РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 59 листов, 13 рисунков, 20 таблиц, 37 источников, 5 приложений.

Объект исследования является ООО «Быстродом».

Предмет исследования – организация деятельности предприятия.

Цель исследования - организация предприятия по производству СИП-панели.

В процессе работы рассматривались особенности организации предприятия по производству СИП-панелей в России.

В результате проведенной работы с применением методов маркетингового анализа была проведена оценка факторов макро- и микросреды рынка, которая позволила разработать рекомендации по организации предприятия.

Область применения – положения выпускной квалификационной работы могут быть использованы при организации предприятия по производству СИП-панелей.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 4

1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА 6

1.1 Анализ рынка 6

1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ 14

1.3 Анализ потребителей 19

2. ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ 27

2.1 Характеристика производимой продукции, ее качества и конкурентоспособности 27

2.2 Технология производства продукции 32

2.3 Логистика производственных процессов 34

3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРЯИТИЕМ 38

3.1 Построение организационной структуры управления предприятия и управление персоналом 38

3.2 Формирование стратегий организации 41

3.3 Управление качеством в организации 47

3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий 48

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 54

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 56

ПРИЛОЖЕНИЯ 59

ВВЕДЕНИЕ

Многие застройщики привыкли строить по старинке, из материалов и по технологиям, имеющим вековую историю. Конечно, самые распространённые строительные материалы – камень, кирпич и дерево – прошли проверку временем. Их свойства хорошо изучены. Дом, возведенный из этих материалов, имеет хорошо рассчитываемые и прогнозируемые характеристики. Но зачастую именно такой подход становится тем «подводным рифом», о который разбивается множество эффективных инноваций, значительно ускоряющих и удешевляющих процесс строительства дома.

Инновация в строительстве является внедрённым новшеством, обеспечивающим качественный рост эффективности процессов возведения или эксплуатации зданий и сооружений. Такое новшество также должно быть востребовано рынком, то есть иметь практическое применение.

Причём инновация – это не всякое новшество или нововведение, а только такое, которое серьёзно повышает эффективность действующей системы. Инновационная – строительная технология или материал – должны соответствовать одному или нескольким из критериев:

- упрощать и ускорять процесс строительства;
- снижать себестоимость строительства или эксплуатационные расходы;
- повышать энергоэффективность объекта;
- увеличивать жизненный цикл здания/сооружения.

Целью работы является организация предприятия по производству СИП-панелей.

Для достижения поставленной цели в работе были решены следующие задачи:

1. Проведено маркетинговое исследование рынка СИП-панелей в России.

2. Дано технико-технологическое обоснование производства продукции.

3. Проведено формирование системы эффективного управления предприятием.

Объектом исследования в работе выступает малое предприятие по производству СИП-панелей – ООО «Быстродом».

Предмет – организация деятельности предприятия.

В процессе работы над дипломным проектом была использована современная литература отечественных и зарубежных авторов по теме исследования, периодические издания, а также ресурсы сети Интернет.

Практическая значимость дипломной работы заключается в том, что разработанный бизнес-план позволит компании организовать производство СИП-панелей в Пензе.

1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

1.1 Анализ рынка

В последние годы на российском рынке появились различные технологии строительства быстровозводимых зданий. Одна из самых дешевых – так называемая «канадская» технология с использованием конструкционных теплоизоляционных панелей (СИП-панелей).

«Канадская» технология высокоскоростного строительства используется в мире с 1951 года. Но на российский рынок она пришла сравнительно недавно. Отчасти это было обусловлено «строительным бумом» (особенно в сфере загородного жилья). Ее внедрение на рынок малоэтажного строительства (до 3 этажей) происходило довольно бурно. Ежегодно производство СИП панелей удваивалось, или даже утраивалось.

СИП -панель (Structural Insulated Panel) состоит из двух плит OSB-3, между которыми используется слой твердого пенополистирола в качестве утеплителя. Существуют и другие названия этих панелей, например, конструкционная изоляционная панель (КТП), единая терминология к данному моменту не сложилась.

До кризиса производство СИП панелей в России развивалось бурными темпами, одна за другой появлялись новые игроки, вводились новые «площадки». «Канадская технология» на сегодняшний день обеспечивает самую низкую стоимость строительства в наиболее короткие сроки.

С наступлением финансового кризиса ситуация поменялась. Это, в первую очередь, отразилось на продажах оборудования. Инвесторы (как и в любой промышленной сфере) по известным причинам стали «замораживать» свои проекты. Но это никак не отразилось на интересе к технологиям быстровозводимых зданий и СИП панелям, в частности. По оценкам экспертов в ближайшее время ситуация на рынке должна измениться в лучшую сторону. По крайней мере, в производстве СИП панелей сильного спада не предвидится.

В России за последние 4-5 лет введено более 100 линий по выпуску СИП панелей. Только два крупнейших изготовителя оборудования – «Экопан» и «Техкомплект» - поставили около 50 и 30 линий соответственно. А ведь существуют и «гаражные» производства, где панели прессуют и собирают «на коленках».

Не сдерживает развитие рынка СИП панелей и такой факт, как отсутствие в России производителей OSB плит. До кризиса рассматривалось примерно 6 проектов по созданию заводов OSB. Но сейчас они – стадии заморозки. Очевидно, что появление собственных местных производств данного материала оказало бы влияние и на развитие индустрии СИП панелей, которая является для OSB крупнейшим рынком.

Сегодня на рынке быстровозводимого жилья происходит смещение от преобладания в «общем портфеле» государственных и муниципальных заказчиков в пользу «частников». В период кризиса – это более «надежная» категория потребителей (инвестиции в собственное жилье). Дополнительным стимулом к развитию рынка может стать и государственное стимулирование программ по строительству доступного жилья.

Строительство с использованием СИП технологии является ярким примером панельного домостроения. Благодаря исключительным свойствам плит ОСП, обеспечивающих необходимую жесткость, КТП выступают в роли основного несущего элемента здания. Возведение отдельного каркаса не требуется. Его роль выполняют верхний и нижний обвязочный брус и отдельные бруски, вставляемые по торцам панелей во время их заводского изготовления.

СИП панели бывают различных размеров. Стандартные параметры следующие: ширина – 1.25 м, длина – 2.5 м, толщина – 0.1-0.2 м. Последний показатель варьируется в зависимости от того, в какой части здания будет располагаться панель (пол, стена, кровельная конструкция) и соответствующих требований к теплоизоляции.

Конструкционные теплоизоляционные панели могут использоваться для строительства объектов коммерческой и жилой недвижимости. Среди типовых решений, производители предлагают проекты коттеджей, таунхаусов, кемпингов, турбаз, гостиниц, кафе, складов, торговых павильонов, надстроек мансардных этажей, реконструкции старых зданий и т.д.

Панели могут использоваться в качестве основных несущих элементов в условиях бескаркасного домостроения (наиболее частый вариант применения) или выполнять функцию отдельных конструктивных составляющих (внешние стены) при деревянно-каркасном или металло-каркасном технологиях строительства.

Ограничения касаются этажности зданий – не более двух (в т.ч. имеется ограничение в высоте потолка – по высоте панели, как правило до 2.7 м, стандарт – 2.5 м). Кроме того, учитывая конструкцию здания, возможны ограничения на длину пролетов, на устройство крыши и на архитектуру.

Также могут возникнуть трудности с отделкой здания из СИП, так как и внутренняя и внешняя стена представляют собой лист OSB. Наиболее целесообразным вариантом внешней отделки является сайдинг и облицовочный кирпич. Внутренние же стены можно либо покрасить, либо крепить дополнительно листы гипсокартона, на который уже можно клеить обои или класть плитку.

Учитывая особенности СИП -технологии, можно предполагать, что наиболее перспективной сферой применения СИП панелей станет строительство в сложных или экстремальных климатических условиях, когда осуществление земельных работ затруднительно или просто невозможно, а время, отведенное на возведение здания, незначительно.

Российский рынок конструкционных теплоизоляционных панелей находится в стадии формирования. Первые производственные мощности были запущены 5-6 лет назад.

В докризисный период производство СИП-панелей в России развивалось бурными темпами: появлялись новые игроки, объемы выпуска продукции ежегодно увеличивались в 2-3 раза. За последние 4-5 лет было введено более 100 линий по изготовлению SIP. Около 80 из них были поставлены двумя крупнейшими производителями оборудования – "Экопан" и "Техкомплект" (50 и 30 линий соответственно).

Экономический кризис отразился, в первую очередь, на "замораживании" большинства проектов организации новых производств СИП. В то же время участники рынка отмечают, что снижения интереса к строительству из СИП-панелей не произошло. По оценкам экспертов, сильного спада в производстве СИП в настоящее время не наблюдается.

По оценке Research.Techart, текущий объем рынка СИП составляет ~ 8 млн руб., или 260 тыс. долл. Эксперты отмечают, что, в отличие от мирового опыта, технология строительства с использованием СИП более приемлема для российских условий, чем деревянно-каркасная, что объясняется следующими причинами:

- суровыми климатическими условиями эксплуатации зданий в большинстве российских регионов, в результате чего предъявляются более жесткие требования к теплоизоляции;

- значительно меньшим риском некачественного монтажа из-за простоты сборочных работ.

По оценкам специалистов, потенциальный спрос на домокомплекты из СИП очень высок. Для 100% его удовлетворения необходимо размещение 2-3 небольших производств в каждой области. Проблема заключается в том, что на настоящий момент потребительский интерес к СИП не сформирован. Как следствие, производственные линии загружены не полностью.

В настоящее время конкуренция производителей на рынке практически отсутствует. Более того, отмечается, что рыночная ниша домостроения по СИП технологии практически пуста.

В 2016 году в России производство сэндвич-панелей достигло своего исторического максимума и емкость в натуральном выражении превысила 37 млн кв. метров. Как отмечают специалисты INFOLine, это связано с тем, что в 2015 году началось перераспределение потребления сэндвич-панелей и резкое сокращение потребления импортной продукции, что было обусловлено, в первую очередь, резким снижением курса рубля и ростом стоимости импортных изделий.

Если в 2009-2013 годах импортные производители традиционно обеспечивали 4-6% потребления сэндвич-панелей в России в физическом выражении, то в 2014 году этот показатель снизился до 3%, а по итогам первого полугодия 2015 года вовсе составил 1%. При этом структура рынка по типу утеплителя существенных изменений не претерпела: на минераловатные сэндвич-панели по-прежнему приходится 55% рынка, на панели с PIR и PUR наполнителем - около 30% и остальная доля рынка - на панели с наполнителем из PPS.

Большую часть потребления сэндвич-панелей обеспечивает строительство коммерческих зданий (гипермаркеты и логистические объекты), причем в 2014 году структура потребления в сегменте достигла максимумов с 2008 года, превысив уровень 40%. Кроме того, сэндвич-панели используются при строительстве сельскохозяйственных и промышленных объектов, жилых домов (малоэтажное строительство), а в последние годы все чаще применяются при строительстве спортивных объектов.

Наиболее высокие темпы прироста потребления сэндвич-панелей в 2014 году демонстрировали такие сегменты, как строительство коммерческой недвижимости и объектов промышленного назначения – для них темпы прироста потребления составили 5% и 7% соответственно. При этом потребление сэндвич-панелей в сегменте строительства административной и сельскохозяйственной недвижимости по сравнению с 2013 годом сократилось (рисунок 1).

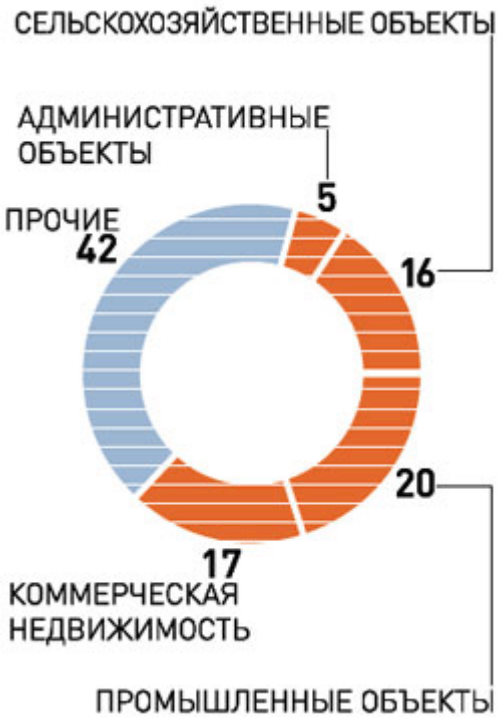


Рисунок 1 – Структура потребления СИП-панелей

По своей структуре в зависимости от типа наполнителя, рынок делится следующим образом: 55% - это сэндвич-панели с минеральной ватой, 16% - с пенопластом, 16% - PUR и 13% - PIR. Сырье в первую очередь определяет себестоимость сэндвич-панелей.

Как следствие, на рынок сэндвич-панелей оказывают сильное влияние такой сегмент отрасли строительных материалов как рынок минеральной ваты, поскольку данный материал является основным наполнителем при производстве сэндвич-панелей.

Практически на протяжении всего 2014 г. цены демонстрировали отрицательные тренды. При этом ситуация усугубляется ценовыми войнами и откровенным демпингом со стороны отдельных участников рынка, которые стремятся занять место на рынке при помощи снижения стоимости продукции. Сегодня цена входного билета на этот рынок упала до такой степени, что сюда может прийти почти любой новый игрок.

Ожидается, что в 2017 году емкость рынка сэндвич-панелей останется на уровне, близком к 2015-2016 гг., несмотря на то, что строительный

комплекс снизит объемы возведения зданий и сооружений. Однако этот продукт достаточно молодой и сможет удержать объемы потребления за счет вытеснения традиционных строительных материалов (кирпич, бетонные плиты и т.п.).

На территории России насчитывается около сотни производителей комплектов деревянных каркасно- панельных домов. В региональном разрезе основная масса приходится на Центральную Россию, более половины компаний располагаются в Центральном и Северо-Западном федеральных окру- гах. Активно открываются производства в регионах Приволжского федерального округа. На Урале и в Сибири в силу большего консерватизма потребителей дома на каркасе пользуются меньшим спросом. В Восточной Сибири даже на сегодняшний день реализованы лишь единичные проекты домов на деревянном каркасе. Уровень конкуренции на рынке деревянных каркасно-панельных домов сегодня можно оценить как средний. Число относительно крупных игроков, по мнению участников рынка, не превышает тридцати. При этом большое влияние на оздоровление отрасли оказал экономический кризис, в результате чего мелкие «кустарные» производители ушли с рынка.

Перспективы развития рынка деревянных каркасно-панельных домов неразрывно связаны с состоянием российской отрасли производства деревянных домов в целом. Деревянное домостроение, как одна из отраслей ЛПК страны, имеет хорошие перспективы роста. Тем не менее, из-за сдерживающих факторов, связанных со сложностью моментального увеличения объемов производства и строительства деревянных домов, темпы роста этого рынка в ближайшем будущем будут ниже рекордных 42%, зарегистрированных в 2007 году. В среднесрочной перспективе, исходя из официальных данных, среднегодовой темп роста рынка деревянных домов составит около 20–25%, а их доля в общем объеме индивидуального малоэтажного домостроения достигнет 45%. При этом сегменты рынка деревянных домов будут развиваться неравномерно. Ежегодный прирост

массивного домостроения предположительно составит 5–7%, в то время как спрос на деревянные дома, построенные по объединенной каркасно-панельной технологии, будет расти более быстрыми темпами. Доля этих технологий строительства в общем объеме деревянного домостроения в 2015 году составила около 60% (рисунок 2).

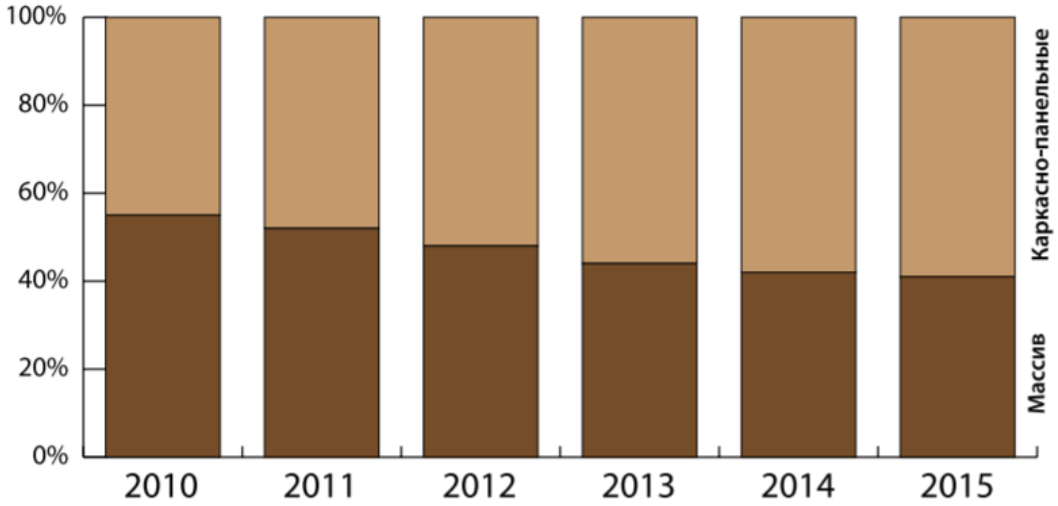


Рисунок 2 – Соотношение массивных и панельно-каркасных деревянных домов в России в 2010-2015 гг.,

Тенденция к увеличению объемов строительства малоэтажных деревянных каркасно-панельных домов является устойчивой и, по прогнозам экспертов, сохранится в среднесрочной перспективе. Этому будет способствовать постепенное удовлетворение спроса на «элитную» продукцию домостроения из массивной древесины, которое приведет к увеличению спроса на недорогие каркасно-панельные дома. При этом, по мнению участников рынка, в ближайшие 2–3 года на рынке будет наблюдаться дефицит качественных каркасных домов, связанный с приостановлением реализации соответствующих строительных проектов в условиях экономического кризиса. Насыщения рынка деревянных домов на каркасе эксперты ожидают не ранее чем через 5–6 лет.

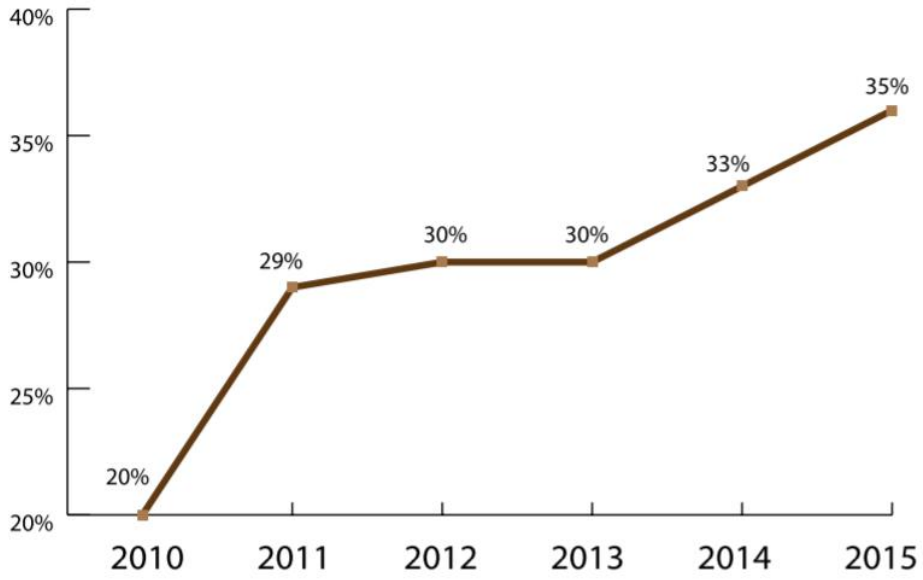


Рисунок 3 – Темпы роста рынка малоэтажных домов на деревянном каркасе в 2010-2015 гг., %

В структуре каркасно-панельного домостроения доля каркасных домов в 2010 году составляла 25%, панельных – 75%. Такое соотношение было достигнуто благодара государственной поддержке социального строительства с использованием технологии СИП в рамках программы «Свой дом».

Ожидается, что региональные и муниципальные власти с целью выполнения планов по вводу жилых домов станут содействовать им и компенсировать часть расходов на выделение земельных участков и подведение инженерных коммуникаций. Ключевыми сдерживающими факторами для отрасли могут стать рост цен на пиломатериалы, дефицит квалифицированных строительных бригад, а также осторожное отношение конечных потребителей к инновационной строительной технологии

1.2 Оценка конкурентов и их конкурентных преимуществ

Компания ООО «Быстродом» будет работать на внутреннем и внешнем рынке, таким образом, конкурентами для предприятия являются компании с обеих сторон.

Конкурентами компании на внешнем рынке являются: Москва и Московская область, Краснодарский край, Нижний Новгород, Санкт-Петербург, Липецк, Тула, Смоленская область.

На внутреннем рынке в Пензенской области конкуренты компании: «SIP-Пенза», «Разумное пространство», «ПензаДом». Есть поселок Светлая поляна, где застройщиками являются ООО «Свой Дом», есть поселок «Солнечный» коттеджный поселок в Бессоновке.

Строительная компания «SIP-Пенза» осуществляет проектирование и строительство деревянных домов из СИП-панелей, каркасных домов, домов из кирпича и блоков. Сложность проекта и технология его строительства определяют сроки выполнения заказа. Для проведения сравнительного анализа вышеперечисленных объектов вижу необходимым свести все данные в таблицу 1.

Таблица 1 – Сравнительная оценка компаний конкурентов по основным показателям

Показатель	Компании	
	«Свой Дом»	«SIP-Пенза»
1	2	3
Средняя цена за 1 кв.м.	От 13 500 (без фундамента)тыс. руб. 22 000 (с фундаментом)	24 000 тыс. руб.
Комплект поставки	Стеновой профилированный клееный брус, зарезанный "в чашку" по проекту* Балки пола клееные - сечение 60х210 мм Черепной брус - сечение 44х45 мм Доска пола чистовая (1,2 этаж) - сечение 40х130 мм Доска террасная - сечение 40х130 мм Доска фронтонная - сечение 17х130 Балки перекрытия клееные - сечение 60х210 мм Подшивка потолка (для домов от 70м2) - сечение 17х130 мм Стропила клееные - сечение 60х210 Обрешетка - сечение 20х138 мм Контробрешетка - сечение 44х45 мм Лестница внутренняя, наружная (черновые). Опорные столбы - сечение 126х126	Фундамент Стены внешние Внутренние перегородки Перекрытия Кровля Окна, обсада Входные двери Общестроительные работы
Количество проектов	300	170
Количество этажей	От одного и выше	От одного и выше

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Дом в кредит	Предоставляется	Не предоставляется
Сечение бруса	124*130; 166*130;208*130	124*130; 140*130
Стоимость сборки дома	Входит в стоимость строительных работ	Составляет 30-40% от общей стоимости сруба
Рассрочка при оплате	Не предоставляется	Не предоставляется
Дом под ключ	Не производят	Производят
Строительство по энергосберегающим технологиям	Не строят дом по такой технологии	Не строят дом по такой технологии
Транспортировка	Не осуществляют, нет соглашения со специализирующими компаниями	Имеют соглашение со специализирующими компаниями
Партнёрская сеть	Активно развитая партнерская сеть	На стадии разработки
Коммуникативная политика	Основные усилия направлены на развитие сайта	Основная реклама в СМИ

В результате делаем вывод, что средняя цена за квадратный метр у компании «SIP-Пенза» выше, чем у «Свой Дом», при этом у «Свой Дом» стандартная комплектация проекта включает в себя больше услуг за меньшие деньги. Также количество разработанных проектов у «SIP-Пенза» меньше чем у «Свой Дом». Подведя итог можно сказать, что «Свой Дом» лидирует на рынке, и имеет преимущества перед конкурентами, следовательно маркетинговая стратегия ООО «Быстродом» должна быть ориентирована на эту компанию, как основного конкурента на рынке.

В настоящий момент времени конкуренция строительных компаний города Пенза настолько велика, что существует очевидная необходимость разработки коммуникационной стратегии, которая направлена на решение двух взаимосвязанных задач: информирование потенциальных покупателей о товарах и убеждение их в необходимости совершения покупки.

Для этого выявим влияние конкурентной среды на деятельность компании ООО «Быстродом». Результаты представлены в таблице 2 и 3.

Таблица 2 – Анализ конкурентов компании ООО «Быстродом» на внутреннем рынке.

Быстродом	Сильные стороны	Слабые стороны
	Имеются большие площади для увеличения производственной мощности; Строят по индивидуальным заказам;	Слабая коммуникативная политика; Отсутствие транспортировки;
SIP-Пенза	Сильные стороны	Слабые стороны
	Производство домов под ключ; Наличие постоянных клиентов;	Небольшие производственные мощности не позволяют увеличить объем производства; Большой износ оборудования; Недостаток средств для расширения производства и увеличения объемов производства;
СвойДом	Сильные стороны	Слабые стороны
	Строят посёлки из деревянных домостроений; Опыт работы составляет более 10 лет; Наличие постоянных заказчиков;	Имеются проблемы с подготовкой квалифицированного кадрового состава; Не занимаются производством нестандартных проектов;

В итоге делаем вывод, что наибольше влияние на предприятие оказывают следующие факторы:

Факторы, положительно влияющие на деятельность компании:

- система бухгалтерского и управленческого учета;
- существующие ценности и нормы в организации;
- наличие высококвалифицированных кадров;
- имидж, опыт.

Таблица 3 – Влияние конкурентной среды на деятельность компании.

Факторы среды	Важность для отрасли	Влияние на компанию	Направление влияния	Степень важности для компании
Обслуживаемая доля рынка	3	2	-1	-6
Имидж, опыт	3	3	+1	9
Финансовое состояние	3	2	+1	6
Наличие и уровень развития информационных подразделений	3	3	+1	9
Наличие высококвалифицированных кадров	3	3	+1	9
Уровень сервисного обслуживания	3	2	-1	-6
Виды и количество рекламы	3	3	-1	-9
Уровень планирования	3	3	-1	-9
Связи с общественными организациями	2	2	+1	4
Финансовые цели	3	2	+1	6
Отношение к риску	2	2	-1	-4
Существующие ценности и нормы в организации	3	3	+1	9
Структура организации	3	2	-1	-6
Системы контроля и стимулирования	2	3	+1	6
Система бухгалтерского и управленческого учета	3	3	+1	9
Типы руководителей и стиль руководства	3	2	-1	-6

Факторы, отрицательно влияющие на деятельность компании:

- виды и количество рекламы;
- уровень планирования;
- структура организации;
- уровень сервисного обслуживания.

1.3 Анализ потребителей

Портрет потребителя деревянного домостроения очень разнообразен, и покупателей можно классифицировать по следующим основным критериям: цели приобретения загородной недвижимости, социальный статус и стиль жизни клиента, его возраст, доход и источник денежных средств.

В зависимости от мотивации покупатель деревянного домостроения приобретает данную недвижимость для следующих групп целей, которые представлены на рисунке.

Первая группа – для сезонного отдыха в выходные дни, на время отпуска.

Вторая группа – те, кто хотел бы загородом жить постоянно.

Третья группа – рассматривают загородную недвижимость как инвестиции с последующей возможностью сдавать такую недвижимость в аренду или для перепродажи.

Четвертая группа – хотят приобрести экологичное жилье для постоянного проживания своих родителей (рисунок 4) .

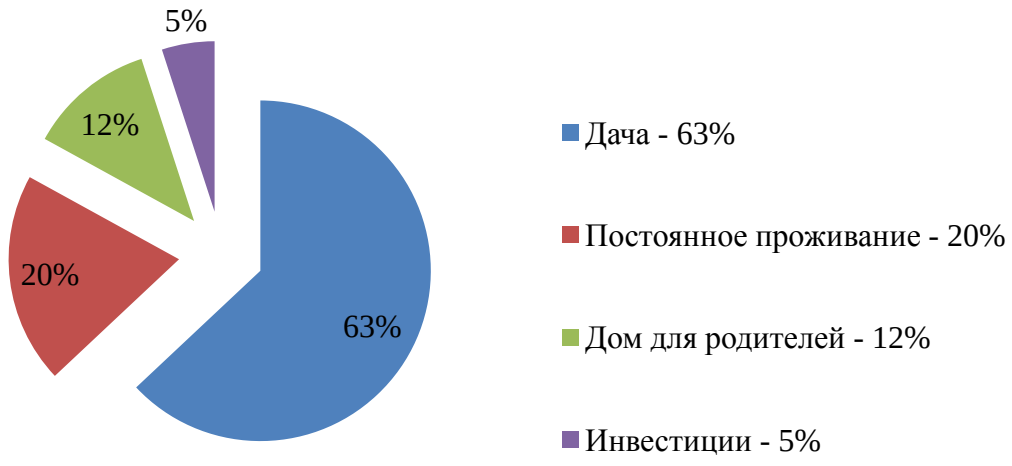


Рисунок 4 – Структура спроса в зависимости от мотивации клиента

Рассмотрев выше перечисленные критерии, можно выделить основные группы потенциальных покупателей деревянных домостроений:

1) В данную группу входят молодые люди в возрасте от 25 до 35 лет. Одинокие мужчины, либо молодые семьи без детей, получившие хорошее высшее образование и определившиеся со сферой деятельности, достигшие первых успехов в карьерном плане.

Эта группа целиком ориентирована на недвижимость эконом-класса, так как речь идет о загородном жилье.

Таким образом, главным критерием выбора является стоимость домовладения. Основной целью покупки загородного жилья у рассматриваемой группы покупателей служит сезонное проживание (дача).

Представители данной группы наиболее прогрессивны во взглядах и готовы рассматривать возможность строительства дома по новым технологиям при условии соответствующей информационной осведомленности, опыте применения в других странах и пр.

2) К данной группе потенциальных клиентов деревянных домов можно отнести молодые семьи с детьми. Обычно это также люди в возрасте 30-35 лет, имеющие 1-2 маленьких детей.

Главное отличие этой группы от первой является мотив приобретения загородного жилья – не вложение свободных средств в недвижимость для сезонного проживания, а целенаправленная покупка загородного дома. Толчком к данной покупке становится рождение или взросление детей, для которых хочется создать условия для жизни вне крупного города, перебраться в благоприятное с точки зрения экологии место.

3) Наиболее востребованной традиционно недвижимость является для покупателей в возрасте 35-50 лет, как правило, семейных людей с двумя-тремя детьми. Это возраст, когда человек достигает максимальных высот в карьерном и материальном плане, у него формируются основные предпочтения и стереотипы.

Данная группа клиентов приобретает дом в сегменте бизнес, элит класс – это элемент престижа, подчеркивающий статус. Мотив приобретения – дом для сезонного проживания, активного отдыха. В этом случае важным

является место расположения проекта – ценится экология, места вблизи большой воды и леса.

Приведенная выше классификация не единственная, существует такая классификация которая, охватывает все слои общества – классификация населения по уровню доходов.

Если опираясь на мнение экспертов, то можно составить общий сводный портрет покупателя загородной недвижимости, который выглядит следующим образом: основная цель покупки жилой недвижимости: – сезонное проживание, в комфортных условиях и экологичной обстановке, желание приобрести жилье для себя и близких.

Возраст: старше 30 лет. Основная группа – 25-40 лет.

Доход: минимум 40-80 тыс. рублей в месяц на семью.

Образование: высшее.

Работа: руководители, высококвалифицированные специалисты, управленцы.

Семейное положение: 2/3 покупателей семейные: 1-2 ребенка.

Покупатели деревянных домов делятся на две большие группы:

– конечные потребители;

– профессиональные участники рынка недвижимости.

В свою очередь конечных потребителей, можно разделить на застройщиков домов для собственных нужд и застройщиков общественных или других зданий с целью извлечения прибыли или другого использования.

Профессиональные участники рынка – дилеры, генподрядчики, посредники, фирмы по размещению заказов.

С точки зрения производителей, более выгодно работать с профессиональными участниками рынка, т. к. они могут обеспечить больший объем заказов и стать постоянными клиентами на длительный срок. Рынок профессионалов относительно узок, и его участники хорошо информированы о своих конкурентах и партнерах, почти каждая компания заинтересована в

поиске субподрядчиков и исполнителей заказов. При этом разработать эффективную стратегию продвижения, ориентированную на профессиональный сегмент, даже проще, чем на конечных потребителей.

Рыночный рост невозможен без включения в продвижение маркетинговых механизмов. Эффективность продвижения проекта среди всевозможных площадок для рекламы, по мнению большей, части игроков рынка, принадлежит интернету – продвижению сайта (32%) и контекстной рекламе (16%). Реклама на баннерах (4%) и на ТВ (6%) сегодня полностью уступила свои позиции. Участие в выставках (18%) и реклама в СМИ (12%) также показывают высокую эффективность.

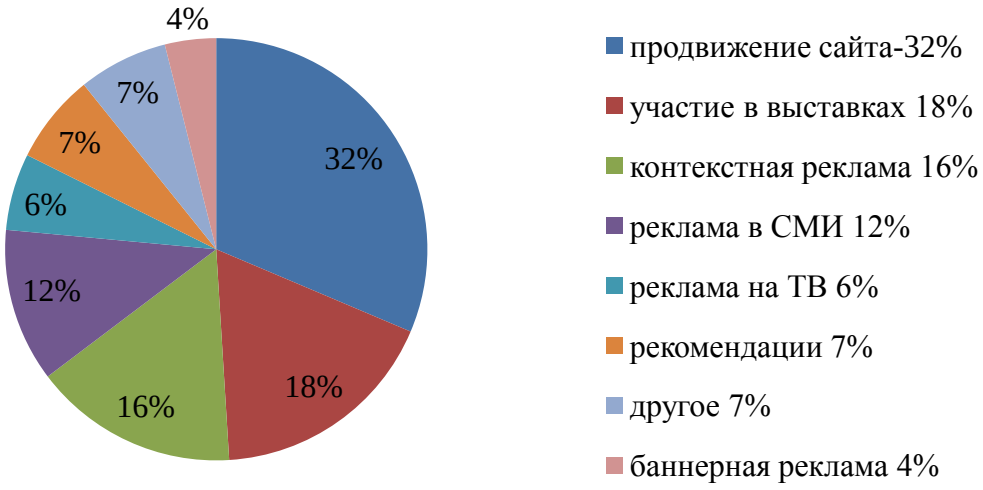


Рисунок 5 – Мероприятия по продвижению продукции деревянного домостроения

Рынок деревянного домостроения подвержен отчетливым сезонным колебаниям. Пик строительных работ приходится на летние месяцы, поскольку у покупателей существует стереотип о невозможности деревянного домостроения в другое время года. Как результат, многие компании стремятся перераспределить нагрузки на производственные мощности в течение года.

На сегодняшний день, количество предложений на деревянные домостроения позволяет удовлетворить практически любого покупателя.

С каждым годом растет число желающих купить дом в таунхаусе. По мнению многих специалистов, это самый популярный и модный сегмент в загородной недвижимости. Причем, им интересуются не только желающие сэкономить, но и состоятельные покупатели – сегодня таунхаусы представлены во всех ценовых нишах, от эконом-класса до элитного жилья.

Еще одну тенденцию в покупательском спросе – востребованность нового формата «дальние дачи». Именно тишина и простор сегодня в моде у городских жителей. Многие покупают второй загородный дом на значительном удалении, чтобы спокойно отдохнуть с семьей.

В бизнес-классе соблюдается практически полное равновесие. Тут представлено большое количество вариантов и довольно высокий спрос, однако соотношение «цена-качество» оставляет желать лучшего (рисунок 6 и 7).

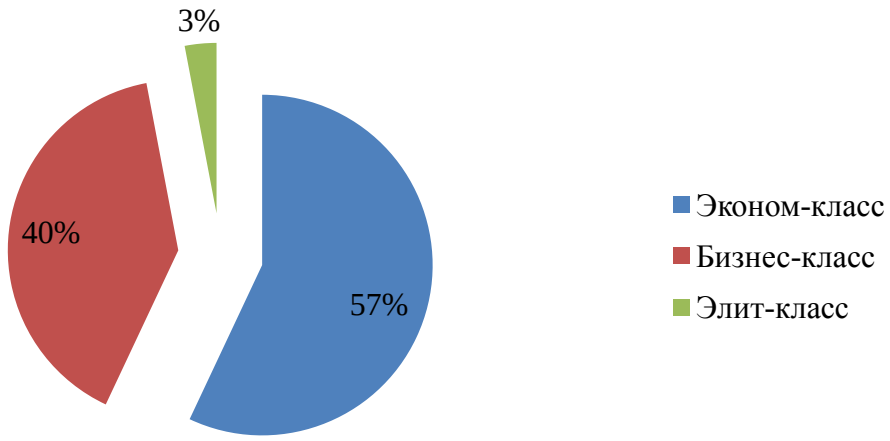


Рисунок 6 – Структура спроса на деревянные дома для временного проживания по классам

Из данных диаграмм мы видим, что больший процент потребителей, элит-класса, приобретают деревянные домостроения для постоянного проживания, чем для временного.

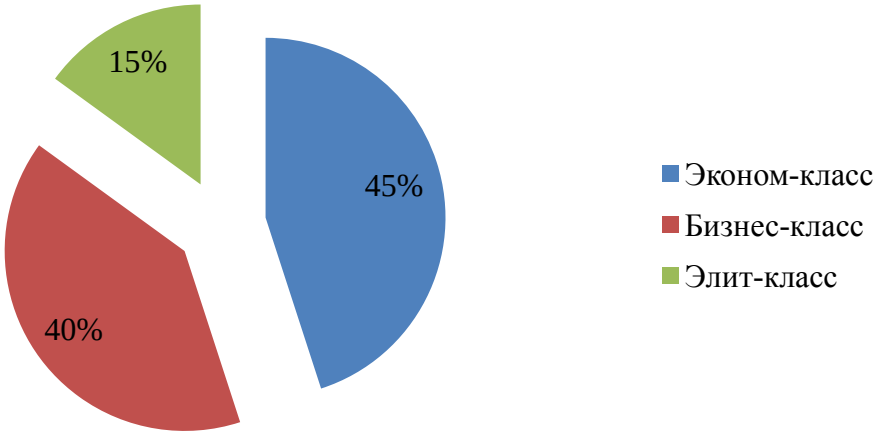


Рисунок 7 – Структура спроса на деревянные дома для постоянного проживания по классам

Что касается потребителей бизнес - класса, то процентное соотношение спроса находятся в равных соотношениях.

Что касается цены, то, как и прежде, половина спроса приходится на дома в пределах 2-4 млн. руб. (рисунок 8).

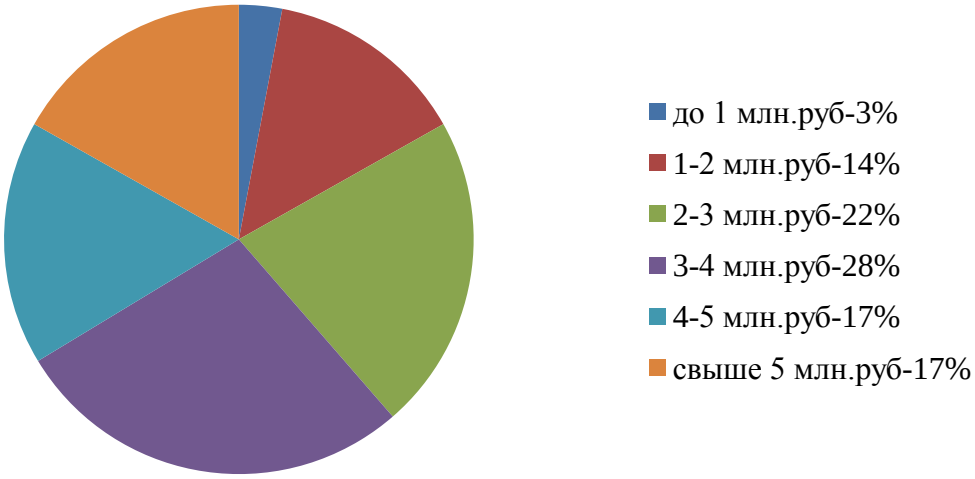


Рисунок 8 – Структура спроса по бюджету

Наиболее популярные площади дома, в основном, расположены в интервале 110-200 кв. м. – более половины спроса (рисунок 9).

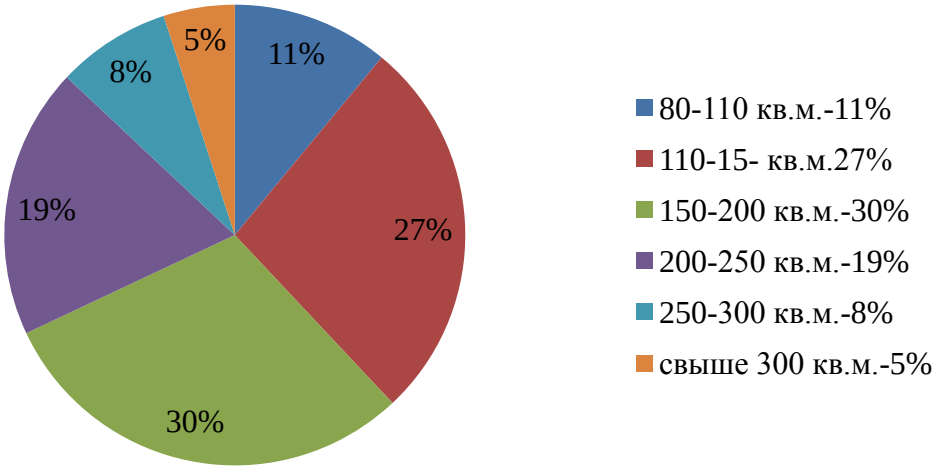


Рисунок 9 – Структура спроса по площади дома.

Таким образом, при пересчете на 1 кв. м., самая востребованная стоимость деревянного дома находится в пределах от 10 тыс. руб. до 36 тыс. руб.

Проведя анализ по трем критериям микросреды предприятия: потребители, поставщики и конкуренты, выявим угрозы и возможности для данных групп. Проведенный анализ представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Угрозы и возможности по трем критериям микросреды предприятия: потребители, поставщики и конкуренты.

Угрозы	Возможности	Последствия для предприятия	Возможные меры для избежание угрозы
1	2	3	4
Потеря клиента	Появление клиента	Финансовые потери, падение репутации предприятия. Дополнительный рынок сбыта, допо. источник поступления фин ср-в.	Всевозможные меры для удержания клиента: скидки, дополнительные услуги.
Преимущества конкурентов	Слабость конкурентов	Увеличение занимаемой доли рынка, появление новых клиентов.	Нахождение и устранение причин отставания от конкурентов. Постараться "обойти" конкурента другими преимуществами. Постараться упрочить свои позиции на данной нише рынка. При очень бедственном положении конкурента, предложить ему объединиться.

Продолжение таблицы 4

1	2	3	4
Потеря поставщика	Появление нового поставщика	Срыв поставок, финансовые убытки, потеря клиентов, падение авторитета фирмы, поиск нового поставщика. Выбор между поставщиками, приемлемых условий для заключения контрактов.	Улучшение деловых отношений, рассмотрение и решение существующей проблемы; иметь контракт с поставщиком на экстренные заказы.

В результате мы получили угрозы и возможности, которые могут повлиять на предприятие и предложили мероприятия во избежание угроз.

2. ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ

2.1 Характеристика производимой продукции, ее качества и конкурентоспособности

В переводе с английского sip (structural insulated panel) – это дословно «структурная изоляционная панель», или в литературном переводе «конструкционная (тепло)изоляционная панель». То есть это одновременно и основной строительный материал, несущий нагрузки, и ограждающая, изолирующая от холода поверхность. Это возможно благодаря тому, что СИП панель – это композитный материал, в котором соединение исходных наделяет конечный продукт техническими характеристиками, превышающими изначальные характеристики его составляющих. СИП панель устроена по принципу бутерброда-сэндвича из трех слоев: лист конструктивного материала + блок изолирующего материала + лист конструктивного материала (приложение 1).

Существует несколько видов СИП панелей, основанных на разных конструкционных и теплоизоляционных составляющих. Все они обладают разными несущими и теплоизоляционными характеристиками, а так же размерами (которые чаще всего привязаны к размерам конструктивных плит).

ОСП+ПСБ+ОСП

где:

ОСП – OSB (ОСБ) плита (Oriented Strand Board – плита с ориентированной плоской стружкой)

ПСБ – вспененный пенополистирол

Самый распространенный, можно сказать «классический», вид панелей. Обладает высокими конструкционными характеристиками благодаря как ОСП (OSB), так и вспененному пенополистиролу (ПСБ).

Типовые размеры в Европе, привязаные к размерности листов ОСП:

- 2,80 х 1,25 м;
- 2,50 х 1,25 м;
- 3,00 х 1,20 м (не самый распространенный размер, чаще всего при использовании ОСП германского производства);
- 6,00 х 1,20 м (не самый распространенный размер, чаще всего при использовании ОСП германского производства).

Остальные размеры – чаще всего производная от данных.

СИП-панели, производимые в Северной Америке, жесткой привязки к размерам ОСП не имеют, хотя и кратны дюймам (2,54 см). Дело в том, что производители ОСП активно сотрудничают с производителями СИП, поэтому поставляют тем не только самый популярный формат 2,44 х 1,22 м, но и другие, бóльшие размеры. Поэтому чаще всего исходной заготовкой является панель размером порядка 12,00 х 3,00 м, из которой в дальнейшем уже и нарезают изделия необходимого размера.

Толщина панелей зависит от выполняемой задачи. Основные размеры:

- 124 мм (12+100+12) - межкомнатные перегородки;
- 164 мм (12+140+12) - стеновые панели;
- 214 мм (12+190+12) - плиты перекрытия.

В России, в силу самостоятельного экономического понимания технологии, чаще всего встречаются панели толщинами 174 и 224 мм. Причина в разных типоразмерах проста – применяемый для сборки пиломатериал. Он может быть либо технологически верным - камерной сушки - и как следствие обработки ГОСТовской древесины сечением 40х140 и 40х190мм. Либо для сиюминутного удешевления стройки – в лучшем случае атмосферной сушки (18 и более процентов влажности) – с исходным сечением 50х150 и 50х200мм

ОСП+ЭПП+ОСП

где: ЭПП – экструдированный пенополистирол

Панели с использованием экструдированного пенополистирола более распространены в Северной Америке, в России практически не встречаются. Причина проста – экструдированный пенополистирол стоит дороже вспененного.

Габариты, способ производства, методика применения идентичны панелям с ПСБ.

ОСП+ППУ+ОСП

где: ППУ – пенополиуритан

Сэндвич-панели с «начинкой» из пенополиуритана так же более распространены в Северной Америке, но в отличии от панелей с ЭПП все же встречаются и в России.

Чаще всего изготавливаются методом заливки компонентов в каркасные заготовки панелей, где пенополиуретан и вспенивается, заполняя панель.

Габариты и методика применения схожи с остальными панелями типа ОСБ+пенопласт+ОСБ.

ОСП+МВ+ОСП

где: МВ – минеральная вата

Российское «изобретение». Цель замены пенопластовых «начинок» на минеральную вату – попытка изменить пожарные характеристики панели.

Отсутствие у минераловатного утеплителя схожих с пенополистиролом несущих и распределяющих нагрузки характеристик превращает технологию из «панельной» в «каркасно-панельную» (т.к. все нагрузки ложатся на каркас из бруса, а ОСП только перераспределяет их).

ФЛ+ПСБ+ФЛ и ФЛ+МВ+ФЛ

где: ФЛ – фибролит

Панели, в которых конструкционным слоем является фибролит – так же российская придумка. Цель та же, что и при замене ПСБ на минеральную вату, – изменить класс горючести панели.

Использование фибролита подразумевает некоторые особенности. Листы фибролита обычно имеют ширину 60см – следовательно, используется больше бруса. При чем более частый каркас является обязательным условием и по той причине, что листовой материал из «древесной шерсти» и портландцемента обладает много меньшими несущими характеристиками чем плита из ориентированной щепы (ОСП).

ЦСП+ПСБ+ЦСП

где: ЦСП – листовой материал из «древесной шерсти» и портландцемента

Западный вариант пожарозащищенной СИП-панели. Обладает несущими характеристиками средними между панелями с ОСП и с фибролитом, но много большим весом, даже по сравнению с последними.

СИП-панели, которые имеют очень скромные несущие характеристики. Используются редко и в основном для конструкции межкомнатных перегородок.

Самый большой спрос на плиты 2 500 х 1 250 х 174 мм с толщиной OSB-3 — 12 мм. Для усреднения расчетов показателей производства за основу взяты показатели данного вида покрытия.

Стоимость сырья указана с учетом логистики от ближайшего производителя или поставщика сырья.

- ОСБ-3 — 610 рублей за лист,
- полиуретановое связующее — 250 рублей за килограмм,
- пенополистирол ПСБ-С 35 — 2 200 рублей за 1м3.

Расчет стоимости материалов на 1 панель 2 500 х 1 250 х 150 приведен в таблице 5.

Перед строительством любого дома его владельцу, естественно, необходимо принять решение, из какого материала он будет строиться.

Технология строительства дома из СИП-панелей описана в приложении 2.

Таблица 5 – Расчет стоимости материалов на 1 панель 2 500 х 1 250 х 150 (при производительности 1000 панелей в месяц):

	Единица измерения	Количество	Цена, руб	Сумма за одну панель
Лист OSB-3 2500х1250х12 мм.	шт.	2	610	1220
Пенополистирол ПСБ-25	м3	0,432	2200	950,4
Полиуретановое связующее	кг	0,86	250	215
Заработная плата		3 сотрудника	107 200	107,2
Аренда	Кв.м	150	250	37,5
Электроэнергия	Квт.ч	0,56	5	3
Иные возможные расходы (3-5%)				100
ИТОГО				2634,1

На сегодняшний день есть из чего выбирать стройматериалы. Стоит отметить самые основные из них: пенобетон (газобетон), кирпич, каркасные конструкции различных видов, а также бревно или деревянный брус.

Сравнение по стоимости возведения постройки из пенобетона, кирпича, дерева и каркаса до этапа, когда строение будет готово “под отделку” приведено в таблице 6.

Таблица 6 – Сравнение других стройматериалов с каркасным вариантом

Тип стен	Стоимость строительства, руб./м^2	Общая стоимость отопления и вентиляции, руб./м^2	Общая стоимость ремонтных работ, руб./м^2	Стоимость владения, руб./м^2	Рейтинг
Киприч 510 мм со штукатуркой	22450	332	45	601,5	5
Газобетонный блок с утеплителем и штукатуркой	27750	146	85	508,5	2
Оцилиндрованный брус 350 мм (ангарская сосна)	2297	177	59	465,7	4
Клеенный брус 279*210 без утепления	35400	215	60	629	6
СИП-панель 174 мм	12000	115	151	386	1
Беревянный брус 200*200 без утеплителя	12700	231	65	423	3

2.2 Технология производства продукции

Технология строительства с использованием СИП включает следующие основные этапы:

Заводское изготовление конструкций. Одновременное возведение фундамента. В данном случае рекомендуют использовать малозаглубленную монолитную плиту или облегченный ленточный фундамент. Средняя продолжительность этапа – 3-4 недели.

Монтаж дома из готовых элементов, комплектация стеклопакетами, черепицей. По периметру строительной площадки, согласно рабочим чертежам собираемого здания, осуществляется предмонтажная раскладка панелей. На готовый фундамент крепится брус, являющийся обвязочным контуром для монтажа КТП. SIP-панели плотно соединяются между собой с помощью замков типа "шип-паз" и саморезов длинной до 30 см. Во избежания образования "мостиков холода" в местах соединения все незначительные пустоты заполняются монтажным пенополиуретановым герметиком. Сборка панелей может быть выполнена небольшой бригадой рабочих из 3 человек. Средняя продолжительность этапа – 2 недели.

Установка инженерных сетей. Электропроводка проходит внутри панелей, отопление – в трубах под полом, а отверстия для сантехники и водопровода делаются обычным образом. Средняя продолжительность этапа – 2 недели.

Внутренняя отделка (1 месяц).

Таким образом, срок строительства дома из СИП-панелей "под ключ" составляет в среднем 3 месяца.

В общей массе заказов присутствуют следующие наименования:

OSB-3 — пенополистирол — OSB-3:

OSB-3 (ОСП-3) — ориентированно-стружечная плита.

Толщина: 9мм, 12мм, 15мм. Размеры: 2500мм х 1250мм, 2800мм х 1250мм

Пенополистирол – современный теплоизолятор с низким коэффициентом теплопроводности.

Толщина: 100мм, 150мм, 200мм. Размеры: 2400мм х 1150мм, 2700мм х 1150мм

OSB — минеральная вата — OSB:

OSB (ОСП) — ориентированно-стружечная плита.

Толщина: 9мм, 12мм, 15мм. Размеры: 2500мм х 1250мм, 2800мм х 1250мм

Минераловатная плита — современный теплоизолятор с низким коэффициентом теплопроводности.

Так же возможно производство панелей из следующих облицовочных материалов:

1. Цементно-стружечная плита.
2. Гринбоард.

3. Влагостойкая фанера.
4. Гипсокартон.
5. Оцинкованная сталь.
6. Алюцинк (сплав алюминия и цинка).
7. Влагостойкий оргалит.
8. Плоский шифер.
9. СМЛ (стекломагнезитовый лист).
10. ЦСП (цементностружечная плитка).

2.3 Логистика производственных процессов

Распределение товаров представляет собой деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю физического перемещения товаров от производителя до потребителя [10]. В ООО «Быстродом» имеют место прямые, одноуровневые и двухуровневые каналы распределения продукции.

Прямой канал распределения продукции предприятие будет использовать при реализации продукции непосредственно потребителям, и занимать 25 % в общем объеме товарооборота (рисунок 10).

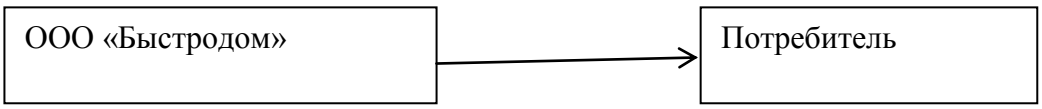


Рисунок 10 – Канал распределения продукции нулевого уровня

Позже предприятие планирует продавать производимую продукцию в собственном фирменном магазине.

Отсутствие посредников при реализации продукции обеспечивает ряд преимуществ:

- производитель получает всю прибыль, не делясь с посредником;
- относительная прибыль, получаемая производителем, выше, чем при использовании посредника;

– у производителя выше возможности по контролю качества и оптимальности продвижения;
– производитель тесно контактирует с потребителем и тем самым имеет возможность для изучения его потребностей.

Через одноуровневый канал распределения ООО «Быстродом» планирует реализовывать 35% общего объёма производимой продукции. В данном случае посредниками будут являться магазины строительных материалов г. Пензы и Пензенской области (рисунок 11).

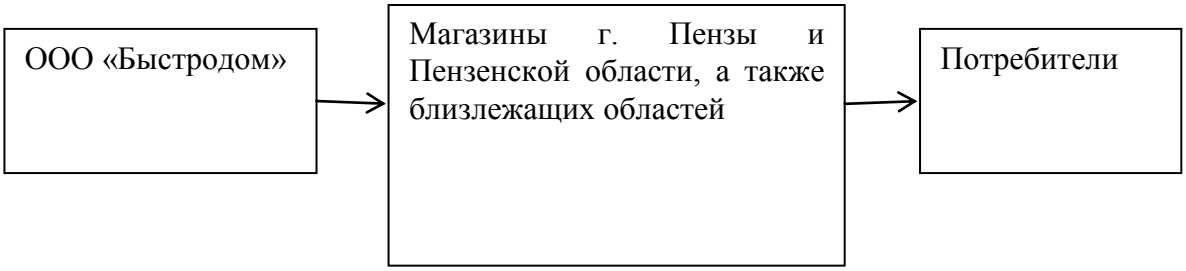


Рисунок 11 – Одноуровневый канал распределения продукции

3) Около 40% доли своей продукции предприятие на первоначальных этапах своего развития предполагает реализовывать через оптовых посредников как в г. Пензе и области, так и в других регионах страны (рисунок 12).

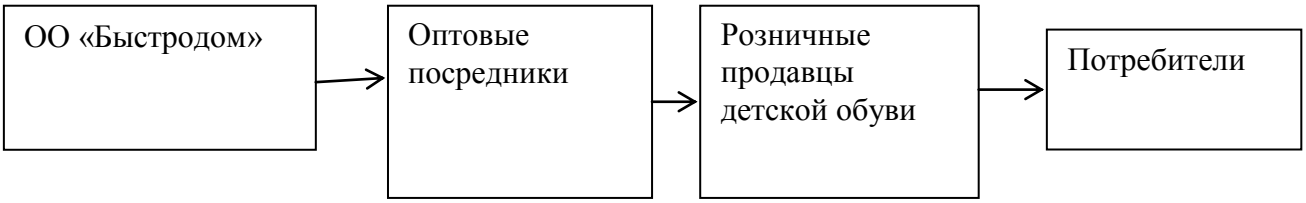


Рисунок 12 – Двухуровневый канал распределения продукции

Среди преимуществ обращения к оптовым посредникам можно обозначить то, что они:

- используя свой опыт работы, налаженные связи с магазинами смогут наилучшим образом представить товары целевому рынку, в том числе в других регионах страны;

- обеспечат доступ к мелким посредникам и потребителям при сравнительно низких затратах производителя [14].

Для транспортировки производимой продукции предприятие будет использовать наемный транспорт.

Для организации работы предприятия по производству СИП панелей необходима реализация следующих этапов, приведенных в таблице 7.

Таблица 7 – Список этапов

Название	Длительность	Дата начала	Дата окончания
Регистрация предприятия	15	10.01.2018	25.01.2018
Аренда помещения	10	15.01.2018	25.01.2018
Покупка, доставка, монтаж оборудования	15	31.01.2018	15.02.2018
Найм и обучение персонала	15	01.02.2018	16.02.2018
Производство [OSB - 9mm]	0	01.03.2018	...
Производство [OSB - 12 mm]	0	01.03.2018	...
Производство [OSB - 15 mm]	0	01.03.2018	...

Для организации производства ООО «Быстродом» планируется арендовать офисное помещение общей площадью 150м^2 по 100000 руб. в месяц, состоящее из 3-х отдельных помещений: производственное, склад, офис.

Перечень оборудования, необходимого для производства представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень оборудования

	Пакет стандарт
1	2
Максимальный объем выпускаемой продукции, мес.	1500-2000 панелей
Монтажный стол с системой автоматической транспортировки для формирования СИП-панелей Габаритные размеры стола: ДхШхВ 3000х1500х600 мм	+
Станция для равномерного нанесения клеевой смеси; Габаритные размеры станции: ДхШхВ 1200х2600х1500 мм	+
гидропресс для прессования компонентов СИП панелей; Габариты пресса: ШхДхВ 1650х3000х2300 мм.	+
Приемный стол с ручной системой транспортировки. Габаритные размеры стола ДхШхВ 3000х1500х600 мм	+
Форматно-раскроечный станок для раскроя СИП-панелей; Габарит станка: ДхШхВ 8000х2000х1340 мм.	+

Продолжение таблицы 8

1	2
Станок фрезерный для формирования паза в пенополистироле в СИП-панелях; Габарит станка (ДхШхВ) 2900х1100х1100 мм	+
термонож для формирования паза в пенополистироле в полевых условиях.	+
Аспирационная установка (пылесос)	+
Длина линии из 4 последовательных блоков: станция нанесения клея, стол формирования сип панелей, гидропресс, стол готовой продукции (остальное оборудование возможно расположить отдельно)	9 м
Необходимая площадь помещения, м2	150 м2
Минимальна длина одной из стен в помещении, метры	11 м.
Необходимая площадь склада	100 м2
Цена оборудования	2 250 000

Расходы на рекламу представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Расходы на рекламу в год

Наименование статьи	Сумма, тыс. руб.
Создание сайта	30
Реклама в СМИ	250
Наружная реклама	250
Директ-маркетинг	150
Итого	680

Таким образом, совокупные расходы на рекламу составят 680 тыс. руб.

3 ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРЯИТИЕМ

3.1 Построение организационной структуры управления предприятия и управление персоналом

Самый ответственный этап для любого предприятия — подбор персонала.

Работа проходит в одну смену, продолжительность одной смены составляет 8 часов.

Производительность смены составляет 80-90 панелей в смену (10-12 панелей в час, в зависимости от их вида).

При необходимости работа может быть организована в 2 смены.

Для работы линии с полной загрузкой достаточно 3 человек — оператор оборудования (30 000 рублей) и 2 производственных рабочих (по 25 000 рублей).

Фонд оплаты труда составляет 80 000 рублей в месяц. Также к этой сумме необходимо учесть налоги с ФОТ 34% — 27 200 рублей

Итого ФОТ составляет 107 200 рублей.

Для производства панелей не требуется специальных технических знаний от рабочего персонала: всей необходимой процедуре и технологии не сложно обучить рабочего за 2 недели. Обучение персонала работе осуществляется специалистами компании-поставщика во время монтажа оборудования. Менеджер должен следить за прохождением заказов, обеспечивать выполнение необходимых производственных процедур и работать с клиентами.

Для осуществления функций управления на предприятии создается аппарат управления. Работники аппарата управления подразделяются на линейный и функциональный персонал. Линейный персонал (директор) осуществляет общее руководство, для чего наделен необходимыми правами. Функциональный аппарат, в состав которого входят все остальные

работники, путем сбора, обработки информации и подготовки решений помогает линейному персоналу осуществлять руководство. Таким образом, на предприятии ООО «Быстродом» имеет место линейно-функциональная структура, где подразделения действуют на правах штаба при линейном руководителе, помогая ему в решении всевозможных задач.

Относительно небольшие размеры промышленного производства позволяют сосредоточить в одних руках все функции управления производством.

Штатное расписание предприятия показано в таблице 10.

Таблица 10 – Штатное расписание

Должность	Кол-во
Управление	
Генеральный директор	1
Главный бухгалтер	1
Секретарь-референт	1
Заместитель директора по снабжению и сбыту	1
Маркетинг	
Менеджер по сбыту	1
Менеджер по снабжению	1
Зав. складом	1
Производство	
Механик	1
Технолог	1
Оператор	1
Рабочий	3

.

Организационная структура ООО «Быстродом» приведена на рисунке 13.

3.2 Формирование стратегий организации

Всякая организация существует и действует ради достижения своих собственных организационных целей. Цели различаются по временным срокам планирования - краткосрочные или оперативные (неделя, месяц), среднесрочные (год), стратегические (2-5 лет). Цели также подразделяют на общеорганизационные, цели отдельных подразделений и цели индивидов.

Цели также можно классифицировать на "жесткие", чаще выраженные в численной форме (например, увеличить объем прибыли в текущем квартале на 12 процентов), и более "мягкие" (например, шире привлекать сотрудников к принятию решений). Возникает вопрос: что объединяет все разнообразие часто разнонаправленных целей организации? Этим объединяющим началом является миссия организации.

Существует широкое и узкое понимание миссии. В случае широкого понимания миссия рассматривается как философия, предназначение и смысл существования организации. Философия организации определяет ценности, верования и принципы, на основе которых осуществляется деятельность организации. Предназначение определяет действия, которые организация намеревается осуществить, и то, какого типа организацией она намеревается быть. [4, с. 37]

Философия организации – один из самых стабильных и консервативных факторов, определяющих работу организации; она редко меняется, и такие изменения происходят плавно и постепенно. Изменения ее определяются изменениями внутренней и внешней среды организации. Именно консервативный характер философии организации обеспечивает ее стабильное и направленное развитие, определенность и предсказуемость организационного проведения при меняющихся условиях существования.

В узком смысле миссия рассматривается как утверждение относительно того, для чего существует организация. В этом случае миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования

организации, в котором проявляется ее отличие данной организации от ей подобных. Правильно сформулированная миссия, хотя и имеет всегда общий философский смысл, тем не менее всегда несет в себе что-то, что делает ее уникальной в своем роде, характеризующей именно ту организацию, в которой она была выработана. [17, с. 57]

Большинство российских руководителей не заботятся о выборе и формулировании миссии своей организации, считая это ненужным. Однако, как показывает практика, организация, где есть ясное представление о цели ее существования, имеет больше шансов на успех, чем там, где его нет. В миссии определяются целевые ориентиры, в определенной степени сфера деятельности и рынок.

Миссия ООО «Быстродом» – предоставление услуг в области строительства с целью удовлетворения самого взыскательного заказчика. Поэтому в своей деятельности компания ориентирована на использование современных материалов и оборудования. Построенные нами здания отвечают необходимым техническим требованиям, отличаются надежностью и быстрыми сроками возведения.

Наши ценности – активная жизненная позиция, успешность, ответственность за свои действия и уважение к людям.

Главная ценность компании – это специалисты работающие в ней. Сегодня ООО «Быстродом» – это команда профессионалов, которые могут решать задачи любой сложности.

Основные конкурентные преимущества ООО «Быстродом»: – это добросовестное выполнение взятых на себя обязательств – высокое качество выполняемых работ.

На все выполняемые нашей компанией работы предоставляются гарантийные обязательства. При выполнении работ используется современные материалы, что подтверждает соответствующими сертификатами и паспортами качества. Высококвалифицированный

персонал, современный строительный инструмент и технологии – все это способствует быстрому и качественному выполнению заказов.

Наша профессия – это строительство и поэтому к каждому из наших проектов мы относимся как к важнейшему, а каждого клиента встречаем как единственного.

Как правило, миссия разбивается по нескольким стратегическим целям:

– *миссия для учредителей*: «Постепенное увеличение доходов организации за счет формирования имиджа предприятия, а также за счѐт реализации продукции, увеличение доли рынка»;

– *миссия для персонала*: Лозунг предприятия в отношении персонала таков: «Мы считаем, что каждый человек должен непрерывно совершенствоваться и помогать другим совершенствовать свое профессиональное мастерство. Мы создаем стимулы и условия для того, чтобы наши работники трудились продуктивно и могли решать сложные и масштабные задачи;

– *миссия для потребителей*: «Мы стремимся как можно лучше изучить запросы и требования наших посетителей и видим нашу миссию в удовлетворение спроса наших гостей в высококачественной продукции по доступным ценам»;

– *миссия для поставщиков*: «Мы развиваем тесные взаимовыгодные отношения с нашими поставщиками и видим нашу миссию в том, чтобы сделать все необходимое для того, чтобы достичь взаимовыгодного сотрудничества, построенного на доверии и профессионализме»;

– *миссия для общества в целом*: «Мы стремимся не только осуществлять ежемесячный выпуск в необходимом ассортименте и количестве качественной продукции с целью обеспечения потребностей жителей города, но и поддерживать имидж компании, которая внушает

доверие и уважение не только потребителям и партнерам по бизнесу, но и обществу в целом».

После разработки миссии организации в технологической цепочке стратегического планирования необходимо приступить к формулированию целей. Если миссия задает общие ориентиры, то цели выражают конкретное состояние организации, достижение которого является желательным в ее настоящем и будущем. *Главной целью предприятия является обеспечение конкурентоспособности производимой продукции, а так же удовлетворение потребностей населения.*

SWOT-анализ позволяет компании выявить представленные на рынке возможности и оценить способность компании по их применению. Помимо этого выявляются угрозы, которые способны подорвать позиции компании. Сильные и слабые стороны рассматриваются с позиции внешнего окружения, что подводит реальную основу под решения о распределении ресурсов и помогает компании извлечь максимум пользы из имеющихся у нее возможностей (таблица 12).

Таблица 12 – Профиль сильных и слабых сторон

		Инновационные возможности				
		Внедрение услуги детейлинга	Финансир. проекта	Обучение персонала	Продвижение услуги	Привлечение новых клиентов
Сильные стороны						
1	Инновационная технология	+		+	+	+
2	Уникальность услуги на пензенском рынке	+	+			+
3	Качество услуги	+			+	
4	Стратегия развития	+			+	

5	Стратегическое видение					
6	Финансовый потенциал		+			+
7	Квалифицированный персонал	+		+		
8	Обучение			+		
Слабые стороны						
1	Динамика оборота					
2	Имидж			+	+	+
3	Доля рынка				+	+
4	Маркетинг-микс	+	+	+		+
5	Обеспечение карьерного роста			+		
6	Мотивация			+	+	

Выделяют долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные цели. Для начала определим долгосрочные цели нашего предприятия:

– завоевание лидерства на рынке СИП панелей в Пензе и Пензенской области и предоставление продукции наилучшего качества;

– постоянное улучшение качества продукции, увеличение ассортимента выпуска продукции и создание определенного имиджа предприятия, формирование доверия клиентов к нашему предприятию;

– обеспечить оптимальные условия работы для всего персонала, эффективную систему мотивации и создать дружеские отношения;

– достижение окупаемости первоначальных затрат, стабильная прибыль с возможностью увеличения;

– возможность роста, т.е. увеличения объемов продаж.

Краткосрочными целями будут:

– наладить постоянный контакт с поставщиками для бесперебойной доставки материалов;

– постепенное расширение ассортимента;

– быстрое распространение информации о нашем предприятии для привлечения потребителей;

– работать без убытков и с получением возрастающей прибыли;

– сформировать рабочий коллектив из профессионалов, отданных своему делу.

Для достижения целей ставятся следующие *задачи*:

1) формирование организации, способной успешно реализовать стратегию;

2) разработка совместимых со стратегией политики и процедур;

3) формирование имиджа предприятия;

4) использование передового опыта и механизмов для непрерывного совершенствования;

5) создание системы, позволяющей персоналу компании успешно выполнять свои стратегические функции изо дня в день;

6) обеспечение профессионального роста и материального благополучия сотрудников;

7) увязка стимулов с достижением целей и надлежащей реализацией стратегии;

8) формирование корпоративной культуры компании, благоприятствующей принятой стратегии;

9) создание информационного обеспечения, необходимого для успешной реализации стратегии;

10) минимизация издержек;

11) постоянный контроль качества;

12) оптимальное использование ресурсов;

13) создание собственного сайта и участие в различных выставках и мероприятиях, в благотворительных акциях;

14) обеспечение постоянной доходности предприятия;

15) обеспечение оптимальной загрузки производства;

16) продвижение продукции Пензенской области и за ее пределами;

17) усовершенствование технологического процесса.

Конечно, в соответствии с изменениями внешней и внутренней среды предприятия будут ставиться новые и корректироваться поставленные

стратегические цели. В корректировке стратегических целей предприятия будут принимать участие следующие референтные группы: учредители, директор предприятия, работники. Ответственность за внедрение и последствия стратегических целей несет генеральный директор предприятия.

3.3 Управление качеством в организации

Изготовление СИП панелей требует промышленных условий, в которых имеется соответствующее оборудование и лабораторный контроль качества конечного изделия. Сип панели склеивают под давлением из двух наружных плит ОСП и размещенным между ними слоем пенополистирола.

Пенополистирол должен иметь значительные точно предписанные технологией прочностные свойства. Также ему должны быть присущи свойства великолепного утеплителя.

Канадская технология строительства требует тщательно проведенных расчетов всех конструктивных элементов, в которых используются СИП панели. Поэтому ответственность на конструкторах очень большая. Впрочем СИП панели достаточно прочны, чтобы выдерживать значительные нагрузки.

Однако новые проекты разработчиков могут в погоне за изящными архитектурными формами, которые можно спроектировать с использованием СИП панелей, делать какие-то послабления.

Задача конструкторов все просчитывать и не допускать ослабления конструкций. Впрочем после разработки нового проекта обычно проходит этап испытаний и только после соответствия всем требованиям безопасности сип панели в составе новых конструктивных строительных элементов идут в дело.

Обычно толщина панелей, исходя из эксплуатационных и конструкторских требований, может варьироваться в диапазоне 124 – 224 мм. Максимальная ширина порядка 2.4 метра, максимальная длина сип панели может достигать ш метров. Технологичным строительство

домов, а также коттеджей с применением СИП панелей получается также за счет того, что все элементы с минимальным отклонением соответствуют чертежам. На стенах нет никаких изъянов и неровностей.

Все положительное, присущее СИП панелям, в совокупности дает удивительный результат. Дома с применением СИП панелей собираются очень быстро и в любое время года. Это весьма теплые дома, а также прочные и долговечные.

Следует отметить, что технология производства СИП панелей разного предназначения предусматривает жесточайший контроль качества полученных изделий. Здесь даже не может идти речь о браке в размере трех-пяти процентов, как это иногда имеет место в производстве строительных материалов. Система контроля, как лабораторного, так и на рабочем месте стопроцентно исключает возможность попадания брака на строительный объект.

3.4 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий

Стоимость проекта составит 5500 тыс. рублей. Из этой суммы предполагается 2500 тыс. руб. поступают в виде собственных средств. Структура финансирования проекта: 45,5% собственные и 54,5% заемные средства.

Распределение акционерного капитала приведено в таблице 13.

Таблица 13 – Акционерный капитал

Акционер	Дата	Сумма (руб.)
Акционер 1	01.01.2018	1 250 000,00
Акционер 2	01.01.2018	1 250 000,00

Предприятие берет инвестиционный кредит на общую сумму 3000 тыс. руб. на 36 месяца под 17% годовых с ежемесячным возвратом оговоренных сумм для пополнения оборотных средств.

Займы по реализации проекта приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Займы

Название	Дата	Сумма (руб.)	Срок	Ставка %
Кредит	01.01.2018	3 000 000,00	36 мес.	17,00

Самый большой спрос на плиты 2 500 х 1 250 х 174 мм с толщиной OSB-3 — 12 мм. Для усреднения расчетов показателей производства за основу взяты показатели данного вида покрытия.

Стоимость сырья указана с учетом логистики от ближайшего производителя или поставщика сырья.

- ОСБ-3 — 610 рублей за лист,
- полиуретановое связующее — 250 рублей за килограмм,
- пенополистирол ПСБ-С 35 — 2 200 рублей за 1м3.

Расчет стоимости материалов на 1 панель 2 500 х 1 250 х 150 (при производительности 1000 панелей в месяц) приведен в таблице 15.

Таблица 15 – Расчет стоимости материалов на 1 панель 2 500 х 1 250 х 150 (при производительности 1000 панелей в месяц)

	Единица измерения	Количество	Цена, руб	Сумма за одну панель
Лист OSB-3 2500х1250х12 мм.	шт.	2	610	1220
Пенополистирол ПСБ-25	м3	0,432	2200	950,4
Полиуретановое связующее	кг	0,86	250	215
Заработная плата		3 сотрудника	107 200	107,2
Аренда	Кв.м	150	250	37,5
Электроэнергия	Квт.ч	0,56	5	3
Иные возможные расходы (3-5%)				100
ИТОГО				2634,1

Постоянные ежемесячные затраты представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Постоянные ежемесячные затраты

Название	Сумма (руб.)	Платежи
Управление		
Коммерческие расходы	50 000,00	Ежемесячно, весь проект
Производство		
Аренда помещения	100 000,00	Ежемесячно, весь проект
Электроэнергия	7 000,00	Ежемесячно, весь проект
Вода	3 000,00	Ежемесячно, весь проект
Прочие расходы	3 000,00	Ежемесячно, весь проект
Маркетинг		
Реклама	100 000,00	Ежемесячно, весь проект

Общие затраты предприятия составят 263 тыс. руб. в месяц.

Начиная со второго года реализации проекта планируется начать выплату дивидендов в размере 20% от чистой прибыли во втором году и 25% от чистой прибыли в последующие годы.

Интегральные показатели проекта представлены в таблице 17.

Ставка дисконтирования составляет 15 %. Дисконтированный период окупаемости инвестиционных вложений составляет 7 месяцев.

Таблица 17 – Интегральные показатели проекта

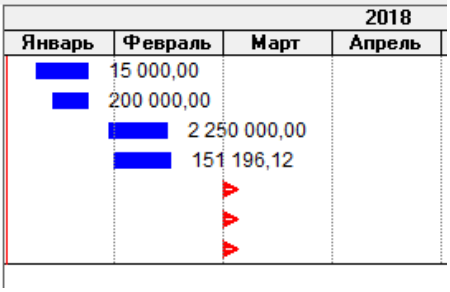
Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	15,00
Период окупаемости - PB, мес.	24
Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.	26
Средняя норма рентабельности - ARR, %	117,23
Чистый приведенный доход - NPV	15 023 319
Индекс прибыльности - PI	3,90
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	97,20
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	50,66

Инвестиционный план является одной из важнейших составных частей бизнес плана, который рассматривает вопросы, связанные с долгосрочным вложением капитала, включая приобретения активов, получения денег и т.д.

Основным подразделом инвестиционного плана является календарный план, который подразделяется на этапы (таблица 18).

Таблица 18 – Список этапов

№	Наименование этапа	Длит-ть	Дата начала
1	Регистрация предприятия	15	10.01.2018
2	Аренда помещения	10	15.01.2018
3	Покупка, доставка, монтаж оборудования	15	31.01.2018
4	Найм и обучение персонала	15	01.02.2018
5	Производство [OSB - 9mm]	...	01.03.2018
6	Производство [OSB - 12 mm]	...	01.03.2018
7	Производство [OSB - 15 mm]	...	01.03.2018



Закупленное оборудование числится на балансе предприятия в качестве активов. Амортизация по данным активам начисляется по остаточной стоимости линейным способом. Активы будут числиться на балансе предприятия в течение всего срока проекта.

Производственная программа представляет собой систему плановых заданий по производству и реализации продукции установленной номенклатуры, ассортимента и качества, предназначенных для удовлетворения различных потребностей (таблица 19).

Таблица 20 – Производственная программа

Продукт/Вариант	Ед. изм.	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
OSB - 9mm	шт	1 157,89	4 042,11	4 800,00	4 800,00	4 800,00
OSB - 12 mm	шт	1 736,84	6 063,16	7 200,00	7 200,00	7 200,00
OSB - 15 mm	шт	2 894,74	10 105,26	12 000,00	12 000,00	12 000,00

Отчет о прибылях и убытках позволяет определить из каких составляющих складывается прибыль предприятия. Структура отчета отражает порядок расчета прибыли. Результаты каждого шага расчетов помещаются в соответствующих строках таблицы «прибыли – убытки». Анализ отчета о прибылях и убытках позволяет определить структуру доходов и затрат компании, получить объективную оценку ее производственной и коммерческой деятельности. Таким образом, отчет о прибылях и убытках образует связь между балансовыми отчетами прошлого и нынешнего учетных периодов и показывает, за счет чего произошли изменения в нынешнем балансе по сравнению с прошлым, отражает процесс формирования прибыли и то, как изменяется капитал вкладчиков компании под воздействием доходов и расходов, осуществленных в текущем периоде.

В отчете о прибылях и убытках представлены показатели доходов и расходов:

1. Чистая выручка от реализации продукции - валовая выручка от реализации за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов, возвращенных товаров и ценовых скидок.

2. Валовая прибыль от реализации – это чистая выручка от реализации за вычетом произведенных расходов на реализацию продукции. Этот показатель позволяет анализировать эффективность производственной деятельности. Валовая прибыль за период (2018 г –2022 г.) деятельности предприятия выросла от 3 258 446,9 рублей до 19 764 362,3 рублей в год.

3. Прибыль (убыток) до налогообложения – является точкой перехода от бухгалтерской прибыли к налогооблагаемой прибыли. Бухгалтерская прибыль – это прибыль, рассчитанная в соответствии с требованиями бухгалтерского учета. Таким образом, налогооблагаемая прибыль – это бухгалтерская прибыль, пересчитанная согласно налоговым требованиям.

4. Чистая прибыль – это прибыль после уплаты налога. Если в начале проекта (первые два года) она имеет отрицательное значение -26 120 403,4 рублей в 2018 году и -15 187 002,5 рублей в 2019 году, то уже с 2017 года становится положительной и за период возрастает до 8 647 212,5 рублей в год.

Анализ отчета о прибылях и убытках приведен в приложении 3.

Баланс наличности на протяжении всего периода является положительной величиной и изменяется в сторону увеличения, начиная с 2018 года реализации проекта, что говорит о наращивании производства (приложение 4).

Отчет о движении денежных средств — это документ финансовой отчетности, в котором отражаются поступления, израсходование и нетто-изменения денежных средств в ходе текущей хозяйственной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия на определенный период (приложение 5).

Основным источником выбытия денежных средств в первых месяцах является инвестиционная и операционной деятельность - затраты на приобретение активов, выплату дивидендов, расчеты с бюджетом (налоговые выплаты) и погашение внешней задолженности.

В последующих периодах проекта основная сумма денежных средств поступает предприятию за счет производственно-хозяйственной деятельности. Каждый квартал в финансовой деятельности происходит отток денежных средств по выплате дивидендов.

Поток наличности по операционной деятельности зависит от объема продаж и налогов по кварталам. Уже с 2018 года проекта он имеет положительное значение, но его еще не хватает для получения прибыли.

Стандартный отчет о движении денежных средств содержит три раздела, соответствующих основным направлениям деятельности компании:

- кэш-фло от операционной деятельности;
- кэш-фло от инвестиционной деятельности;
- кэш-фло от финансовой деятельности.

В разделе "Кэш-фло от операционной деятельности" представлены денежные поступления и выплаты, связанные со сбытом, производством, расчетами по налогам, операциями по размещению временно свободных денежных средств. Производственные затраты объединены в две группы: "Суммарные прямые издержки" и "Суммарные постоянные издержки".

Раздел "Кэш-фло от инвестиционной деятельности" отражает движение денежных средств, связанных с инвестиционным периодом реализации проекта (приобретением и продажей активов).

Раздел "Кэш-фло от финансовой деятельности" отражает поступления и выплаты денежных средств по операциям, связанным с финансированием проекта.

Две итоговые строки "Кэш-фло" отражают баланс наличности на начало и конец каждого периода. Баланс наличности позволяет судить о возможности предприятия генерировать достаточное количество денежных средств для покрытия обязательств. В случае дефицита средств требуется привлечение дополнительных источников финансирования в виде заемного или акционерного капитала.

Из данных, приведенных в таблице 18 видно, что баланс наличности растет и уже в 2019 году перекрывает сумму затрат на реализацию проекта.

Таким образом, заработанный проект создания производственного предприятия, специализирующегося на производстве инновационных материалов СИП-панели является эффективным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В дипломной работе был разработан проект по организации предприятия ООО «Быстродом», специализирующегося на производстве СИП-панелей.

В рамках маркетингового исследования был проведен анализ рынка строительных материалов в России. Результаты анализа относительного роста по сегментам СИП-панелей позволили сделать вывод, что сегмент демонстрирует умеренный относительный рост. До кризиса производство СИП панелей в России развивалось бурными темпами, одна за другой появлялись новые игроки, вводились новые «площадки». «Канадская технология» на сегодняшний день обеспечивает самую низкую стоимость строительства в наиболее короткие сроки.

Строительство с использованием СИП технологии является ярким примером панельного домостроения. Благодаря исключительным свойствам плит ОСП, обеспечивающих необходимую жесткость, КТП выступают в роли основного несущего элемента здания.

Экономический кризис отразился, в первую очередь, на "замораживании" большинства проектов организации новых производств СИП. В то же время участники рынка отмечают, что снижения интереса к строительству из СИП-панелей не произошло. По оценкам экспертов, сильного спада в производстве СИП в настоящее время не наблюдается.

В целом влияние факторов макросреды на рынок строительных материалов можно оценить как умеренно положительное.

По результатам конкурентного анализа был сделан вывод, что модель рынка нашей компании ООО «Быстродом» – монополистическая конкуренция.

Портрет потребителя деревянного домостроения очень разнообразен, и покупателей можно классифицировать по следующим основным критериям: цели приобретения загородной недвижимости, социальный статус и стиль жизни клиента, его возраст, доход и источник денежных средств.

Если опираясь на мнение экспертов, то можно составить общий сводный портрет покупателя загородной недвижимости, который выглядит следующим образом: основная цель покупки жилой недвижимости: – сезонное проживание, в комфортных условиях и экологичной обстановке, желание приобрести жилье для себя и близких.

Возраст: старше 30 лет. Основная группа – 25-40 лет.

Доход: минимум 40-80 тыс. рублей в месяц на семью.

Образование: высшее.

Работа: руководители, высококвалифицированные специалисты, управленцы.

Семейное положение: 2/3 покупателей семейные: 1-2 ребенка.

В рамках дипломного проектирования было составлено штатное расписание предприятия, проведено стратегическое планирование, в рамках которого была разработана миссия предприятия и сформулирована система стратегических целей.

Расчет экономических показателей проекта показал, что дисконтированный период окупаемости инвестиционных вложений составляет 24 месяца. Таким образом, проект может быть признан эффективным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: от 30.12.2001 № 197-ФЗ.-В ред. от 01.12.2007 [Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.kadrovik.ru/docs/tk30.12.01n197-fz.htm]

2. О государственной поддержке малого предпринимательства: федер. Закон: принят 12 мая 1995г.// Сборник законов Российской Федерации. –М.: Эксмо, 2016.

3. О рекламе: федер. Закон: принят 13.03.2006 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.consultant.ru/popular/advert/]

4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон N 209-ФЗ от 24 июля 2007 года [Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.rg.ru/2007/07/31/biznes-doc.html]

5. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2015. – 256 с.

6. Бизнес-план. Составление: нормы и рекомендации. – М.: «А-Приор», 2016. – 186 с.

7. Бизнес-план [Электронный ресурс // Режим доступа: http://bizkiev.com/content/view/916/205/]

8. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.

9. БурчаковР.Г. Комплекс маркетинга: какую концепцию выбрать?// маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – №1. – С. 94-99.

10. Васильева, З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности объектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №2(52). – С. 83 - 89.

11. Гавриленко Н.И. Возрастание роли стратегического маркетинга в управлении хозяйствующими субъектами. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – №4. –С. 78-85.

12.Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2016. – 320 с.

13. Исследования рынков [Электронный ресурс // Режим доступа: http://marketing.rbc.ru/news_research /05/04/2010/562949978290500.shtml]

14.Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.

15. Малый бизнес [Электронный ресурс // Режим доступа: http://small-business.web-3.ru/basics/]

16. Маркетинговое исследование. Рынок строительных материалов. Апрель 2016. Итоги 2015 года [Электронный ресурс // Режим доступа: http://marketing-i.ru/issledov/rynok-kozgalanterei]

17.Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.– М.: Проспект, 2015. – 216 с.

18.МильбергБ.Е. Определение потребностей покупателей и достижение конкурентных преимуществ. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №6. – С.52-54.

19.Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. – 256 с.

20.Никишин В.В. Инновационная стратегия маркетинга как ответ на вызов современного мира // Практический маркетинг. – 2015 – №12(178) – С. 4-7.

21. Организация и финансирование бизнес-проекта // http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3051

22.Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2014. – 152 с.

23. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс // Режим доступа: http://bizkiev.com/content/view/1015/205/]

24. Официальный сайт администрации г. Пензы [Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.penza-gorod.ru/]

25.Петухова, С.В. Бизнес – планирование / С.В. Петухова.- М.: Омега – Л, 2015. – 236 с.

26. Планирование в современном бизнесе [Электронный ресурс // Режим доступа: http://quality.eup.ru/ MATERIALY6 /planmodernbusines.html]

27.Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А Платонова, Т.В. Харитонова. – М.: Дело и сервис, 2015. – 432 с.

28.Попов, В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2016. – 246 с.

29.Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. – 2-е изд., доп. – М. : Альфа-Пресс, 2014. – 255 с.

30.Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.

31.Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2016. – 310 с.

32.Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2015. – 346 с.

33.Уткин, Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

34.Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 470 с.

35.Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб.пособие / Д. А. Шевчук. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 208 с.

36. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс // Режим доступа: www.gks.ru]

37. Федеральная служба государственной статистики по Пензенской области [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://pnz.gks.ru/]

ПРИЛОЖЕНИЯ

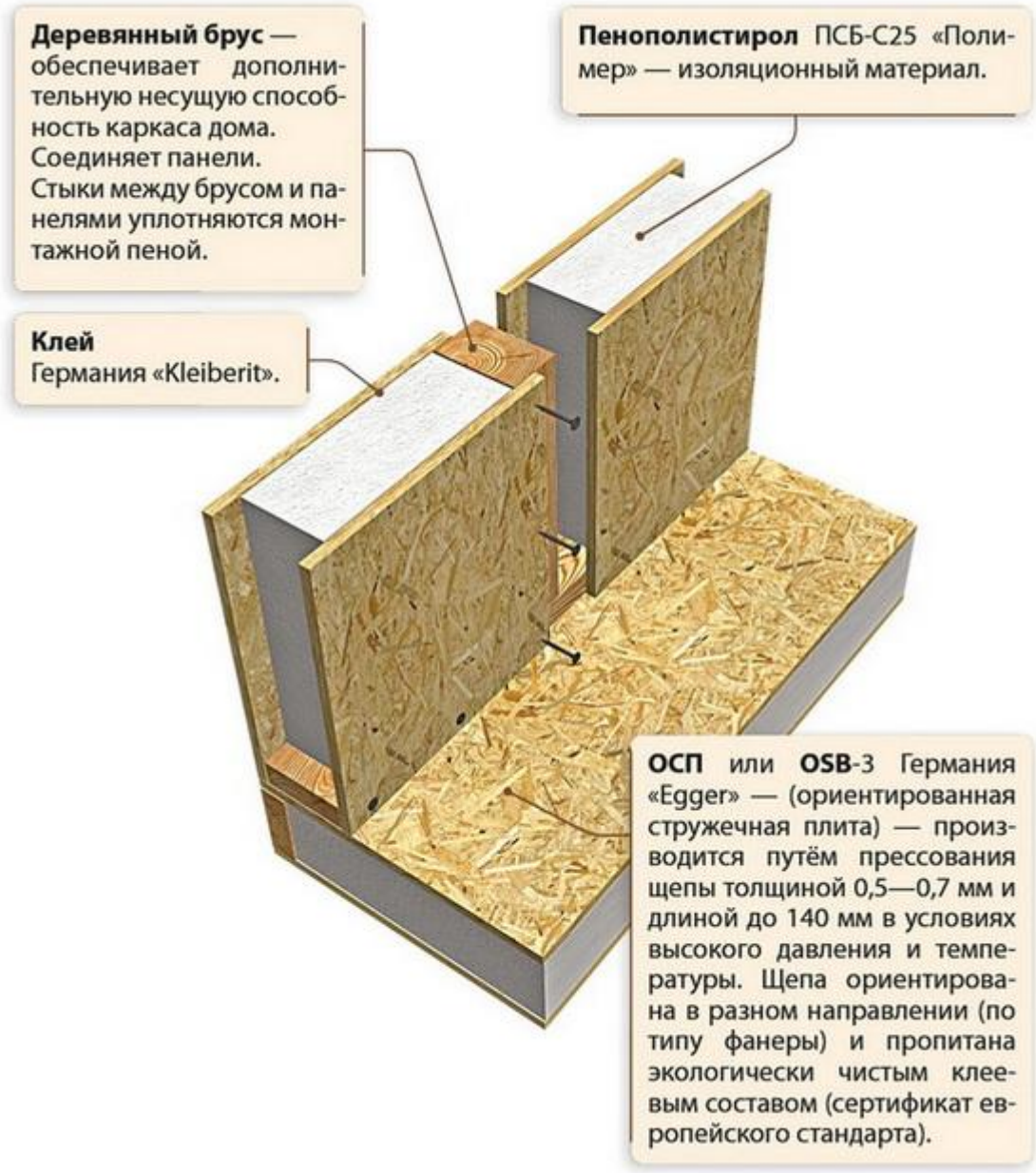


Рисунок 1 – Устройство СИП-панели

SIP панель-это (sandwich — многослойный бутерброд) — строительное изделие, имеющее трехслойную структуру, состоящее из двух слоев наружной облицовки и внутреннего слоя утеплителя между ними. Все детали сэндвич-панелей склеиваются между собой с помощью клея и прессования на промышленном оборудовании. В качестве наружной облицовки могут использоваться следующие материалы:

Ориентированно-стружечные плиты OSB (ОСП) — древесная плита из ориентированной длинно размерной стружки (страндов). Плиты **OSB** изготавливаются путём прессования страндов при высоком давлении и температуре с использованием склеивающих водостойких смол.

Пенополистирол — экологически чистый, нетоксичный, тепло- и звукоизоляционный материал. Он применяется в строительстве на протяжении полувека и зарекомендовал себя как наиболее экономичный и удобный в применении.

Полистирольный пенопласт **является нейтральным материалом, не выделяющим вредных для человека веществ**. Он не подвержен разложению под воздействием микроорганизмов и не имеет ограниченного срока годности. Влага не влияет на свойства этого материала и не вызывает образование в нем бактерий и плесени. На физические и химические свойства пенополистирола не оказывает отрицательного влияния температура окружающей среды.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

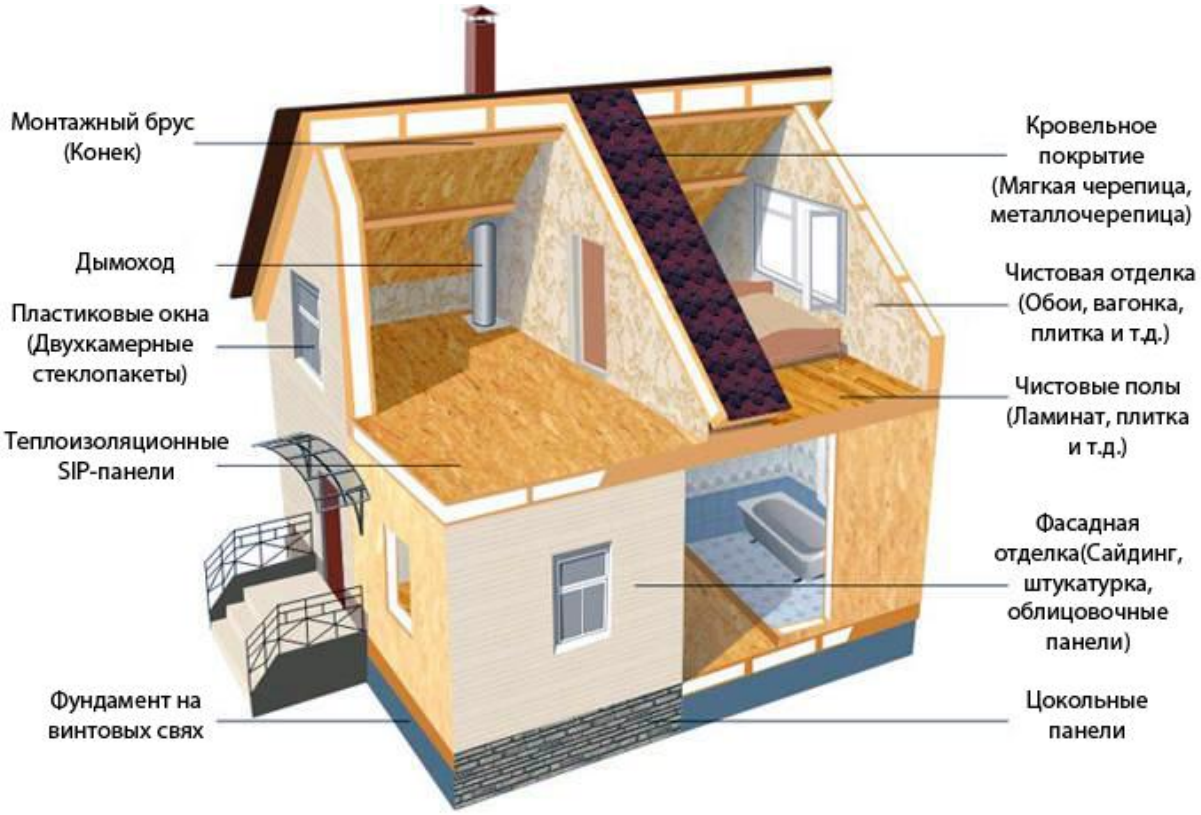


Рисунок 1 – Технология строительства дома из СИП-панелей

Процесс возведения домов из SIP-панелей разбивается на ряд этапов.

На подготовительном этапе строительства дома выбирается проект, производится его адаптация под конкретные условия строительства, либо осуществляется индивидуальное проектирование. Когда проект утвержден, на производстве СИП-панелей начинают подготавливать комплект материалов для строительства дома. Параллельно проводятся подготовительные работы на участке.

Второй этап строительства каркасного дома — устройство и обвязка фундамента. При возведении дома из СИП оптимальным является свайно-винтовой фундамент, который и возводят специалисты.

На третьем, основном, этапе строительства дома из СИП собирают перекрытия, производят монтаж наружных и межкомнатных стен, подготавливают оконные и дверные проемы.

Еще один этап — монтаж несущих конструкций кровли, а также покрытия крыши.

Когда строительства жилого дома в целом завершено, переходят к монтажу окон и дверей.

После завершения основных этапов строительства следуют дополнительные этапы, которые можно заказать как в комплексе, так и по отдельности. Дополнительные этапы строительства дома из СИП-панелей выполняют специальные подразделения компании. К данным этапам относятся:

1. Наружная отделка дома, для которой могут быть использованы любые популярные отделочные материалы.
2. Внутренняя отделка дома — монтаж потолков, напольных покрытий, межкомнатных дверей, лестниц, отделка стен, малярные работы и т. д.
3. Подключение и монтаж инженерных коммуникаций — системы отопления, водоснабжения, канализации.

Первый этап строительства дома из СИП-панелей, как и любого другого, — подготовительный. Работы подготовительного периода в строительстве начинаются с выбора типового проекта для будущего строения, при необходимости его оптимизации под конкретные требования заказчика. Возможна также разработка индивидуального проекта. На этом этапе можно примерно рассчитать стоимость строительства дома.

Одним из безусловных преимуществ малоэтажных домов, построенных из СИП, является лёгкость конструкции. Такие строения легче аналогов, возведенных из кирпича или бетона, во много раз. Небольшой вес домов из сэндвич-панелей позволяет применять при их строительстве передовые технологии, в частности, использовать современные и экономичные свайно-винтовые фундаменты. Свайные фундаменты для дома весьма популярны также при строительстве из древесины и пенобетона.

Монтаж и сборка дома из СИП-панелей

Монтируя дом из СИП, строители ориентируются на схему сборки, которая подготавливается на предварительном этапе. Утвержденная в компании технология сборки дома строго отработана и гарантирует высокую надежность всей конструкции.

Монтаж кровли

Согласно технологии монтажа кровли, приступая к сборке крыши, прежде всего, следует установить её несущие силовые конструкции. К ним относятся прогоны (коньковый, в том числе) и мауэрлаты. Как правило, все силовые элементы кровли опираются на несущие стойки и стены, передавая на них всю нагрузку от покрытия. При этом прогоны фиксируются при помощи саморезов. В тех случаях, когда монтируется сложная многоскатная крыша, после установки прогонов устанавливаются также рёбра и ендовы.

Монтаж окон и дверей

Когда основные работы по возведению дома из SIP подходят, наконец, к завершению, остаётся заняться оставшимися этапами, чтобы придать строению законченный вид. После того как возведены фундамент, перекрытия, каркас строения, установлены стены и смонтирована кровля, можно переходить к монтажу окон в доме из СИП-панелей и установке дверей. Качественное проведение этих работ поможет сохранить тепло в доме и в полной мере защитить его от проникновения злоумышленников.

Наружная отделка

Наружные стены всегда сильно подвержены воздействию внешней среды – температурных перепадов, влаги, ультрафиолетового излучения, агрессивных химических примесей в воздухе и многих других вредных факторов. Поэтому любой материал, из которого сделаны стены — дерево, кирпич, бетон, SIP-панели и прочие, находясь в контакте с внешней средой, подвергается постепенному разрушению.

Внутренняя отделка

В компании, как правило, работает отдельное подразделение, которое специализируется именно на отделке домов из СИП-панелей. Благодаря этому клиенты получают возможность заказать весь цикл работ — от закладки фундамента до сдачи ключей от дома, в который можно переезжать в тот же день. При этом производится контроль качество каждого этапа строительства и предоставляется клиентам комплексный продукт.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Отчет о прибылях и убытках ООО «Быстродом», руб.

Строка	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Валовый объем продаж	15 812 937,2	60 559 983,6	78 837 935,2	86 917 693,5	95 914 596,2
Материалы и комплектующие	12 554 490,3	48 080 866,7	62 592 425,4	69 007 251,8	76 150 233,9
Суммарные прямые издержки	12 554 490,3	48 080 866,7	62 592 425,4	69 007 251,8	76 150 233,9
Валовая прибыль	3 258 446,9	12 479 116,9	16 245 509,8	17 910 441,7	19 764 362,3
Налог на имущество	38 671,9	35 599,4	28 539,1	21 476,6	13 580,7
Административные издержки	531 378,7	584 764,2	644 100,8	710 111,9	783 616,0
Производственные издержки	1 200 915,8	1 321 567,2	1 455 667,8	1 604 852,8	1 770 972,1
Маркетинговые издержки	1 062 757,3	1 169 528,5	1 288 201,6	1 420 223,8	1 567 232,0
Зарплата административного персонала	1 385 729,3	1 524 948,2	1 679 686,0	1 851 829,7	2 043 513,8
Зарплата производственного персонала	978 161,9	1 076 434,0	1 185 660,7	1 307 173,9	1 442 480,3
Зарплата маркетингового персонала	326 054,0	358 811,3	395 220,2	435 724,6	480 826,8
Суммарные постоянные издержки	5 484 996,9	6 036 053,4	6 648 537,1	7 329 916,8	8 088 640,9
Амортизация	281 250,0	350 520,8	353 125,0	353 125,0	853 125,0
Проценты по кредитам	510 000,0	510 000,0	510 000,0		
Суммарные непроизводственные издержки	791 250,0	860 520,8	863 125,0	353 125,0	853 125,0
Другие издержки	310 335,7				
Убытки предыдущих периодов	22 753 595,8	20 297 918,6			
Прибыль до выплаты налога	-26 120 403,4	-14 750 975,4	8 705 308,7	10 205 923,4	10 809 015,7
Налогооблагаемая прибыль	-26 120 403,4	-14 750 975,4	8 705 308,7	10 205 923,4	10 809 015,7
Налог на прибыль		436 027,1	1 741 061,7	2 041 184,7	2 161 803,1
Чистая прибыль	-26 120 403,4	-15 187 002,5	6 964 247,0	8 164 738,7	8 647 212,5

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Баланс наличности

Строка	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Денежные средства	191 415,9	5 953 817,0	13 303 647,9	18 866 322,7	28 306 631,0
Суммарные текущие активы	191 415,9	5 953 817,0	13 303 647,9	18 866 322,7	28 306 631,0
Основные средства	2 250 000,0	2 250 000,0	2 250 000,0	2 250 000,0	2 250 000,0
Накопленная амортизация	281 250,0	631 770,8	984 895,8	1 338 020,8	2 191 145,8
Остаточная стоимость основных средств:	1 968 750,0	1 618 229,2	1 265 104,2	911 979,2	58 854,2
Оборудование	1 968 750,0	1 618 229,2	1 265 104,2	911 979,2	58 854,2
СУММАРНЫЙ АКТИВ	2 160 165,9	7 572 046,2	14 568 752,0	19 778 301,8	28 365 485,2
Отсроченные налоговые платежи	26 973,4	327 937,6	360 396,5	405 207,6	345 178,5
Краткосрочные займы			3 000 000,0		
Суммарные краткосрочные обязательства	26 973,4	327 937,6	3 360 396,5	405 207,6	345 178,5
Долгосрочные займы	3 000 000,0	3 000 000,0			
Капитал внесенный сверх номинала	2 500 000,0	2 500 000,0	2 500 000,0	2 500 000,0	2 500 000,0
Резервные фонды		343 733,0	4 523 552,6	11 251 177,6	19 372 136,2
Нераспределенная прибыль	-3 366 807,6	1 400 375,6	4 184 802,9	5 621 916,6	6 148 170,6
Суммарный собственный капитал	-866 807,6	4 244 108,6	11 208 355,5	19 373 094,2	28 020 306,8
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	2 160 165,9	7 572 046,2	14 568 752,0	19 778 301,8	28 365 485,2

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Отчет о движении денежных средств ООО «Быстродом», руб.

Строка	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Поступления от продаж	18 659 265,9	71 460 780,6	93 028 763,6	102 562 878,4	113 179 223,5
Затраты на материалы и комплектующие	14 814 298,6	56 735 422,7	73 859 062,0	81 428 557,1	89 857 276,0
Затраты на сдельную заработную плату					
Суммарные прямые издержки	14 814 298,6	56 735 422,7	73 859 062,0	81 428 557,1	89 857 276,0
Общие издержки	3 298 161,1	3 629 514,7	3 997 804,7	4 407 522,4	4 863 747,7
Затраты на персонал	2 069 188,5	2 277 071,9	2 508 128,4	2 765 175,6	3 051 400,6
Суммарные постоянные издержки	5 367 349,7	5 906 586,6	6 505 933,1	7 172 698,0	7 915 148,3
Налоги	660 005,7	2 546 370,2	4 803 937,6	5 398 948,4	5 966 490,8
Кэш-фло от операционной деятельности	-2 182 388,0	6 272 401,1	7 859 830,9	8 562 674,8	9 440 308,4
Затраты на приобретение активов	2 250 000,0				
Другие издержки подготовительного периода	366 196,1				
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-2 616 196,1				
Собственный (акционерный) капитал	2 500 000,0				
Займы	3 000 000,0				
Выплаты в погашение займов				3 000 000,0	
Выплаты процентов по займам	510 000,0	510 000,0	510 000,0		
Кэш-фло от финансовой деятельности	4 990 000,0	-510 000,0	-510 000,0	-3 000 000,0	
Баланс наличности на начало периода		191 415,9	5 953 817,0	13 303 647,9	18 866 322,7
Баланс наличности на конец периода	191 415,9	5 953 817,0	13 303 647,9	18 866 322,7	28 306 631,0