

Компания по
производству
мебели из дерева



«Сакура»

1. Влияние факторов и возможные угрозы от НИИХ



Политические факторы

- Изменение в налоговом законодательстве
- Государственное регулирование отрасли
- Законодательство по охране окружающей среды
- Антимонопольное законодательство

Экономические факторы

- Экономический кризис
- Изменение общей структуры цен
- Уровень инфляции
- Уровень безработицы
- Процентная ставка и курс иностранной валюты
- Инвестиционная политика

Социальные факторы

- Демографическая структура населения
- Тенденции моды

Технологические факторы

- Появление новых стандартов в технологиях, оборудовании, материалах
- Новые товары: скорость обновления и источники идей
 - Использование разнообразных новейших технологий обеспечит высокую точность и качество обрабатываемых деталей мебели.
 - При разработке стратегии очень важно, чтобы предприятие учитывало последние тенденции моды, тем самым привлекая и удерживая потребителей.
 - Государственное регулирование конкуренции способствует равномерному развитию предприятия в отрасли.
- *Рост цены на сырье является для организации одним из наиболее существенных рисков.*

2. Ресурсы фирмы

- Человеческие
- Капитал
- Сырье
- Технологии
- Информация



- Для организации необходимы **специалисты**, способные качественно выполнять свои обязанности и эффективно решать стоящие перед ними задачи
- Так же нам необходимы средства **акционеров и банков**, на которые наша организация приобретет другие ресурсы, необходимые для деятельности
- Мебель является изделием сложной конструкции, по этому ее производство характеризуется большим числом разнообразных деталей, изготовленных из различных **материалов**
- Мы можем взять такие материалы как ДСП, ДВП, МДФ, ОСБ, Ламинат, Меломин, шпон и др.

3. Сильные и слабые стороны фирмы

- ☺ качество продукции
- ☺ квалификация персонала
- ☺ широкая известность
- ☺ технология изготовления
- ☺ проверенное надежное управление
- ☺ современное оборудование
- ☺ ценовое преимущество
- ☺ хорошее понимание запросов потребителей
- ☺ стремление к выполнению миссии
- ☹ недостаток финансирования со стороны зарубежных инвесторов
- ☹ потеря некоторых аспектов компетентности у персонала (рабочих)
- ☹ узкий ассортимент выпускаемой продукции, который нацелен на средний класс
- ☹ малая доля на рынке
- ☹ реклама
- ☹ тщательная и иногда длительная обработка заказов

4. Тип стратегии фирмы

- Соответственно на первых порах стоит выбрать **стратегию контроля над затратами**, так как подход, связанный с контролем над затратами базируется на снижении собственных издержек по сравнению с затратами конкурентов.
- Повсеместно можно использовать **продуктовую стратегию**: выход на рынок с новыми модификациями мебели из нового конструктивного материала.
- *Выделение той или иной стратегии в чистом виде условно. В реальной практике фирма может одновременно реализовывать несколько стратегий.*



□ Стратегия дифференциации.

В нашей фирме мы улучшаем качество продукции, улучшаем технологии и находим новые источники финансирования. Мы делаем более качественный товар и стараемся расширить клиентскую базу. Стараемся завоевать большую часть как внутреннего, так и внешнего рынка

6. Бизнес-план



- 1. Конфиденциальность
- 2. Резюме
- 3. Этапы реализации проекта
- 4. Характеристика объекта
- 5. План маркетинга
- 6. Технико-экономические данные оборудования
- 7. Финансовый план
- 8. Оценка риска
- 9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций
- 10. Выводы

- В графе **Конфиденциальность** утверждается, что данные бизнес-плана являются конфиденциальными и при каких условиях этот бизнес-план может быть передан третьим лицам, для каких целей создан данный бизнес-план, а также обозначается актуальность всех данных, оценок, планов, предложений и выводов приведенных в бизнес-плане.
- Во втором пункте, **Резюме**, обозначается стоимость проекта, сроки окупаемости, каким образом происходит финансирование проекта, по какой цене, с какого периода реализации проекта начнется возврат заемных средств, а также общий экономический эффект от реализации проекта за условный жизненный цикл.
- В **Этапах реализации проекта** указаны когда происходит начало реализации проекта, его окончание и необходимые для реализации проекта мероприятия, которые возможно обозначить в Приложении бизнес-плана в одной из таблиц для более систематизированного ознакомления.
- **Характеристика объекта** – что предполагается в планах организации Производства мебели, число возможных специализаций у производителей мебели, описание эксплуатируемых помещений для производства мебели (например, цех с площадью от 200 кв. м; торговые помещения при построении сети от 30 кв. м.; и т. д.). И др.
- **План маркетинга** состоит из анализа мебельного рынка, общеэкономического положения страны и по регионам.

- **Технико-экономические данные оборудования:** перечень основного оборудования Производства мебели.
- **Финансовый план** представляет собой Систему учета (когда начинается финансовый год предприятия, валюта проекта), Основные уплачиваемые налоги, Прогнозируемая структура доходов, какие ожидаются расходы.
- Под пунктом восемь лежит **Оценка риска производства**, то есть в чем состоят риски при ведении данного бизнеса (Производства мебели): высокий уровень специализации рынка, высокий уровень требований клиентов к качеству продукции, высокий уровень капитализации инвестиций.
- **Финансово-экономическое обоснование инвестиций.** Соответственно что необходимо для реализации проекта (кредит: в каком размере, на какой период, с какой нормой дисконта). Указывается точно безубыточности предприятия. Далее сколько составит по истечении периода кредитования сумма прибыли. Сколько составили ежемесячные выплаты расходов, итоговая валовая прибыль проекта, прибыль проекта.
- **Вывод.** Производства мебели является сверхприбыльным, высокорискованным и перспективным.

7. Резюме бизнес-плана



-
1. Описание предприятия
 2. Описание услуг
 3. Производственный план
 4. Финансовый план предприятия
- Доходы

□ 1. Описание предприятия

заказы от мебельных магазинов и населения на офисную, кухонную, корпусную и прочую мебель.

□ 2. Описание услуг

заказы на изготовление мебели от частных лиц, учреждений и магазинов, а также дополнительные услуги по её сборке и монтажу.

□ 3. Производственный план

Первый шаг – поиск подходящих помещений

Далее необходимо приобрести все необходимое оборудование и программное обеспечение для нашего цеха.

Не менее важный шаг – это персонал

Обобщая данные по персоналу:

- • приемщик заказов, дизайнер – 1 сотрудник
- • продавец – 1 сотрудник
- • цеховые работники – 2-8 сотрудников
- • водитель – 1 сотрудник

4. Финансовый план предприятия

Расходы:

- на аренду помещения для цеха по производству мебели – 300.000 рублей;
- на аренду офиса – 100.000 рублей в год;
- на необходимое оборудование – 200.000-1.500.000 рублей;
- на прочие расходы – 300.000 рублей в год;
- на зарплату работникам – минимум 1.200.000 рублей в год;
- на материалы для изготовления – от стоимости одной единицы мебели обычно на материалы уходит примерно 20%.

Таким образом, стартовый капитал для бизнеса по производству мебели составляет примерно 3.400.000 без учета материалов.

Доходы:

- от продажи готовой продукции – от 400.000 рублей ежемесячно.

Опираясь можно на следующие процентные данные по продажам мебели на территории РФ:

- офисная мебель – 22%
- корпусная – 25%
- мягкая мебель – 12%
- кухонная – 19%
- мебель для спальни – 12%
- другие виды – 10%

Маркетинговое исследование



Цели



Презентацию подготовили:

- Винник
- Дёмина
- Тыщенко
- Мовчан
- Михайлова
- Яневич

Спасибо
за внимание!