

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Нытвенский многопрофильный техникум»

Научная работа
по направлению «Прикладная экономика»
«Экономическая эффективность малого предприятия по
производству мебели»

Автор работы: студент 3 курса гр. МТЭ-15
ГБПОУ «Нытвенский
многопрофильный техникум»
Ознобихин Михаил Андреевич

Руководитель
Преподаватель высшей категории
ГБПОУ «Нытвенский
многопрофильный техникум»
Ишбаева Наталья Сергеевна

Пермь, 2019г.



Цель проекта – создание мебельного производства для реализации мебельной продукции из дерева в городе с населением 500-800 тысяч человек.

Для реализации проекта арендуются производственные помещения в промышленном районе города. Общая площадь помещений – 350 м², на которой размещены производственные цехи и офис продаж.

Целевая аудитория – семьи со средним доходом, которые обновляют мебель раз в 3 года и отдают предпочтение уникальной, качественной мебели из натуральных материалов. Ценовой сегмент – средний.

Основные преимущества бизнеса:

- сравнительно небольшой объем капиталовложений;
- перспективное направление, интерес к которому не пропадет никогда;
- мебель относится к товару общего потребления, что обеспечивает широкую целевую аудиторию;

- рентабельность бизнеса может достигать 300%.

Объем первоначальных инвестиций составляет 1 132 000 рублей. Инвестиционные затраты направлены на ремонт помещения, приобретение оборудования, обустройство офиса, первоначальную закупку сырья и формирование оборотных средств. Для реализации проекта будут использованы собственные средства.

Финансовые расчеты охватывают трехлетний период функционирования проекта. Планируется, что по истечении этого периода заведению потребуется расширение производства и ассортимента продукции.

Чистая ежемесячная прибыль проекта при выходе на плановые объемы продаж составит 519 560 рублей. Рентабельность продаж в первый год работы составит 25%. При достижении этих показателей, первоначальные инвестиции окупятся на восьмой месяц работы. Интегральные показатели эффективности проекта представлены в таблице 1.

Таблица 1. Основные показатели эффективности проекта

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	ЧИСЛ. ЗНАЧЕНИЕ
Срок окупаемости (PP), мес.	8
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	8
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	11743
Коэффициент рентабельности инвестиций (ARR), %	40,28
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	18,12

Преимущества такого формата производства:

- не требует больших инвестиционных затрат;
- для размещения производственных мощностей не нужно большого помещения;
- экономия на оборудовании;
- небольшая цена готовой продукции;
- гибкость производства.

К недостаткам относятся:

- новаторство и фантазия – основа успеха бизнеса;
- мебель ручной работы требует больших временных затрат;

- самостоятельный поиск клиентов.

Этот формат вписывается в образ современного производителя мебели. Реализация данного проекта предполагает открытие мебельного цеха.

Несмотря на очевидные проблемы в отрасли и колебания спроса на мебельную продукцию, этот сегмент остается привлекательным для инвестора. К достоинствам мебельного бизнеса относятся:

- сравнительно небольшой объем капиталовложений;
- перспективное направление, интерес к которому не пропадет никогда;
- мебель относится к товару общего потребления, что обеспечивает широкую целевую аудиторию;
- рентабельность бизнеса может достигать 300%.

Главным недостатком мебельного бизнеса является жесткая конкуренция на рынке. Однако при грамотном построении производства можно занять свою нишу, в которой конкуренция будет минимальна.

Таким образом, перспективы мебельной отрасли, прогнозы роста спроса на данный вид продукции и преимущества мебельного производства позволяют говорить об инвестиционной привлекательности такого бизнеса.

Маркетинг и продажи мебельного предприятия

Целевая аудитория мебельного предприятия – семьи со средним доходом, которые обновляют мебель раз в 3 года и отдают предпочтение уникальной, качественной мебели из натуральных материалов. Целевая аудитория достаточно обширна, поэтому для разработки эффективной маркетинговой стратегии необходимо разделить целевую группу на подгруппы потребителей:

1. Преуспевающие клиенты – потребители мебели среднего ценового сегмента. Главные критерии при выборе мебели: уникальность предложения, качественные материалы, изготовление мебели по эскизам на заказ, возможность доставки и сборки мебели;
2. Клиенты с низким уровнем дохода занимают наибольший удельный вес в составе потребителей. Главные критерии при выборе мебели: соотношение цены/качества,

выполнение мебели на заказ в бюджетной категории, предоставление услуг по перетяжке мебели.

Целью мебельного предприятия является удовлетворение потребностей всех групп клиентов. На стадии становления мебельного предприятия предполагаемыми потребителями станут активные пользователи интернета – аудитория, привлеченная на сайт фирмы различными маркетинговыми инструментами.

Поскольку мебельная мастерская ориентируется именно на интернет-продажи, то главным способом рекламы является создание собственного сайта, профилей в социальных сетях и их активное продвижение. Первый этап – профессиональный лендинг, в котором необходимо указать ассортимент продукции, сроки изготовления, примеры работ и действующие скидки. Разработка полноценного сайта с необходимым функционалом составит около 50000 рублей.

Более бюджетный вариант – создание профилей в социальных сетях и их продвижение. Помимо ассортимента продукции в профиле можно размещать фотографии и отзывы клиентов, перечень услуг, которые предоставляет мебельная мастерская, полезные сведения о различных материалах, информация об уходе за мебелью, дизайнерские решения, в которые вписывается ваша продукция, информация о проведении акций и бонусов.

Также для мебельной отрасли наиболее эффективным способом рекламы считается размещение информации о продукции на рекламных щитах. Рекомендуется выбирать рекламный щит в непосредственной близости от строительных магазинов, на выезде из города. Средняя стоимость аренды одного рекламного щита 3*6 м на 1 месяц составляет около 23000 рублей/месяц.

Еще одним действенным инструментом рекламы будет размещение буклетов с перечнем всех услуг и портфолио мебельного предприятия в строительных магазинах. Стоимость подобного размещения зависит от условий строительного магазина и обговаривается индивидуально. Можно предложить сотрудничество строительному магазину и совместное проведение акции, которая подразумевает выдачу купонов на скидку в мебельной мастерской при фиксированной сумме покупки. На этот способ рекламы планируется затратить 10000 рублей.

Также эффективным вариантом продвижения мебельной мастерской может стать печать рекламных блоков в специализированной прессе. Стоимость данного вида рекламы составит около 10000 рублей.

Не стоит забывать о таких каналах продвижения, как сотрудничество с частными дизайнерами интерьеров, студиями дизайна, мебельными салонами. Поиск посредников необходимо осуществлять самостоятельно и предлагать им процент от суммы заказа в размере 10-20%.

Эффективными способами привлечения внимания потребителя выступают участие во всевозможных выставках и ярмарках, рассылка рекламных материалов, наличие дополнительных услуг и послепродажного обслуживания: бесплатная доставка, сборка, годовая гарантия ремонта или замены изделия в случае обнаружения дефектов и т.д.

Для рекламы данного проекта планируется:

1. Печатная реклама – размещение буклетов в строительных магазинах и купоны на скидку 10% для покупателей этих магазинов. Затраты составят 10000 рублей.
2. Создание и активное продвижение профиля в социальных сетях ВКонтакте и Instagram. На продвижение профиля в соцсетях следует выделить 10000 рублей;
3. Создание персонального сайта с портфолио, прайсом, контактами и функцией калькулятора заказа. Затраты составят 30000 рублей;
4. Участие в мебельных выставках и ярмарках.

Таким образом, на продвижение мебельной мастерской закладываются расходы в размере 50000 рублей.

Важнейшей частью маркетинга является прогнозирование продаж. В таблице 2 представлен план реализации продукции мебельной мастерской. Средняя стоимость заказа может варьироваться в зависимости от деталей заказа.

Наименование товара	Количество заказов за год, шт	Средняя стоимость заказа, руб	Объем выручки, руб
Стол	161	11000	1 934 400
Стул	426	3800	1 618 800
Диван	403	30000	12 090 000
Кресло	403	8500	3 425 500
Итого	19 068 700		

Планируется получение корпоративного заказа для изготовления мебели. Поэтому следует вести поиск клиентов и среди корпоративного сегмента – это могут быть кафе, офисы, салоны красоты и т.д. Также стоит рассмотреть вариант сотрудничества с мебельным салоном, который будет готов закупить часть продукции для продажи.

Таблица 3. Планируемый объем продаж по видам продукции

Таким образом, планируемый объем выручки за первый год работы мастерской составит в среднем 19068700 рублей.

План производства мебели

Открытие мебельной мастерской и организация производства подразумевает следующие этапы:

1) Подбор помещения для производства. Так как планируется открытие мебельного производства полного цикла, площадь помещения должна вмещать крупногабаритное оборудование. Для этого потребуется помещение общей площадью 300-350 м², на которой будут размещены:

- производственный цех – место, где расположены деревообрабатывающие станки и остальное оборудование
- сборочный цех – место, где осуществляется сборка мебели из предварительно изготовленных деталей;
- покрасочный цех – помещение для проведения лакокрасочных работ;
- сушилка – место для хранения и подготовки сырья перед производством;
- склад готовой продукции и склад сырья;
- комната производственного персонала;
- санузел с душевой кабиной;
- помещение административного персонала, офисное помещение.

Помимо площади, к производственному помещению предъявляются следующие требования:

- нежилое помещение производственного назначения, так как работа цеха связана с высоким уровнем шума;
- первый этаж, два входа. Так как осуществляется выгрузка и погрузка крупногабаритных материалов, необходимо размещение производства на первом этаже. Отдельные входы делаются для цеха и офиса продаж;
- трехфазное электричество 380 ВТ, поскольку для работы некоторого оборудования необходимы высокие мощности;
- наличие водоснабжения, вентиляции, системы противопожарной безопасности, удобство подъезда к зданию, наличие площадки для разгрузки сырья;
- отсутствие сырости и повышенной влажности. Применяемые в производстве мебели материалы боятся влаги и сырости.

Готовая продукция также не должна храниться в таких условиях, поскольку мягкая мебель имеет свойство впитывать влагу и запахи.

- отапливаемое помещение, что также необходимо для поддержания идеального качества сырья и готовой продукции.

Для реализации проекта арендуется помещение производственного назначения. Общая площадь - 300 м², стоимость – 50000 рублей/месяц

2) Приобретение оборудования. Для обеспечения производство полного цикла необходимо закупить комплект оборудования:

- фуговальный станок – 70000 рублей;
- рейсмусный станок – 120000 рублей;
- фрезерный станок – 70000 рублей;
- сверлильно-пазовальный станок – 50000 рублей;
- токарно-фрезерный станок копировальный – 150000 рублей;
- шлифовальный станок – 80000 рублей
- оборудование для покраски – 130000 рублей;
- форматно-раскроечный станок с ручной подачей материалов – 140000;
- шуруповерт и перфоратор – 15000 рублей;
- прочий вспомогательный инвентарь и инструменты – 50000 рублей.

Таким образом, общая сумма затрат на оборудования составит около 825000 рублей. С помощью всего этого оборудования рассчитывать на одновременный ежемесячный выпуск 400 единиц мебели.

3) Технология производства и организация снабжения. Технология производства мебели включает в себя следующие основные этапы:

- подготовка проекта изделия;
- работы по раскрою материала и изготовлению деталей;
- работы по обработке материала;
- сборка готовой мебели.

Организационный план производства мебельной мастерской

Начальным этапом открытия мебельной мастерской является регистрация бизнеса в государственных органах. Для ведения коммерческой деятельности регистрируется ИП с упрощенной системой налогообложения (15% «доходы минус расходы»). Виды деятельности согласно ОКВЭД-2:

31.09.2 - Изготовление прочей мебели и отдельных мебельных деталей, не включенных в другие группировки, по индивидуальному заказу населения;

47.59 - Торговля розничная мебелью, осветительными приборами и прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах;

47.91.2 - Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет;

Также рекомендуется указать:

31.01 - Производство мебели для офисов и предприятий торговли;

31.02 - Производство кухонной мебели.

Лицензии на осуществление этих видов деятельности не требуется, однако рекомендует сертификация всей производимой мебели, чтобы подтвердить качество продукции. Для этого необходимо соблюдение норм и стандартов:

- ГОСТ 16371-93 «Мебель. Общие технические условия»;

- ГОСТ 19917-93 «Мебель для сидения и лежания. Общие технические условия»;

- ГОСТ Р 50051-92 «Мебель. Стулья. Определение устойчивости»;

- ГОСТ 19194-73 «Мебель. Метод определения прочности крепления подсадных ножек мебели»;

- ГОСТ 13715-78 «Плиты столярные. Технические условия»;

- ГОСТ Р 54208-2010 «Покртия защитно-декоративные на мебели из древесины и древесных материалов. Классификация и обозначения».

- ГОСТ 30255-95. Мебель, древесные и полимерные материалы.

График работы мебельного цеха – с 8:00 до 17:00 (пн-пт). График работы офиса продаж – с 9:00 до 19:00 (пн-вс). Исходя из этого, формируется штатное расписание.

Таблица 4. Штатное расписание и фонд оплаты труда

№	Должность	Оклад, руб.	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.
<i>Административный</i>				
1	Руководитель	25000	1	25000
2	Бухгалтер	15000	1	15000
<i>Производственный</i>				
3	Специалист цеха	27000	3	81000
4	Мастер производства	23000	1	23000
5	Дизайнер-технолог	20000	1	20000
<i>Торговый</i>				
6	Менеджер	20000	1	20000
<i>Вспомогательный</i>				
7	Водитель-экспедитор	20000	1	20000
8	Уборщица (неполный день)	4000	1	4000
Итого:				210 000.00 Р
Социальные отчисления:				63 000.00 Р

Итого с отчислениями: 273 000.00 Р

Специалисты цеха – обслуживают все этапы производства мебельной продукции, совмещают функции сборщика мебели. Образование - среднее техническое, опыт работы в аналогичной должности.

Мастер производства – организует рабочий процесс, осуществляет прием материалов и оформляет соответствующую документацию, является материально-ответственным лицом, контролирует соблюдение техники безопасности на производстве, производит поэтапный контроль изготовления продукции. Образование – высшее, опыт работы в данной сфере – 5 лет.

Менеджер – осуществляет маркетинговую политику предприятия, ведет переговоры с потенциальными клиентами, оформляет заказы и принимает оплату, является материально-ответственным лицом, занимается вопросами рекламы и продвижения продукции, ответственен за наполнение сайта и профилей в социальных сетях. Образование – высшее.

Дизайнер-технолог – разрабатывает модели и конструкции мебели, осуществляет авторский контроль за соответствием произведенной мебели разработанным моделям. Образование – высшее.

Бухгалтер – является материально-ответственным лицом, ведет всю финансовую документацию, осуществляет бухгалтерский учет, контролирует соблюдение законности при расходовании денежных средств и материальных ресурсов. Образование высшее, опыт работы в данной области – 3 года.

Водитель-экспедитор – осуществляет своевременную доставку заказа покупателям. Требования: собственный автомобиль, опыт работы от 1 года, водительские права категории В,С.

Руководитель – является материально-ответственным лицом, представляет интересы предприятия, заключает договора по хозяйственной деятельности, издает приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение сотрудников, занимается подбором поставщиков и поиском каналов сбыта. Образование – высшее, опыт работы в данной сфере – 3 года.

Уборщица – осуществляет уборку офиса продаж.

Финансовый план по производству мебели

Финансовый план учитывает все доходы и расходы проекта, горизонт планирования составляет 3 года. Планируется, что по истечении этого периода заведению потребуется расширение производства и ассортимента продукции.

Для запуска проекта необходимо рассчитать объем инвестиций. Для этого нужно определиться с затратами на ремонт офисного помещения, приобретение оборудования, первоначальную закупку сырья и формирование оборотных средств, за счет которых будут покрываться убытки начальных периодов. Спецификой ведения мебельного бизнеса является необходимость наличия большой суммы оборотных средств.

Таблица 5. Инвестиционные затраты

№	Наименование	Сумма, руб.
<i>Недвижимость</i>		
1	Ремонт помещения	30 000
<i>Оборудование</i>		
2	Комплект оборудования	825 000
3	Обустройство офиса	70 000
<i>Нематериальные активы</i>		

4	Регистрация бизнеса	7000
5	Стартовая рекламная кампания	50000
<i>Оборотные средства</i>		
6	Закупка сырья	50 000
7	Оборотные средства	100 000
		Итого: 1 132 000 Р

Переменные расходы состоят из затрат материалы, которые используются в производстве мебели, а также оплату потребленных в процессе производства мощностей (вода, газ, электричество, канализация). Для упрощения финансовых расчетов переменные расходов рассчитывается, исходя из суммы среднего чека на каждый вид продукции и фиксированной торговой наценки в 300%.

Постоянные расходы состоят из арендной платы, коммунальных платежей, фонда заработной платы, расходов на рекламу, налогов и амортизационных отчислений. Размер амортизационных отчислений определяется линейным методом, исходя из срока полезного использования основных фондов в 5 лет. К постоянным затратам также относятся налоговые отчисления, которые в данной таблице не представлены, поскольку их сумма не фиксирована, а зависит от объема выручки.

Таблица 6. Постоянные затраты

№	Наименование	Сумма в мес., руб.
1	Арендная плата	50000
2	Реклама	7000
3	Коммунальные платежи	15000
4	Амортизация	17000
5	ФОТ с отчислениями	273000
Итого:		375000

Таким образом, были определены постоянные ежемесячные расходы в размере 375000 рублей.

Оценка эффективности мебельного цеха

Срок окупаемости проекта при первоначальных инвестициях в 1132000 рублей составляет 8-9 месяцев. Чистая ежемесячная прибыль проекта при выходе на плановые объемы продаж составит 519560 рублей. Рентабельность продаж в первый год работы составит 25%.

Возможные риски производства мебели

Для оценки рисков составляющей проекта необходимо провести анализ внешних и внутренних факторов. К внешним факторам относятся угрозы, связанные с экономической ситуацией в стране, рынков сбыта. К внутренним – эффективность управления организацией.

Специфика заведения определяет следующие внешние риски:

- повышение цен на сырье, сбой в поставке сырья. В первом случае возникает риск увеличения расходов и, как следствие, отпускной цены, что может негативно сказаться на спросе. Во втором случае, риск связан с перебоями в производстве. Снизить вероятность этих угроз возможно при грамотном выборе поставщиков и включении в договор всех необходимых условий, которые предусматривают материальную ответственность поставщика при их нарушении;
- высокая конкуренция на рынке. Поскольку мебельный рынок достаточно насыщен и конкуренция на нем высока, поведение конкурентов может оказывать сильное влияние на спрос вашей продукции. Чтобы снизить этот риск необходимо сформировать системный

подход к организации бизнеса и наладить процессы внутри предприятия. Это позволит добиться конкурентных преимуществ и сформировать клиентскую базу;

- отсутствие или снижение спроса. Отсутствие спроса обычно возникает в случае, когда потенциальные клиенты не знают о существовании компании – в этом случае необходимо проводить активную рекламную кампанию. Во втором случае возникновение риска связано с экономической ситуацией или потерей доли рынка. Снизить этот риск возможно при формировании своей клиентской базы, заключении крупных договоров, гибкости производства;
- пожар, хищение и другие форс-мажорные обстоятельства. Риск наступления таких событий, влекущих порчу имущества, достаточно низкий. Однако при их наступлении ущерб может быть достаточно большим. Чтобы минимизировать этот риск, необходимо установить в цехе пожарную сигнализацию, ввести регулярный контроль за соблюдением техники безопасности. Также можно застраховать риск в страховой компании;
- отказ в предоставлении аренды помещения или повышение стоимости аренды. Чтобы снизить этот риск, необходимо заключать договор долгосрочной аренды и тщательно выбирать арендодателя.

К внутренним рискам следует отнести:

- невыполнение планируемого объема продаж. Снизить этот риск возможно при эффективной рекламной кампании и грамотной маркетинговой политике, предполагающей проведение различных акций и бонусов;
- поломка оборудования и простои производства. Минимизировать риск позволит проведение регулярного обслуживания оборудования с целью поддержания его работоспособности;
- проблемы с персоналом, под которыми подразумевается низкая квалификация, текучесть кадров, отсутствие мотивации сотрудников. Снизить этот риск проще всего на этапе подбора персонала, принимая на работу сотрудников, отвечающих всем заявленным требованиям. Рекомендуется использовать инструмент премирования, например, выплачивать сотрудникам фиксированный процент от чистой прибыли по итогам годовой работы;
- брак продукции. При незначительном браке продукция может быть реализована по скидочной цене, а в случае серьезных нарушений отправлена на переработку. Главное – выявлять брак продукции до момента передачи заказа клиенту. Снизить этот риск возможно при подборе квалифицированного персонала, закупке хорошего оборудования и качественных материалов;
- снижение репутации заведения в кругу целевой аудитории при ошибках в управлении или снижении качества продукции. Нивелировать риск возможно при постоянном контроле качества продукции, получении обратной связи от клиентов предприятия и проведении корректирующих мероприятий.