

**Бизнес-план**

**ПРОИЗВОДСТВО МЯГКОЙ МЕБЕЛИ**

Автор: Зиянгирова И. А.

## СОДЕРЖАНИЕ

3.1. Суть предлагаемого проекта .....	4
3.2. Преимущества нашего проекта .....	4
3.3. Основные итоги финансово-экономических расчетов .....	5
Глава 4. Компания, область ее деятельности .....	6
4.1. Цель бизнеса .....	6
4.2. Анализ положения дел в области .....	6
4.3. Девиз, эмблема .....	7
Глава 5. Продукт .....	8
5.1. Описание услуг .....	8
5.2. Уникальность услуг .....	8
5.3. Анализ продукции конкурентов .....	9
5.4. Будущий потенциал .....	9
Глава 6. Рынки .....	10
6.1. Потенциальные клиенты .....	10
6.2. Сегменты рынка, размер и его рост .....	10
6.3. Фирмы конкуренты, их влияние на нашу деятельность .....	11
6.4. Прогнозирование продаж .....	11
Глава 7. План маркетинга .....	13
7.1. Установление цены .....	14
7.2. Методы продвижения .....	14
7.3. Реклама .....	15
Глава 8. Оценка риска, мероприятия по устранению риска .....	16
Глава 9. Производственный план .....	17
9.1. Расположение фирмы .....	17
9.2. Оборудование фирмы .....	17
9.3. Фирмы поставщики и потребляемое сырье .....	18
9.4. Издержки производства и динамика их изменения .....	20
Глава 10. Организационный план .....	25

10.1. Форма собственности, штатное расписание .....	25
10.2. Организационная структура, должностные инструкции .....	27
Глава 11. Финансовый план.....	30
11.1. Таблица 1 "Начальный баланс денежных расходов и поступлений" .....	30
11.2. Таблица 2 "План доходов и расходов" .....	30
11.3. Таблица 3 "План распределения прибыли" .....	30
11.4. График прибыльности (безубыточности) .....	31
11.5. Определение эффективности использования капитала и финансового состояния предприятия.....	32
Глава 12. Вывод.....	33
Литература.....	36

### **3.1. Суть предлагаемого проекта**

Основная деятельность, планируемая фирмой, заключается в оказании услуг по производству мебели.

Для поддержки стабильности основной деятельности наша фирма планирует предложить клиентам следующее:

- производство мягкой мебели для дома: комплекты, состоящие из кресел и диванов, отдельно диваны, диван-кровати, кресла, раскладные кресла, мягкие уголки для гостиной комнаты;
- ремонт мебели, как произведенной нашей фирмой, так и другими производителями;
- производство мягкой мебели для офисов;
- сборка готовых комплектов мебели по заказам населения;
- предоставляем консультации квалифицированного специалиста по вопросам оформления квартиры, офиса;
- продаем в розницу необходимые детали мебели, пиломатериал;
- доставка мебели по месту назначения.

### **3.2. Преимущества нашего проекта**

Рассмотрев положение дел в городе Нефтекамске в области производства мебели, можно сказать, что производство мебели представлено группой частных предпринимателей без образования юридического лица. Такая форма предпринимательства является менее устойчивой, чем организация бизнеса посредством создания фирмы, которая является юридическим лицом. Наша фирма является юридическим лицом, что усиливает надежность открываемого дела и привлечения инвестиций.

Кроме мебели, произведенной в городе Нефтекамске, в продаже присутствует мебель, привезенная из других городов и республик, в частности: из Ижевска, Белоруссии, Польши, Италии. Отрицательной стороной этого является дороговизна мебели. Это связано с тем, что расходы по доставке прямо пропорционально влияют на изменение цены. Мебель же произведенная нашей фирмой вполне конкурентоспособна и значительно отличается по стоимости.

Важным моментом является то, что наша фирма находится в центре города. Рядом с производственным помещением расположен салон – магазин, здесь клиенты могут ознакомиться с интересующей их мебелью, которая представлена в широком ассортименте.

Характерной чертой производимой нами мебели является ее качество. Фирмой закуплено совершенное оборудование по обработке древесины, оборудование обслуживает персонал широкого профиля – все это позволит добиться желаемого результата.

Немаловажным моментом является то, что фирма по желанию клиента производит доставку мебели по месту назначения.

### 3.3. Основные итоги финансово-экономических расчетов

Показатели	За первый год работы	За второй год работы
1 Объем продаж, ед.	300	375
2 ВРП, руб.	1 981 207, 00	2 290 601, 00
3 Затраты на производство, руб.	1 582 799, 35	1 831 500, 00
4 Чистая прибыль, руб.	138 545, 89	160 263, 18
5 Рентабельность собств. кап., %	39, 5	45, 7
6 Рентабельность изделия, %	20, 1	20, 1

## **Глава 4. Компания, область ее деятельности**

### **4.1. Цель бизнеса**

Я – учредитель, создавая данную фирму, ставлю перед собой следующие цели:

1. Выбрать долю рынка.
2. Ознакомить потребителей с предлагаемыми нами товарами, устроив выставку – продажу.
3. Сбор и обработка заказов потребителей.
4. Постоянное совершенствование продукции по всем ее параметрам.
5. Постоянное увеличение доли рынка посредством расширения числа клиентов.
6. Получение максимальной прибыли.

### **4.2. Анализ положения дел в области**

В настоящее время перед мебельной промышленностью поставлены задачи повышения качества и улучшения ее ассортимента, а также снизить материалоемкость и трудоемкость выпускаемых изделий. Эти мероприятия планируется выполнить главным образом за счет широкого внедрения в мебельной промышленности последних достижений науки и техники.

На конструкцию и форму мебели оказывает влияние выбранный стиль. Под стилем понимают единство применения определенных принципов архитектуры и форм украшений в разных областях жизни.

Применительно к истории развития форм и конструкции мебели существуют следующие основные важнейшие эпохи стилей мебели, а именно:

- |                                 |                         |
|---------------------------------|-------------------------|
| - народная мебель               | - первая четверть 18 в. |
| - барокко                       | - середина 18 в.        |
| - русский классицизм            | - конец 18 в.           |
| - русский ампир                 | - с 1830 г.             |
| - бидермайер                    | - с 1850 г.             |
| - элементы различных стилей     | - конец 19 в.           |
| - модерн и псевдорусский стиль  | - начало 20 в.          |
| - функционально-конструкторский | - настоящее время       |

Экономический кризис, который овладел реальным сектором экономики т.е. промышленностью, коснулся и деревообрабатывающих отрасли производства. Сложившееся бедственное положение предприятий деревообрабатывающей отрасли вызвано, прежде всего, падением объемов производства, ослаблением научно-технического потенциала, сокращением инвестиционной деятельности и другими причинами.

Для того, чтобы стабилизировать сложившуюся обстановку, необходимо проводить политику поддержки отечественных производителей, одним из

элементов которой является увеличение объемов инвестиций в производство. Инвестиции являются основным движущим инструментом развития производства. Они влекут за собой внедрение новых технологий, повышение квалификации работников, в целом – оживление отрасли.

Выбранную нами область деятельности мы считаем одной из наиболее перспективных. На всех этапах развития люди пытались по мере возможности как-то благоустроить свой быт. С годами потребности и требования людей увеличились и усовершенствовались. Наша фирма готова выполнить любые требования и угодить самому разборчивому клиенту. К тому же в городе Нефтекамске производство мебели является неразвитым и нашей фирме предстоит большой фронт работы, к которой мы готовы приступить.

### **4.3. Девиз, эмблема**

Наш девиз: *«Мы будем работать над вашей мечтой, чтобы дома вас ждали уют и покой!»*

Наша эмблема:



## **Глава 5. Продукт**

### **5.1. Описание услуг**

Производимая нами мебель способна полностью удовлетворить потребности людей, желающих ее приобрести. Наша мебель создаст Вам ту необходимую обстановку, которой Вы хотели, а также будет удовлетворена потребность в долговечности использования приобретенной мебели.

Наша фирма считает нужным ознакомить клиентов с теми особенностями, которых мы придерживаемся:

1. Мебель выполнена с соблюдением определенных стилей и конструкций.
2. Фирма ведет изучение проектов квартир для того, чтобы клиенты могли приобретать мебель с учетом особенностей расположения квартиры.
3. Предлагаемая нами мебель является многофункциональной.

Проведя сравнение нашей мебели с мебелью конкурентов, мы можем назвать следующее: материал, которым обшита наша мебель, не уступает по долговечности и устойчивы к чистке; для диванов у нас предусмотрены подушки с плотным слоем поролона; по аккуратности исполнения она не уступает конкурентам; одним из плюсов является возможность выбора широкой цветовой гаммы.

Многофункциональность нашей мебели предусматривает: встроенные в диван шкафы; мебель раскладывается; для прихожей у нас предусмотрены мягкие стулья, в которых встроены шкафчики.

Для того, чтобы во время продажи мебель не была повреждена, она упаковывается в полиэтилен и картон. По желанию клиентов фирма осуществляет доставку мебели по местам назначения.

### **5.2. Уникальность услуг**

Обращаясь в нашу фирму, по поводу приобретения мебели клиент, прежде всего, выигрывает в том, что:

- 1) он получает бесплатную консультацию специалиста по интересующему его вопросу;
- 2) приобретает многофункциональную мебель при незначительной разнице цен по сравнению с мебелью другого производства;
- 3) возможность изготовления мебели по заказу клиента;
- 4) фирма делает скидки для пенсионеров и новобрачным;
- 5) мебель доставляется непосредственно по месту назначения и если требуется со сборкой по месту установки;
- 6) возможна продажа в рассрочку;
- 7) индивидуальность подхода к клиенту.



### **5.3. Анализ продукции конкурентов**

В городе Нефтекамске зарегистрировано около 20 частных предпринимателей, которые занимаются производством мебели для дома. В основном все производят мягкую мебель для гостиных комнат и спален, среди нее: диваны, диван-кровати, кровати разных размеров, диваны в комплекте с креслами, отдельно кресла, мягкие стулья и другую мебель. Достаточно скуден ассортимент кухонной мебели, мебели для прихожей, детских комнат и офисов. Имеющиеся в продаже кухонные гарнитуры, прихожие, мебель для офисов произведены в Италии, Польше, Германии, эта мебель отличается дороговизной.

Рассмотрев цены на мягкую мебель, можно сказать о том, что наиболее дешевой является мебель, произведенная в городе Нефтекамске, например, средняя стоимость мягкой мебели для гостиной комнаты составляет в среднем от 2500 до 10500 рублей.

Мебель, произведенная в городе Нефтекамске, реализуется в основном на колхозном рынке города Нефтекамска, в городе Бирске и других близлежащих городах. Привезенная мебель реализуется в магазинах: Домино; Круг; Мебель; Ника и других.

### **5.4. Будущий потенциал**

Чтоб реализовать наши товары с высокой потребительской ценностью и не сдавать своих позиций на конкурирующем рынке, наша фирма планирует:

- 1) более глубокое изучение потребностей клиентов;
- 2) разработка новых моделей более экономичной и доступной мебели;
- 3) расширение ассортимента продукции;
- 4) обмен опытом;
- 5) расширение доли рынка.

По мере увеличения производства мебели и насыщения ею рынка резко повышаются требования покупателя к ее качеству и ассортименту. В условиях, когда дефицит на мебель стал меньше, особое значение приобретает изучение текущей и перспективной потребности и спроса населения на мебель.

Гибкость в производстве и наличие своей производственной базы всегда позволяет вовремя реагировать на изменение потребности рынка, что дает возможность всегда оставаться конкурентоспособными в данном сегменте рынка.

Очевидно, что потребность в мебели всегда больше спроса в ней. Выявление величины потребности в мебели представляет лишь в социальном плане. По этой причине размер потребности в мебели не представляет практического интереса при планировании объемов производства, как на текущий, так и на перспективный периоды. Спрос же на мебель, наоборот, имеет неразрывную связь с планированием ее производства. Это обусловлено

тем, что объем производства мебели должен приближаться или полностью соответствовать величине спроса на нее.

## **Глава 6. Рынки**

### **6.1. Потенциальные клиенты**

Одним из основных вопросов экономики является вопрос: «Кто должен получить произведенный продукт?» И на этот вопрос, касающийся распределения произведенного продукта, рыночная система отвечает так: любой рыночный продукт распределяется между потребителями на основе их желания и способности заплатить за него существующую рыночную цену. Ключевую роль в формировании структуры расходов потребителей играют цены на продукты.

Наша фирма уделяет большое значение изучению этого вопроса, так как от степени его решения зависит ее настоящее и будущее. На стадии становления фирмы планируем, что нашими первыми клиентами станут жители города, которым мы готовы предложить широкий спектр услуг в области своей деятельности.

### **6.2. Сегменты рынка, размер и его рост**

Рынок состоит из множества типов потребителей с разными запросами. Люди разного возраста, разного уровня доходов, разных знаний придерживаются разных традиций, ценят в товаре не одно и то же.

**Сегмент рынка** – это потребители, одинаково реагирующие на те или иные достоинства товара.

**Сегментирование рынка** – это процесс разбивки потребителей на группы по какому-либо актуальному для покупки товара признаку (возрасту, полу, общественному положению и т.д.). сегментация рынка и ориентация на определенный специфический сегмент рынка, позволяет фирме с небольшими ресурсами эффективно конкурировать с фирмами больших размеров на специализированных рынках.

Проанализировав все варианты сегментации рынка, мы решили остановиться на сегментации по группам потребителей, так как считаем ее наиболее универсальной. От того, насколько правильно выбран сегмент рынка, во многом зависит успех фирмы в конкурентной борьбе.

Для удобства мы разбиваем сегмент рынка по группам потребителей на подгруппы:

1. *Преуспевающие клиенты* – для этой группы потребителей мы разработали специальные конструкции мебели, которые отличаются качеством материала, древесины, из которых они выполнены.
2. *Клиенты со средним доходом* – наибольший удельный вес производимой нами мебели падает именно на эту группу потребителей:

эта мебель также высокого качества, с расширенным ассортиментом и цветовой гаммой, выполнена с учетом расположения квартир.

3. *Клиенты с низким доходом* – наша фирма не оставила без внимания и эту группу потребителей, ведь в настоящее время, характеризующееся спадом производства, низким уровнем жизни эта группа достаточно велика. Каждая семья старается по мере возможности благоустроить свой быт, а наша фирма идет на встречу этому.

По мере возможности мы постараемся помочь каждой из групп потребителей в удовлетворении их потребностей, воплощение желаний.

### **6.3. Фирмы конкуренты, их влияние на нашу деятельность**

Область сравнения	Наша фирма	Белорусская мебель	Нефтекамское производство	Польская мебель
1 Реклама	5	5	4	3
2 Размещение	5	4	5	4
3 Продукты	5	5	4	5
4 Цены	4	4	5	3
5 Имидж	3	5	3	4
ИТОГО:	22	23	21	19

По итогам сравнения видно, что наша фирма на одном уровне с конкурентами. Этому способствует то, что, наша фирма расположена в городе. Производители, расположенные в других областях не имеют прямой связи с потребителями нашего района. Относительно качества наша фирма конкурирует с белорусской и менее с польской. Рассматривая цены, можно сказать, что они практически одинаковы.

Белорусские производители обладают большим баллом в области имиджа. Это объясняется тем, что пребывание их на рынке больше чем наше, но мы надеемся повысить свой рейтинг и в этой области, завоевав доверие клиентов.

### **6.4. Прогнозирование продаж**

Важнейшей частью маркетинга является организация сбыта. «Бизнес – это борьба за торговлю. Так было всегда и так будет. И тот, кто захочет избежать борьбы, должен присмотреть для себя место на государственной службе или спокойном отделе крупной компании», считает Герберт Ньютон Кессон, автор популярных книг по менеджменту и бизнесу. Бизнес следует начинать с конца, с обеспечения сбыта, - утверждает он.

Большинство фирм развивается медленно и никогда не достигает своих полных размеров. Они продают свои товары не в достаточном количестве. Некоторые из них прекращают свое существование, но основная масса движутся понемногу вперед, принося незначительную прибыль. Причина в том, что они отрицают именно то, что может принести по настоящему крупный

успех – продвижение сбыта. Иногда такие фирмы продолжают существовать длительное время, но никогда не процветают. Успех никогда не приходит к фирмам, которые не предпринимают бесконечного числа попыток продвинуть свои продажи. Какую бы качественную вещь ни производило предприятие, какую бы новинку оно не подготовило, люди не станут покупать это в достаточном для процветания производства количестве, если не будет проведена рекламная компания, не будут хорошо продуманы и подготовлены каналы сбыта, обучены штаты продавцов и торговых агентов, проведены работы по исследованию рынков.

Прогноз объемов реализации призван дать представление о той доле рынка, которую вы предполагаете завоевать вашей продукцией. Принято составлять такой прогноз на 2-3 года вперед, оценки должны быть реалистичными, так как под эти цифры необходимо будет нанимать работников, закупать оборудование, вкладывать финансовые ресурсы.

Данные сведем в таблицу:

Наименование продукта	Первый год											
	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал		
	Кол ед.	Цена руб.	Сумма руб.	Кол ед.	Цена руб.	Сумма руб.	Кол ед.	Цена руб.	Сумма руб.	Кол ед.	Цена руб.	Сумма руб.
1 Комплект м/м	30	9298	278928	35	9000	315000	38	8900	338200	40	8750	350000
2 Диван	15	6193	92889	18	6000	108000	20	5850	117000	22	5700	125400
3 Раскладное кресло	15	4204	63056	19	4100	77900	23	4000	92000	25	3500	87500
<b>Итого:</b>	<b>434874</b>			<b>500900</b>			<b>547200</b>			<b>562900</b>		
<b>Всего продаж:</b>	<b>2045874</b>											
	Второй год						Третий год					
	Кол ед.		с/с 1 изд.		общ. с/с		Кол ед.		с/с 1 изд.		общ. с/с	
1 Комплект м/м	150		8 400		1 260 000		155		8 400		1 302 000	
2 Диван	80		5 500		440 000		77		5 500		423 500	
3 Раскладное кресло	90		3 200		288 000		96		3 200		307 200	
4 Мягкая мебель для офиса	30		6 800		204 000		37		6 630		245 310	
5 Мебель для прихожей	25		4 100		102 500		30		4 000		120 000	
<b>Итого:</b>	<b>2 294 500</b>						<b>2 398 010</b>					

## Глава 7. План маркетинга

Соотношение спроса и предложения товаров формируется «рынком продавца» и «рынком покупателя».

Когда спрос значительно превышает предложение товара, мы имеем дело с «рынком продавца». В этом случае любой произведенный товар находит на рынке немедленный сбыт, даже если он и не вполне отвечает тем требованиям, которые предъявляет к нему покупатель. Товарный ассортимент беден, конкуренция отсутствует, покупатель вынужден брать то, что выбрасывает на рынок продавец.

«Рынок покупателя» открывает возможности выбора товара. Покупатель сравнивает между собой разные сорта товаров, выпущенные разными производителями, оценивает соответствие потребительских свойств товара своим желаниям, отдает предпочтение тому или иному сорту. Таким образом, для рынка покупателя характерно превышение предложения над спросом, пусть даже оно и не слишком велико.

Насыщение рынка товарами после второй мировой войны привело к возникновению философии и практики маркетинга. В основу стратегии и тактики маркетинга кладется наиболее эффективный с точки зрения сбыта принцип, сначала узнать какой товар, с какими потребительскими свойствами, по какой цене, в каких количествах и в каких местах хочет приобрести потенциальный покупатель, а потом думать об организации производства, производить и продавать изделия, на которые есть спрос.

**Маркетинг** – это комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ. В маркетинговые программы входят мероприятия:

- по улучшению товара и его ассортимента;
- изучению покупателя;
- изучению конкурентов;
- ценовая политика;
- формирование спроса;
- стимулирование сбыта и реклама;
- определение каналов сбыта;
- организация сервиса.

Маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью подчиненной условиям и требованиям рынка, находящегося в постоянном динамическом развитии.

Основой современной концепции маркетинга является изучение рынка.

## **7.1. Установление цены**

Главным ориентиром рыночного поведения являются цены. От цен зависит, какие издержки производителей будут возмещены в процессе реализации, а какие нет, каковы будут доходы от производства, в какие отрасли будут направлены ресурсы.

Закон спроса гласит, что потребители обычно приобретают больше товара по низкой цене, чем по высокой. Ценовая эластичность спроса определяет чувствительность покупателей к изменениям в ценах с точки зрения объема товара, который они приобретают.

В нашем бизнесе основная цель в первый год работы – чтобы товар покупали, мы стремимся завоевать репутацию, большую долю рынка, увеличить объем продаж.

Этапы формирования цены:

- 1) постановка задачи;
- 2) определение чувствительности покупателей к ценам;
- 3) оценка конкурентов;
- 4) анализ цен и товаров конкурентов;
- 5) выбор метода установления цен;
- 6) определение окончательной цены и ее изменений;
- 7) учет государственного регулирования цен.

Наиболее распространенными методами ценообразования на практике являются: средние издержки + прибыль, обеспечение безубыточности и целевой прибыли, установление цены, исходя из ощущения ценности товара, установление цены на основе закрытых торгов.

Наша фирма выбрала метод установления цены «средние издержки + прибыль». Расчет цены по этому методу является самым простым способом ценообразования, он заключается в начислении определенной стандартной наценки на себестоимость товара. Разница в наценках находится в зависимости от себестоимости товаров, их оборачиваемости, объемов продаж.

## **7.2. Методы продвижения**

Важной частью маркетинговых мероприятий является реклама.

**Реклама** – форма массового увещивания. Реклама переводит качество товаров и услуг на язык нужд и запросов потребителей.

Полезные стороны рекламы:

- реклама способствует распространению нового. Ее называют двигателем прогресса;
- реклама, создавая массовый спрос, способствует созданию массового производства, а следовательно, удешевляет цены. Недостаточная реклама может загубить вполне хорошее дело.
- реклама дает средства журналам, газетам, радио и телевидению.

Из самого определения рекламы, данного в книге Ч. Сэндиджа, самого серьезного и обстоятельного исследования о рекламе, следует, что реклама – это увещание, и увещание производится специалистами и мастерами психологического воздействия через мощную сеть коммуникаций. Не всегда оно производится в интересах потребителя, не всегда в деле рекламы присутствует социальная ответственность.

Помимо рекламы большую роль играет поддержание благоприятных отношений с общественностью – это освещение деятельности компании и ее услуг в прессе и создание условий благоприятных отзывов об услугах компании в газете, на телевидении.

### **7.3. Реклама**

Реклама в газете «Красное Знамя»:

Фирма «Диана» приглашает за покупками! В нашем салоне-магазине Вас ждет приятное удивление – широкий ассортимент мебели по доступным ценам.

Мы предлагаем Вам комплекты мягкой мебели, состоящие из кресел и диванов, отдельно диваны, диван-кровати, кресла, раскладные кресла, мягкие уголки для гостиной комнаты, наборы мебели для прихожей, мягкая мебель для офисов. А так же в продаже имеются составные части мебели: ролики, дверные ручки, отделочные материал и много другого для Вас!

Наша фирма оказывает разнообразные услуги, а также доставку мебели по месту назначения.

Мы ждем Вас по адресу: ул. Ленина 4 «в», с 10 до 20 часов, без перерыва на обед.

Реклама на нефтекамском телевидении:

Уважаемые нефтекамцы и гости города! Просим посетить Вас салон-магазин фирмы «Диана». Здесь в широком ассортименте представлена мягкая мебель для дома и офиса по доступным ценам.

Фирма оказывает услуги по доставке мебели по месту назначения.

Мы ждем Вас по адресу: ул. Ленина 4 «в», с 10 до 20 часов, без перерыва на обед.

## Глава 8. Оценка риска, мероприятия по устранению риска

Выбранная нами сфера бизнеса относится к хорошо освоенной области предпринимательства, а степень риска, связанной с неудачей, мы относим к среднему уровню.

Виды риска, которым подвержена наша деятельность и мероприятия по их устранению:

1. *Сбой в поставке сырья* – на этот случай фирма имеет по одному дополнительному поставщику, с которым предварительно уже были заключены договора на экстренную поставку сырья при таком роде случаях. Для этого еще помимо текущего запаса фирма будет иметь страховой запас материалов, который обеспечивает бесперебойную работу производства в случае задержки очередной партии сырья и материалов.
2. *Нарушения в работе оборудования* – при небольшой поломке неполадка сразу же устраняется, а в случае невозможности наладки фирма использует резерв денежных средств, созданный специально для приобретения оборудования в таких случаях.
3. *Неудовлетворительное качество сырья* – при этом сырье возвращается обратно поставщику, предъявляется претензия и заключается договор об экстренной поставке сырья соответствующего качества.
4. *Допущенный брак* – при незначительном браке продукция реализуется по сниженным ценам, в случае невозможности реализации брака отправляется на переработку. Затраты по переработке относятся на уменьшения чистой прибыли.
5. *Появление дополнительных конкурентов* – в этом случае мы усилим рекламу нашей продукции, заострив внимание потребителей на качестве нашего товара и сервисом обслуживания.
6. *Пожар, хищение* – на этот случай застрахуем нашу фирму в АСК «Восток»
7. *Отказ в предоставлении аренды помещения* – изначально заключим договор на 10 лет аренды с последующим продлением срока, сконцентрируем внимание на вопрос ответственности за невыполнение условий договора.
8. *Изменение спроса* – усилим маркетинговые исследования, будем искать новую долю рынка.



## Глава 9. Производственный план

### 9.1. Расположение фирмы

Наша фирма будет находиться по адресу: г. Нефтекамск, ул. Ленина 4-в  
Общая площадь занимаемого помещения составляет 320 кв. м.

План расположения фирмы:

2	1г	1в	1	1б	1а	6
						7
						8
3		4		5		

- 1 – производственные помещения
- 1а – для сушки
- 1б – для заготовительных операций
- 1в – для сборки
- 1г – для упаковки
- 2 – комната отдыха
- 3 – склад готовой продукции

- 4 – салон - магазин
- 5 – склад материалов
- 6 – кабинет менеджера
- 7 – кабинет директора
- 8 – кабинет бухгалтера

### 9.2. Оборудование фирмы

Оборудование и предметы необходимости	Цена
1 Компьютер	11 000
2 Принтер	10 000
3 Телефон	1 060
4 Сейф	2 500
5 Канцелярские товары	1 000

6	Кассовый аппарат	2 050
7	Станок КСМ-1А	11 000
8	Станок ЦДК-5	27 900
9	Станок токарный	7 990
10	Станок ЦКБ-40	19 940
11	Станок ФСШ-1А	11 900
12	Станок 4х сторонний	34 000
13	Станок круглопильный	16 980
14	Сушильное оборудование	11 000
15	Ручной эл. инструмент	988
16	Компрессор СО-45Б	2 200
17	А/м «Газель»	80 000
18	Шв. машина 1022 класс	4 500
19	Эл. ножницы	362
20	Шв. маш. с пром.столом	7 950
21	Пневматические ваймы	3 400
22	Пневматический инструмент	2 106
23	Светильник	44
24	Люстра	380
25	Калькулятор	280
26	Стол	900
27	Стул	200
28	Шкаф 2х дверный	1 870
29	Тумба	370
30	Жалюзи	104
31	Весы механические	1 730
32	Прилавок угловой	7 000
33	Линолеум	56
34	Сигнализация охран.	36 00

### **9.3. Фирмы поставщики и потребляемое сырье**

Наименование сырья и материалов	Фирма-поставщик	Альтернативный вариант
1 Поролон	«Искож» г. Нефтекамск	Оренбургский завод
2 Обивочный материал	«Искож» г. Нефтекамск	Оренбургский, Московский завод
3 Фурнитура	г. Сарапул ЭГЗ	Ижевский завод, частные лица
4 Доски ХП	Амзинский лесокомбинат	Частные лица
5 Фанера ДВП	Пермский фанерный комбинат	Уфимский фанерный комбинат

6	Металлоизделия	Уфимские оптовые базы	Частные лица
7	Ватин	«Искож» г. Нефтекамск	Уфимские базы
8	Полиэтилен	г. Уфа	«Искож»
9	Картон	Н-Челнинский КБК	Уфимский КБК
10	Нитки	«Искож» г. Нефтекамск	Ишимбайская фабрика
11	Клей	«Башмашопторг» г. Уфа	«Химпром» г. Уфа
12	Подушки	г. Ижевск	«Искож» г. Нефтекамск

**Расчет расхода сырья и материалов на единицу продукции:**

Наименование материалов	Ед. измерения	Норма расхода	Цена за шт.	Сумма в руб.	
<b>Комплект мягкой мебели</b>					
1	Фанера	кв. м.	1,46	59,00	86,14
2	ДВП	лист	3,0	70,00	210,00
3	Древесина	куб. м.	0,12	600,00	72,00
4	Болты	кг.	0,7	20,00	14,00
5	Гвозди	кг.	1,0	12,00	12,00
6	Шурупы	кг.	0,3	20,00	6,00
7	Гобелен	п. метр	12,5	220,00	2750,00
8	Нитки	б.	0,2	6,00	1,20
9	Клей	кг.	0,25	15,00	3,75
10	Картон коробоч.	кг.	3,0	12,00	36,00
11	Полиэтилен	кв. м.	20,0	9,00	180,00
12	Ватин	п. метр	6,0	28,00	168,00
13	Поролон	кг.	0,5	45,00	22,50
14	Фурнитура	-	-	-	30,00
15	Подушки	шт.	10,0	80,00	800,00
16	Ткань	м.	1,5	90,00	135,00
<b>ИТОГО:</b>				<b>4526,59</b>	
<b>Диван</b>					
1	Фанера	кв. м.	1,0	59,00	59,00
2	ДВП	лист	2,0	70,00	140,00
3	Древесина	куб. м.	0,08	600,00	48,00
4	Болты	кг.	0,5	20,00	10,00
5	Гвозди	кг.	0,7	12,00	8,40
6	Шурупы	кг.	0,2	20,00	4,00
7	Гобелен	п. метр	8,4	220,00	1848,00
8	Нитки	б.	0,1	6,00	0,60

9	Клей	кг.	0,2	15,00	3
10	Картон коробоч.	кг.	2,0	12,00	24,00
11	Полиэтилен	кв.м.	13,0	9,00	117,00
12	Ватин	п. метр	4,0	28,00	112,00
13	Поролон	кг.	0,3	45,00	13,50
14	Фурнитура	-	-	-	30,00
15	Подушки	шт.	6,0	80,00	480,00
16	Ткань	м.	1,0	90,00	90,00
<b>ИТОГО:</b>					<b>2987,50</b>
<b>Раскладное кресло</b>					
1	Фанера	кв.м.	0,6	59,00	35,40
2	ДВП	лист	1,3	70,00	91,00
3	Древесина	куб.м.	0,05	600,00	30,00
4	Болты	кг.	0,3	20,00	6,00
5	Гвозди	кг.	0,4	12,00	4,80
6	Шурупы	кг.	0,1	20,00	2,00
7	Гобелен	п. метр	5,3	220,00	1166,00
8	Нитки	б.	0,08	6,00	0,48
9	Клей	кг.	0,1	15,00	1,50
10	Картон коробоч.	кг.	1,3	12,00	15,60
11	Полиэтилен	кв.м.	8,4	9,00	75,60
12	Ватин	п. метр	2,5	28,00	70,00
13	Поролон	кг.	0,2	45,00	9,00
14	Фурнитура	-	-	-	30,00
15	Подушки	шт.	2,0	80,00	160,00
16	Ткань	м.	0,8	90,00	72,00
<b>ИТОГО:</b>					<b>1769,38</b>

#### Расчет сырья за месяц:

Вид продукции	Расход сырья на ед. продукции, руб.	Кол. прод. шт.	Общий расход сырья, руб.
1 Комплект м/м	4526,59	10	45265,90
2 Диван	2987,50	5	14937,50
3 Раскладное кресло	1769,38	5	8846,90
<b>ИТОГО:</b>			<b>69050,30</b>

#### 9.4. Издержки производства и динамика их изменения

Элементы затрат	Цена, руб.	Кол. шт.	Сумма, руб.
<b>1 Основные средства</b>			
1.1 Станок КСМ-1А	11 000	1	11 000
1.2 Станок ЦДК-5	27 900	1	27 900

1.3	Станок ЦКБ-40	19 940	1	19 940
1.4	Станок ФСШ-1А	11 900	1	11 900
1.5	Станок 4х сторонний	34 000	1	34 000
1.6	Станок круглопильный	16 980	1	16 980
1.7	Сушильное оборудование	11 000	1	11 000
1.8	А/м «Газель»	80 000	1	80 000
1.9	Компьютер	11 000	1	11 000
1.10	Принтер	10 000	1	10 000
<b>ИТОГО:</b>				<b>233 720</b>
<b>2</b>	<b>МБП</b>			
2.1	Телефон	1060	1	1060
2.2	Сейф	2500	1	2500
2.3	Кассовый аппарат	2050	1	2050
2.4	Ручной эл. инструмент	988	4	3952
2.5	Компрессор СО-45Б	2200	1	2200
2.6	Шв. машина 1022 класс	4500	1	4500
2.7	Эл. ножницы	362,4	2	724,8
2.8	Шв. маш. с пром.столом	7950	1	7950
2.9	Пневматические ваймы	3400	1	3400
2.10	Пневматический инструмент	2106	4	8424
2.11	Светильник	44	4	176
2.12	Люстра	380	4	1520
2.13	Калькулятор	280	4	1120
2.16	Стол	900	6	5400
2.17	Стул	200	15	3000
2.18	Шкаф 2х дверный	1870	4	7480
2.19	Тумба	370	1	370
2.20	Жалюзи	104	10	1040
2.21	Весы механические	1730	1	1730
2.22	Прилавок угловой	700	1	700
2.23	Сигнализация охран.	3600	1	3600
2.24	Станок токарный	7990	1	7990
<b>ИТОГО:</b>				<b>77 010,8</b>
<b>3</b>	<b>Расходы будущих периодов</b>			
3.1	Установка сигнализации			7870
3.2	Установка телефона			3340
3.3	Реклама			610,4
3.4	Оформление документов			3000
3.5	Междугородние телеф. звонки			1000
3.6	Аренда помещения			4725
<b>ИТОГО:</b>				<b>20 545,4</b>
<b>4</b>	<b>Транспортные расходы</b>			
4.1	Доставка оборудования			1000
4.2	Доставка сырья			2000
4.3	Доставка материалов			988

<b>ИТОГО:</b>			<b>3 988,00</b>
<b>5</b>	<b>Сырье и материалы</b>		
5.1	Сырье и материалы		69050,3
5.2	Канцелярские товары		1000
<b>ИТОГО:</b>			<b>70 050,3</b>
<b>6</b>	<b>Прочие затраты</b>		<b>5080,00</b>
<b>ИТОГО ЗАТРАТЫ:</b>			<b>410 394,48</b>

**Расчет износа основных средств:**

	Наименование	Стоимость, руб.	Норма амортизации	
			%	руб.
1	Станок КСМ-1А	11 000	18	165 000
2	Станок ЦДК-5	27 900	18	418 500
3	Станок ЦКБ-40	19 940	18	299 100
4	Станок ФСШ-1А	11 900	18	178 500
5	Станок 4х сторонний	34 000	18	510 000
6	Станок круглопильный	16 980	18	254 700
7	Сушильное оборудование	11 000	18	165 000
8	А/м «Газель»	80 000	30	2 160 000
9	Компьютер	11 000	15	132 000
10	Принтер	10 000	12	90 000
<b>ИТОГО:</b>		<b>233 720</b>		<b>4 372 800</b>

**Зарплата за месяц и отчисления на социальное страхование:**

З/п основного персонала	Отчисления	З/п администрации.	Отчисления
13 000	5 330	12 500	5 125

Износ МБП начисляется в размере 50% при отпуске их в эксплуатацию, а остальные 50% за вычетом их стоимости по цене возможного использования – при выбытии из эксплуатации:

Стоимость МБП, руб.	Сумма износа, руб.
77 010,80	38 505,40

**Расчет коммунальных услуг:**

Вид коммунальных услуг	Тариф, руб.	Объем потреб.	Стоимость услуг, руб.	
1	Водоснабжение, куб.м.	5,30	82,230	440,00
2	Производственный сток, куб.м.	20,00	61,900	1 238,00
3	Электроэнергия, кВт/час	0,25	2191,000	547,75
4	Отопление, Гкалл.	102,47	4,099	420,02
5	Охранная сигнализация	1700	-	1700,00
6	Плата за телефон	3100	-	3100,00

<b>ИТОГО:</b>	<b>7 445,77</b>
---------------	-----------------

**Калькуляция себестоимости продукции:**

Наименование изделия	%	Сырье и матер.	Возв. отх.	З/п осн. перс.	Отчисл.	З/п адм.	Отчисл.
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Компл. м/м	64,14	44288,87	2,27	8,34	3,42	8,02	3,29
2 Диван	21,36	14749,14	0,75	2,88	1,14	2,67	1,09
3 Раск. кресло	14,50	10012,29	0,52	1,88	0,77	1,81	0,74
<b>ИТОГО:</b>	<b>100</b>	<b>69050,30</b>	<b>3,54</b>	<b>13</b>	<b>5,33</b>	<b>12,5</b>	<b>5,12</b>

Износ ОС	Износ МБП	РБП	Оплата ком. усл.	ТЗР	Прочие затр.	Итого затр.
9	10	11	12	13	14	15
2804,71	24697,36	1,37	4,77	2557,83	0,70	<b>74380,95</b>
934,03	8224,76	0,46	1,59	851,81	0,23	<b>24770,45</b>
634,06	5583,28	0,31	1,08	578,24	0,17	<b>16815,15</b>
<b>4372,80</b>	<b>38505,4</b>	<b>2,14</b>	<b>7,44</b>	<b>3987,88</b>	<b>1,1</b>	<b>115966,55</b>

**Расчет цены на единицу продукции:**

Наименование продукции	Всего затрат	Кол. прод.	Затр. на 1 прод.	% приб.	Сумма приб.	Цена товара
1	2	3	4	5	6	7
1 Компл. м/м	74380,95	10	7438,09	25	1859,52	<b>9297,61</b>
2 Диван	24770,45	5	4954,09	25	1238,52	<b>6192,61</b>
3 Раск. кресло	16815,15	5	3363,02	25	840,75	<b>4203,77</b>
<b>ИТОГО:</b>	<b>115966,55</b>					

**Себестоимость продукции по годам:**

Наименование продукта	Первый год											
	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал		
	Кол. ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с	Кол. ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с	Кол. ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с	Кол. ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с
1 Комп. м/м	30	7438	223143	35	7200	252000	38	7050	267900	40	6950	278000
2 Диван	15	4954	74311	18	4700	84600	20	4600	9200	22	4300	94600
3 Раскл. кресло	15	3363	50445	19	3000	5700	23	2600	59800	25	2000	50000
<b>Итого:</b>			<b>347899</b>			<b>393600</b>			<b>419700</b>			<b>422600</b>
<b>Итого себестоимость за год:</b>											<b>1583799</b>	

	Второй год			Третий год		
	Кол ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с	Кол ед.	с/с 1 изд.	общ. с/с
1 Комплект м/м	150	6850	1027500	155	6850	1061750
2 Диван	80	4150	332000	77	4150	319550
3 Раскладное кресло	90	1900	171000	96	1900	182400
4 Мягкая мебель для офиса	30	6700	201000	37	6600	244200
5 Мебель для прихожей	25	4000	100000	30	3850	115500
<b>ИТОГО:</b>			<b>1831500</b>			<b>1923400</b>

### Этапы процесса производства:

1. Сушка пиломатериала.
2. Заготовительные операции:
  - раскрой пиломатериала по длине (торцовочный станок);
  - раскрой пиломатериала по ширине (круглопильный станок ЦДК-5);
  - стружка (четырёхсторонний станок);
  - резание шипов и проушин (шипорезный станок);
  - долбление гнезд под средники;
  - раскрой плитных материалов (ручной эл. инструмент);
  - раскрой и пошив чехлов (раскроечный стол);
  - раскрой поролона;

когда есть возможность операции ведутся параллельно.
3. Пооперационный контроль.
4. Сборочные операции:
5. Пооперационный контроль.
6. Приемка готовой продукции.
7. Упаковка.



## Глава 10. Организационный план

### 10.1. Форма собственности, штатное расписание

Правовым статусом нашей фирмы является «Общество с ограниченной ответственностью». Форма собственности – частная.

Общество с ограниченной ответственностью – это форма объединения отдельных капиталов в общий фонд. Участники общества несут ответственность по его обязательствам только своим вкладом, а не всем имуществом, т.е. несут ограниченную ответственность. Участники общества обладают количеством голосов пропорционально размеру их доли в уставном капитале.

#### Штатное расписание:

Должность	Количество человек	Оклад	Сумма
1 Директор	1	4000	4000
2 Менеджер	1	2500	2500
3 Контролер качества	1	2000	2000
4 Дизайнер-стилист	1	2000	2000
5 Бухгалтер	1	2500	2500
6 Агент по снабжению	2	2000	4000
7 Швея-раскройщик	1	2500	2500
8 Столяр-сборщик	7	2500	17500
9 Рем.обслуж. персонал	2	2000	4000
10 Зав.склад., секретарь	1	2000	2000
11 Продавец	1	1500	1500
<b>ИТОГО:</b>		<b>25 500</b>	<b>44 500</b>

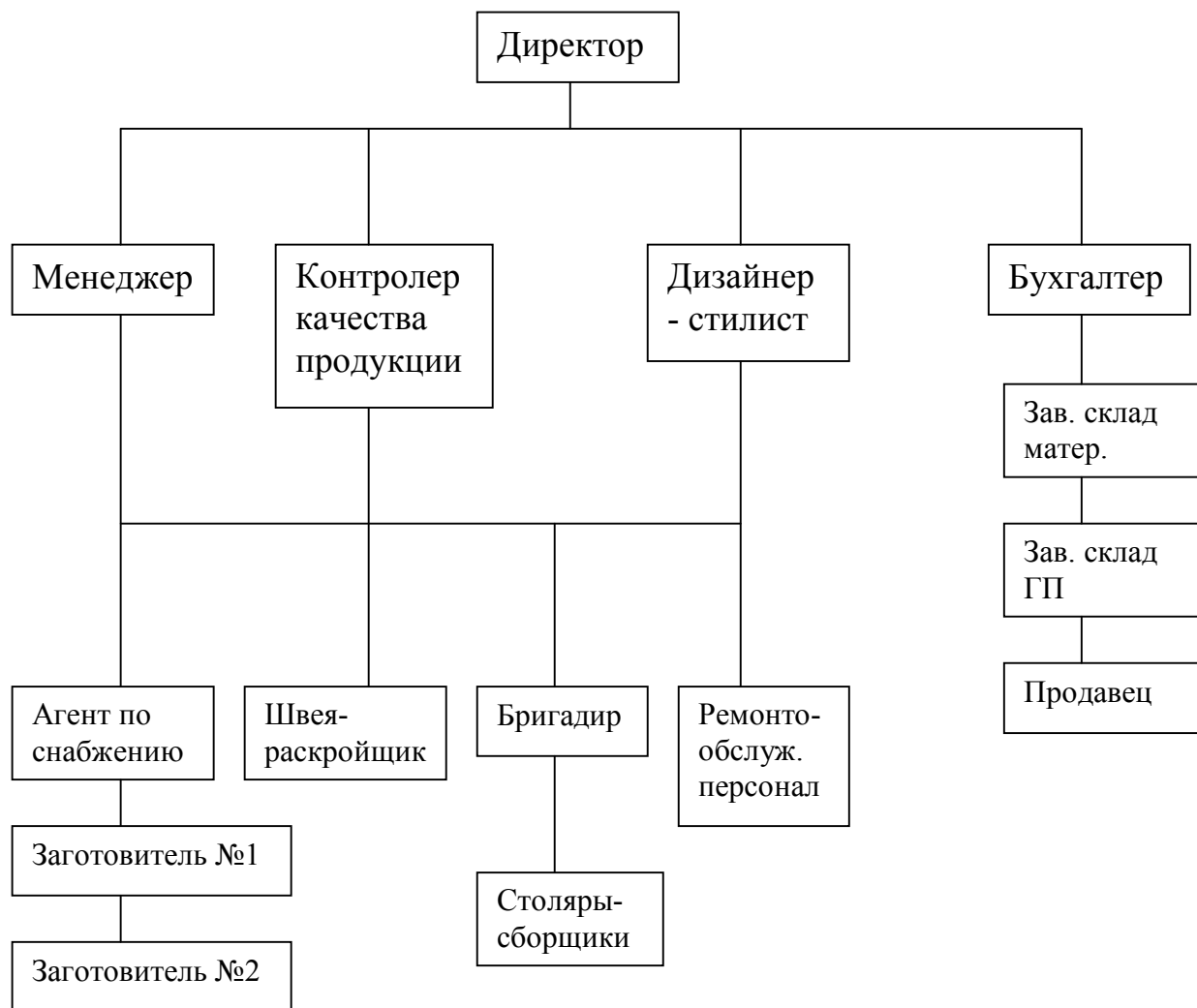
### Виды работ и необходимая квалификация:

Работник	Работы	Директор	Менеджер	Контролер качества	Дизайнер-стилист	Бухгалтер	Агент по снабжению	Швея-раскройщик	Столяр-сборщик	Рем.обслуж. персонал	Зав. склад., секретарь	Продавец
1	Маркетинг. исследования		X		X							
2	Реклама		X									
3	Снабжение						X	X	X			
4	Производство	X	X	X				X	X	X		
5	Складское хозяйство										X	
6	Проектирование изделий		X		X							
7	Продажи											X
8	После продаж. обслуж-е						X			X		
9	Финансы	X				X						
10	Бухгалтерия					X						
11	Делопроизводство										X	
12	Информаци-ое обслуж.	X			X							
13	Санит-но-тех. обслуж.										X	X

### Матрица квалификации персонала:

Область знаний	Уровень знаний		
	достаточный	Повыш. квалиф-и	Получение квалиф-и
1 Язык	X		
2 Культура и традиции	X		
3 Эконом-я пол-ка и госуд. регул-е		X	
4 Законод-во и учет		X	
5 Банковская деятельность	X		
6 Маркетинг	X		
7 Транспорт	X		
8 Документация	X		
9 Связь	X		
10 Опыт поездок и контакты	X		

## 10.2. Организационная структура, должностные инструкции



### Должностные инструкции:

**Директор** – является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По хозяйственной деятельности заключает договора, открывает расчетный счет в банке, выдает доверенности.

Директор предприятия в соответствии с трудовым законодательством издает приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания.

Образование – высшее, опыт работы в данной области – 5 лет.

**Менеджер** – осуществляет маркетинговые исследования, занимается вопросами рекламы, приспосабливается к изменяющимся условиям и ищет новые идеи, занимается расстановкой рабочих по рабочим местам и направляет их деятельность.

**Бухгалтер** – является материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов. Осуществляет учет

поступающих денежных средств, ТМЦ, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов.

Образование – высшее, опыт работы в данной области – 5 лет.

**Агент по снабжению** – получает по нарядам, заявкам и другим документам ТМЦ. Оформляет документацию на получаемые и отправляемые грузы, производит внеплановые закупки материалов, контролирует соблюдение требований техники безопасности на погрузочно-разгрузочных работах, принимает участие в реализации плана повышения экономической эффективности, использования материальных ресурсов путем снижения затрат, связанных с их приобретением, доставкой и хранением.

Образование – высшее, опыт работы в данной области – 5 лет.

**Контролер качества продукции** – в его обязанности входит поэтапный контроль за изготовлением продукции. После первого этапа производства он должен проверить пригодность используемого материала, в частности, степень влажности пиломатериала. Второй этап заключается в проверке соблюдения технологии заготовительных операций, т.е. раскройкой пиломатериала, стружка. Далее необходимо проверить ход сборочных операций. После процесса производства контролер осуществляет прием готовой продукции и сдачу ее на упаковку.

Образование – высшее или среднее специальное.

**Швея-раскройщик** – ее работа связана непосредственно с процессом производства. Она осуществляет раскрой и пошив чехлов для мебели. Работает параллельно с процессом заготовительных операций. После пошива чехлы проверяются контролером и далее направляются на процесс обтяжки узлов.

Образование – среднее специальное.

**Столяр-сборщик** – обслуживает все этапы процесса производства:

- 1) сушка пиломатериала;
- 2) заготовительные операции;
- 3) сборочные операции.

На втором этапе производства он осуществляет раскрой пиломатериала, плитных материалов, поролона. На этапе сборочных операций он занимается сборкой рамок и узлов, обтяжкой узлов поролоном, готовыми чехлами и полной сборкой.

Он работает в подчинении менеджера и контролера.

Образование – среднее техническое.

**Заведующий складом материалов** – является материально-ответственным лицом. Он осуществляет прием поступивших материалов, оформляет для этого необходимые документы, ведет карточки складского учета, оформляет документы по расходу материалов. Организует учет материалов по местам их нахождения, а также осуществляет уборку производственного помещения.

**Заведующий складом готовой продукции с совмещением работы секретаря** – является материально-ответственным лицом. Осуществляет прием и размещение на складе готовой продукции, и при этом оформляет необходимые документы. Отпускает продукцию по ранее заключенным

договорам на оптовую торговлю и в салон-магазин на розничную торговлю. Выполняет технические функции по обеспечению и обслуживанию работы руководителя, организует телефонные переговоры, обеспечивает рабочее место руководителя и других сотрудников канцелярскими товарами. Печатает различные материалы, ведет делопроизводство, организует прием посетителей.

Образование – высшее или среднее специальное.

**Ремонтно-обслуживающий персонал** – участвует в процессе производства, в ликвидации допущенного брака, а также в послепродажном обслуживании, выполнение заказов населения по ремонту мебели.

Образование – среднее специальное.

**Продавец** – является материально-ответственным лицом, осуществляет прием готовой продукции со склада, оформляя при этом необходимые документы, организует розничную торговлю. Продавец выполняет также функцию кассира. Он осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств.

К продавцу предъявляются следующие требования:

- 1) знание навыков бухгалтерского учета в торговле;
- 2) наличие удостоверения о прохождении специального курса по специальности «Кассир-контролер».

А также продавец в порядке совмещения осуществляет уборку в салоне-магазине и в кабинетах.

Образование – высшее или среднее специальное.

**Дизайнер-стилист** – осуществляет исследования в области маркетинга, разрабатывает модели и конструкции мебели, контролирует соответствие произведенной мебели разработанным моделям.

Образование – высшее.

## Глава 11. Финансовый план

### 11.1. Таблица 1 "Начальный баланс денежных расходов и поступлений"

Актив		Сумма, руб.	Пассив		Сумма, руб.
1	Основные средства	233 720	1	Уставный капитал	350 000,85
2	Запасы материалов	13 200			
3	МБП	77 010			
4	Прочие расходы	14 620			
5	Наличные средства	12 300			
<b>ИТОГО:</b>		<b>350 000,82</b>	<b>ИТОГО:</b>		<b>350 000,85</b>

### 11.2. Таблица 2 "План доходов и расходов"

Показатели	1 год				2 год	3 год	
	1	2	3	4			
1	ВРП	434936	492492	524995	528784	2290601	2405397
2	Минус НДС	17407	19778	21059	21237	91820	96399
3	С/С	347899	393600	419700	422600	1831500	1923400
4	Баланс. прибыль	69629	79113	84236	84947	367281	385598

### 11.3. Таблица 3 "План распределения прибыли"

Показатели	1 год				2 год	3 год	
	1	2	3	4			
1	Баланс. прибыль	69629	79114	84236	84947	317926	367281
2	Налоги	39372	44627	47507	47875	179380	207018
3	Чистая прибыль	30257	34487	36729	37073	138546	160263
4	Расчеты с учред.	9077	10346	11019	11122	41564	48079
5	Фонд накопл.	6051	6897	7346	7415	27709	32053
6	Фонд потреб.	12103	13795	14692	14829	55418	64105
7	Резерв. фонд	3026	3449	3673	3707	13855	16026

Расчет налогов:

1. Налог на содержание милиции.
2. Налог на благоустройство города.
3. Налог на содержание автодорог.
4. Налог на прибыль.
5. Налог на содержание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы.
6. Налог на рекламу.

#### 11.4. График прибыльности (безубыточности)

Наименование продукции	Объем выпуска за мес., ед.	Цена, руб.	ВРП, руб.	Условно-пост., руб.	Условно-перем. руб.
1 Комплект м/м	10	9298	92980	29725	44656
2 Диван	5	6193	30965	9899	14872
3 Расклад. кресло	5	4203	21015	6720	10095
<b>ИТОГО:</b>	<b>20</b>		<b>144960</b>	<b>46344</b>	<b>69623</b>

**Условно-постоянные издержки** = з/п администрации + отчисления на з/п администрации + износ ОС + установка сигнализации + установка телефона + реклама + оформление документов + аренда помещения + охранный сигнализация + плата за телефон.

**Условно-переменные издержки** = полная с/с за месяц – условно-постоянные издержки.

Постоянные издержки

Минимальный объем = -----  
Цена 1 продукции – Переменные издержки на 1 продукции

$$MO = \frac{29725}{9298-4466} = 6$$

**11.5. Определение эффективности использования капитала и финансового состояния предприятия**

Показатели	1 год				Итого	2 год
	1	2	3	4		
1 Рентабельность собств. кап., %	8,6	9,8	10,5	10,6	39,5	45,7
2 Общая рентабельность	20,6	23,4	24,9	25,1	94	61,1
3 Рентабельность продукции, %	20,0	20,1	20,1	20,1	20,1	20,1
4 Баланс. Прибыль / ВРП, руб./руб.	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16	0,16
5 Чистая прибыль / ВРП, руб./руб.	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
6 Окупаемость оборуд., дни	615,7					

1. Рентабельность собственного капитала:  $P = \text{Чистая прибыль} / \text{Уставный капитал} \times 100$
2. Общая рентабельность:  $P = \text{Прибыль балансовая} / (\text{Стоимость ОФ} + \text{Стоимость оборотных средств}) \times 100$
3. Рентабельность продукции:  $p = \text{Прибыль балансовая} / \text{С/С} \times 100$
4. Балансовая прибыль / ВРП
5. Чистая прибыль на / ВРП
6. Окупаемость оборудования:  $O = \text{Кол. дней} \times \text{Стоимость оборудования} / \text{Чистая прибыль}$



## Глава 12. Вывод

В условиях рынка, характеризующихся жесткой конкуренцией, большое внимание уделяется бизнес планированию. Бизнес – план является фундаментом для открывающегося предприятия и направляющим началом для уже действующего предприятия. Он необходим, прежде всего, для самого предприятия, так как дает ответы на следующие вопросы: Что производить? Для кого производить? Как производить? В каком количестве? А также является основой для привлечения инвестиций.

Для открытия нашей фирмы был составлен бизнес – план. Областью деятельности, которой мы планируем заниматься является производство мебели. Мы выбрали эту область деятельности, так как считаем ее наиболее перспективной и вполне реалистичной в условиях малого предпринимательства.

Организационно-правовой формой нашего предприятия является «Общество с ограниченной ответственностью». Стартовый капитал фирмы складывается из вкладов ее учредителей и составляет 350 000 рублей 85 коп. Сумма средств уставного капитала будет направлена на покрытие необходимых затрат на открытие фирмы, а именно на приобретение: оборудования, инвентаря, вычислительной техники, сырья и материалов. Штат нашей фирмы состоит из 21 человека, среди которых ИТР и основной персонал.

Ключевую роль в составлении бизнес – плана играет разработка производственного плана. Именно здесь отражены реальные показатели, на выполнение которых будет ориентирована деятельность фирмы. В этом разделе на основе суммы всех рассчитанных затрат мною была составлена калькуляция себестоимости продукции, определена ее цена. На первый год работы я планирую выпуск трех наименований продукции:

	Себестоимость одного комплекта мебели в 1 месяц работы
1) комплект мягкой мебели -	7438,09
2) диван -	4954,09
3) раскладное кресло -	3363,02

Для определения цены мною был выбран способ «Средние издержки + прибыль». Процент прибыли в цене товара для всех видов продукции составляет 25%. Следовательно, цена товара за один месяц составит:

1) комплект мягкой мебели -	9297,61
2) диван -	6192,61
3) раскладное кресло -	4203,77

На основе полученных показателей выручки от реализации продукции и себестоимости в финансовом плане была определена прибыль и рассчитаны соответствующие налоги. Произведенные расчеты по бизнес – плану показали, что наше производство прибыльно. Уже в первый год работы мы запланировали получить прибыль в размере 30 257 рублей.

На основе произведенных расчетов я построил график прибыльности (безубыточности) для выпуска комплектов мягкой мебели. По графику можно

определить критическую точку, т.е. тот наименьший объем продаж, при котором предприятие способно покрыть свои затраты. Повышение критической точки является зоной прибыли, а зона убытка расположена до критической точки. Наименьшим объемом продаж при производстве комплектов мягкой мебели является 6 единиц.

Завершающим этапом планирования является расчет показателей эффективности использования капитала и финансового состояния предприятия. Расчеты показали, что у нашего предприятия высок коэффициент рентабельности собственного капитала – 39,5%. Этот показатель характеризует наличие прибыли на вложенный капитал, он особенно важен для инвесторов капитала. Показателем, характеризующим степень использования производственных фондов, является показатель рентабельности производственных фондов, он составляет за первый год 94%. На достаточном уровне находятся показатели: рентабельность продукции, балансовая прибыль / ВРП, чистая прибыль / ВРП – 20,1%, 0,16 руб/руб, 0,07 руб/руб соответственно.

Все эти показатели свидетельствуют о надежности открываемого дела. Выполнение бизнес – плана позволит достичь этих показателей на практике. Бизнес – план будет для нас опорой в условиях изменяющегося рынка.

### **Порядок государственной регистрации предприятия:**

Согласно Указу Президента РФ от 08,07,1994г. *«Об упорядочении государственной регистрации предприятий и предпринимателей на территории РФ»* разработано *«Положение о порядке государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности»*. Это положение определяет порядок регистрации предприятий, а также коммерческих и некоммерческих организаций за исключением тех, которым установлен особый порядок государственной регистрации.

Учредитель предприятия представляет в регистрационный орган ряд документов:

1. Свидетельство об уплате государственной пошлины.
2. Заявление о регистрации предприятия.
3. Решение о создании предприятия.
4. Устав.
5. Договор.

### **Требования к учредительным документам:**

#### **1. Устав.**

- 1) сведения о наименовании, местонахождение;
- 2) организационно-правовая форма;
- 3) размер уставного капитала;
- 4) порядок распределения прибыли;
- 5) порядок ликвидации;

#### **2. Договор.**

- 1) сведения об учредителях;
- 2) доля каждого учредителя в уставном фонде.

Законодательством РФ установлена минимальная величина уставного капитала для всех организационно-правовых форм.

Регистрация предприятия осуществляется регистрирующим органом. Регистрация осуществляется путем присвоения предприятию очередного номера в журнале регистрации, выдается свидетельство о регистрации. Предприятие должно быть зарегистрировано в налоговой инспекции, в государственном комитете статистики, после чего оно получает идентификационный номер.

Следующий этап образования предприятия – разработка пакета документов внутреннего пользования:

- 1) положение о регистрации;
- 2) план организационно-технических мероприятий;
- 3) и другие документы требуемые в процессе работы.

## **Литература**

1. Бородина Е. И., Финансы предприятия, М., ЮНИТИ, 1995г.
2. Казаков А. П., Экономика, М., ЦИПККАП, 1996г.
3. Маниловский Р. Г., Бизнес – план, М., Финансы и статистика, 1997г.
4. Пелих А. С., Малые предприятия, М., Гардарика, 1996г.
5. Уткин Э. А., Бизнес – план, М., Тандем, 1997г.