

## Содержание

РЕЗЮМЕ.....	1
АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ.....	2
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.....	3
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН.....	4
ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....	5
РИСКИ ПРОЕКТА.....	5
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.....	6
1. Планируемый объем производства.....	6
2. Расчет себестоимости ( в \$) 1 м.п. мебели (шкаф) .....	6
3. Расчет точки безубыточности:.....	7
4. Расчет прибылей/убытков .....	8
5. Расчет коэффициентов финансовой оценки за 2001г:.....	9
Литература.....	9

## РЕЗЮМЕ

Данный бизнес-план разработан для небольшого предприятия, деятельностью которого является производство мебели из массива. Массив-это мебельный материал (натуральная древесина). Мебель из такого материала становится очень модной, по прогнозам маркетологов спрос на нее в 2002г. увеличится на 20%, а в 2003г. еще на 25%.

Комбинируя натуральную древесину и плиту ДСП, либо еврощит можно изготавливать как дорогие изделия, так и по средним ценам.

Сырье будет закупаться на Украине у посредников, либо в леспромхозах.

Реализация готовой продукции будет осуществляться через собственный магазин-склад.

Планируемый объем производства и выручка составит:

<b>ГОДЫ</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ВЫПУСКА (п.м.)</b>	360	432	540
<b>Выручка \$</b>	72000	86400	108000

Безубыточность нашего предприятия будет обеспечена при реализации **231,3** п.м. в 2001 году.

Необходимо привлечь инвестиций (взять банковский кредит) 50209\$.

Рентабельность продукции= Прибыль реализации/Себестоимость=24937,80/50209,2=0,50

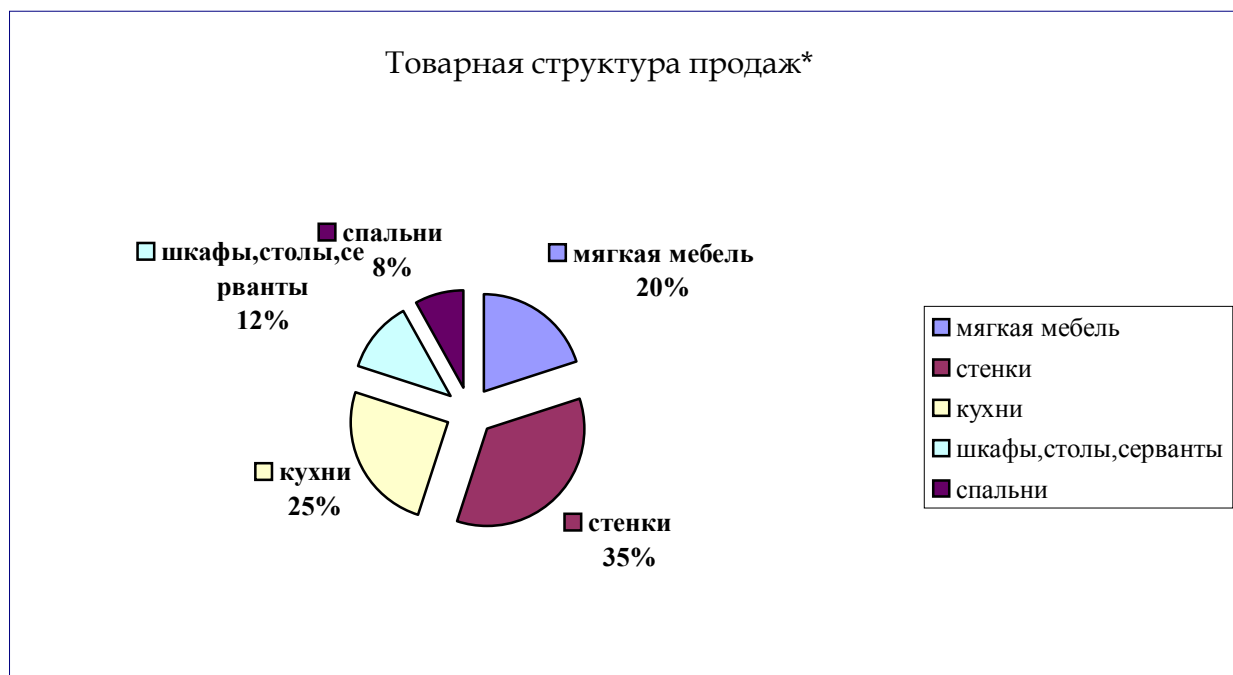
Норма прибыли=Чистая прибыль/Инвестиции= 12184,52/50209,2=0,24

Срок окупаемости проекта 2 года 8 месяцев.

## АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ.

Анализ рынка мебели приведен по данным газеты “Бизнес” (№43 от 23.10.2000г.) .Был проведен опрос 10 крупных производителей, около 700 средних и мелких фирм-производителей, более 3000 торговых точек . По оценкам опрошенных в прошлом году в Украине было продано мебели для жилых помещений примерно на 230-250 млн.\$ . Это на 20% больше, чем в 1998году. Импортный товар по оценкам продавцов обеспечивает им 40% выручки, что на 25% меньше, чем в 1998г. По прогнозам поставки импортного товара будут снижаться и дальше.

На украинском рынке бытовой мебели доля импортной продукции составляет 40%, отечественной же 60%( в физическом выражении). Товарная структура продаж выглядит следующим образом:



Украинскому потребителю все еще интересны стенки, хотя они и претерпели некоторые изменения- стали более облегченными. В моде секции различной формы и высоты, буфетная часть- с подсветкой и тонированными стеклами. По оценкам торговцев, в 1999г. на рынке было продано более 220 тыс. стенок и более 120 тыс. шкафов и сервантов, соответственно на 80\$ млн.и 30\$ мл. Может увеличить выручку на 15-20% реализация мебельных мелочей: журнальных столиков, тумбочек, подставок под аудио-, видеоаппаратуру, полочек.

Т.о. следует отметить, что удельный вес продаж изделий из дерева намного превышает продажи мягкой мебели.

По ценовым группам **основная доля продаж (50%)** приходится на товар по средним ценам. Это стенки до 400\$ за погонный метр (погонная длина-это сумма фасадной длины

частей гарнитура) , кухонные гарнитуры- по 400\$, шкафы, серванты – по 250\$, спальни по 400\$. Примерно 60% представленного на рынке товара по средним ценам- отечественного производства.

Доля продаж дорогих товаров из мебели составляет 30%, это- диван, кушетка от 600\$, стенка около 2000\$, кухонный гарнитур от 700\$, шкаф, сервант-500\$, спальня от 1000\$. В основном это импортный товар (из Италии, Германии, Франции и др.)

Третье место по продажам занимает дешевая мебель (20%) в основном отечественного производства, а также импортированная из Польши, России, Белоруссии. Приблизительные цены на такую продукцию составляют : корпусная мебель –200\$, шкафы, серванты до 100\$.

Следовательно, продажи товаров средней ценовой группы лидируют на рынке мебели.

### **Конкуренция.**

В Украине производителей мебели можно условно разделить на три группы:

**Первая-** предприниматели, использующие для производства мебели преимущественно ДСП. С некоторыми своими клиентами они работают персонально, учитывая их пожелания касательно дизайна и качества;

**Вторая** группа использует ДСП лишь частично. Фасадные части своего товара- шкафов и т.д. –они делают из массива. Чаще всего такие мебелиные наборы собирают из полусерийных модулей, адаптируя их к запросам заказчика.

**Третья-**“эксклюзивщики”. Некоторые применяют в работе ДСП или MDF(разновидность древесно -волоконистой плиты), но основная часть использует настоящее дерево. По данным газеты «Бизнес» многие украинские фирмы этой группы не успевают удовлетворять спрос на свою продукцию. Средний объем производства таких предприятий 600-1000 м.пог. мебели в год.( в зависимости от наличия техники и площади помещения).

Что касается импортной мебели, то очень популярная «эксклюзивная» итальянская мебель почти не содержит массива, а делается в основном из MDF или польской ДСП. Эти материалы ламинированы пленкой и внешне практически не отличаются от дерева. Настоящая цельнодеревянная импортная мебель очень и очень дорога (например журнальный столик размером 80\*60 итальянской фирмы среднего уровня “Mire” стоит порядка 600\$). Поэтому деревянные на вид элементы импортной мебели почти сплошь либо фрезерованы из MDF, либо изготовлены из материала похожего на гипс и оклеены пленкой. Но многие потребители уже заметили, что к примеру детали кухни склонны разбухать, расслаиваться и совсем терять товарный вид под воздействием повышенной влажности .

Однако, в Днепропетровске , практически нет магазинов, торгующих отечественной мебелью из массива (по данным справочной службы 322222 их два: магазин “Декор” (ЧП Зинуков) и выставочный зал ООО “Бизон”).

## **ОПИСАНИЕ ТОВАРА.**

Массив-это мебельный материал (натуральная древесина) который в настоящее время довольно **престижен**. Для состоятельного потребителя можно предложить эксклюзивную мебель из древесного массива, малоимущего потребителя можно привлечь компромиссным решением: корпус в виде плиты (в виде ДСП,еврошита) + фасад из массива.

Производство товара, в котором применена натуральная древесина, выгодно не только благодаря новой потребительской моде. Производство такой мебели **мало зависит от дорожающего импортного сырья**, т.к. только по официальным данным в Украине древесины твердых лиственных пород- в основном бука и дуба , заготавливают 1,5 млн. кубометров ежегодно.

В качестве побочного продукта можно изготавливать оконные рамы, двери, различные полочки,подставки под аппаратуру и др.

## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

Для организации небольшого производства с мощностью мебели из массива необходимо:

А	Производственные площади около 150-200 м.кв. Арендная плата которого составляет (мес.)	≈300\$
Б	Оборудование, в т.ч.:	24500\$
	- круглопильный станок (циркулярка) для раскроя широкой доски на узкие российского производства модели Ц6-2 EXW	2000\$
	- фуговальный станок СФ4-1 производства Днепропетровского предприятия “Станкостроитель”	≈2000\$
	- рейсмусный станок для получения верхней плоскости СР6-1 Корсуня-Шевченковского завода (Черкасская обл.)	≈4000\$
	- сверлильно-пазовальный станок СВПП днепропетровского з-да “Станкостроитель”	≈1500\$
	- фрезерный станок ФСШ-1а “Станкостроитель” г. Днепропетровск	≈2200\$
	- копировальный токарно-фрезерный станок КТФ-6М производства Московской фирмы «Прогресс»	4500\$
	- шлифовальный станок ШЛПС-8 костромского объединения «Кодос»	≈2300\$
	- краскопистолет и окрасочный стенд	4000\$
В	Инструмент	≈2000\$

Г	Сырье (дуб, бук), прошедшее начальную обработку (распиловку, сушку)	250\$ за 1 м.куб.
Д	Лако-красочные материалы импортного производства по цене (расход 150г. на 1 м.кв.)	5\$ за 1 л.
Е	Фурнитура	от 1грн. до 10\$ (по желанию заказчика)

Срок службы оборудования 5 лет.

Цены на сырье для изделий из массива – дуб, бук колеблются от 120\$ за 1 м.куб. (кругляк) до 250\$ за 1 м.куб. (распиленные и высушенные доски). Т.к. данным планом не предусматривается закупка оборудования для распиловки и сушки дерева (для такого оборудования необходима площадь цеха около 400 м.кв. и дополнительные средства – не менее 30 000\$) сырье будет закупаться по цене 250\$ за 1 м.куб. у посредников (с минимальными транспортными расходами), либо в леспромпхозах Житомирской или Черкасской обл. По цене около 220\$ (транспортные затраты до 5% от стоимости сырья).

## МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Распространение мебели на начальном этапе будет осуществляться через собственный склад-салон, для этого будет выделено 50 м.кв. площади арендуемого помещения. В дальнейшем предполагается организовать салоны-магазины в разных районах города и в других крупных городах.

Фирма применяет подход к ценообразованию: **цены в зависимости от цен конкурентов**. Средние цены на мебель из массива, изготовленная по индивидуальному заказу по Украине колеблются от 200\$ до 500\$ за 1 погонный метр. Выходить на рынок планируется с ценой 200\$ за 1 погонный метр. Но цена может расти в зависимости от сложности изготовления продукции и от наличия фурнитуры. Мы считаем, что такая цена позволяет нашей

продукции быть конкурентноспособной и соответствует имиджу фирмы как производителю качественной и надежной продукции.

Будет существовать система скидок:

- при заказе на сумму более 2000\$ - скидка 5%,
- крупным оптовым партнерам (заказ от 15000\$) – до 15%.

Реклама продукта будет осуществляться через прессу(в том числе и специализированные издания, такие как :” МиФ.Мебель”, “Світ меблів і деревини”,каталог “Салон”), наружную рекламу,выставки.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Для налаживания стабильной работы необходимо набрать следующий штат:

Должность	Кол-во человек	Зарботная плата,\$
Директор	1	200
Бухгалтер	1	120
Дизайнер-конструктор	2	180
Столяры-станочники	6	100
Резчик	1	100
<b>ВСЕГО</b>	<b>13</b>	<b>1380</b>

Для стимулирования производительности труда целесообразно кроме ставок применять систему бонусов (процентов).

## РИСКИ ПРОЕКТА

Перечень рисков	Меры профилактики
Стихийные бедствия(пожар,наводнение,землетрясение)	Страхование
Противоправные действия третьих лиц	Страхование
Снижение покупательной способности населения	Проведение функционально-стоимостного анализа маркетинга (повышение качества при сохранении уровня затрат и др.)
Изменение моды	Постоянное изучение рынка
Несвоевременная поставка комплектующих	Минимизировать контакты с малоизвестными поставщиками
Недобросовестная конкуренция	Продуманная рекламная кампания, контроль сохранения коммерческой тайны.

## ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### 1. Планируемый объем производства

При планировании объема выпуска на 2001г. необходимо учитывать следующее:

- потенциальную емкость рынка ( по данным газеты «Бизнес» фирмы- производители с производственной мощностью около 50 п.м./мес.(именно такую мощность будет иметь наш цех) в месяц ( в год  $50 \cdot 12 = 600$  п.м.) не успевают удовлетворять спрос) ;
- емкость рынка увеличится на 20% за 2002г. и 25% на 2003г., за счет снижения спроса на импорт;
- наше производство при полной загрузке может выпускать продукции , примерно в два раза больше.

Т.о. объем выпуска составит в первый год работы:

#### 2001г.

Месяц	Объем выпуска п.м.	Выручка Цена*Объем \$
Январь	25	5000
Февраль	30	6000
Март	30	6000
Апрель	30	6000
Май	30	6000
Июнь	30	6000
Июль	30	6000
Август	30	6000
Сентябрь	30	6000
Октябрь	30	6000
Ноябрь	30	6000
Декабрь	35	7000
<b>ВСЕГО ЗА ГОД</b>	<b>360</b>	<b>72000</b>

#### 2002г.

1 квартал	105	21000
2 квартал	105	21000
3 квартал	110	22000
4 квартал	112	22400
<b>ВСЕГО ЗА ГОД</b>	<b>432</b>	<b>86400</b>

#### 2003г.

<b>За год</b>	<b>540</b>	<b>108000</b>
---------------	------------	---------------

Сводная таблица планируемого выпуска.

<b>ГОДЫ</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
<b>ПЛАНИРУЕМЫЙ ОБЪЕМ ВЫПУСКА (п.м.)</b>	360	432	540
<b>Выручка \$</b>	72000	86400	108000

### 2. Расчет себестоимости ( в \$) 1 м.п. мебели (шкаф) .

При расчете себестоимости воспользуемся следующей формулой:

$S = S(\text{уп}) / N + S(\text{пер.})$ , где  
 S- себестоимость;  
 S(уп)-условно-постоянные расходы;  
 N-планируемый годовой выпуск продукции;  
 S(пер) – переменные расходы.

#### Условно- постоянные расходы в у.е. (на год)

№ п/п	Статьи затрат	Месяц	Год
1	Аренда	300	3600
2	Комунальные услуги	100	1200
3	Амортизация	408,33	4900
4	Зарплата	1380	16560
5	Отчисления на з/плату(37,5% п.4)	517,5	6210
6	Затраты на рекламу	200	2400
	<b>ВСЕГО</b>	<b>2905,83</b>	<b>34870</b>
	Непредвиденные расходы 2%	58,12	697,40
	<b>ИТОГО</b>	<b>2963,95</b>	<b>35567,40</b>

#### Переменные расходы(расчитанные на одну единицу продукции)

№ п/п	Статьи затрат	Кол-во	Цена \$	Сумма \$	Обоснование
1	Сырье	0,143 м.куб.	250	35,75	Приложение 1
2	Лако-красочные материалы	7,3м.кв.*150г.= 1,095 л.	5	5,48	Приложение 1
3	Фурнитура(мин. набор)	2 ручки.4 скобы,винты, шурупы		5	
	<b>ИТОГО</b>			<b>46,23</b>	

Расчет себестоимости на **2001г**

$$S1 = 35567,40/360 + 46,23 = 139,47\$$$

**2002г.**

$$S2 = 35567.40/432+46.23= 128,56\$$$

**2003г.**

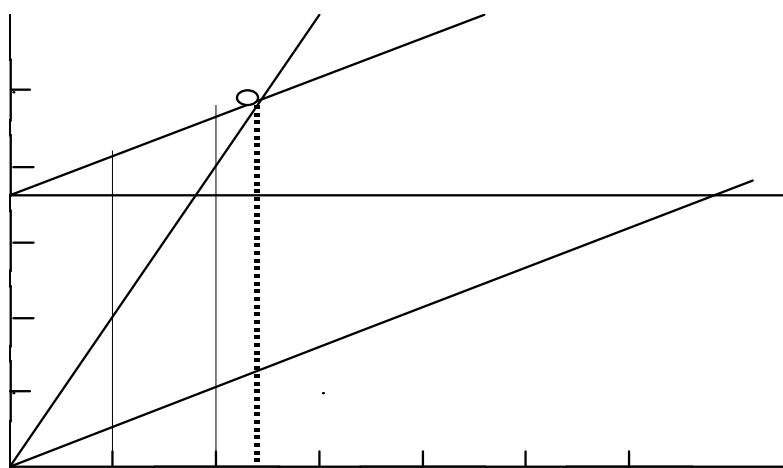
$$S3 = 35567.40/540+46.23 = 112,10\$$$

#### 3.Расчет точки безубыточности:

$$T_{2001г.} = P \text{ пост.} / Ц-Р \text{ пер.} = 35567,40 / 200,00 - 46,23 = 231,30 \text{ п. м.}$$

Т.о. безубыточность нашего предприятия будет обеспечена при реализации 231,3 п.м. в 2001году.

#### График точки безубыточности .



Для обеспечения нормальной работы в течение первого года необходимо привлечь инвестиций на сумму 50209\$. Предположим, что будет получен банковский кредит с условием возврата в конце первого года 20%, в конце второго года-25 % и в конце третьего года 55% и 15% годовых( с учетом возврата по кредиту).

Расчет сумм по кредиту:

Дата	Получен кредит	Возврат кредита	%
20.12.2000г.	50209		
31.12.2001г.		10041,80	7531,35
31.12.2002г.		12552,25	6025,08
31.12.2003г.		27614,95	4142,24
<b>ВСЕГО</b>	<b>50209</b>	<b>50209</b>	<b>17698,67</b>

#### 4.Расчет прибылей/убытков

**2001г.**

№	Показатели	Прибыль	Убытки	
1	Выручка	72000		
2	Себестоимость готовой продукции		50209,2	
3	Прибыль от реализации	24937,80		
4	Уплачены % по кредиту		7531,35	
5	Налогооблагаемая прибыль	17406,45		
	Налог на прибыль		5221,94	
	Чистая прибыль	12184,52		

**2002г.**

№	Показатели	Прибыль	Убытки	

1	Выручка	86400		
2	Себестоимость готовой продукции		55537,92	
3	Прибыль от реализации	30862,08		
4	Уплачены % по кредиту		6025,08	
5	Налогооблагаемая прибыль	24837		
6	Налог на прибыль		7451,10	
	Чистая прибыль	17385,90		

### 2003г.

№	Показатели	Прибыль	Убытки	
1	Выручка	108000		
2	Себестоимость готовой продукции		60534	
3	Прибыль от реализации	47466		
4	Уплачены % по кредиту		4142,24	
5	Налогооблагаемая прибыль	43323,76		
6	Налог на прибыль		12997,13	
	Чистая прибыль	30326,63		

### 5. Расчет коэффициентов финансовой оценки за 2001г:

Рентабельность продукции =  $\frac{\text{Прибыль реализации}}{\text{Себестоимость}} = \frac{24937,80}{50209,2} = 0,50$

Норма прибыли =  $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Инвестиции}} = \frac{12184,52}{50209,2} = 0,24$

Срок окупаемости:

Год	Чистая прибыль	Остаток кредита
		50209
2001	12184,52	38024,48
2002	17385,9	20638,58
2003	30326,63	0

2003год:  $\frac{20638,58}{30326,63} = 0,68$  года = 8 месяцев.

Т.о. срок окупаемости проекта 2 года 8 месяцев.

### Литература

1. Конспект лекций по дисциплине «Маркетинг»
2. Газета «Бизнес» №43 от 26 октября 2000г.