Бизнес-план производства окон

Чтобы составить грамотный бизнес-план требуется уделить достаточно много времени для сбора информации, и ее обработки. Не будем сейчас обсуждать что это не правильно, но на практике большинство будущих производителей окон ограничиваются сравнением отпускной стоимости продукции со своим приблизительным расчетом стоимости комплектующих (как правило, за основу расчета берут «кухонное окно» с двухкамерным стеклопакетом, где одна створка глухая, а вторая наклонно-поворотная).

Таким образом, не берется в расчет огромное количество факторов, действуем по принципу «ввязаться в бой,- а там будь что будет». Поскольку Вы зашли в этот раздел сайта,- для Вас тема актуальна, и нет необходимости доказывать неправильность такого подхода.

В каком виде, и какой у Вас будет бизнес-план, зависит от того, для чего он Вам необходим.

Если Вы планируете с его помощью привлечь инвесторов, то здесь необходимо писать все «по канонам», придерживаясь общепринятых разделов. Составление такого бизнес-плана потребует больше времени и сил, чем экспресс-анализ целесообразности организации производства окон, но позволит с большей вероятностью привлечь потенциальных инвесторов.

Если же открытие собственного производства для Вас развитие уже существующего бизнеса, и нет необходимости в привлечении инвестиций со стороны, то можно ограничиться экспресс-анализом экономической целесообразности. Мы не призываем отказаться от составления «полноценного» бизнес-плана, но лучше провести экспресс-расчет, чем вообще, не глядя вкладывать деньги в новый для Вас бизнес.

Ознакомиться с тем, какие данные необходимы для экспресс-анализа, Вы можете в разделе «Данные для расчета».

Стандартный бизнес-план состоит из следующих разделов:

1. Титульный лист

2. Оглавление

3. Резюме

Вот здесь Вам нужно будет кратко, четко и привлекательно описать идею бизнеса и его цели. Помните, что от качества составления резюме зависит дальнейшее желание инвестора уделять время полному прочтению вашего бизнес-плана. Фактически резюме включает в себя все составляющие бизнес-плана, но информация подается в привлекательной (рекламной) форме, также содержатся итоги основных расчетных разделов документа (сколько необходимо инвестиций, каков срок окупаемости проекта, планируемая прибыль).

4. Описание фирмы:

1. Род деятельности фирмы

В нашем случае, это производственная компания по изготовлению оконных и дверных конструкций.

2. Перечень продукции и услуг, которые мы планируем предлагать клиентам.

Кроме непосредственно производства окон (продукция), мы можем предлагать конструкции по остеклению балконов, окна и входные группы из алюминия, стеклопластика и т.д. В качестве услуг клиентам мы можем предлагать доставку и монтаж (если будем продавать окна не только дилерам, но и в розницу), отделку откосов , вывоз строительного мусора (который остается после монтажа), отделку балконов и тд.

3. Место расположения компании (офис, цех).

4. География интересов фирмы.

Как правило, для оконных компаний территория бизнес интересов не велика (поскольку производителей достаточно много, потребитель имеет возможность заказать окна в своем городе, исключением может являться отгрузка окон в города Крайнего Севера).

5. Цели работы компании.

Стратегические и тактические. Например, достижение определенной доли рынка в своем городе.

5. Продукция и оказываемые услуги

1. Описание предлагаемых товаров.

Описания окон и дверей, характеристики профиля , фурнитуры истеклопакета.

2. В чем отличия (если таковые есть) предлагаемых нами окон от продукции конкурентов. В чем отличие предлагаемого нами сервиса, от того, который предлагают конкуренты.

6. Организационный план

1. Описываем организационную структуру управления предприятием. Для оконных компаний (это малый и средний бизнес) характерна линейная структура управления.

2. Определяем потребность в ИТР и необходимое количество рабочих.

3. Описываем правовую характеристику предприятия (законодательные ограничения, форма собственности.)

7. План по персоналу

1. Штатное расписание

2. Характеристика и требования к персоналу, непосредственно отвечающего за развитие проекта.

8. Производственный план

1. Производственные процессы.

Описание этапов сборки окон и дверей, стеклопакетов.

2. Поставщики сырья и полуфабрикатов. В нашем случае - поставщики профиля, фурнитуры, стеклопакетов, подоконников, отливов и пр.

3. Описание станков.

Характеристики и перечень приобретаемого оборудования для сборки окон.

4. 4 Обслуживание оборудования.

График ППР (планово-предупредительных ремонтов) основного оборудования.

5. Оценка максимальной производительности.

9. Исследование рынка.

1. Сегментация рынка.

Необходимо выявить и изучить потребности разных групп клиентов. На основании сегментирования мы определяем кому, что, по какой цене мы будем предлагать. Среди основных групп клиентов у нас есть: частные заказчики (их тоже можно разделить на группы), строительные организации, дилеры и корпоративные заказчики.

2. Оцениваем емкость рынка.

Для этого мы изучаем региональные статистические данные по вводу нового жилья, оцениваем соотношение старого и нового жилых фондов, оцениваем соотношение новых и старых (требующих замены) оконных конструкций в старом жилом фонде.

3. Оцениваем возможность дальнейшего расширения рынка.

Смотрим общероссийскую и региональную динамику строительного рынка за несколько последних лет, смотрим динамику благосостояния населения региона и т.д.

10. Маркетинговый план

1. Определение спроса на продукцию. На основании исследования рынка оцениваем общий спрос на окна и двери в регионе.

2. Оценка конкуренции на сегментах оконного рынка. Оценка количества конкурентов, их сильные и слабые стороны.

3. Позиционирование.

На основании оценки конкурентов выбираем оптимальную рыночную нишу в каждом из сегментов (либо наоборот, в каком-то одном сегменте).

4. Стратегия продвижения.

Планируем мероприятия по выходу на оконный рынок региона, выбираем способы рекламы.

5. Прогнозирование продаж.

На основании проведенных исследований и расчетов, осуществляем прогнозирование продаж. Следует отметить, что оконная отрасль подвержена сильным сезонным колебаниям (к примеру, объем заказов в ноябре может в 3 раза быть выше, чем в марте).

11. Потенциальные угрозы

1. Производственные: перебои в поставках полуфабрикатов (как правило, случаются в пик сезона, поэтому некоторые компании в сезон увеличивают складские запасы стекла, армирующего профиля, пластикового профиля.)

2. Возможные нарушения в процессе производства.

3. Коммерческие: снижение емкости рынка, рост числа конкурентов.

4. Финансовые: рост инфляции, курсы валют.

5. Форс-мажорные обстоятельства.

12. Финансовый план и стратегия.

1. Рентабельность бизнеса.

2. Отчет о прибылях и убытках.

3. Баланс расходов и доходов.

4. Расчет точки безубыточности.

После того, как все разделы бизнес-плана производства окон подготовлены на должном профессиональном уровне, Вы можете смело показывать его потенциальным инвесторам и Вашим компаньонам.