# 1*.* БИЗНЕС*-*ПЛАН

## 1.1. Резюме

Предлагается построить новую фабрику по производству повседневной мужской и детской обуви в городе Кстово Нижегородской области. Город расположен в 25км от Нижнего Новгорода на берегу реки Волги.

Предприятие организуется как акционерное общество открытого типа, в соучредители которого будет привлечен фонд государственного имущества Нижегородской области.

Все модели обуви с верхом из натуральной кожи, которая обладает необходимыми свойствами: хорошо сохраняет тепло, паро- и влагопроницаема, стойкая к действию пота, хорошо поглощает и отдает избыточную влагу. Формованная подошва из термоэластопластов (ТЭП ) не скользит по мокрому грунту, не оставляет черных полос на полу в помещении, износостойкая и обладает способностью поглощать удары при соприкосновении с твердыми поверхностями.

Конструкции верха мужской обуви простые и соответствуют классическому направлению моды, а в детской предусмотрены регулируемые по длине ремешки на липучках Velcro, что несомненно оценят дети. Основной акцент сделан на удобстве, т.к. в такой обуви приходится проводить довольно много времени.

 Для того чтобы цены на продукцию были невысокими сырье, материалы и комплектующие поставляются из ближайших городов и областей, т.к. это позволит сократить транспортные расходы.

В городе, где будет расположено предприятие, реализация продукции осуществляется через фирменный магазин при фабрике. В других районах – при участии посредников, но только в магазинах.

На фабрике численностью 450 человек предполагается выпускать 504 тыс. пар обуви в год. На территории фабрики размещено 8 зданий. В главном производственном корпусе 3 этажа, на которых расположены раскройный, вырубочный, заготовочный и пошивочный цеха. Склад сырья и материалов расположен в главном производственном корпусе, а склад готовой продукции – в отдельном здании. Производство во всех цехах организовано по поточной форме. Оборудование как покупается, так и приобретается через особый вид аренды – лизинг.

Режим работы – двухсменный. Руководство предприятием осуществляет совет директоров во главе с генеральным директором – президентом.

## 1.2. Описание продукции

На новой фабрике в г. Кстово предлагается выпускать повседневную обувь с верхом из натуральной кожи:

1. полуботинки с настрочными берцами клеевого метода крепления на формованной подошве из ТЭП для осенне-весеннего сезона, высота каблука 20 мм;
2. полуботинки с овальной вставкой клеевого метода крепления на подошве из кожволона для летнего времени года, высота каблука 20 мм;
3. сапоги с настрочной союзкой и отрезной задинкой клеевого метода крепления на формованной подошве из ТЭП, предназначенные для зимы;
4. детские полуботинки с цельной союзкой на формованной подошве из ТЭП клеевого метода крепления;
5. школьные ботинки для мальчиков на застежке Velcro клеевого метода крепления на подошве из ТЭП.

Мужская обувь соответствует классическому направлению моды: простая лаконичная конструкция верха с небольшим количеством отрезных деталей. Верх из выростка лицевого позволит создать для стопы хорошие условия. Материал имеет низкую теплопроводность, гигроскопичен, паро- и влагопроницаем. Эта мягкая кожа не окажет давления на стопу, но обладает необходимой формоустойчивостью.

Формованная подошва из тэрмоэластопластов имеет отличное сцепление с любым грунтом и поэтому меньше, чем подошвы из других материалов скользит на мокром грунте и по льду, а также может поглощать удары при соприкосновении с твердыми покрытиями, такими как асфальт, плиты, брусчатка .

Особенность конструкции одной из детских моделей в том, что они закрепляется на стопе на липучку Velcro, а ремешки регулируются по длине, и дети без труда смогут сами надеть обувь и она всегда будет плотно прилегать к ноге. Верх из выростка лицевого создаст все необходимые для стопы условия. Формованная подошва из ТЭП не скользит, не пачкает полы и способна поглощать удары.

Благодаря поставкам сырья, материалов и комплектующих из ближайших районов и использованию дешевой рабочей силы себестоимость обуви, а значит и цена будут не высокими.

Кожи для верха и подкладки будут поступать с кожевенного завода г. Богородска, который находится в 50км от г. Кстово; ткани различных видов – со Ивановской фабрики; формованные подошвы поставляет Ивановский комбинат искусственной подошвы; металлическую фурнитуру и приспособления – Кировский завод.

## 1.3. Оценка рынков сбыта

В условиях инфляции, спада производства предприятие должно знать не только как произвести продукцию, но и как эффективно реализовать ее на рынке. Прежде всего нужно оценить потенциальную емкость рынка, т.е. определить кто, сколько и за какой промежуток времени будет покупать обувь.

Убедиться в существовании рынка сбыта можно, используя формулу определения коэффициента насыщенности Кн:

Кн=V / Vп, (1)

 где

V=20643 тыс. пар – объем рынка в натуральном выражении;

Vп – потребность рынка в товаре в натуральном выражении.

Она рассчитывается по формуле (2):

Vп=3,6⋅R, (2)

где

R=8,5млн.человек – численность населения данного региона;

3,6 – среднее статистическое значение количества пар обуви, приобретаемой человеком в течение года .

Vп=3,6⋅8500000=30600 тыс. пар

Полученные данные подставляем в формулу (1) и получаем :

Кн=20643/30600=0,67

При численности населения в 8500 тыс. человек потребность рынка составляет 30600 тыс. пар обуви, а насыщенность только 20643 тыс. пар.

Проанализировав таким образом ситуацию на рынке, можно заключить что обуви в регионе недостаточно и продукция будет пользоваться спросом .

После изучения потенциала рынка нужно определить сегмент рынка, который будет главным, т.е. на кого ориентирована продукция предприятия. Для нового предприятия, выпускающего повседневную обувь более выгодно осуществить выборочную сегментацию: детскую продавать по низкой цене, а мужскую – по средней. [2]

## 1.4. Конкуренция на рынке

Рассматривая этот раздел, важно определить вид конкуренции и выявить сильные и слабые стороны как своей продукции, так и продукции конкурентов, т.к. объективная оценка позволит выбрать правильную стратегию и успешнее противостоять конкурентам. Строить стратегию обеспечения конкурентоспособности можно опираясь лишь на один из видов конкурентных преимуществ.

Учитывая, что обувь повседневная и сырье отечественного производства, то для привлечения покупателей цены будут ниже, чем у других. Оценивая свои достоинства следует отметить, что они относятся к группе преимуществ низкого порядка, т.е. связаны с возможностью использования дешевой рабочей силы и материалов.

Товары легкой промышленности, в частности обувь, обращаются на рынках монополистической конкуренции, когда много и продавцов, и покупателей, а товар дифференцированный по свойствам и качеству имеет широкий диапазон цен. Поэтому при такой ситуации необходимо предусмотреть такие запросы потребителей, как гарантии, льготы, ассортимент и другие.

Реализация производимой обуви в выбранном регионе позволит поддерживать на достаточном уровне качество и не повышать при этом цену. Значит продукция будет пользоваться спросом у покупателя.

## 1.5. План маркетинга

Новому предприятию важно основать свою деятельность на знании потребительского спроса и его изменений в ближайшее время. Для этого необходимо рассмотреть основные элементы плана маркетинга: схему распространения товара, выбор метода ценообразования, методы стимулирования объема продаж, рекламу и организацию послепродажного обслуживания.

Фабрика предполагает пользоваться как прямыми, так и косвенными каналами распространения товара. При прямой продаже без посредников продукция будет реализовываться через фирменную торговлю, т.е. магазин при фабрике. Косвенный канал предполагает поставки обуви в другие магазины при участии посредников.

Схема распространения товара включает степень его экспонирования. Из существующих трех видов экспонирования (интенсивное, селективное, эксклюзивное) для продукции повседневного спроса наиболее часто применяется интенсивное, когда товар продается через всех найденных посредников.

 При работе с посредниками применяется стратегия проталкивания товара, отраженная в следующей схеме:

**производитель оптовый продавец розничный продавец**

 объединяются в случае **покупатель**

 фирменной торговли

При выборе метода ценообразования очень важно установить такие цены и так изменять их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы получить планируемый объем прибыли и овладеть определенной долей рынка.

При сложившейся ситуации на рынке для привлечения покупателей к новой продукции лучше установить умеренные цены, а по мере освоения и завоевания повышать их. Следует отметить, что для розницы будет одна цена, а для опта другая. Предусмотрены скидки при оплате наличными. Для информирования покупателей о товаре используется реклама, которая будет дана в двух газетах города.

Кроме того, установлен 6-месячный гарантийный срок в соответствии с Законом РФ “О защите прав потребителей“ (последняя редакция от 09.01.1996 года).

Обувь – товар сезонный, и поэтому для нее общий гарантийный срок исчисляется не со дня приобретения, с момента установления Правительством РФ или субъектом Федерации соответствующего сезона.

## 1.6. Организационный план

 Проектируемое предприятие будет акционерным обществом открытого типа. Во главе предприятия – президент – генеральный директор. В совет директоров будут входить: вице-президент по финансам, вице-президент по коммерции, технический директор-главный инженер, директор по быту и режиму, директор по снабжению, директор по внешнеэкономическим связям, директор по строительству, директор по учету-главный бухгалтер.

Каждый директор осуществляет руководство соответствующими отделами и службами.

Директор по финансам:

* вычислительный центр;
* отдел труда и заработной платы;
* планово-экономический отдел;
* отдел ценных бумаг;
* финансовый отдел.

Директор по коммерции:

* фирменная торговля;
* служба отдела главного энергетика;
* художественно-конструкторский отдел;
* отдел внешнеэкономических связей.

Технический директор:

* основные и вспомогательные цеха;
* лаборатории;
* технический отдел;
* производственный отдел;
* отдел подготовки производства.

Директор по быту и режиму:

* жилищно-коммунальный отдел;
* административно-хозяйственный;
* отдел вневедомственной охраны.

 Директор по снабжению:

* транспортный цех;
* склады;
* отдел материально-технического снабжения.

 Директор по строительству:

* отдел капитального строительства.

 Директор по учету:

* бухгалтерия.

## 1.7. Юридический план

Обувная фабрика в г. Кстово будет акционерным обществом открытого типа. Одним из соучредителей является фонд государственного имущества Нижегородской области. Предполагается привлечь в учредители как юридических, так и физических лиц. Кроме того, будет осуществлена первая эмиссия акций на недостающую сумму инвестиций .

## 1.8. Оценка риска

В любой хозяйственной деятельности всегда существует опасность того, что поставленные цели могут быть частично или полностью не достигнуты. При проектировании нового предприятия оценка риска проводиться по стадиям проекта: подготовительной, строительной и стадии функционирования.

На подготовительной стадии важно учесть удаленность от транспортных узлов и доступность сырья.

На стадии строительства риск связан с несвоевременной доставкой строительных материалов и добросовестностью подрядчиков, а также с платежеспособностью организаций.[2]

На стадии функционирования необходимо учесть три вида риска:

* коммерческий, при котором нужно предусмотреть ответные действия конкурентов, т.к. они могут например, изменить цены или увеличить объем продаж. Возможен также и риск с отсутствием спроса;
* организационный включает сложности с подбором кадров и организацией сбыта продукции; неритмичность производства;
* технический возможен из-за необходимости доработать технологический процесс, из-за некачественных материалов или комплектующих, из-за неправильно проведенной рекламы.

Одним из наиболее распространенных способов снижения степени риска является страхование. Договор о страховании на случай снижения планируемого уровня рентабельности будет заключен с местной страховой компанией, которая возместит потери прибыли при тарифе 15% от объема застрахованной прибыли.