибыль	467.53		Прибыль - Налог на прибыль
4	Налогооблагаемая прибыль	719.28		Равна балансовой прибыли

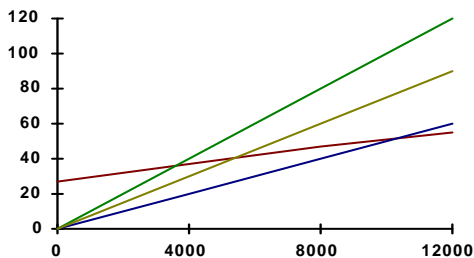
№ п п	Показатели	Прибыль тыс. руб.	Убытки тыс. руб.	Обоснование
	Итого прибыли	3377.2		
5	Себестоимость годовой продукции в том числе		2663.2	Табл.5
5 1	Себестоимость переработки		1028.2	Табл.5
5 2	Материальные затраты		1548	Табл.5
6	Выплачено дивидендов		-	
7	Налог на прибыль		251.8	35 % от 4
	Итого убытков		2915	
	Сальдо	462.2		Прибыль - Убытки

Баланс доходов / расходов по чистой прибыли

Таблица 9

№ п п	Показатели	Доход тыс. руб.	Расход тыс. руб.
1	Чистая прибыль	467.53	
2	Санкции / штрафы		-
3	Отчисления в резерв		200
4	Фонд развития пр. - ва		100
5	Фонд соц. культуры и жил стр - ва		-
6	Долевой фонд		-
7	Нераспред прибыль		167.53
	Итого	467.53	467.53

График достижения безубыточности



При цене 475 рублей безубыточность достигается при производстве 5700 штук дисков.

7. Перспективы бизнеса

Расчет себестоимости производства единицы продукции

Таблица 10

№ п/п	Статьи затрат	Сумма руб.	Обоснование
1	Сырье и основные материалы	90	таблица 10.1
2	Комплектующие и полуфабрикаты	100	таблица 10.1
3	Топливо и энергия на технологические нужды	25	по факту счетчика
4	Зарплата произв. рабочих	30	таблица 10.3
5	Отчисления на производственные нужды	11.7	39 % от пункта 4
6	Амортизация и аренда оборудования	5	таблица 10.1
	Итого прямых затрат	261.7	е 1 – 6
7	Цеховые расходы	15	50 % от пункта 4
8	Общезаводские расходы	30	100 % от пункта 4
9	Потери от брака	11.8	4.5 % от пр. затрат

№ п/п	Статьи затрат	Сумма руб.	Обоснование
10	Прочие производственные расходы	26.2	10 % от пр. затрат
11	Внепроизводственные расходы	13.1	5 % от пр. затрат
	Итого косвенных расходов	96.1	е 7 - 11
12	Плановая себестоимость	357.8	е 1 - 11
13	Отчисления во внебюджетные фонды	15.5	3.4 % от общ стоим работ (*)
14	Полная себестоимость	373.3	е 12 - 13

(*) Общая стоимость работ = Плановая себестоимость + Прибыль (плановая) 20 % от плановой себестоимости + Налог на прибыль (35 % от прибыли)

Общая стоимость работ = 357.8 + 71.6 + 25.1 = 454.5 рублей

Себестоимость переработки = Плановая себестоимость - Затраты на материалы - Затраты на работы сторонних организаций

Себестоимость переработки = 357.8 (12 из таблицы 8) - 90 (1 из таблицы 8) - 100 (2 из таблицы 8) - 25 (3 из таблицы 8) = 142.8 руб.

Таблица 10.1 Обоснование расходов на сырье материалы и полуфабрикаты на единицу продукта

№ п/п	Наименование продукта	Кол - во продукта	Цена за единицу руб.	Сумма руб.
1	Сталь марки ГОСТ 1245-76	3 кг	20	60
2	Титановый сплав 1873-67	0.9	100	90

3	Пластик марки 1593-33	1 кг	40	40
Итого всех затрат + 5 % на транспортные расходы (е 1 - 3) + 5 %				190

Таблица 10.3 (Обоснование расходов на заработную плату) за месяц

№ п/п	Должность	Оклад руб.	Отраб время час за мес	Сумма тыс. руб. (*)
	1	3	4	5
1	Рабочий 5 разр	1 500	144	9
2	Рабочий - штамповщик 5 разр	1 200	144	6
3	Рабочий - сборщик 2 разр	600	144	3
	Итого			18

(*) Кол - во рабочих * Оклад

Таблица 10 4 (Обоснование амортизационных расходов)

№ п/п	Наименова ние оборудован пия	Цена тыс. руб.	Срок служ бы лет	Аморт изация за год	Аморти зация за час руб. (*)	Отра ботан ное время час за месяц	Сумма руб.	Кол - во станк ов	Общая сумма тыс. руб.
1	Установка	25	5	5	29	144	417.6	3	1 252.8

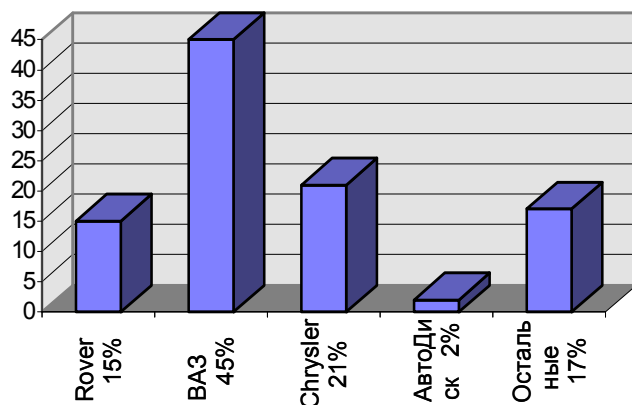
	ПО ИЗГОТОВЛЕН ИЮ СПЛАВА								
2	Станок штамповоч ный	50	5	10	58	144	835.2	2	1 670.4
	Итого								2 923.2

Расчет общей суммы проводился за месяц

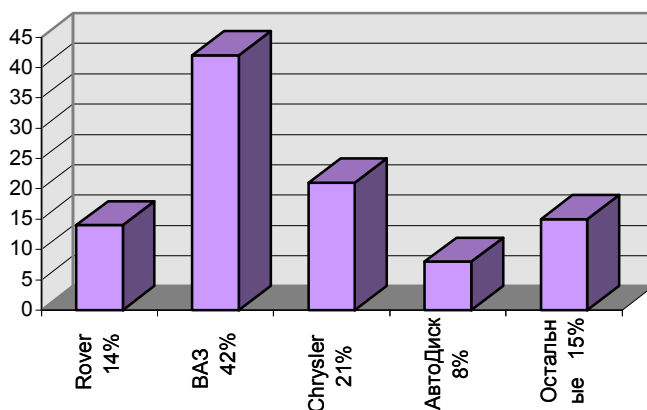
Прогноз объемов производства и реализации продукции

Динамика вступления фирмы на рынок владельцев автомобилей 2002 г

Положение на рынке в 2002г



Положение на рынке через год, в 2003 г



Положение на рынке через 2 года, в 2004г

Планируемое положение через 3 года, в 2005г

По данным диаграмм построена таблица 9 (Прогноз реализации товара)

Таблица 9

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
1 Предполагаемый объем производства (шт.)	7 200	24 000	31 200
2 Предполагаемая доля на рынке %	3	10	13
3 Предполагаемая продажа (тыс. руб.) по цене 450 руб.	3 240	10 800	14 040

Список литературы

1. Бизнес - план (методические материалы).- М: Финансы и статистика, 1995.-30.
2. Буров И.С., Морошкин М.В., Новиков А.П. Бизнес – план. Методика составления. – М.: ЦИПКК, 1994.-101 с.
3. Российский экономический журнал №4 1994
4. Дмитриев Ю.А., Гутман Г.В., Краев В.Н. Бизнес - план/структура, содержание/. Методические указания к разработке - М: Финансы и статистика, 1995.-30.
5. Уткин Э.А., Кочетова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. – М.: АКАЛИС, 1996. – 175 с.
6. Э.А. Уткин. «Профессия - менеджер», Экономика, 1992г., 181 стр.
7. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент. Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 447 с.
8. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/ Г.Б. Поляк, И.А. Акодис, Т.А. Краева и др.; Под ред. Г.Б. Полякова. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 518 с.
9. Финансы в управлении предприятием/ Под ред. А.М. Ковалевой – М.: Финансы и статистика, 1995. – 160 с.
10. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. – М.; ИНФРА-М, 1997. – 343 с.