Содержание

Введение

1. Прогнозирование

2. Стратегическое планирование

3. Бизнес-планирование

3. 1. Резюме

3. 2. История бизнеса

3. 3. Описание продуктов и услуг

3. 4. Анализ положения дел в отрасли

3. 5. Оценка конкурентов

4. План производства

4.1. План маркетинга

4.2. Организационный план

4.3. Финансовый план производства багета на 2011 год

Заключение

Литература

# Введение

В данной работе в качестве объекта исследования взято предприятие ООО Арт-салон «55 Параллель», занимающееся производством и продажей рамок для картин. Рассматривается бизнес-проект создания сети по продаже новых видов багета.

В разделе «Стратегическое планирование» определена общая и конкурентная стратегия предприятия.

В разделе «Прогнозирование» исследуются объемы продаж современного багета и дается прогноз будущих объемов продаж багетных рам в виде среднего, пессимистического и оптимистического прогнозов.

В разделе «Бизнес-планирование» представлен краткий бизнес-план нового вида деятельности. Данный раздел включает 4) финансовый план, расчет показателя NPV, позволяющего оценить эффективность бизнес проекта, и анализ чувствительности NPV к изменению факторов Рассмотрены 3 сценария: средний, оптимистический и пессимистический.

# 1. Прогнозирование

Ниже приводятся статистические данные среднего ежедневного объема продаж багетных рам в г. Челябинске за 2006-2009 годы. Предполагая, что основная тенденция сохранится, составим прогноз на 2010 г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Период, t  | Объем продаж, шт. y  | Тренд (результат расчета), yt | Отклонение, yt-y |
| 2006 | 1 | 200 | 197 | 3 |
| 2007 | 2 | 300 | 312 | -12 |
| 2008 | 3 | 400 | 392 | 8 |
| 2009 | 4 | 500 | 532 | -32 |
| 2010 | 5 | ? | 597 |  |

1) Запишем систему уравнений, к которой приводит метод наименьших квадратов.

2) Найдем суммы:









3) Уравнение описывающее основную тенденцию развития выглядит так: у1 = -8 + 121\*t

5) Сделаем прогноз на 2009 г. Подставим t=5 в уравнение тренда. y= 597, занесем значение в табл. 1.

6) Рассчитаем значения тренда для t=1,…4 и занесем в табл. 1. Отклонения фактических данных от тренда также занесем в табл. 1. Построим на одном графике фактические значения объемов продаж и тренд.



Рис. 1. Изменение объемов продаж во времени:

—•— - фактические значения; ------ - тренд

6) Рассчитаем среднеквадратическое отклонение (разброс) фактических значении от тренда: δ=9.8

7) Из таблицы приложения возьмем значение коэффициента Стьюдента для числа степеней свободы k=n-2=2

Размах доверительного интервала: δ\*t0.95;2= 4.3

Границы доверительного интервала: 592±39, т. е. от 592-39=553 до 592+39=631.

8) Таким образом, прогнозируемое значение потребления изделий из багета в 2010 году составит от 553 до 631 штук ежемесячно с доверительной вероятностью 95%.

Багетные рамы составляют 10% рынка изделий из багета. Мы намереваемся занять 10% данного рынка. На первом этапе предполагается занять 10% нашего потенциального рынка. Таким образом, прогноз продаж составляет 0,001 от прогнозируемого рынка багетных рам т.е от 553 до 632 штук в месяц с доверительной вероятностью 95%.

Средний прогноз на 1 год: 592\*12=7104,

Пессимистический 553\*12=6636,

Оптимистический - 632\*12=7584

# 2. Стратегическое планирование

Стратегия рассматриваемого предприятия на данном начальном этапе — завоевание существующего рынка с новым товаром. Объемы продаж небольшие, чтобы потребители узнали и привыкли к новому товару. В следующий год наиболее вероятна стратегия быстрого роста.

Основными конкурентами рассматриваемого товара являются товары-заменители, это багет гомельского производства и китайский багет. Конкурентным преимуществом являются отменное качество при сравнительной дешевизне. Конкурентной стратегией нашего предприятия являются дифференциация (уникальность товара) и преимущество в издержках.

# 3. Бизнес-планирование

##

## 3.1 Резюме

Предприятие ООО Арт-Салон «55 Параллель» представляет ни рассмотрение потенциальных инвесторов свой проект организации в г. Челябинске сети фирменных магазинов по багетных рам, и уникальных картин.

## 3.2 История бизнеса

Предприятие ООО Арт-Салон «55 Параллель» основано у 2005 г, Первоначально занималось перепродажей мебели и картин, выпуском и распространением багетного материла в двух точках города. Директор предприятия Чимирис М.А. при поддержке сотрудников взял курс на расширение предприятия по выпуску нового качественного багета отечественного производства, на импортном итальянском оборудовании по образцам заказчика

За год существования освоено производство 25 видов багета, пенакартонных подложек, подрамников, различной конфигурации, которые распространяются в торговых точках, в основном при крупных супер маркетов и магазинах, города.

## 3.3 Описание продуктов и услуг

Наше изделие известно как "Багет", используется для эстетического и художественного оформления картин, холстов, изображений на папирусе. На рамки из багета изловленные на импортном оборудовании дается 10 летния гарантия, поскольку производители полностью изучили технологию изготовления багета на этом оборудовании и используют свои знания, полученные в зарубежных командировках и стажировках в Италии, на практике со 100% отдачей.

## 3.4 Анализ положения дел в отрасли

По данным статистического опроса приблизительно 50000 человек, из миллионного города Челябинска требуется, в среднем 1 раз в 2 месяц, воспользоваться услугами багетных мастерских.

Основные покупатели это художники, решившие выставиться на выставке и для этого им требуется привести в порядок свои полотна, и работы.

Дешевый багетные рамы (до 50 рублей) покупают 80% потребителей, стоимостью от 50 до 150 рублей - 30%, свыше 150 рублей - 10%. Таким образом, гарантированный рынок багетных рам по городу -- 300 шт. в месяц.

## 3.5 Оценка конкурентов

Основными конкурентами нашего багета являются производители продуктов-заменителей .

Для исследования цен конкурентов применялся метод прямого наблюдения, телефонного опроса (как бы от лица заказчика), а также на основе различной печатной рекламной продукции (см. табл. 2).

Таблица 2. – Ценовая политика конкурентов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название компании | Местоположение | Цены |
| Группа А (Фоторамки) | Группа Б Пластиковый багет. | Группа В Деревянный багет. |
| 1. Корус интернэшнл | Пр .Ленина, 73, 25. | 15-20 | 20-100 | 150-1000 |
| 2. Аллегро Классика | Ул. Худякова, 19. | 15-35 | 30-120 | 200-1200 |
| 3. ПМС «Аллегро-стиль. XXI век» | Пр. Ленина, 65,243. | 10-25 | 50-100 | 800-1100 |
| 4. Челябинская Мебельная Фабрика | Ул. Дарвина, 4. | 5-20 | 80-200 | 900-2500 |
| 5. Союзмебель | Ул .Гагарина, 49. | 5-20 | 60-110 | 750-1500 |
| 6. Кардинал | Ул. Труда, 157. | 10-15 | 27-100 | 760-1200 |

Далее, для оценки конкурентов и своей компании воспользуемся многокритериальной оценкой, представленной в табл. 3.

Таблица 3. – Комплексный анализ конкурентов и ООО «55 Параллель»

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Цены | У | У | У | Х | Х | О |
| Рекламные надписи | О | О | Х | У | Х | У |
| Транспорт | Х | Х | Х | Х | Х | Х |
| Диапазон услуг | О | О | У | О | У | Х |
| Рабочее время | О | О | О | Х | О | О |
| Условия для торговли | О | О | Х | У | Н | Х |
| Сотрудники | Х | Х | Х | Х | Х | Х |
| Торговые площадки | О | О | Х | У | Х | У |
| Планирование работы | О | О | Х | У | Н | Х |
| Реклама | О | О | Х | У | Х | У |
| Литература | О | О | Х | У | Х | У |

В данной таблице все параметры оцениваются по следующим критериям:

О – отлично;

Х – хорошо;

У – удовлетворительно;

П – плохо.

Цифры 1-6 – названия конкурентов (см. табл. 3), цифра 6 – это ООО «55 Параллель».

Таким образом, из данной таблицы видно, что у ООО «55 Параллель». достаточно хорошее положение и она может использовать свой потенциал для развития как на данном рынке продукции, так и выходить на региональный и Российских, но это потребует дополнительных инвестиций. Недостаток данного способа анализа сильных и слабых конкурентов (и swot-анализа тоже), впрочем как и практически любого анализа, осуществляемого без применения сложных экономико-математических моделей и методов, заключается в большой доле субъективизма при оценке конкретного показателя. Но более точные методы очень дорогие и не каждая, не то, чтобы начинающая, а уже существующая фирма может себе их позволить.

# 4. План производства

Технология производства багета такова:

При изготовлении багета должен быть использован качественный отсортированный материал, с высокой степенью просушки, порядка 5%, что в последствии позволит избежать брака в готовом изделии.

При описании технологических операций, мы опустим процесс резки и сушки заготовок, а перейдем непосредственно к операциям по обработке заготовок.

Последовательность обработки.

1.Фреза радиусная затылованная (радиус 20мм-галтель)

2.Фреза радиусная затылованная (радиус 3мм-галтель)

3. Фреза радиусная затылованная (радиус 3мм-штап)

4.Фреза радиусная затылованная (радиус 9мм-галтель)

5.6. Пила строгальная (d-160мм)7. Фреза профильная

8. Фреза сборная.

При изготовлении данного вида багета, описанным выше способом, в отходы производства идет 30% материала. Дабы избежать нерационального использования материала необходимо ввести дополнительные операции обработки на начальном этапе. После их выполнения мы получаем дополнительные фигурные рейки.

**4.1 План маркетинга**

Данный продукт рассчитан на "средний класс" и «высокий класс» покупателей. Как показывает опыт самый массовый покупатель багетнывх рам это художники-оформители. По самым скромным предварительным расчетам этот сегмент рынка может поглотить 100 рам в месяц. На первом этапе предполагается открыть 3 фирменных отдела при крупных магазинах

Постоянные затраты (оборудование 3 отделов) F= 100 000\*3=300 000 руб.

Рис. 3. Определение точки безубыточности

Дальнейший шаг в разработке плана маркетинга является определение цены продукции. На начальном этапе определения цены найдем точку безубыточности (см. рис. 3).

Qкр=FC/(Pср-VCср)

Где FC – постоянные затраты (10 000 руб);

VCср – средние переменные затраты на единицу продукции (100 руб.);

Q – критический объем продаж (точка безубыточности) ;

Pср - средняя цена за метр продукции (120 руб.).

Qкр= 500 метров багета в месяц, либо на 60 000 руб. в месяц.

Этот объем фирме необходимо продать, чтобы окупить затраты, не получив при этом ни рубля прибыли.

В целом на рынке продается 100000 метров багета в год, в месяц 10000 метров багета.

Если предположить, что ООО «55 Параллель» займет хотя бы 7 % рынка, то прибыль будет 84 000 рублей в месяц (7%=700 метров багета в месяц).

Структура затрат проработана маркетологами и экономистами ООО «55 Параллель» достаточно подробно, произведен тщательный отбор поставщиков.

При анализе эффективности функционирования были просчитаны варианты использования наемных рабочих и служб для осуществления некоторых функций, которые возложены на саму фирму (например: организация доставки багета ни на собственных средствах транспорта, а на арендованных; найм специалистов по организации и проведению грамотной рекламной кампании; найм имиджмейкеров; дизайнерских служб и т.п.), который показал, что в долгосрочном плане гораздо выгоднее использовать свои ресурсы, чем привлеченные.

Состояние маркетинговых коммуникаций определялось с помощью опроса клиентов и представлено в табл. 5.

Таблица 5. – Анализ маркетинговых коммуникаций.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Механизм/средство | Оценка (1-очень хорошо, 2 – хорошо, 3 – плохо) | Комментарии (оставить без изменений, необходимо изменить) |
| Реклама («Желтые страницы») | Не используется | Планируется на следующий год |
| Визитные карточки | 1 | Оставить без изменений |
| Скидки | 2 | Улучшить дизайн |
| Прямая рассылка | Не используется | Оставить без изменений |
| Сотрудники | 1 | Оставить без изменений |
| Выставки | 2 | Оставить без изменений |
| Надписи | Не используются | Оставить без изменений |
| Литература | 2 | Разработать новую |
| Обивка | 1 | Оставить без изменений |
| Прямые продажи | 1 | Оставить без изменений |
| Формирование общественного мнения | 3 | Проводить более грамотную рекламную компанию в СМИ |
| Связь с общественностью | 3 | Изменить |
| Продвижение товара | 2 | Улучшить |
| Рекламные надписи | 1 | Оставить без изменений |
| Фасад магазинов | 1 | Оставить без изменений |
| Список телефонов | Не используется | Оставить без изменений |
| Транспорт | 2 | Требует затрат |
| Молва | 2 | Оставить без изменений |

## 4.2 Организационный план

Предприятие ООО «55 Параллель» является обществом с ограниченной ответственностью. Три учредителя Дементьева Н.В, менеджер по производству Чимирис М.А.. и менеджер по сбыту Иванов П.С. имеют равные доли в уставном капитале. Решения о размерах дохода принимаются гибко на общем собрании учредителей в зависимости от производственных нужд.

В предприятии постоянно работают по найму 30 работников. Все они имеют достаточную квалификацию, отличаются добросовестностью и высокой культурой обслуживания. 5 из них будут задействованы в производстве новых видов багета. При росте спроса возможно удвоение числа работников за счет объединения наших имеющихся торговых точек.

## 4.3 Финансовый план производства багета на 2011 год

Предполагается вложить в проект собственные резервы в сумме 200800 руб. Дополнительно потребуется взять кредит на 1 год в размере 400000 руб. под 30% годовых (2, 5% в месяц) с ежемесячной выплатой процентов. Гарантией отдачи кредита является собственность предприятия ООО «55 Параллель» на сумму 150000 руб. и ее безупречная репутация, которую могут подтвердить бывшие кредиторы (список кредиторов можем сообщить по требованию).

В разделе «Прогнозирование» приводится прогноз объема продаж багета в 2010 году на основе данных о потреблении изделий багета в 2006-2009 годах. Финансовый план проекта показан в табл. 8.

Таблица 8 Финансовый план

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Доходы и расходы | Нулевой месяц | С 1-го по 12 месяц |
| Начальные инвестиции | 600 000 | — |
| Продажи: -- продано штук ~ цена ! Выручка |  | 17800 18 17800\*18-320400 |
| Издержки: - постоянные - переменные - проценты по займу - амортизация Всего:  |  | 6700 17800\*10-178000 400 000^, 025-i 0000 500000\*0, 0167-8300 203 000 |
| Валовый доход |  | 320 400-203 000-117 400J |
| Налоги (40%)  |  | 46960 |
| Чистый доход |  | 70 440 1 |
| Кэш-фло (чист. дох. +аморт.)  |  | 70 440+8 300=78 740 |

Цена изделия (18 руб.) и переменные издержки (10 руб. за штуку) были обоснованы в п. 3. 7. («План маркетинга»).

Амортизационные отчисления рассчитываются исходя из срока службы оборудования 5 лет. Ежегодные амортизационные отчисления 20% от стоимости оборудования (500000 руб.), ежемесячные 1, 67%.

Налоги (40% валовой прибыли) известны для данной отрасли и данной формы собственности предприятия.

Продолжительность проекта 1 год (12 месяцев). Суммируем кэш-фло за 12 месяцев, дисконтируем ежемесячный кэш-фло со ставкой дисконтирования ^=0, 025 (2, 5% в месяц, что соответствует 30% в год), вычитаем первоначальные вложения, в итоге чистая дисконтированная стоимость за 1 год составит

Так как NPV>0, проект является эффективным. Рассчитаем его чувствительность к объему продаж. Пессимистический и оптимистический прогноз объема продаж рассчитаны в разделе «Прогнозирование». Подставим их значения в табл. 2 и пересчитаем NPV. Результаты расчета чувствительности NPVv. объему продаж приведены в табл. 3.

Таблица 3 Чувствительность npvk объему продаж

Как видно из табл. 3, проект представляется выгодным в любом случае. Даже при неблагоприятном изменении финансовой и коммерческой среды степень риска, сопряженная с осуществлением данного проекта, минимальна. Кроме того, возможно получение дополнительной прибыли от продажи пива, часто употребляемого вместе с нашей шавермой.

Работайте с нами, и вы не пожалеете!

# Заключение

Таким образом, план маркетинга — это сложный многоступенчатый процесс, требующий глубокого знания объекта изучения, от точности и своевременности результатов которого во многом зависит успешное функционирование всего предприятия.

К сожалению, российские фирмы еще не полностью используют все преимущества последнего, в РФ также не существует большого количества организаций, специализирующихся на организации маркетинговых исследований. Однако опыт иностранных фирм однозначно свидетельствует о необходимости такого рода затрат, которые при успешном выполнении всегда окупаются увеличением прибыли юридического лица ввиду лучшей организации его производственной и сбытовой деятельности, созданной на комплексном анализе рынка и нацеленной на решение задач по успешной реализации продукции.

В данной работе представлены результаты расчета прогнозных значении объемов продаж, стратегия и бизнес-план производства багетных рам предприятием ООО «55 Параллель» По результатам анализа проект представляется коммерчески выгодным и устойчивым к колебаниям среды. ин может быть интересен потенциальным инвесторам: муниципальным органам, коммерческим банкам, частным лицам и др.

# Литература

1. Аникеев С. Н. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Фолиум.2003. – 100 с.
2. Берл Г. Создать свою фирму. – М.: Дело, 2002. –192 с.
3. Гибас Дж. Деловые отношения с покупателями – М.: Амалфея, 2006 –272 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. – М.; СПб.; К.: Виьямс, 2007. – 1152 с.
5. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. №11 / сентябрь 2006.
6. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. №6 (12) / декабрь 2005.
7. Маркетинг. №1, 2008.
8. Маркетинг. №12, 2007.
9. Мачадо Р. Маркетинг для малых предприятий. - СПб: Питер Паблишинг, 2006 – 288 с.
10. Михалина Л.М. Конспект лекций по дисциплине «Основы маркетинга». – Челябинск.: Изд-во ЮУрГУ, 2006. – 82 с.
11. План маркетинга: Методические указания к выполнению курсовой работы / Составитель: Ю.Ф. Гаврилин. – Челябинск: Изд. ЮурГУ, 2007. – 37 с.
12. Семь нот менеджмента. - М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 2006 - 424с.
13. Котлер Ф. Основы макетинга. - М.: Ростинтэр, 2004. - 704 с.