

## Содержание

1. Резюме .....	3
2. Описание продукции .....	5
3. Оценка рынка сбыта .....	7
4. Конкуренция .....	12
5. Стратегия маркетинга .....	15
6. План производства .....	17
7. Организационный план .....	18
8. Юридический план .....	20
9. Оценка риска и страхования .....	23
10. Финансовый план .....	25
11. Стратегия финансирования .....	27
Список литературы .....	29
Приложение .....	31

[kursovikovo.ru](http://kursovikovo.ru)

**Курсовые работы под**

**ключ!**

**+7 (499) 350-17-34**

**[kursovayarabotarf@mail.ru](mailto:kursovayarabotarf@mail.ru)**

## 1. Резюме

Сфера мебельного дела сейчас, как никогда, актуальна и приносит большие прибыли. В этом схожи мнения, как самих мебельщиков, так и аналитиков-экспертов. Так, на данный момент российский рынок мебели характеризуется как один из самых конкурентных.

Суть проекта заключается в регистрации предпринимателя в качестве общества с ограниченной ответственностью для создания салона кухонной мебели. Для быстрого старта продаж инициатор принял решение о покупке франшизы известной российской мебельной фабрики «РДК-Кухни». Инициатор проекта планирует открыть салон в городе Архангельске. Предприятие будет заниматься поиском заказов на покупку кухонной мебели, а также установку мебели после изготовления заказа. Производство кухонной мебели будет осуществляться компанией «РДК-Кухни». Для осуществления своей деятельности организация арендует помещение. Площадь для старта франшизы кухни варьируется от 30 до 100 кв.м. В дальнейшем планируется открыть дополнительный салон в разных районах города для большего охвата покупателей.

По проекту создания предприятия планируется:

1. Регистрация в качестве общества с ограниченной ответственностью.
2. Заключение договора аренды помещения в г. Архангельске.
3. Приобретение франшизы известной российской фабрики производителя кухонной мебели «РДК-Кухни».
4. Организация рабочих мест.
5. Выполнение заказов на изготовление мебели.
6. Привлечение постоянных покупателей.

Таким образом, открытие собственного предприятия позволит инициатору проекта создать рабочие места, выйти на рынок с качественной продукцией, пользующейся спросом, привлечь покупателей, обеспечить

выручку и налоговые отчисления в бюджет г. Архангельска.

Общая сумма необходимых средств для запуска проекта ООО «Мебель» - 600000 руб., в том числе:

- Сумма собственных средств – 600000 руб.

Начало реализации проекта запланировано с 01.11.17 г.

Планируемые показатели выручки и прибыли за 10 месяцев реализации проекта:

- Выручка за первые 10 месяцев проекта – 28 981 628 руб.

- Прибыль за первый год проекта (период с 10.2017 г. по 09.2018 г.) – 11 362 711 руб.

Срок окупаемости инвестиций составит 6 месяцев со старта проекта.  
Рентабельность продаж – 5,4 % (за период 10 месяцев).

Ставка дисконтирования устанавливается в размере 10 %. Обоснование в избранной ставке дисконтирования: базовый прогноз инфляции на 2017 г. – 4 % (по данным официального сайта ЦБ РФ).

На период достижения периода окупаемости инвестиций (10 месяцев) показатели проекта составят:

- Чистый приведенный доход (NPV) – 219603 млн. руб.

- Внутренняя норма доходности по проекту (IRR) – 8,73 %.

- Индекс прибыльности (PI) – 5,34.

Создаваемые рабочие места в рамках проекта – 4 рабочих места.

## 2. Описание продукции

Кухня – это место, где люди проводят значительную часть своей жизни, принимают гостей и отмечают важные события. Создать уютную атмосферу позволит качественная и приятная мебель. Мебельный бизнес относится к категории наиболее прибыльных предприятий. При организации кухонного пространства большинство потребителей предпочитают разрабатывать индивидуальный дизайн мебели. Подобрать готовую типовую мебель часто оказывается сложной задачей. Однако производство кухонной мебели требует больших инвестиций, которые не всегда имеются у предпринимателя. Поэтому ООО «Мебель» г. Архангельска приняло решение купить готовую франшизу по реализации кухонной мебели российской фабрики по производству кухонной мебели РДМ «Кухни» г. Москва.

Преимущества сотрудничества с РДМ «Кухни»:

1) мебель от производителя имеет соответствующие сертификаты и гарантии, что называется от первого лица;

2) производитель может предложить выгодные варианты оформления интерьера, дополнительные скидки при заказе под ключ;

3) при изготовлении мебели полностью учитываются все особенности помещения заказчика, каждый элемент «интегрируется» под запрос клиента;

4) производитель несет полную ответственность за качество предоставляемого продукта. Так как все элементы изготавливается на одном предприятии, проще осуществлять контроль за исполнением заказов, а также в случае недовольства предъявлять претензии.

Кухни РДМ относятся к среднему ценовому диапазону, что актуально для города Архангельска.

Основная информация по приобретаемой франшизе:

- год основания компании – 2011;

- год запуска программы франчайзинга – 2016;

- количество франшизных предприятий – 16 (ближайший франчайзер г. Санкт-Петербург);

- количество собственных предприятий – 1.

Основные преимущества франшизы РДМ-Кухни:

- франшиза кухни - готовый бизнес, который тщательно отработан и приносит постоянную прибыль;

- производство кухонь на заказ по индивидуальным размерам;

- обучение персонала и программное обеспечение;

- подбор и дизайнерское оформление экспозиции;

- продвижение салона в средствах массовой информации;

- фирменная одежда для персонала;

- рабочие материалы в виде справочников, каталогов, буклетов, образцов материалов

- высокий уровень системы мотивации персонала.

Концепция

Компания «RDM» производит стильные и недорогие кухни, которые отвечают всевозможным потребностям населения. Кухни изготавливаются и отправляются в салон ООО «Мебель» г. Архангельск, для дальнейшей реализации. Своим прекрасным видом они будут привлекать внимание и спрос. Задача ООО «Мебель» состоит в том, чтобы спроектировать кухню и оформить заказ. Далее заказ высылаете на производство компании «RDM», которая изготавливает кухню, и отправляет ее, а далее ООО «Мебель» самостоятельно занимается установкой кухни у заказчика

ООО «Мебель» занимается только продажей кухни и получает доход от него в размере 37,5 %.

Изготавливаемые кухни конкурентноспособны, так как соответствуют ценовому сегменту средний и эконом.

### 3. Оценка рынка сбыта

Производство и реализация кухонной мебели – это система

экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения данной продукции.

Под рынком мебели в упрощенном аспекте будем понимать взаимоотношения между производителями, продавцами и конечными покупателями мебели. Эти отношения формируются исходя из ряда особенностей, среди которых следующие:

- мебель - это товар длительного пользования;
- мебель - товар тщательного выбора;
- индивидуальная доставка мебели от производителя к потребителю;
- обязательность предложения услуг по сборке мебели;
- выполнение индивидуальных заказов;
- работа с потребителями по каталогам;
- представление образцов мебели в салонах;
- широкий ассортимент мебели (по различным критериям) и др.

**Курсовые работы под ключ!**

Основные компании, реализующие кухонную мебель на мебельном рынке г. Архангельска – это мелкие и средние компании производители, занимающиеся реализацией собственной продукции. Стоит отметить, что на рынке г. Архангельска нет дилеров крупных российских производителей кухонной мебели, что является абсолютным преимуществом для ООО

«Мебель». Также следует отметить тот факт, что продажа кухни в большинстве компаний не является профильным направлением, а входит в общий ассортимент предлагаемой компаниями мебели для дома и офиса.

Общие тенденции развития мебельного рынка в России.

По итогам продаж 2015 года, объем розничных продаж мебели снизился на 10%. Сокращение оборота продолжилось и в 2016 году: розничные продажи мебельной продукции оказалось ниже прошлого года на 5%. Многие производители использовали этот период для реорганизации производства: корпусная мебель оптом и в розницу стала предлагаться по более выгодным ценам [10].

По оценкам специалистов, производители мебели рассчитывают, что рынок мебельной продукции начнет расти в конце в 2017-2018 годах. Этому будет способствовать рост ВВП, а так же смены модели рынка – от кредитования рынок будет переходить к инвестированию, благодаря чему отечественный производитель может конкурировать с иностранной продукцией внутри России и поставлять товары за рубеж [10].

Некоторые руководители предприятий считают, что кризис является лучшим временем для развития: многие бренды нарастили свое присутствие на рынке за счет открытия новых торговых точек и более успешной работы с дилерами. Основное развитие рынка идет в сторону регионов – в этом отношении у большинства компаний есть уверенность в подъеме рынка и получении будущей прибыли.

Основную опасность для рынка мебели производители видят в тенденции к снижению площади строящихся квартир – для них это означает, что данное жилье будет покупаться заведомо меньше мебели. Во-вторых, серьезным барьером для развития остается снижение финансовых возможностей населения: закредитованность и снижение заработной платы на многих государственных предприятиях заставили пересмотреть планы многих россиян [10].

К сожалению, мебельная отрасль не является приоритетной для государства и производителям не стоит рассчитывать на программы государственной поддержки. Производители вынуждены рассчитывать только на себя.

Серьезную помощь российскому мебельному рынку оказывает тенденция к вытеснению иностранных производителей: российская мебель готова занять их место, тем более что уровень производственного качества мебели некоторых отечественных компаний не уступает европейскому.

Объем производства мебели в РФ согласно данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности

распределен следующим образом. Как показано на рисунке 1.



Рис. 1. Структура производства мебели в РФ [13]

**kursovikovo.ru**

Рассмотрим спрос на кухонную мебель со стороны потребителей.

**Курсовые работы под**

По итогам Ростата рассмотрим динамику реализации непродовольственных товаров на рынке Архангельска и области на рис. 2.

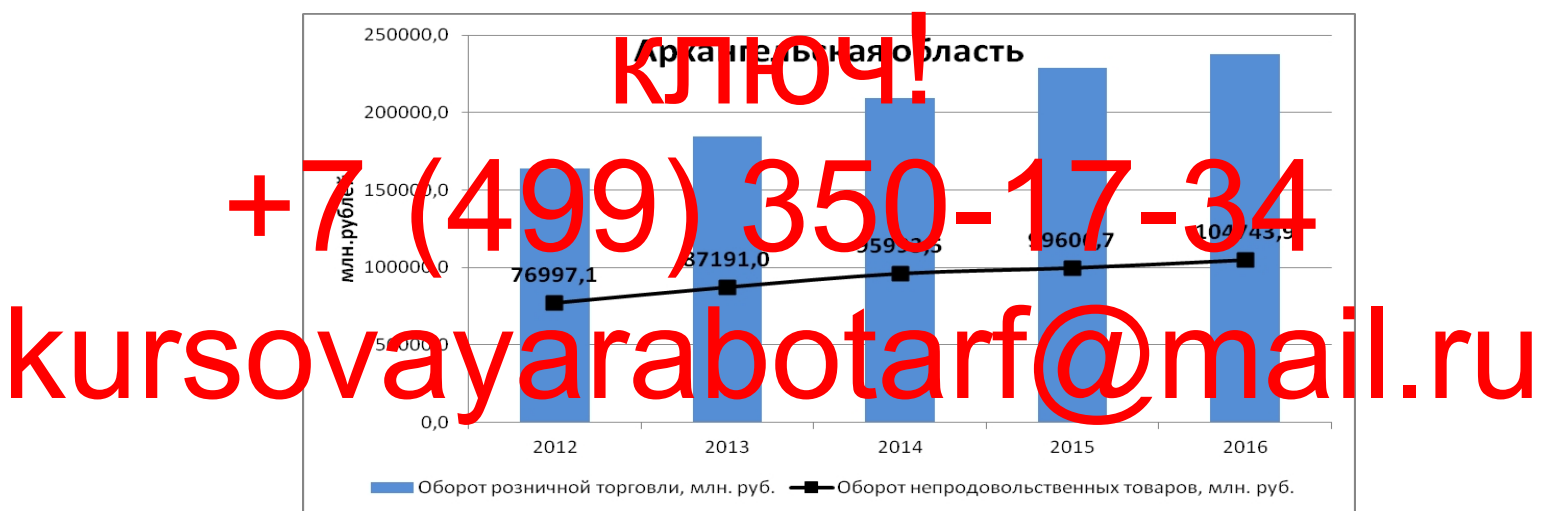


Рис. 2. Динамика оборота розничной торговли непродовольственными товарами в Архангельской области

Источник: разработка автора на основании данных Росстата [11]

По данным рисунка 2 наглядно видно, что даже в кризисные периоды экономики розничный оборот непродовольственных товаров в Архангельской области имеет в динамике тенденцию роста. Несмотря на то,

что это товары не первой необходимости.

Рассмотрим долю реализации продукции мебельных компаний в общей величине непродовольственных товаров на рисунке 3.



Рис. 3. Динамика оборота розничной торговли мебельными

компаниями в Архангельской области

Источник: разработка автора на основании данных Росстата [11]

Данные рисунка 3 свидетельствуют о том, что оборот мебельных компаний снизился в 2016 году на 1,41 % или на 22,5 млн. руб. по сравнению с 2015 годом. До 2015 года рынок показывал в динамике рост товарооборота.

В качестве барьера роста рынка специалисты видят «продолжающееся снижение средней площади новых квартир. Это означает, что в такие квартиры люди смогут поставить меньше мебели. Второй барьер - снижение финансовых возможностей у домохозяйств. У значительного числа населения после покупки предметов первой необходимости и оплаты кредитов практически не остается свободных денег. Специалисты прогнозируют, что в 2017 году рынок мебели снизится еще на 5 %, а в 2018 году уже ожидают небольшой рост около 2-3% [12].

В условиях наличия барьеров для иностранных товаров и девальвации

национальной валюты российские предприятия продолжают наращивать мощности, ориентированные на внутренний спрос, частично переходя на российское сырье и комплектующие, что также положительно скажется на увеличении доли продукции российского производства на мебельном рынке.

Положительные тенденции развития мебельного рынка в России:

- продолжение процессов импортозамещения в производстве мебели;
- локализация производства некоторых видов комплектующих (в первую очередь с высокой долей транспортной составляющей в конечной стоимости продукта);

- рост производства российской мебели в натуральном выражении на 2-3 % в год и в стоимостном на 8-10%;

- консолидация отрасли, сокращение числа игроков и укрупнение оставшихся;

- увеличение доли сегмента розницы в общей структуре продаж;

- рост доли online канала в общем объеме продаж мебели;

- сокращение звеньев и товарно-распределительных цепочках от производителя к покупателю, снижение доли дилеров в совокупном объеме продаж [12].

Не стоит забывать о влиянии на спрос мебельной моды и количество вводимых квадратных метров жилья.

Расчет емкости рынка для города Архангельска (население 278 тыс. человек) выглядит следующим образом:

Определяем количество домохозяйств:  $358\,488 \text{ чел.} \div 2,6 = 137\,880$ ,

где 2,6 – это средняя численность домохозяйства по России.

Рассчитываем емкость рынка:  $137\,880 \times 4,9 \text{ тыс. руб.} = 675,612 \text{ млн. руб.}$ , где 4,9 тыс. руб. годовые расходы на мебель в среднем по РФ.

#### 4. Конкуренция

Ближайшие конкуренты ООО «Мебель»:

- 1) ООО «Мебелон», студия хорошей мебели;
- 2) компания «На дом мебель» - реализация кухонной мебели посредством сайта в режиме онлайн;
- 3) корпусная мебель ООО «Атлант» - гипермаркет мебели.

В порядке убывающей значимости можно выделить следующие параметры конкурентоспособности в таблице 1.

Таблица 1. Факторы конкурентоспособности

Факторы	ООО «Мебель»	Конкуренты		
		№ 1	№ 2	№ 3
Качество	высокое качество	среднее качество	низкое качество	среднее качество
Местонахождение	Архангельская область, г. Архангельск, р-н Октябрьский, ул. Гайдара д. 52	г. Архангельск, пр. Гроизцкий, д. 106 (здание Архгипродрев), вход с торца, 2 этаж, офис 28.	нет	г. Архангельск Окружное шоссе д.13, 0 этаж, «Гипермаркет на окружной»
Цены	средние	высокие	низкие	средние
Дизайн	индивидуальный	индивидуальный	типовой	типовой
Исключительность в продукции	исключительная, наличие сертификата качества	исключительная, наличие сертификата качества	сомнительно о производстве, отсутствие сертификатов качества	наличие сертификата качества
Ассортимент	168 позиций	100 позиций	более 100 позиций	100 позиций
Послепродажное обслуживание	да	да	нет	да
Время работы	9.00-21.00	10.00-20.00	8.00-21.00	9.00-22.00
Имидж	новое предприятие, товар-новинка	надежная репутация, постоянные клиенты	ненадежная репутация, отсутствие постоянных клиентов	надежная репутация, постоянные клиенты

Проведем расчет конкурентоспособности в табл. 2. В процентном

выражении коэффициенты конкурентоспособности -  $\sum a_i p_i$ , - отражают действительное положение компании на рынке кухонной мебели, где  $p_i$  – ранжированное значение параметров;  $a_i p_i$  – показатели конкурентоспособности в процентах.

Таблица 2. Расчет конкурентоспособности

Параметры	Весомость параметров , $a_i$	ООО «Мебель»		№ 1		№ 2		№ 3	
		$p_i$	$a_i p_i$	$p_i$	$a_i p_i$	$p_i$	$a_i p_i$	$p_i$	$a_i p_i$
Качество	0,20	0,9	0,18	0,9	0,18	0,7	0,14	0,7	0,14
Местонахождение	0,18	1,0	0,18	0,5	0,09	0,9	0,16 2	0,7	0,12 6
Цены	0,15	0,7	0,105	0,7	0,10 5	0,9	0,13 5	0,9	0,13 5
Дизайн	0,11	0,9	0,099	0,7	0,07 7	0,5	0,05 5	0,5	0,05 5
Исключительность продукции	0,10	1,0	0,10	1,0	0,1	0,2	0,02	0,2	0,02
Ассортимент	0,09	0,9	0,081	0,7	0,06 3	0,5	0,04 5	0,6	0,05 4
Послепродажное обслуживание	0,08	0,9	0,072	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Время работы	0,05	0,8	0,04	0,7	0,03 5	0,7	0,03 5	0,7	0,03 5
Имидж	0,04	0,0	0,0	0,9	0,03 6	0,9	0,03 6	0,9	0,03 6
$\sum a_i p_i$	$E = 1,00$	0,857		0,687		0,628		0,601	

Таким образом, конкурентоспособность ООО «Мебель» выше, чем у конкурента № 1 на 24,75 %, конкурента № 2 – на 36,46 %, и № 3 – на 42,6 %.

Исследование конкурентной среды показало, что уровень конкуренции в городе Архангельске в данном ценовом сегменте не высок. Из предприятий, которые можно рассматривать как прямых конкурентов, на сегодняшний день на рынке присутствуют следующие форматы мебельных магазинов:

- «Мебельный гипермаркет» - конкурент № 3. В таком магазине представлена полная линейка мебельной продукции: кухонная мебель, мягкая мебель, стенки, прихожие, спальни, тумбочки, мебель для дачи, интерьер, сопутствующие товары и так далее. Ассортиментный ряд мебельного гипермаркета содержит не менее 1 000 позиций. При таком

формате площадь торгового зала должна быть не менее 1 000 кв.м.;

- «Магазин - выставочный зал» в нашем исследовании это конкурент № 1, в данном магазине представлены только образцы продукции, купить можно только по заказу. Ассортимент 5-6 видов каждой позиции. В основном представлена продукция, пользующая массовым спросом (кухонная мебель, спальни, прихожие). Площадь торгового зала должна быть не менее 200-300 кв.м.;

- «Онлайн платформа» - конкурент № 2. На сайте компании представлен широкий ассортимент кухонь. Недостаток – товар и качество кухни нельзя увидеть «вживую». Производители мебели – неуказанны, соответственно отсутствует наличие сертификата данной продукции.

- «Узкоспециализированный магазин». В таком магазине представлена продукция определенной товарной группы, а именно, кухня – в данном сегменте предлагается работа и индикатор.

Отметим также, что для открытия кухонного салона важно и наличие парковки. Отсутствие конкурентов поблизости. В павильоне мебели желательно выполнить дизайнерский ремонт для поднятия имиджа, доверия.

Выделиться среди конкурентов – одна из наиболее важных задач для ООО «Мебель». Это могут быть дополнительные услуги, такие, как выезд замерщика на дом, бесплатная сборка мебели на месте.

Подчеркнем преимущества ООО «Мебель» по сравнению с конкурентами. Кухонная мебель от РДК-Кухни отличается:

- необычный дизайн;
- удобство в применении;
- универсальность;
- отличная вместительность;
- приятное соотношение качества и ценового эквивалента;
- долгий срок службы;
- богатый ассортимент продукции.

Таким образом, проект находится в выгодных конкурентных условиях.

## 5. Стратегия маркетинга

Ассортимент продукции проекта приведен в таблице 1.

Таблица 1. План по торговле на 1 п.м. кухни

№	Наименование категории кухонь	Средняя цена, руб./1 п.м.	Валовой доход, % (37,5 %)	Роялти за 1 единицу кухни, руб. (3 %)	Выручка от реализации, руб./1 п.м.
1	Дизайнерские кухни	40900	15338	1227	14111
2	Хай Тек	43930	16474	1318	15156
3	Лофт	45890	17209	1377	15832
4	Современные кухни	44500	16688	1335	15353
5	Классика	60145	22554	1804	20750
6	Прованс	54315	20368	1629	18739
7	Кантри	54425	20409	1633	18777
8	Итальянский стиль	47235	17713	1417	16296

Средний размер кухни составит 4 погонных метра.

Таблица 2. План по торговле в месяц

№	Наименование категории кухонь	Выручка от реализации, руб./1 п.м.	Выручка от реализации, всего, руб.
1	Дизайнерские кухни	14111	56442
2	Хай Тек	15156	60623
3	Лофт	15832	63328
4	Современные кухни	15353	61410
5	Классика	20750	83000
6	Прованс	18739	74955
7	Кантри	18777	75107
8	Итальянский стиль	16296	65184
Итого		-	540 049

Таким образом, при усредненных продажах 8 кухонь в месяц, по одной из каждой категории стиля, в этом случае плановая выручка ООО «Мебель» от реализации продукции составит 540 тыс. руб. ежемесячно.

Годовой план по торговле: 540 тыс. руб. × 12 мес. = 6480 тыс. руб.

Распространено мнение, что мебельный бизнес не подвержен такому фактору, как сезонность. На самом деле, оно не соответствует действительности. По результатам продаж отдельных мебельных магазинов и

розничных сетей пик продаж приходится на период с сентября на декабрь. Затем наблюдается повышение интереса потребителей к мебели в период с марта по июнь. Лето «мертвый сезон» для мебельного сегмента.

Рекламная компания учитывает потребности целевой группы. Инициатор намерен использовать следующие рекламные инструменты:

- сайт в интернете, где можно ознакомиться со всеми интересующими деталями компании. Здесь находится каталог моделей, которые реализуются на фабрике, с фотографиями и кратким описанием. На сайте можно прочитать советы специалистов и уточнить условия бесплатной установки и доставки купленного изделия;

- размещение рекламных блоков в изданиях по интерьеру и дизайну, мебельных журналах и другой специализированной прессе;

- размещение на интернет-ресурсах схожей тематики рекламных баннеров.

Дополнительные способы привлечения клиентов:

- Реклама по городу. Использование баннеров, раздача рекламных листовок с адресом магазина в людных местах, привлечение людей с помощью объявлений, развешенных по городу;

- Реклама в интернет. Реклама салона в социальных сетях, создав тематическую группу;

- Акции и скидки. Скидки постоянным покупателям, проведение акций в День города, День России и пр.

## 6. План производства

Для павильона кухонной мебели было выбрано помещение по адресу: г. Архангельск р-н Октябрьский, Гайдара д. 52. Помещение расположено в торгово-развлекательном комплексе.

Таблица 3. Единовременные затраты в проект, руб.

Вид затрат	Затраты, руб.
Паушальный взнос	300 000

Аренда помещения 1 мес. + оплата залогового месяца	80 000
Образцы моделей кухни (в количестве 3-х штук)	65 000
Образцы встраиваемой бытовой техники (вытяжка, духовка, посудомоечная машина)	35 000
Техника для организации работы (ПК, принтер, сканер)	27 000
Ремонт павильона	25 000
Регистрация ООО	20 000
Прочие	48 000
Итого:	600 000

Единовременные затраты ООО «Мебель» будут покрыты за счет накоплений собственника бизнеса.

Рассмотрим ежемесячные издержки обращения ООО «Мебель».

Таблица 4. Издержки обращения, руб.

Вид затрат	Издержки обращения, мес./руб.	Издержки обращения, год./руб.
Переменные затраты:	11 740	140 880
- роялти (3%)		
Постоянные затраты:	219 900	2 638 800
- ФОТ	123 000	1 476 000
- Социальное страхование и обеспечении е	36 900	442 800
- аренда	40 000	480 000
- реклама	5 000	60 000
- уборка помещения	7 500	90 000
- доставка/выезд на замеры (ГСМ)	7 500	90 000
Итого:	231 640	2 779 680

## 7. Организационный план

Все руководящие и административные функции выполняет инициатор проекта. Он имеет все необходимые навыки в сфере предпринимательства, а также профессиональное образование в сфере промышленного дизайна и многолетний опыт работы в данной сфере. Организационно-правовая форма проста – все работники находятся в непосредственном подчинении

инициатора проекта.

От персонала напрямую зависит успех ООО «Мебель» и прибыль. Предпочтение стоит отдавать людям, которые имеют опыт работы в этой сфере, но не стоит пренебрегать и новичками. После небольшого обучения, которое инициатор может провести самостоятельно, а также тщательного изучения ассортимента магазина, многих из них ничуть не уступают опытным продавцам. Многие мебельные сети проводят целые экзамены для вновь набранных работников, задавая им вопросы по ассортименту, подбору мебели под определенный интерьер, материалам, которые используются по производству, цветовой гамме и т. д. У небольших магазинов нет средств нанимать тренеров, но можно самостоятельно контролировать работу продавцов-консультантов, время от времени посещая павильон. Заработная плата продавца складывается из оклада. Отметим, что на данном предприятии, учитывая специфику бизнеса, продавцы-консультанты обязаны иметь профессиональное образование в сфере дизайна. Без специального образования консультанта не сможет в полной мере провести консультацию с учетом замеров кухни клиента. Необходимы базовые знания специфики бизнеса.

График работы салона – семидневная рабочая неделя, с 09.00 до 21.00.

Директор занимается кадрами (прием на работу и увольнение), заключает договора с поставщиками сырья и оборудования, с покупателями юридическими лицами, посещает выставки и конференции по обмену опытом, а также продвигает предприятие на рынке г. Архангельска.

Таблица 5. Штатное расписание и фонд оплаты труда (мес.)

	Должность	Оклад, руб.	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.
Административный				
1	Директор	25 000	1	25 000

2	Бухгалтер	25 000	1	25 000
Производственный				
3	Дизайнер	25 000	2	50 000
Доставка				
6	Установщик мебели	23 000	1	23 000
Итого:				123 000
Социальные отчисления:				36 900
Итого с отчислениями:				159 900

## Курсовые работы под

Бухгалтер ведет финансовую отчетность ООО «Мебель», рассчитывает и начисляет заработную плату, рассчитывает и начисляет налоги, ведет расчеты с покупателями, оплачивает счета, занимается переводом денег поставщику - «РДК-Кухни».

Дизайнер обслуживает клиентов в павильоне. Работа дизайнеров 2/2.

Первичные обязанности – это консультирование клиентов павильона. Кроме того, дизайнер проводит замеры на объекте. Составляет план-заказ, который отправляет в РДК-Кухни. Выступает посредником между фабрикой и клиентами павильона. При наличии разногласий или недопонимания устраняет таковые.

Установщик кухонь занимается установкой, выезжает по необходимости на замеры объекта.

### 8. Юридический план

Для того чтобы открыть мебельный магазин, нужно для начала выбрать

подходящую организационно-правовую форму ведения собственного бизнеса. Инициатором была выбрана правовая форма общество с ограниченной ответственностью. Кроме того, для осуществления деятельности нужно выбрать коды ОКВЭД. Их может быть несколько, но основной только один. К рассматриваемой нами деятельности относятся следующие коды:

47.19 - Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах;

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

47.59.1 - Торговля розничная мебелью в специализированных магазинах

47.59.9 - Торговля розничная бытовыми изделиями и приборами, не

включенными в другие группировки, в специализированных магазинах.

При выборе кодов ОКВЭД необходимо добавить и вид, которым инициатор планирует заниматься в будущем. К таковым могут относиться следующие:

31.01 - Производство мебели для офисов и предприятий торговли

31.02 - Производство кухонной мебели;

31.09 - Производство прочей мебели;

46.15 - Деятельность агентов по оптовой торговле мебелью, бытовыми товарами, столовыми приборами, ножовыми и прочими металлическими изделиями,

46.15.1 - Деятельность агентов по оптовой торговле бытовой мебелью;

46.47 - Торговля оптовая мебелью, коврами и осветительным оборудованием;

46.47.1 - Торговля оптовая бытовой мебелью;

46.65 - Торговля оптовая офисной мебелью. Если какие-то коды будут отсутствовать в этом списке, то впоследствии это может вызвать затруднения при расширении сферы деятельности. Придется вносить изменения в регистрационные документы, что сопряжено с дополнительными

неудобствами и потерей времени.

Список документов, которые подаются в регистрирующий орган (ИНФС, расположенная по месту нахождения открываемого ИП), включает в себя: заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя по форме Р21001, квитанция на оплату госпошлины за регистрацию ИП, заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения по форме № 26.2-1 (опционально), копия паспорта заявителя. Документы на регистрацию можно подавать как лично, так и через представителя по доверенности. Кроме того, можно отправить все необходимые документы через сервис «Электронные услуги» или же по почте ценным письмом с описью всех вложенных документов. Если все документы соответствуют требованиям, то уже через пять дней после их подачи вы получите на руки документы о регистрации ИП.

Кроме того, вам также будет оформлять ряд документов, необходимых для ведения такой предпринимательской деятельности:

- разрешение сотрудников Роспотребнадзора на размещение (этот документ предоставляет право на начало деятельности объекта);

- программа по производственно-санитарному контролю (открытие магазина мебели возможно исключительно при наличии данного документа,

который призван оптимизировать процесс исполнения на предприятии санитарных правил и норм),

- санитарно-эпидемиологическое заключение, выдается на конкретный период сотрудниками Роспотребнадзора, определяет соответствие помещений объекта действующим нормам и правилам, которые предъявляется для данного типа предприятий;

- договоры об осуществлении вывоза твердых бытовых отходов и другого мусора;

- оформление договоров на проведение дератизационных, дезинсекционных, дезинфекционных работ, что предполагает исполнение

санитарных работ по истреблению болезнетворных микроорганизмов, грызунов, насекомых;

- документация для магазина мебели нормативного характера;
- оформление договора на осуществление услуг прачечной и химчистки по стирке спецодежды;
- оформление договора на проведение дезинфекционных работ для средств автотранспорта;
- договор на проведение регулярной дезинфекции и очистки систем вентиляции и кондиционирования;
- официальный договор на утилизацию люминесцентных (ртутьсодержащих) ламп.

По нормам допускается размещение магазинов в помещениях без естественного освещения, но при этом должны соблюдаться требования СанПиН 2.2.1.2.11.1278-03 «Гигиенические требования к естественному, искусственному и совмещенному освещению жилых и общественных зданий» (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.04.2003), где в Таблице № 2 приведены нормируемые показатели естественного, искусственного и совмещенного освещения в зависимости от предназначения помещений. Так, например, для торговых залов мебельных и спортивных магазинов минимальный уровень искусственной освещенности равен 200 лк.

На начальном этапе развития бизнеса планируется работа на ЕНВД, но возможно, после введения для плательщиков данного налога кассовых аппаратов (с 1 июля 2018 г.), данный вопрос будет пересматриваться. В таком случае выгоднее платить УСН - 15% от разницы между валовыми доходами и издержками фирмы за отчетный период.

## 9. Оценка риска и страхования

Неопределенность подразумевает под собой состояние неоднозначности и невозможности точного предсказания развития

определенных событий и показателей развития инвестиционного проекта. Неопределенность в информационном обеспечении исполнения плановых или оперативных решений может повлечь за собой как ресурсные потери, так и привести к упущенной выгоде. Несомненно, условие неопределенности вызывает риски реализации инвестиционных проектов, способных привести к негативным последствиям. Риски являются двусторонним явлением. С одной стороны это производственный риск, который связан с трудностями либо с невозможностью выполнения фирмой своих обязательств перед заказчиком или инвестором. С другой стороны возникает финансовый риск, связанный с невозможностью уже инвесторов выполнения своих обязательств по реализации того или иного проекта.

Все виды рисков можно разделить на внешние и внутренние. Внешние риски инвестиционного проекта:

риски, связанные с неопределенностью экономической ситуации и экономического законодательства;

- внешнеэкономические риски;
- нестабильная политическая ситуация;
- изменения климатических условий, стихийные бедствия;
- инвестиционный риск;

- рыночный риск, связанный с возможным колебанием рыночных процентных ставок на фондовом рынке и курсов валют.

Среди внутренних рисков инвестиционного проекта выделяют:

- неполнота или неточность проектной документации;
- производственно - технические риски;
- недостаточный квалификационный уровень команды;
- неопределенность целей, интересов и поведения участников;
- неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации участников проекта;
- неправильная оценка спроса, конкурентов и цен на продукцию.

Также, принято различать три вида неопределенности:

1. Неинформированность;
2. Случайность (отклонения в результате каких - то случайных внешних воздействий);
3. Неопределенность противодействия (непредсказуемое поведение конкурентов и заказчиков продукции).

Основные причины неопределенности параметров проекта:

- неполнота или неточность начальной проектной информации;
- ошибки в расчетах прогнозных параметров проекта;
- неполнота и неточность информации о финансовом положении и деловой репутации предприятий - участников;
- форс-мажорные обстоятельства;
- неопределенность политической и экономической ситуации.

Оценка факторов риска подразумевает под собой использование всей имеющейся информации об условиях реализации проекта.

Выделяют четыре основных фактора перерасхода средств:

- первоначальная ошибочная оценка стоимости проекта;
- изменение временных рамок проектирования в силу непредвиденных обстоятельств;
- отличие фактической производительности от проектной;
- увеличение стоимости проекта в сравнении с первоначальной вследствие инфляции или изменения налогового законодательства.

## 10. Финансовый план

Подробный финансовый план приведен в табл. 6.

Таблица 6. Финансовый план

Месяц работы	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Количество заказов в месяц (шт.)	3	5	7	10	12
Средняя комиссия с продаж	18344	18344	18344	18344	18344
Доход	55032	91720	128400	183440	220129
Расход	244303	247238	250173	254575	257510
Роялти	4403	7338	10273	14675	17610
- ФОТ	123 000	123 000	123 000	123 000	123 000
- Социальное страхование и обеспечение	36 900	36 900	36 900	36 900	36 900
- аренда	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
- реклама	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
- уборка помещений	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
- доставка/выезд на замеры (ТСМ)	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
Налоги УСН (15% доход минус расход)	0	0	0	0	0
Прочие расходы	20000	20000	20000	20000	20000
ЕВИТДА (ЧП с учетом налогов и Амортизации)	-189271	-155518	-121773	-71135	-37381
ЕВИТ(ЧП с учетом Налогов)	-189271	-155518	-121773	-71135	-37381
Чистая прибыль/убыток	-189271	-155518	-121773	-71135	-37381
Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций)	-789271	-944789	-1066562	-1137697	-1175078

Таблица 7. Финансовый план (продолжение)

Месяц работы	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й
Количество заказов в месяц (шт.)	15	17	18	19	20

Средняя комиссия с продаж	18344	18344	18344	18344	18344
Доход	275161	311850	330193	348537	366881
Расход	263900	271900	275897	279846	283895
Роялти	22013	24950	26415	27883	29350
- ФОТ	123 000	123 000	123 000	123 000	123 000
- Социальное страхование и обеспечение	36 900	36 900	36 900	36 900	36 900
- аренда	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
- реклама	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
- уборка помещения	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
- доставка/выезд на замеры (ГСМ)	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
Налоги УСН (15% доход минус расход)	1987	7050	9582	12113	14645
Прочие расходы	20000	20000	20000	20000	20000
ЕВИТДА (ЧП с учетом налогов и Амортизации)	9274	32900	44714	56578	68341
ЕВИТ(ЧП с учетом Налогов)	9274	32900	44714	56578	68341
Чистая прибыль/убыток	11261	39950	54296	68691	82986
Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций)	-1163817	-1123867	-1069571	-1000061	-917075

Отметим, что точка безубыточности, выраженная в натуральных величинах (заказах) равна 15 заказам в месяц.

## 11. Стратегия финансирования

Оценка эффективности и инвестиционной привлекательности проекта

проводится на основании детального анализа финансового плана, а также простых и интегральных показателей эффективности (Табл. 8). Для учета изменения стоимости денег во времени используется метод дисконтирования денежных потоков. Ставка дисконтирования принята на уровне безрисковой ставки – доходность долгосрочных государственных облигаций – 10%.

Таблица 8. Финансовые показатели инвестиционного проекта ООО «Мебель» за первые 10 месяцев

Наименование показателя	Сумма
Чистая выручка, руб.	2311343
Чистый объем затрат, руб.	600000
Чистая прибыль, руб.	32032,596
Ставка дисконтирования, %	10
Чистый NPV проекта, руб.	249603
Внутренняя норма прибыли (IRR) проекта (год), %	8,73
Срок окупаемости проекта	5,34
Срок окупаемости, мес.	6

Простой (PP) и дисконтированный (DPP) срок окупаемости – 6 месяцев. Чистый дисконтированный доход (NPV) – 249603 рублей. Внутренняя норма прибыли (IRR) – 8,73%. Индекс доходности (PI) – 1,19. Все эти показатели говорят об эффективности проекта и его достаточно высокой инвестиционной привлекательности.

#### Выводы:

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание «Мебель» является сверхприбыльным, рискованным и перспективным. Одно из главных условий для быстрого старта является приобретение франшизы, квалифицированный персонал, наличие системы сбыта, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности предприятий в данной отрасли.



Рис. 4. Внутренняя норма доходности проекта за 10 месяцев

[kursovikovo.ru](http://kursovikovo.ru)

Курсовые работы под  
ключ!

+7 (499) 350-17-34

[kursovayarabotarf@mail.ru](mailto:kursovayarabotarf@mail.ru)

Список литературы

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Текст] : федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // Российская газета, № 253, 30.12.2009.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2017) [Текст] // Собрание законодательства РФ, 07.08.2000, № 32, ст. 3340.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017) [Текст] // Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, № 5, ст. 410.

4. Баринов В.А. Бизнес-планирование [Текст] : учеб. пособие / В.А. Баринов. - 4-изд., перераб. и доп. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2016. - 272 с.

5. Волков А.С., Мироченко А.А. Бизнес-планирование [Текст] : учеб. пособие. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2016. - 81 с.

6. Лапыгин Ю.Н. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании: учеб. пос. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. - М.: Инфра-М; Znanium.com 2015. - 332 с.

7. Морозкин В.А. Бизнес-планирование : учеб. пособие [Текст] / В.А. Морозкин, В.П. Бурев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 288 с.

8. Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие / Орлова П.И.- Электрон.текстовые данные. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. - 284с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/900>. - ЭБС «IPRbooks».

9. Селина В. П. Источники финансирования и риски инвестиционных проектов [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук, 2010. - № 11-3. - С. 60-64.

10. Производители мебели рассчитывают на рост рынка в 2017-2018

годах [Электронный ресурс]: Электронная газета «Век». - Режим доступа: <https://vek.ru/proizvoditeli-mebeli-rasschityvayut-na-rost-rynka-v-2017-2018-godax> (дата обращения: 10.09.2017).

11. Оборот розничной торговли по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]: Официальный сайт Федеральной государственной службы статистики. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#)(дата обращения: 10.09.2017).

12. Мебельные ритейлеры по-разному смотрят на последствия кризиса [Электронный ресурс]: Исследования по отраслям РБК. - Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/articles/20/01/2017/562959061114168.shtml> (дата обращения: 10.09.2017).

13. Обзор рынка мебельного производства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finzz.ru/biznes-plan/mebelnogo-proizvolstva.html> (дата обращения: 10.09.2017).

**kursovikovo.ru**

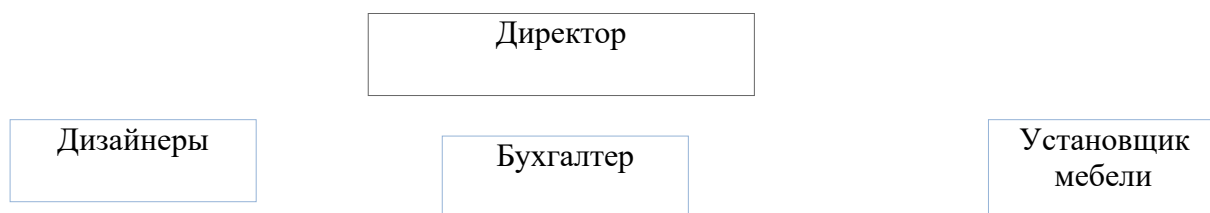
**Курсовые работы под**

**ключ!**

**+7 (499) 350-17-34**

**kursovayarabotarf@mail.ru**

Приложение



Организационная схема управления ООО «Мебель»

[kursovikovo.ru](http://kursovikovo.ru)

Курсовые работы под  
ключ!

+7 (499) 350-17-34

[kursovayarabotarf@mail.ru](mailto:kursovayarabotarf@mail.ru)

Онлайн калькулятор для расчета NPV / IRR

	Поток денежной наличности, руб.		Ставка дисконта $r = 10$		
	Приток	Отток	Чистый поток	Дисконт	NPV, руб.
0	600000	0	600000	1	600000
1	55032	244303	-189271	0.909	-172047.339
2	91720	247238	-155518	0.826	-128457.868
3	128400	250173	-121773	0.751	-91451.523
4	183440	254575	-71135	0.683	-48585.205
5	220129	257510	-37381	0.621	-23213.601
6	275161	263900	11261	0.564	6351.204
7	311850	271900	39950	0.513	20494.35
8	336193	275897	54296	0.467	25356.232
9	348537	279846	68691	0.424	29124.984
10	366881	283895	82986	0.386	32037.596
<b>Итого</b>	<b>2911343</b>	<b>2629237</b>	<b>282106</b>	<b>NPV</b>	<b>249603.83 руб.</b>

курсовиково.ru  
 Курсовые работы под  
 ключ!

+7 (499) 350-17-34

kursovayarabotarf@mail.ru