ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ФГОУ СПО “Красноярский Техникум Информатики и

Вычислительной Техники”

**БИЗНЕС ПЛАН ГК «ОБУВЬ РОССИИ»**

Проверил: Богату Е. Б. **\**  **\** **\**

(фамилия) (дата) (подпись) Выполнил: Потапкина В. Г.  **\** **\** **\**

(фамилия) (дата) (подпись)

2008

# Содержание:

Резюме……………………………………………………………………………3

III Характеристика предприятия………………………………………………..5

IV Описание отрасли, рынка……………………………………………………7

V Описание выпускаемой продукции…………………………………………10

VI Стратегия маркетинга……………………………………………………….12

VII Характеристика плана производственного процесса…………………….13

VIII План организации………………………………………………………….16

IX Риски………………………………………………………………….………17

**Резюме**

*Цели планирования:*

1. Привлечение дополнительных финансовых средств, необходимых для расширения ассортимента продукции, выпускаемой ГК «Обувь России»;

2. Доказать возможность возвратности кредитных средств на заданных условиях и в фиксированные сроки кредитования

Группа компаний «Обувь России» — федеральная розничная обувная сеть, входит в десятку крупнейших операторов российского обувного рынка. Основными направлениями деятельности группы компаний являются:

1. обувная розничная торговля;
2. оптовые поставки обуви;
3. обувное производство.

102 магазина «Обуви России» работают в Восточной, Западной Сибири, на Урале и в Центральной части России. В 2007 году компания вывела на московский рынок свой основной бренд «Вестфалика». «Обувь России» сотрудничает с более чем 40 поставщиками из нашей и других стран, а также продает обувь собственного производства. С лета 2006 года «Обувь России» активно развивает оптовое направление, преимущественно в тех регионах, в которых не представлена розницей (Дальний Восток и др.).

Производство компании базируется в Новосибирске. Фабрика «Вестфалика» включает в себя два предприятия: обувную фабрику полного цикла (конструирование и дизайн, раскройное, швейное и сборочное производство) и завод по производству комплектующих (деталей низа обуви — стелек, колодок, каблуков, подошв, набоек).

Сегодня в компании работают более 1000 человек. Это профессионалы, которые не первый год занимаются обувным бизнесом и знают его специфику.

«Вестфалика» выпускает демисезонную и женскую зимнюю обувь для оптовых покупателей с географией продаж от Мурманска и до Якутска и розничных сетей «Вестфалика» и «Пешеход». В настоящее время ежемесячно с конвейера сходит более 15 000 пар.

На сегодняшний день единственным наиболее весомым фактором, который может оказать существенное влияние на деятельность ГК «Обувь России» может стать *экономический фактор.*

Это связано с тем, что в мировой экономике наблюдается международный кризис 2008 года, в который оказались втянуты многие страны мира, в число которых также входит Россия.

Отличительным преимуществом нашего товара от аналогичной продукции конкурентов является доступная цена, причём качество выпускаемой нами продукции от этого ничуть не страдает. Для производства обуви используются новейшее Итальянское оборудование, позволяющее снизить затраты на производство.

Предприятие хорошо обеспечено сырьём, т. к. существует договорённость с постоянными поставщиками.

**III Характеристика предприятия**



Группа компаний «Обувь России». Россия, г. Новосибирск, прю Дзержинского, 87.

Группа компаний «Обувь России» — федеральная розничная обувная сеть, входит в десятку крупнейших операторов российского обувного рынка. Основными направлениями деятельности группы компаний являются:

1. обувная розничная торговля;
2. оптовые поставки обуви и обувное производство.

Сегодня «Обувь России» — это:

102 магазина в 31 городе России;

8600 кв.м. торговой площади;

1,2 млн. покупателей в 2007 году;

1100 сотрудников;

Оборот компании в 2007 году — 1,24 млрд. руб.

В настоящее время «Обувь России» развивает три розничные сети — дискаунтеры «Фабрика обуви» (эконом-ниша) и монобрендовые магазины «Вестфалика» (среднеценовой сегмент) и «Emilia Estra» (среднедорогой сегмент). В дальнейшем компания, следуя стратегии развития многоформатной розницы, планирует вывести на рынок еще несколько новых сетей и расширить пакет брендов до 4-5.

102 магазина «Обуви России» работают в Восточной, Западной Сибири, на Урале и в Центральной части России. В 2007 году компания вывела на московский рынок свой основной бренд «Вестфалика». «Обувь России» сотрудничает с более чем 40 поставщиками из нашей и других стран, а также продает обувь собственного производства. С лета 2006 года «Обувь России» активно развивает оптовое направление, преимущественно в тех регионах, в которых не представлена розницей (Дальний Восток и др.).

Производство компании базируется в Новосибирске. Фабрика «Вестфалика» включает в себя два предприятия: обувную фабрику полного цикла (конструирование и дизайн, раскройное, швейное и сборочное производство) и завод по производству комплектующих (деталей низа обуви — стелек, колодок, каблуков, подошв, набоек). «Вестфалика» выпускает демисезонную и женскую зимнюю обувь для оптовых покупателей с географией продаж от Мурманска и до Якутска и розничных сетей «Вестфалика» и «Пешеход». В настоящее время ежемесячно с конвейера сходит более 15 000 пар. В 2008 году планируется увеличить производство обуви до 18-20 тыс. пар в месяц.

Сегодня в компании работают более 1000 человек. Это профессионалы, которые не первый год занимаются обувным бизнесом и знают его специфику. По каждому направлению, которое «Обувь России» развивает, — является оно производственным или розничным — формируется отдельная управленческая команда, команда бренд-менеджеров и дизайнеров, что позволяет более внимательно относиться к отдельным проектам, продумывать эффективные бизнес-решения и добиваться высоких результатов.

**IV Описание отрасли, рынка**

Продукция ГК « Обувь России» является конкурентноспособной. В данном разделе приводится характеристика ближайших конкурентов ГК «Обувь России».

**ЗАО «Ионесси»**



Торговая марка «Ионесси» предлагает современную комфортную обувь для всей семьи. Существует на Российском рынке с 1922 года.

* На предприятии установлен постоянный контроль за технологическим процессом производства продукции;
* Обувь изготавливается на современном импортном оборудовании, с соблюдением всех норм и стандартов;
* Выпускаемая фабрикой продукция отличается сибирской добротностью, практичностью и комфортом, доступными ценами;
* Обувь торговой марки «Ионесси» сертифицирована и полностью соответствует мировым стандартам производства;
* Модные мировые тенденции находят свое отражение в каждой новой коллекции.

Аналогичная продукция:

Сапоги зимние (женские)



Модель: DS0435

Материал верха: натуральная кожа-замша

Мех: натуральный

Модель: DS0436



Материал верха: натуральная кожа

Мех: натуральный

**ЗАО «Россита»**



На сегодняшний день ЗАО «Россита» — одна из динамично развивающихся компаний на обувном рынке России, которая включает в себя три различных формата магазина:

Обувные Залы Россита — мультибрендовый магазин обуви для всей семьи

Обувной салон Lisette — монобрендовый магазин обуви для женщин

Россита-Дисконт — обувной магазин для экономных покупок.

* Над созданием эксклюзивных коллекций обуви трудятся собственные дизайнеры компании;
* Новые коллекции обуви разрабатываются в нескольких стилевых направлениях — от вечной классики до смелых и эффектных молодежных моделей и комфортной обуви для активного образа жизни;
* Прогрессивная накопительная дисконтная система;
* Постоянная информация о специальных предложениях;
* Профессиональные консультации.

Аналогичная продукция:

Сапоги зимние (женские)

Модель: 5Ds365



Материал верха: натуральная кожа;

Мех: натуральный

Модель: 5Ds367



Материал верха: натуральная кожа

Мех:

На сегодняшний день единственным наиболее весомым фактором, который может оказать существенное влияние на деятельность ГК «Обувь России» может стать *экономический фактор.*

Это связано с тем, что в мировой экономике наблюдается международный кризис 2008 года, в который оказались втянуты многие страны мира, в число которых также входит Россия.

Нельзя не отметить, что основной проблемой практически всех предприятий страны станет невозможность получения кредитов и займов в банках. Банки резко сократили выдачу ссуд, т. к. не уверены в их полном возврате в положенные сроки.

**V Описание выпускаемой продукции**

Собственное обувное производство группы компаний «Обувь России» базируется в Новосибирске на пр. Дзержинского, 87. Фабрика «Вестфалика» специализируется на выпуске демисезонной и зимней женской обуви, в настоящее время ежемесячно с конвейера сходит более 15 000 пар. В данном разделе приведена характеристика одной модели обуви из нашего ассортимента.

Описание: Сапоги зимние, женские «Зимушка» на молнии с внутренней стороны, кожаные, цвет-чёрный, натуральный мех, высота голенища-40 см, высота каблука-10 см, носок-скруглённый, сбоку украшены декоративной пряжкой.



Материалы:

1. кожа натуральная (свиная);

2. мех натуральный (овчина);

3. стельки с супинатором (нат. кожа);

4. подошва (каучук);

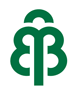
5. каблук (пластмасса);

6. декоративная пряжка

Модель «Зимушка» разработана с учётом всех требований, применяемых для зимней обуви, которые необходимы для обуви, подвергающейся экстремально низким температурам в условиях климата Сибири. Не смотря на достаточно выскокий каблук, подошва сапог оснащена протектором, препятствующим скольжению. Отличием данной модели от аналогичных моделей зимнего ряда женских сапожек является элегантность и изящность, обеспечиваемые высоким каблучком и элементом декора-пряжкой. Также данная модель очень легка, т. к. при её производстве используются лёгкие материалы, не утяжеляющие сапожки.

Данный товар является новинкой сезона «Зима 2008-2009», и на данном этапе он проходит стадию роста жизненного цикла товаров. Этап внедрения модель «Зимушка» успешно прошла, и её популярность среди населения растёт с каждым днём, что безусловно является хорошим показателем слаженной работы дизайнеров, разработчиков и заводских рабочих.

Фирма «Вестфалика» является широко известной среди населения и свидетельствует о высоком качестве выпускаемой ею продукции. Марке «Вестфалика» доверяют миллионы людей по всей России. «Вестфалика» - зарегистрированный товарный знак. На каждой паре фирменной обуви с изнаночной стороны ставится оттиск марки «Вестфалика».



В связи с наступающими новогодними праздниками в фирменной сети магазинов «Вестфалика» для наших покупателей действуют новогодние скидки и рождественские дисконты, что позволяет нашей продукции становиться ещё более доступной для потребителя. Для постоянных клиентов существует накопительная система скидок. Мы благодарим покупателей за оказанное нашей компании доверие!

**VI Стратегия маркетинга**

Отличительным преимуществом нашего товара от аналогичной продукции конкурентов является доступная цена, причём качество выпускаемой нами продукции от этого ничуть не страдает. Для производства обуви используются новейшее Итальянское оборудование, позволяющее снизить затраты на производство.

Потребителями товара являются девушки и женщины в возрасте от 14 до 30 лет, предпочитающие выглядеть стильно, модно, элегантно и шагать в ногу со временем.

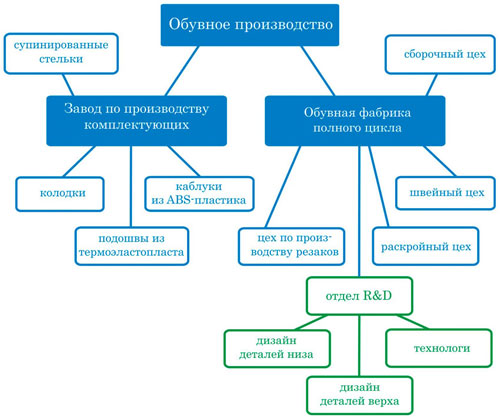
Конкурентной стратегией товара является:

1. Качество выпускаемой продукции;
2. Многолетнее существование и развитие фирмы;
3. Использование в производстве экологически чистых и натуральных материалов;
4. Доступная цена
5. Использование для производства продукции новейшего Итальянского оборудования;
6. Профессионализм кадров;
7. Разработка моделей собственными дизайнерами ГК «Обувь России»;
8. Многолетний опыт руководящего состава и т.д.

Продукция нашей компании направлена на средний класс населения и поэтому цена сапожек не превышает 5000-6000 рублей.

**VII Характеристика плана производственного процесса**

Структура производственного процесса



В обувной промышленности самыми передовыми технологиями считаются итальянские и немецкие, но на обувной фабрике «Вестфалика» российские специалисты не просто адаптировали их к потребностям локального рынка, но и усовершенствовали.

В 2007 году круппе компаний «Обувь России» был вручен диплом за проводимую работу по созданию на предприятии системы менеджмента качества в рамках конкурса «Премия администрации Новосибирской области за качество». «Обувь России» первой начала продавать обувь в кредит сроком на 6 месяцев, что подтверждает уверенность компании в качестве своей продукции.

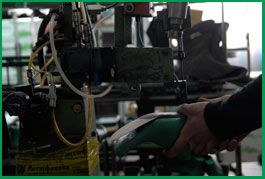
Фабрика комплектующих в «Обуви России» является отдельной структурой и включает в себя участки по изготовлению подошв, каблуков, основных стелек и колодок. На фабрике установлено современное оборудование европейских фирм: Main group, Plastak, Donzelli, Met. Уникальность нашей фабрики в том, что здесь в комплексе представлено производство всех обувных комплектующих.



Термоэластопласт, из которого отливаются подошвы на фабрике «Вестфалика», в отличие от сплава резины с кожей, не дает обуви скользить в гололед и очень долго не стирается.



Фабрика комплектующих полностью обеспечивает собственные потребности компании и осуществляет поставки внешним потребителям. Эти поставки составляют до 30% от выпускаемых фабрикой комплектующих низа обуви. Заказы на изготовление комплектующих здесь выполняют быстрее и дешевле, чем итальянские и китайские производители подошв. Так, цех по производству подошв ежемесячно выпускает порядка 20 тысяч пар, цех по производству колодок — 400 единиц продукции. Причем качество выпускаемой нашей фабрикой продукции — на уровне немецких и итальянских стандартов, но с учетом сибирских климатических условий. Собственное производство подошв позволяет нам добиться эксклюзивности многих позиций ассортимента.



На фабрике «Вестфалика» производят уникальные фасоны подошв. Таких подошв нет ни у одной обувной компании в России.



В 2007 году в развитие фабрики комплектующих компания вложила порядка 5 млн рублей. В сентябре был введен в эксплуатацию новый агрегат для литья обувных подошв тайваньского производителя Yuan Feng Machine Limited. На этом агрегате изготавливают две тысячи пар подошв в смену. Новое оборудование дает возможность быстрее реагировать на спрос рынка — расширять и менять ассортимент моделей, как женских, так и мужских. При этом технологии литья позволяют производить очень легкие подошвы — в среднем на 20 процентов легче обычных. Термоэластопласт, из которого отливаются подошвы, в отличие от сплава резины с кожей, не дает обуви скользить в гололед и очень долго не стирается.

**VIII План организации**

ГК «Обувь России» является крупнейшим производителем обуви на российском рынке.

*Необходимыми условиями при приёме на работу является:*

1. высшее образование, допускается и среднеспециальное;
2. возраст от 18 до 40 лет включительно

*Личные качества работников:*

* + ответственность
  + пунктуальность
  + целеустремленность
  + коммуникабельность
  + порядочность
  + активность
  + инициативность

На фабрике применяется один из распространённых видов оплаты труда – повременно-премиальная форма оплаты труда. Она зависит от количества отработанного времени плюс премия. Оплата труда административно-управленческого персонала производится исходя из установленных должностных окладов, которые зависят от занимаемой должности и квалификации работника.

Кроме окладов данным работникам могут выплачивать премию, согласно положению о премировании.

Средняя заработная плата работника составляет 15000 рублей.

Работникам предоставляется полный социальный пакет (медицинский полис, отчисления в пенсионный фонд, оплачиваемые больничные, 30-ти дневный и декретный отпуск). Предполагается карьерный рост работников.

**IX Риски**

Риск – возможность неудач, убытков в предпринимательской деятельности, которые могут повлечь нежелательные последствия, ущерб.

Анализ рисков подразделяется на качественный и количественный.

В ряде случаев в качестве меры компенсации возможных потерь от наступления рисковых ситуаций используется система страхования рисков.

Фирма может уменьшить свои потери, используя *метод самострахования*, связанных с образованием специального резервного фонда и покрытием убытков за счет части своих оборотных финансовых средств. самострахование логично, когда стоимость страхуемого имущества относительно велика по сравнению с имущественными и финансовыми параметрами всего бизнеса. Данное страхование также имеет смысл, когда вероятность убытков чрезвычайно мала, когда фирма владеет большим количеством однотипного имущества.

*Хеджирование-*ограждение потерь. это форма страхования у нас практически неизвестна. Цены, фиксируемые в фьючерсах, могут колебаться на рынке в соответствии с изменениями соотношения спроса и предложения.