

«12 СТУЛЬЕВ» – МАСТЕРСКАЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЭЛИТНОЙ МЕБЕЛИ ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ЗАКАЗАМ

Никанович И.В., студентка 3 курса БГТУ,
Карпович А.И., Лосенок А.С., студенты 4 курса БГТУ

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент *А.В. Ледницкий*
(УО «Белорусский государственный технологический университет»)

БИЗНЕС-ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Характеристика намечаемой к выпуску продукции и услуг: оказание услуг по изготовлению нестандартной, индивидуальной мебели по образцам, эскизам и фотографиям заказчика.

Продукция предназначена как для национального рынка, так и на экспортный рынок. Ценовая политика ориентирована на потребителей с высоким уровнем дохода.

В силу того, что предприятий по производству и продаже элитной мебели по индивидуальным заказам не много, и основными конкурентами являются небольшие частные предприятия, такие как ООО «Евромебель», можно утверждать, что продукция нашего предприятия сможет выдерживать конкуренцию на должном уровне.

Предполагаемая форма участия инвестора в проекте: среднесрочное, среднерисковое, реальное, прямое инвестирование внутри страны.

Стоимость бизнес-проекта: 390,3 млн руб.

Суммарная потребность в инвестициях: 390,3 млн руб.,

в т. ч. по источникам:

кредитов банков: 100 млн руб.;

прямых инвестиций: 290,3 млн руб.

Направления использования инвестиций: подготовка производства, закупка оборудования, пополнение оборотных средств, коммерческие расходы.

Показатели эффективности проекта:

Ставка дисконтирования: 40 %;

Динамический срок окупаемости проекта: 1,63 года;
Индекс доходности: 1,047;
Внутренняя норма доходности: 70 %;
Чистый дисконтированный доход: 212,4 млн руб.
Дата составления инвестиционного предложения: 25.09.2012.

ПАСПОРТ БИЗНЕС-ПРОЕКТА

1. Информация о проекте

Название проекта: «12 стульев» – мастерская по производству элитной мебели по индивидуальным заказам.

Описание и цель инвестиционного проекта: создание нового производства.

Привлекательность проекта:

- доступный для подобной продукции уровень цен;
- безграничное количество вариантов дизайна;
- выполнение работ высокой сложности;
- удобный интернет-каталог;
- необходимость в площади для создания компании и ее функционирования – всего 300 м².

В настоящее время достаточно актуальной находит себя проблема отсутствия на республиканском рынке предприятий, способных обеспечить рынок качественной мебелью, разработанной по уникальным эскизам, отвечающим потребностям самых требовательных клиентов.

Общей отличительной чертой существующих на сегодняшний день на этом рынке предприятий, изготавливающих и реализующих продукцию данного вида, являются небольшие размеры и отсутствие четкой стратегии развития, что зачастую приводит к банкротству организации. Поэтому существует реальная потребность в предприятии подобного типа с эксклюзивным и индивидуальным ассортиментом оказываемых услуг, высоким сервисом и качеством продукции.

Компания «12 стульев» – молодая активно развивающаяся компания, оказывающая услуги по созданию высококачественной элитной мебели, опираясь на потребности заказчика и реализуя весь спектр его фантазии.

Цель компании: завоевание отечественного и экспортного сегментов рынка.

Миссия компании: предоставить клиентам продукцию высокого качества в широком ассортименте. Следовать последним тенденциям рынка, параллельно осваивая новые технологии производства мебели.

Ценовая политика ориентирована на потребителей с высоким уровнем дохода.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- организовать мастерскую по производству продукции. Для этого необходимо зарегистрировать предприятие, закупить необходимое оборудование, арендовать помещение, заключить договоры найма с работниками, организовать работу;
- открыть небольшой офис на территории Минска, через который будет осуществляться прием заказов на производимую продукцию, для чего необходимо будет арендовать помещение и организовать его работу;
- выйти на самоокупаемость через год и через 1,63 года окупить инвестиции;
- организовать информационную поддержку с целью продвижения продукции;
- в дальнейшем сформировать экспортную сеть со странами ближайшего зарубежья.

Для привлечения клиентов и продвижения услуги мы планируем создать сайт, на котором будет размещаться подробная информация об оказываемых услугах и стоимости, будут представлены образцы работ, размещена контактная информация. Кроме того, постоянное участие в мебельных выставках также сыграет не последнюю роль. Наша компания планирует активно сотрудничать со СМИ, чтобы привлечь максимальное количество целевой аудитории.

Стратегия продвижения

В течение первого года наша компания планирует затратить на продвижение своей торговой марки и привлечение постоянных посетителей: 118,4 млн руб: разработка сайта – 950 000 руб.; размещение рекламы в журнале «Мебель и интерьер» – 23,46 млн руб.; реклама на радио – 20,7 млн руб.; реклама в Интернете – 9,36 млн руб.; изготовление рекламной продукции – 3,39 млн руб.; рекламный Bigboard – 35,48 млн руб.; участие в выставках – 28,37 млн руб. Выбранная нами стратегия интенсивного маркетинга позволит в кратчайшие сроки завоевать требуемый сегмент рынка Республики Беларусь, а в дальнейшем облегчит выход на экспортный рынок.

2. Продукция

Наименование продукции (услуг): услуги по созданию высококачественной элитной мебели, опираясь на потребности заказчика и реализуя весь спектр его фантазии. Изготовление нестандартной, индивидуальной мебели по образцам, эскизам и фотографиям заказчика.

Назначение и основные характеристики: предоставление клиентам мебели высокого качества по индивидуальным заказам.

Характеристика новизны:

Необходимость:	имеется	требуется	не требуется
– патентной защиты			+
– лицензирования продукции			+
– лицензирования вида деятельности			+
– сертификации продукции			+

3. Маркетинговые исследования

Характеристика внутреннего рынка:

Объем спроса: не менее 4000 млн руб. по г. Минску.

Предполагаемый объем сбыта продукции (оказания услуг): 1600 млн руб.

Ожидаемая доля рынка: 25 %.

Характеристика каналов сбыта: непосредственное оказание услуг, интернет-портал.

Основные конкуренты, их характеристика: в основном мелкие частные организации.

Преимущества перед конкурентами: уникальность и неповторимость дизайна, высокое качество и доступная для данной продукции стоимость.

4. Финансово-экономические показатели проекта

Показатели проекта:

стоимость инвестиционного проекта: 390,3 млн руб.;

суммарная потребность в инвестициях: 390,3 млн руб.;

динамический срок окупаемости проекта: 1,63 года;

чистый дисконтированный доход: 212,4 млн руб.;

внутренняя норма доходности: 70 %;

индекс доходности: 1,047.

Таблица 1

Основные технико-экономические показатели бизнес-проекта

Показатель	Период реализации проекта, г.					Итого	
	Начало 2012	2012	2013	2014	2015		
1	Срок реализации проекта, лет					4	
2	Объем производства в стоимостном выражении, млн руб		1395,8	1995,4	2854	4071,7	10316,9
3	Выручка от реализации, млн руб		1600	2288	3271,9	4678,7	11838,6
4	Первоначальная стоимость основных производственных фондов, млн руб		216,7				216,7
5	Среднесписочная численность персонала, чел		12	12	12	12	12
6	Фонд заработной платы, млн руб		516,7	738,9	1056,6	1510,9	3823,1
7	Производительность труда в год, млн руб/чел		133	190,7	272,7	389,9	–
8	Себестоимость производимой продукции, млн руб		1075,8	1538,4	2200	3136	7950,2
9	Затраты на 1 рубль произведенной продукции, руб/руб		0,67	0,67	0,67	0,67	0,67
10	Материалоемкость продукции, руб/руб		0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
11	Энергоемкость продукции, руб/руб		0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
12	Прибыль отчетного периода, млн руб	-390,3	204,2	292,6	417,9	607	1131,4
13	Чистая прибыль, млн руб	-390,3	198,1	275,44	392,8	570,6	1046,6
14	Рентабельность продаж, %		12,4	12,4	12,4	12,4	12,4
15	Рентабельность реализованной продукции, %		18,4	18,4	18,4	18,4	18,4
16	Инвестиции, млн руб	200		-	-	-	200
17	Чистый дисконтированный доход, млн руб	-390,3	145	149,3	150,5	157,9	212,4
18	Срок окупаемости проекта, лет						1,63
19	Внутренняя норма доходности, %						70

Таким образом, при сроке реализации проекта в 4 года мы выходим на хорошие показатели.

Быстрый срок окупаемости 1,63 года (19,8 месяцев) инвестиций и высокая внутренняя норма доходности 70 % являются результатом невысоких первоначальных вложений 390,3 млн руб., которые необходимы для подготовки помещений и запуска предприятия, относительно получаемых доходов.

Можно сказать, что производство не является материалоемким (20 %) или энергоемким (0,3 %). Основные затраты – это затраты на оплату труда.

Рентабельность продукции (18,4 %) и рентабельность продаж (12,4 %) говорят о хорошем уровне доходности проекта.

Чистый дисконтированный доход за четыре года реализации проекта составляет 212,4 млн руб.

5. Предложения инвестору

Возможное участие инвестора:

инвестиции в виде имущества: производственно-торговые помещения;

финансовые средства: средства на подготовку производства, закупку оборудования, пополнение оборотных средств.