

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/108711>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Инвестиции и проекты

ВВЕДЕНИЕ 3

1. БИЗНЕС-ПЛАН 5

1.1. Резюме 5

1.2. Характеристика продукта 5

1.3. Рынки сбыта товара 6

1.4. Продажи и маркетинг 7

1.5. Организационный план 8

1.6. План производства 9

Оценка первоначальных капитальных вложений 9

1.7. Технология производства краски «эффект пластика» 10

Расчет производственных издержек 13

1.8. Финансовый план 17

1.9. Расчет показателей коммерческой эффективности проекта 22

1.10. Анализ устойчивости проекта к рискам 24

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 30

ПРИЛОЖЕНИЯ 33

ВВЕДЕНИЕ

Бизнес-планирование подразумевает собой важный аспект управления предприятием и организацией, благодаря которому можно предопределять и прогнозировать функциональную эффективность внутренней и внешней среды предприятия в будущем. Часто основной проблематикой препятствующей эффективному планированию в рамках уже работающей организации является трудность организационной отладки процессов в звене планирования, так как недостаточно чётко распределены функциональные обязанности, цели и задачи между исполнителями, что снижает эффективность бизнес-планирования.

Начиная ремонт в доме, на даче или в офисе, следует продумать каждую мелочь и все технические подробности разных этапов ремонта. При этом мы нередко сталкиваемся с использованием различного рода красок, которыми нужно окрасить рельефные обои и потолки, балконные двери и окна. Все больше покупателей в последнее время выбирают нитро-полистирольную краску для наружных и внутренних работ. Такое вещество достаточно безвредно, поэтому нитро-полистирольную краску можно без опасений использовать в жилых помещениях.

В связи с вышесказанным выбранная тема является актуальной.

Цель курсовой работы – разработка бизнес-плана создания малого предприятия по производству красок.

В процессе достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

разработать бизнес-план создания малого предприятия по производству красок;

оценить экономическую эффективность бизнес-плана создания малого предприятия по производству красок.

Объектом исследования является рынок красок.

Предметом исследования являются бизнес-план создания малого предприятия по производству красок.

1. БИЗНЕС-ПЛАН

1.1. Резюме

1. Концепция проекта предусматривает создание малого предприятия по производству красок.

Малое предприятие будет выпускать: - краску «эффект пластика» универсальную для наружных и внутренних работ.

2. Финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта:

Всего 14 202 тыс. руб.

в том числе:

□ собственные средства - 7 102 тыс. руб.

□ заемные средства - 7 100 тыс. руб.

3. Дисконтированный срок окупаемости проекта 1,71 года.

4. Чистая текущая стоимость - 10 494,2 тыс. руб.

6. Продукция: краска «эффект пластика» универсальная для наружных и внутренних работ.

7. Рынки сбыта:

□ промышленные и производственные предприятия;

□ сфера ЖКХ;

□ строительные компании.

1.2. Характеристика продукта

Предлагается производство нитро-полистирольной краски «эффект пластика». Нитро-полистирольная краска - это новая разработка, которая имеет некоторые специфические особенности, которые в других красочных материалах невозможно найти.

Достоинства нитро-полистирольных красок:

□ Нитро-полистирольные краски после нанесения образуют долговечные и устойчивые к смыванию глянцевые и высокоглянцевые покрытия. Как правило, такой материал используют для отделки построек, где предъявляются высокие требования к надежности, долговечности и очищаемости покрытий. Что касается наличия нелетучих веществ, то у нитро-полистирольной краски оно составляет 40 - 50%.

□ Нитро-полистирольные краски способны образовывать покрытия, их блеск может достигать 40-70%.

Покрытия, что образуются после нанесения такой краски, обладают хорошей стойкостью к грязеудержанию и слипанию. Окрашенные поверхности нитро-полистирольной краской быстро высыхают, что позволяет следующий слой наносить спустя час. После работы можно забыть о пыли и вредных насекомых, теперь ничего не будет прилипать к поверхности.

□ Краски имеют следующие характеристики: супервлагостойкая, светостойкая, высокоглянцевая, быстросохнущая, увеличенный срок эксплуатации, для наружных и внутренних работ, дерево, металл, бетон, шифер.

Краска «эффект пластика» универсальная для наружных и внутренних работ - это универсальные нитро-полистирольные краски однокомпонентные, быстросохнущие. Отличаются простотой нанесения, повышенными защитными свойствами и широким спектром применения. Характеризуются сопоставимой ценой. Можно наносить как на вертикальные, так и на горизонтальные поверхности. Физико-химическая устойчивость, максимальная твердость покрытия. Изделия, покрытые красками, приобретают привлекательный внешний вид, при этом очень выразительно подчеркивают наличие «эффекта пластика». Благодаря тому, что в состав краски входит полистирол, краска обладает лучшими защитными и водоотталкивающими свойствами, дает глянцевый блеск, увеличивает атмосферостойкость.

1.3. Рынки сбыта товара

Объемы рынка лакокрасочных материалов в течение последних пяти лет увеличивались. Это происходило в основном за счет импорта, доля которого составляла более 20%.

Конкурировать с западными российским производителям достаточно тяжело. Ни ассортимент выпускаемой продукции, ни ее качество, ни цветовая гамма особо взыскательного потребителя удовлетворить пока не могут. В результате при большой емкости рынка потребление ЛКМ на одного человека в России составляет 5,6 кг, в то время как во Франции — 12,4 кг, в Германии — 16,8 кг. Поэтому можно говорить, что сегодня объем российского производства ЛКМ в 2-3 раза ниже уровня, который удовлетворял бы запросы потребителей в идеальной ситуации. При прогнозируемом на ближайшие годы росте потребления примерно на 20-30% в год прирост отечественного производства ЛКМ составит не более 10-12%.

Потенциальные покупатели:

□ промышленные и производственные предприятия;

□ сфера ЖКХ;

□ строительные компании.

Самые крупные покупатели лакокрасочных материалов - это производственные и жилищно-коммунальные компании. Доля отечественного рынка производственных и жилищно-коммунальных компаний - 200-220 миллионов долларов. Ежегодные темпы роста по рынку составляют около 10%.

Основными потребителями продукции будут строительные компании.

Ко второй группе потребителей можно отнести корпоративных клиентов (промышленные предприятия, производители мебели).

К третьей группе потребителей следует отнести оптовых (владельцев магазинов и других торговых

организаций) и розничных покупателей.

1.4. Продажи и маркетинг

Предприятие позиционирует продукт как наиболее современный качественный продукт, представленный на рынке. Использование передовых технологий позволяет его производить с уникальными характеристиками, в связи с этим у компании есть возможности реализовывать его по ценам интересным производителю. Неотъемлемой частью по продвижению товара на рынок является бренд, который зарекомендовал себя на рынке. Поэтому в рекламе акцент делается на проверенных временем свойствах товара, его качестве по сравнению с продукцией старого поколения.

Средствами распространения рекламы служат печатные издания, интернет-ресурсы, наружная и др. Бизнес на производстве лакокрасочных материалов - высокодоходный и перспективный. Рынок строительных материалов постоянно находится в движении, а по своей структуре его можно разделить на несколько конкретных циклов. Нулевой цикл выпадает на первые весенние месяцы. В это время большинство людей приступают к строительству нового жилья - закладывают фундамент, возводятся стены. Именно в этот период возрастают продажи цемента, щебня, кирпича и материалов наружной отделки. Летний цикл совпадает с внутренней отделкой помещения, и строительные магазины активно продают левкас, эмульсию, напольные покрытия - ламинаты, линолеум, паркет, кафель, обои. Осенний сезон совпадает с продажами предметов интерьера, сантехники, кухонных принадлежностей. Основными каналами сбыта является налаживание сотрудничества со строительными магазинами, супермаркетами. Также возможно заключение договоров со строительными организациями, которые выполняют услуги по ремонту квартир, офисов и частных домов, проводят реставрационные работы и т.д. Следует открыть торговую точку для реализации краски, или фирменный магазин с продукцией. Накопительная система скидок, различные бонусы и акционные предложения будут способствовать повышению объема продаж.

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 486 с.
2. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 248 с.
3. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2018. - 256 с.
4. -Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 463 с.
5. Уткин, Э.А. Бизнес-планирование. Курс лекций. - М.: 2014. - 244 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovovaya-rabota/108711>