

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

PLAN BIZNES PLANU

1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa
 - 1.1. Nazwa i forma prawna
 - 1.2. Przedmiot działalności
 - 1.3. Siedziba
 - 1.4. Charakterystyka właścicieli
2. Misja firmy
3. Cele przedsiębiorstwa
 - 3.1. Cele krótkoterminowe
 - 3.2. Cele długoterminowe
4. Plan marketingowy
 - 4.1. Produkt
 - 4.2. Cena
 - 4.3. Dystrybucja
 - 4.4. Promocja
5. Analiza Portera
 - 5.1. Dostawcy
 - 5.2. Odbiorcy
 - 5.3. Konkurenci
 - 5.4. Konkurenci potencjalni – wchodzący na rynek
 - 5.5. Substytuty
6. Plan działalności operacyjnej
 - 6.1. Technologia
 - 6.2. Plan ilościowy produkcji
 - 6.3. Zaopatrzenie
7. Plan organizacji i zarządzania
 - 7.1. Schemat organizacji
8. Plan zatrudnienia
 - 8.1. Struktura zatrudnienia
 - 8.2. System motywacji płacowej i pozapłacowej
9. Plan finansowy
 - 9.1. Plan przychodów
 - 9.2. Plan kosztów

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

9.3. Plan rachunku wyników

10. Harmonogram głównych zamierzeń

11. Analiza SWOT

11.1. Mocne strony

11.2. Słabe strony

11.3. Szanse

11.4. Zagrożenia

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa.

Celem analizowanego przedsięwzięcia inwestycyjnego jest uruchomienie przedsiębiorstwa produkcyjnego „Toys & Play” sp. z o. o.. Przygotowany przez właścicieli biznes plan służyć ma określeniu opłacalności inwestycji i planowanej działalności gospodarczej.

Głównym przedmiotem działalności tego przedsiębiorstwa będzie produkcja bezpiecznych, edukacyjnych i ekologicznych zabawek. Będą to przede wszystkim różnego rodzaju zabawki z drewna – klocki, kolejki, puzzle, itp.

Przedsiębiorstwo produkcyjne „Toys & Play” tutaj opisywane będzie miało swoją główną siedzibę w Mysłowicach. Istnieją tutaj duże możliwości poprawy konkurencyjności, zwiększenie obrotów, a co się z tym wiąże i zyskowności.

Właścicielami przedsiębiorstwa są osoby, które są absolwentami: Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Mysłowicach, Wydziału Zarządzania i Wydziału Finansów na Akademii Ekonomicznej w Katowicach oraz Wydziału Psychologii na Uniwersytecie Śląskim. Przedsiębiorstwo to jest działalnością gospodarczą, która posiada czterech właścicieli.

Przedsiębiorstwo to jest nieduże, ale planujące rozbudowę. Najważniejszym celem przedsiębiorstwa jest oczywiście zysk, ale ponadto bardzo ważne jest przedstawienie firmy jako przedsiębiorstwa ekologicznego, produkującego tylko zabawki bezpieczne i edukacyjne, poza tym również pozyskanie odpowiedniej ilości klientów, rozwój, osiągnięcie dobrej pozycji na rynku.

W najbliższym otoczeniu Mysłowic nie ma przedsiębiorstwa takiego jak to, co powoduje większe szanse powodzenia.

Działalność zostanie rozpoczęta w sierpniu 2004 roku. Jak pokazały badania rynkowe – największy popyt na zabawki, ma miejsce w okolicach świąt Bożego Narodzenia. Ponadto badania także dowiodły, że zainteresowanie zabawkami ekologicznymi i edukacyjnymi z roku na rok wzrasta.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

2. Misja firmy

Misja Naszej Firmy to:

Dążyć do doskonałości pod każdym względem, zarówno w jakości, obsłudze, produkcji jak i pozycji na rynku.

JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO

Naszym celem priorytetowym jest produkcja zabawek wysokiej jakości. Pragniemy również, aby spełniały one najwyższe standardy bezpieczeństwa. Równie ważnym celem jest to, aby zabawki pozytywnie wpływały na rozwój psychologiczno – emocjonalny dziecka.

EDUKACJA I EKOLOGIA

Jedną z podstawowych cech wyróżniających nas od konkurencji, jest produkcja zabawek o charakterze edukacyjnym. Nasze produkty wykonujemy z naturalnych, ekologicznych tworzyw, przyjaznych dla dziecka oraz dla środowiska.

KLIENCI I PERSONEL

Nasza oferta skierowana jest przede wszystkim do najmłodszych konsumentów. To właśnie z myślą o nich, w naszym przedsiębiorstwie zatrudniamy ludzi przede wszystkim młodych i kreatywnych, którzy znają potrzeby najmłodszych klientów. Nasza świetnie wyszkolona kadra oraz konsultanci są do pełnej dyspozycji klientów.

KONKURENCJA I RENOMA

Zarówno nasi klienci jak i konkurencja ceni nas za bardzo dobrą jakość naszych produktów oraz stosunkowo niskie ceny. Z badań rynku wynika, że cieszymy się dobrą renomą wśród klientów i wysoką pozycją na rynku oraz w oczach konkurencji.

PRZYSZŁOŚĆ I DETERMINACJA

Główna siedziba naszej firmy mieści się w Mysłowicach. W przyszłości zamierzamy opanować rynki unii europejskiej. Jesteśmy gotowi i zdecydowani utrzymać dominującą pozycję na rynku oraz rozwijać produkcję na szeroką skalę.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

3. Cele przedsiębiorstwa

3.1. Cele krótkoterminowe

Naszym podstawowym celem, który chcemy zrealizować zaraz po rozpoczęciu działalności jest opanowanie rynku Mysłowic i okolicznych miast. Pragniemy utrzymywać zysk na poziomie 30% kosztów. Chcemy, aby nasza firma spełniała wszystkie wymogi bezpieczeństwa i ekologii – nasze zabawki będą bezpieczne i wolne od groźnych substancji.

3.2. Cele długoterminowe

Naszym podstawowym celem długoterminowym jest rozszerzenie naszej działalności na cały kraj – pragniemy otworzyć filię naszej firmy w każdym mieście wojewódzkim. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej chcemy rozwijać naszą produkcję również na tamtejszych rynkach. Po trzech latach naszej działalności pragniemy do naszej oferty dołączyć zabawki szmaciane (np. lalki) i papierowe (modele do sklejanie).

4. Plan marketingowy

4.1. Produkt

Przedsiębiorstwo nasze prowadzi dokładną analizę dotychczas produkowanych i sprzedawanych produktów i zadecyduje które produkty pozostaną w naszej ofercie. Wykorzystując wzrastającą świadomość ekologiczną odbiorców oraz istniejącego na rynku zapotrzebowania na stosunkowo tanie, funkcjonalne i wytrzymałe zabawki, dążymy do umocnienia swojej pozycji na rynku poprzez ciągłe rozszerzanie asortymentu o wszelkie zaprojektowane nowości. Produkty, które pozostaną w naszej ofercie będą miały zmieniane opakowania, aby były bardziej atrakcyjne i lepiej widoczne na półce sklepowej oraz przyciągały wzrok zarówno dzieci jak i rodziców.

4.2. Cena

Poziom cen naszych towarów uzależniony jest od cen dostawców drewna i farb. Poprzez selekcje owych dostawców nasze przedsiębiorstwo ma wpływ na ustalanie ceny detalicznej towarów i będzie ona ustalana metodą popytową.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

4.3. Dystrybucja

Nawiążemy współpracę z licznymi hurtowniami i hipermarketami na terenach o największym zapotrzebowaniu. Starać się będziemy, aby nasza oferta zawierała inne elementy niż oferty konkurencji, aby zachęcić hurtowników i kierownictwo hipermarketów do współpracy z nami. Na terenie naszego regionu nawiążemy współpracę ze sklepami detalicznymi sprzedającymi zabawki. Zamierzamy także okolicznościowo, a w przyszłości na stałe, umieszczać stoiska w holach centrów handlowych.

4.4. Promocja

Przeprowadzimy w ciągu trzech lat kompleksową kampanie promocyjną. Jej celem będzie wykreowanie wizerunku naszej firmy, jak również produktów, które znajdują się w naszej ofercie oraz dotarcie do szerokiego grona odbiorców.

Wykorzystane zostaną następujące narzędzia promocyjne:

- reklamy w miejscu sprzedaży- poprzez rozdawanie ulotek reklamowych, plakaty, odpowiednią ekspozycję na sklepowych półkach;
- przedstawiciele naszej firmy będą odwiedzali sklepy detaliczne i hipermarkety przekonując kierownictwo tych placówek o potrzebie i słuszności wprowadzenia naszych produktów do ich oferty handlowej a klientów kupujących do o walorach i wyjątkowości naszych wyrobów;
- artykuły sponsorowane w wybranych czasopismach;
- uczestnictwo w targach i wystawach;
- przygotowanie własnej komercyjnej strony internetowej z cennikiem oraz możliwością zamawiania towarów;
- organizowanie promocji sezonowych;
- obdarowywanie klientów firmowymi upominkami.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

4.5. Budżet marketingowy

Tabela 1. Budżet marketingowy

Lp.	Źródło wydatków marketingowych	Niezbędna kwota środków pieniężnych
	TREŚĆ	w zł.
1.	Reklamy w miejscu sprzedaży	1.000,-
2.	Artykuły sponsorowane	2.000,-
3.	Targi i wystawy	3.000,-
4.	Przedstawicielstwo handlowe	4.000,-
5.	Strona internetowa	900,-
6.	Koszt opakowań	3.000,-
7.	Koszt badań marketingowych	5.500,-
	Koszty ogółem	19.400,-

Budżet marketingowy został obliczony w ten sposób, że koszt każdego z narzędzi promocyjnych został oddzielnie oszacowany. Powyższa tabela przedstawia wyniki tych obliczeń.

4.6. Kontrola wykonania planu

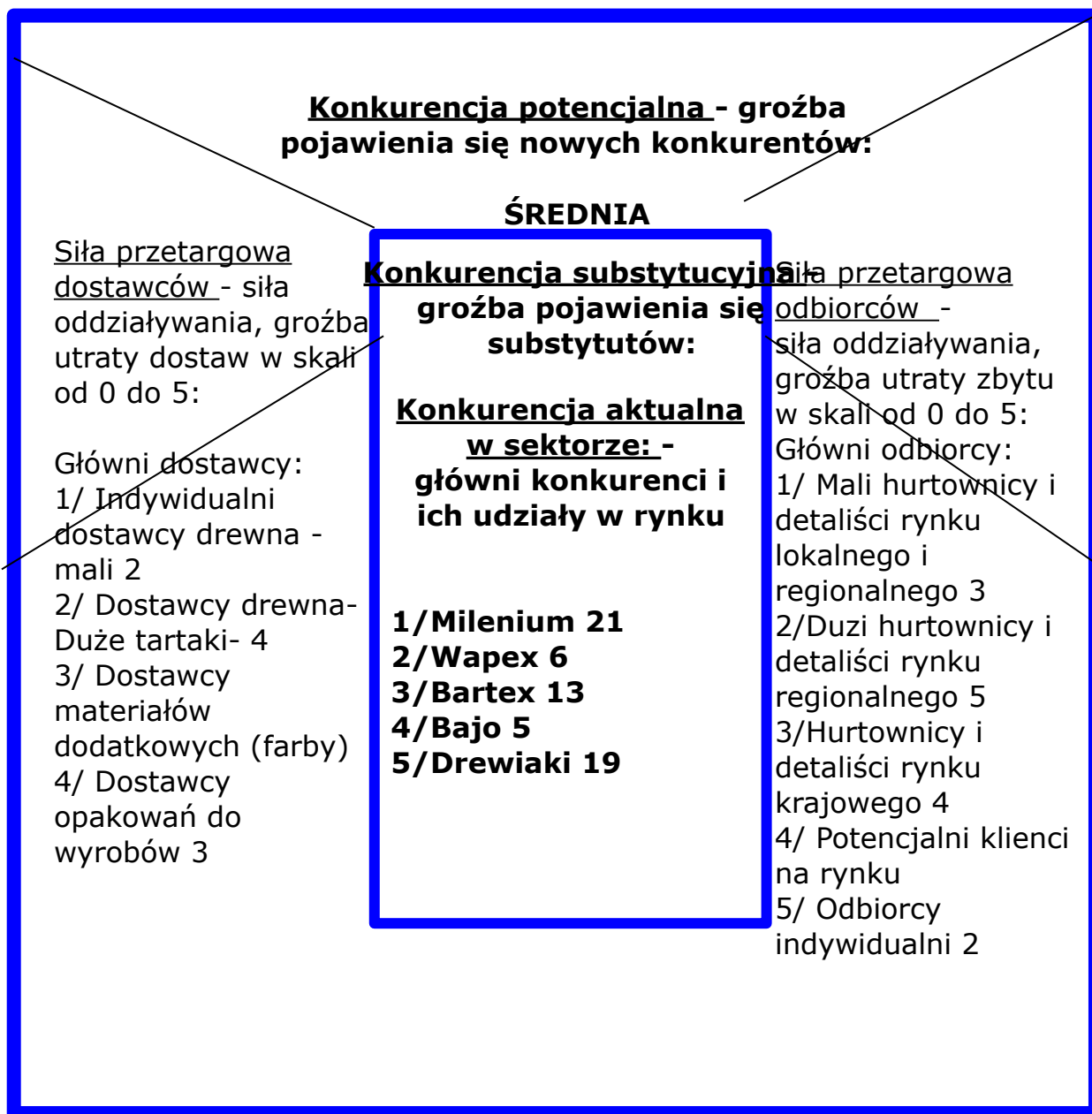
Przedsiębiorstwo nasze przewiduje dwojakiemu rodzajowi kontrole wykonania planu marketingowego, której celem będzie wykrywanie i korekta odchylenia od realizowanego planu. Niektóre odchylenia od planu a w szczególności te powyżej 5% będą musiały być korygowane na bieżąco czemu będzie służyła kontrola bieżąca, która będzie sprawdzać wszystkie działania marketingowe. Będzie również powołana kontrola podsumowująca przeprowadzona po okresie na jaki budowany jest niniejszy plan. Celem jej będzie ocena osiągnięć rynkowych firmy i ich zgodności z założeniami zawartymi w planie.

Osobami upoważnionymi do dokonywania ocen planu i zmian w planie są właściciel oraz zarząd firmy.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

5. Analiza Portera

Rysunek 1. Analiza środowiska konkurencji metodą „Pięciu sił PORTERA” dla



współpracę z tymi, którzy zaproponują najdogodniejsze warunki. Przedsiębiorstwo ma natomiast wpływ na dostawców opakowań, gdyż jest w stanie sama podjąć ich produkcję.

Siła oddziaływania poszczególnych nabywców i dostawców przedstawiona jest na rysunku (stopień oddziaływania jest wyrażony w skali 1-5).

5.2. Siła oddziaływania nabywców.

Siła oddziaływania nabywców w sektorze zabawek jest bardzo duża. To oni decydują przede wszystkim o produkcji asortymentu wyrobów. Przedsiębiorstwa

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

będą produkować te wyroby, które preferują klienci, zapewniając sobie szybszy zbył, a co za tym idzie, zwrot zainwestowanego kapitału.

Patrząc na zagadnienie ze względu na grupy klientów i ich siłę oddziaływania w sektorze, można stwierdzić, że:

- potencjalny klient ma duże znaczenie przede wszystkim w sprawie dotyczącej asortymentu produktów, będzie kupować te produkty, które trafią w jego gust,
- hurtownicy i detaliści mają duży wpływ na poziom zysku ze sprzedaży produktów. Więksi hurtownicy i detaliści mogą naciskać na obniżenie cen zakupywanych towarów, supermarkety i duże centra handlowe (posiadając znaczny głos w dyskusji, ze względu na m.in. ilość zamawianego towaru) dyktują bardzo niekorzystne warunki kontraktów, pojedynczy konsument posiada ograniczoną siłę nabywczą w związku z słabym wzrostem gospodarczym i wysokim bezrobociem.

Nabywcy produktów „Toys & Play” mają pewną siłę przetargową ze względu na:

- dowolność wyboru przy zakupie poszczególnych produktów;
- liczną grupę przedsiębiorstw produkującą wyroby ekologiczne; duży rozmiar asortymentu produktów;
- możliwość negocjowania warunków zakupu towarów (szczególnie stali kontrahenci).

Duży wpływ ma również „Toys & Play” na nabywców poprzez:

- sprzedaż niektórych swych wyrobów tylko zaufanym kontrahentom;
- większą siłę oddziaływania na mniejszych detalistów i hurtowników rynku lokalnego;
- wysoką jakość produktów - co jest dodatkowym atutem przedsiębiorstwa;
- możliwość wyeliminowania tych nabywców, którzy będą w przyszłości źródłem zagrożeń (nieterminowość i nie wywiązywanie się z umów);
- mała możliwość integracji pionowej - polegająca na tym, że nabywcom nie opłaca się produkcji tego typu wyrobów, gdyż stwarza to koszty i nakłady finansowe.

5.3. Konkurencja w sektorze i rywalizacja między istniejącymi firmami.

W sektorze, w którym będzie działało przedsiębiorstwo „Toys & Play” tj. zabawki ekologiczne, istnieje wiele firm konkurencyjnych. Ograniczając się do rynku w

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

którym prowadzić będziemy działalność „Toys & Play” można wyróżnić kilka znaczących przedsiębiorstw konkurencyjnych.

Do najbardziej liczących się firm konkurencyjnych na terenie Polski należy zaliczyć:

- „**MILENIUM**” Elżbieta i Włodzimierz Wolscy Wrocław
- „**Wapex**” Kraków,
- „**BARTEX**” Anna Bardzik-Buganik, Grzegorz Buganik Żagań
- „**Bajo**” Kamionna
- „**Drewniaki**” Poznań

Na rynku polskim funkcjonują kilkanaście zakładów tego typu. Celem wszystkich jest pozyskanie jak największej liczby kontrahentów oraz zaspokojenie potrzeb jak najszerzej rzeszy konsumentów. Różnią się one jednak wieloma aspektami tj. obszar działania, profil produkcji, szerokość asortymentu, liczba i wielkość odbiorców i inne. Dlatego też trudno jest określić ich udział w rynku. Dla jaśniejszego przedstawienia zagadnienia wybrano tylko te stanowiące największą konkurencję dla „Toys & Play” na terenie i w zasięgu jej działania. Procentowy udział poszczególnych przedsiębiorstw w rynku przedstawiony jest w poniższej tabeli. Firma „Milenium” stanowi jej podstawową konkurencję. Wiodącą pozycję w udziale w rynku zajmują „Drewniaki”, których łączny udział stanowi ok. 1/5 ogólnego udziału. Wiąże się to m.in. z szeroko prowadzoną akcją reklamową.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Tabela 2. Procentowy udział w rynku zabawek ekologicznych

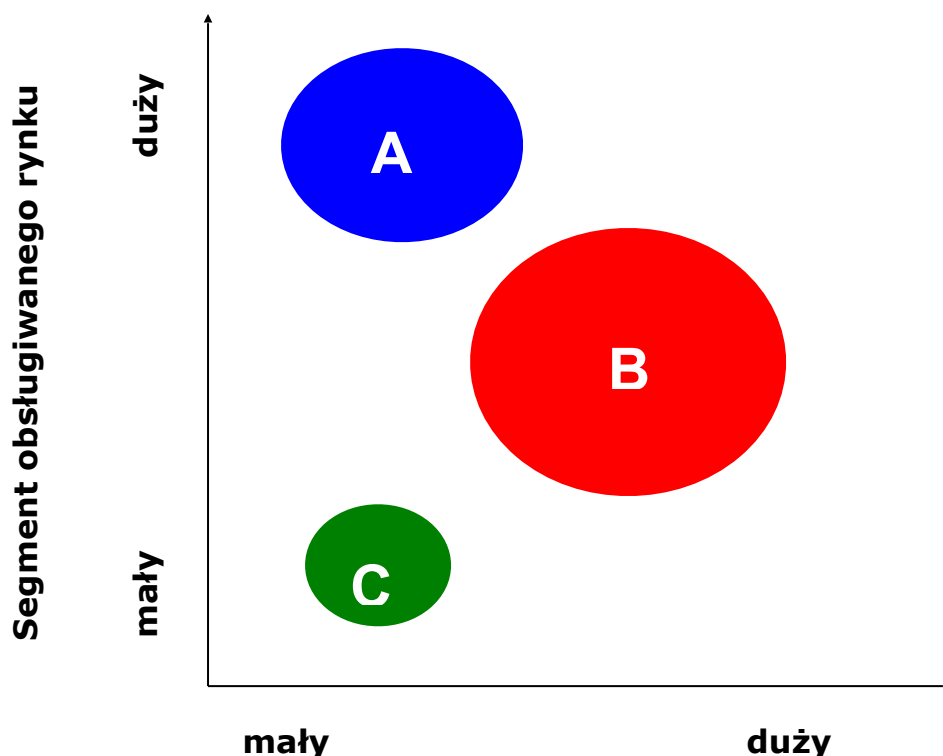
Producenci sektora	Udział w rynku w %			
	2000	2001	2002	2003
„MILENIUM”	18	18	17	22
„Wapex”	7	6	6	6
„BARTEX”	14	15	14	13
„Bajo”	6	7	7	5
„Drewniaki”	19	18	19	18
Inne	35	36	37	36

Do kryteriów, które różnicują strategie przedsiębiorstw w sektorze należy zaliczyć: jakość, poziom technologiczny, specjalizacja asortymentowa, ceny produktów, zakres obsługiwanego rynku, rodzaj klientów.

Z tych kryteriów, rozpatrzmy dwa najsilniej różnicujące strategie przedsiębiorstw, tj. asortyment produkowanych wyrobów i segmenty obsługiwanego rynku. Mapa grup strategicznych w sektorze przedstawiona jest na rysunku. Wielkość poszczególnych kół na rysunku, przedstawia udział w rynku każdej grupy strategicznej.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Rysunek 2. Mapa grup strategicznych



Asortyment produkowanych wyrobów

Grupa A skupia przedsiębiorstwa, które produkują nie duży asortyment produktów np.: „Bartex”, „Wapex” – produkują tylko zabawki edukacyjne, ale obsługują dużą ilość segmentów rynku. Mają one nowoczesne technologie, produkując wyroby o wysokiej jakości i oferując je po przystępnych cenach. Strategią ich jest również ekspansywna reklama.

Strategią przedsiębiorstw grupy B jest obsługa dużej ilości segmentów rynku przy wysokim asortymencie produktów. Jakość produktów jest również wysoka, dzięki nowoczesnej technologii produkcji. Ceny produktów są przystępne i zależą od asortymentu produktu. Koszty produkcji są średnie, dzięki dużym rozmiarom produkcji. Strategią tej grupy jest minimalizacja kosztów przez zwiększenie skali produkcji. Przedsiębiorstwa w tej grupie zdobywają klientów przez wysoką jakością produktów. Nastawieni są również na ekspansywną reklamę. Do tej grupy strategicznej zaliczymy takie firmy jak: „Milenium” oraz „Drewniaki”.

Do grupy strategicznej C należą przedsiębiorstwa produkujące małe ilości asortymentów produktów i zarazem obsługujące małe ilości asortymentów rynku. Ich produkty cechują się średnią jakością i mają niewygórowane ceny.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Przedsiębiorstwa ograniczają swe koszty dzięki zwiększonej skali produkcji. Przykładem z tej grupy może być „Bajo” jak i inne drobniejsi w regionie.

5.4. Konkurenci potencjalni- groźba pojawienia się na rynku nowych produktów.

Sektor zabawkarski jest sektorem o średniej dynamice popytu ale duża groźba pojawienia się nowych produktów istnieje. Atrakcyjność sektora jego dość wysoka. a jego rentowność jest również zagrożeniem pojawienia się nowych produktów.

Należy również zwrócić uwagę na innowacyjność w sektorze. Przedsiębiorstwa produkujące zabawki mają możliwość wprowadzania nowych produktów, jak i ulepszania już istniejących. Przyczynia się do tego m.in. postęp naukowo - techniczny, tendencje na rynku światowym jak i dość wysoki poziom technologiczny w sektorze.

Groźba pojawienia się nowych produktów związana jest również z groźbą wejścia na rynek nowych konkurentów. Ponieważ ten sektor jest dość atrakcyjny, to możliwość wejścia nowych konkurencji jest wysoka. Bariery wejścia w ten sektor są na dość wysokim poziomie, dlatego też praktycznie groźba pojawienia się nowej konkurencji, szczególnie krajowej, jest niewielka. Bariery wejścia związane są z:

- nakładami finansowymi na rozpoczęcie działalności,
- wysokim poziomem norm produkcyjnych - spełnieniem odpowiednich wymagań sanitarnych,
- wymóg projektowania w zgodności z normami stowarzyszonymi z głównymi wymaganiami Dyrektyw Unii Europejskiej- koszty związane z przyznaniem i zastosowaniem znaku CE.
- bogata oferta przedsiębiorstw już istniejących

Sektor zabawkarski, a szczególnie zabawek ekologicznych, jest w fazie wzrostu, co również może przyciągnąć potencjalnych konkurentów.

5.5. Groźba pojawienia się dóbr substytucyjnych

Groźba pojawienia się produktów substytucyjnych jest bardzo duża, gdyż jest to sektor atrakcyjny. Obecnie jeszcze nie występuje wiele produktów substytucyjnych na poszczególne wyroby. Do produktów substytucyjnych można zaliczyć między innymi: zabawki plastikowe takie jak klocki, samochody, domki

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

dla lalek, produkty tkaninowe oraz pluszowe jak lalki, pluszowe zwierzęta także zaspokajające potrzeby konsumenta.

Znaczną rolę w pojawieniu się substytutów, odgrywa wysoki poziom technologiczny, powodujący niższe koszty wytwarzania wyrobów, a co za tym idzie, lepsze możliwości produkcji nowych, udoskonalonych produktów, które w większym stopniu zaspokajają potrzeby.

6. Plan działalności operacyjnej

6.1. Technologia produkcji

Technologia produkcji będzie się opierała na najnowocześniejszej produkcji. Wszystkie zabawki będą produkowane na bazie naturalnego surowca jakim jest drewno. W przyszłości chcemy poszerzyć produkcję o zabawki szmaciane (np. lalki) i papierowe (modele do sklejanie).

Wszystkie maszyny do produkcji zabawek spełniają normy Unii Europejskiej, a tym samym są o obniżonej szkodliwości dla środowiska. Odpady z produkcji będą ponownie wykorzystywane.

6.2. Plan ilościowy produkcji.

Dziennie z taśmy produkcyjnej zejdzie 300 w pełni gotowych i zapakowanych kompletów zabawek (w tym 120 kompletów dużych, 120 małych kompletów, 60 kompletów znaków drogowych), co daje 6000 kompletów miesięcznie.

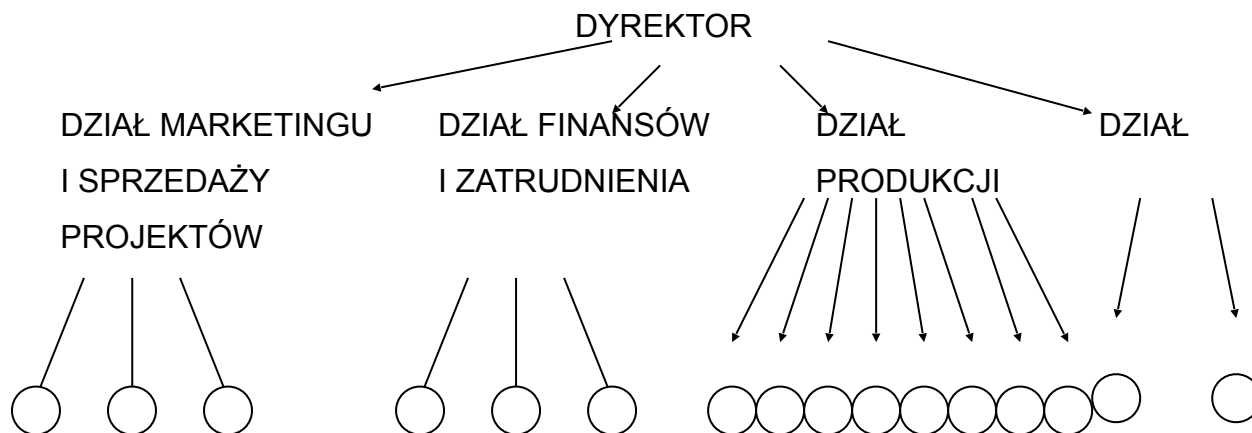
6.3. Zaopatrzenie

- ✓ Drewno – tartak w Kobiórze
- ✓ Farby – „Cieszynianka” w Cieszynie
- ✓ Opakowania + instrukcje – firma „TEK-DRUK”

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

7. Plan organizacji i zarządzania

7.1. Schemat organizacyjny



Przeływ informacji pomiędzy komórkami organizacyjnymi – pracownik zgłasza się bezpośrednio do kierownika działu a ten bezpośrednio do dyrektora.

8. Plan zatrudnienia

8.1. Struktura zatrudnienia

8.1.1. Struktura zatrudnienia wg stanowisk

- Dyrektor
- Kierownik działu (4 osoby)
- Pracownik umysłowy (8 osób)
- Pracownik fizyczny (8 osób)

8.1.2. Struktura zatrudnienia wg wykształcenia

- osoby z wykształceniem wyższym: 7 osób
- osoby z wykształceniem średnim: 8 osób
- osoby z wykształceniem zawodowym: 5 osób

8.2. System motywacji

8.2.1. System motywacji płacowej

Obowiązujące składniki wynagrodzeń

1. mające związek z wykonywaną pracą, to jest:
 - płaca zasadnicza,
 - premia, nagroda
2. gwarantowane Kodeksem Pracy:

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

- dodatkowe wynagrodzenie za prace w porze nocnej,
- dodatkowe wynagrodzenie za pracę w godzinach nadliczbowych,
- wynagrodzenie za postój niezawiniony,
- odprawa emerytalno-rentowa.

W przedsiębiorstwie będzie stosowany sformalizowany system oceny , na jego podstawie będą przyznawane nagrody i premie dla pracowników.

8.2.2. System motywacji pozapłacowej

Sposoby motywacji pozapłacowej:

- konkurs na pracownika miesiąca

9. Plan finansowy

9.1. Plan przychodów (miesięczny)

Komplet klocków (mały)	15,00 zł x 60 szt. = 900 zł
Komplet klocków (duży)	25,00 zł x 60 szt. = 1500 zł
Puzzle drewniane (małe)	10,00 zł x 60 szt. = 600 zł
Puzzle drewniane (duże)	20,00 zł x 60 szt. = 1200 zł
Klocki – znaki drogowe	30,00zł x 60 szt. = 1800 zł

9.2. Plan kosztów.

- Zaopatrzenie:

✓ Drewno (miesięcznie)	4000 zł
✓ Farby (miesięcznie)	5000 zł
✓ Maszyny (koszt jednorazowy)	
1. Heblarka wieloczynnościowa (2 sztuki)	14000 zł
2. Piła tarczowa	3500 zł
3. Wiertarka + zestaw narzędzi (2 sztuki)	1000 zł
4. Pistolet do malowania (6 sztuk)	300 zł
✓ Opakowanie i instrukcje (miesięcznie)	2500 zł
- Reklama i promocja (miesięcznie)	5000 zł
- Koszt wynagrodzenia pracowników (miesięczny)	
- Dyrektor	4500 zł
- Kierownik działu (4 osoby)	3500 zł x 4 = 14000 zł

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

- Pracownik umysłowy (8 osób) $2500 \text{ zł} \times 8 = 20000 \text{ zł}$
- Pracownik fizyczny (8 osób) $2000 \text{ zł} \times 8 = 16000 \text{ zł}$
- Wynajem pomieszczeń (zakład produkcyjny, 2 magazyny, pomieszczenia biurowe, sklep, pomieszczenia socjalne) miesięcznie 8000 zł
- Amortyzacja środków trwałych (miesięczna kwota amortyzacji)

Heblarka wieloczynnościowa

stawka amortyzacji 20%
 $20\% \times 14000 \text{ zł} = 2800 \text{ zł}$
 $2800 \text{ zł} / 12 = 233 \text{ zł}$

Piła tarczowa

Stawka amortyzacji 5%
 $5\% \times 3500 \text{ zł} = 175 \text{ zł}$
 $175 \text{ zł} / 12 = 14,6 \text{ zł}$

Wiertarka

Stawka amortyzacji 5%
 $5\% \times 1000 \text{ zł} = 50 \text{ zł}$
 $50 \text{ zł} / 12 = 4,2 \text{ zł}$

Pistolet

Stawka amortyzacji 10 %
 $10\% \times 300 \text{ zł} = 30 \text{ zł}$
 $30 \text{ zł} / 12 = 2,5$

Ogólny miesięczny koszt amortyzacji środków trwałych wynosi 254,30 zł

9.3. Plan rachunku wyników

Z kapitału początkowego (50000 zł) zostaną zakupione maszyny, oraz pierwsze koszty zaopatrzenia, reklamy i wynajmu pomieszczeń.

Na średni miesięczny koszt wyprodukowania jednego pełnego kompletu zabawek składa się:

✓ Amortyzacja	254,30 zł
✓ Zaopatrzenia	11500, 00 zł
✓ Reklama	5000,00 zł
✓ Zatrudnienie	54500,00 zł
✓ Koszty najmu	8000,00 zł
Razem	79254,30 zł

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Średni miesięczny koszt wyprodukowania jednego kompletu zabawek wynosi:

79254,30 zł / 6000 szt. = 13,21 zł

Planowany miesięczny przychód przy założeniu sprzedaży wszystkich wyprodukowanych kompletów zabawek wynosi:

120000 zł

Planowany miesięczny zysk wynosi:

120000 zł – 79254,30 = 40745,70 zł

10. Harmonogram głównych zamierzeń

10.1. Zamierzenia na nadchodzący rok:

- Wnikliwie obserwować zapotrzebowanie i rozwoju rynku.
- Kompleksowo analizować działalności konkurencji.
- Uzyskać możliwie jak największy wzrost ilości sprzedanych produktów
- Doskonalenie jakości produktu.
- Powiększać ofertę handlową o sprzedaż internetową.

10.2. Zamierzenia na najbliższe trzy lata:

- Wzrost udziału w rynku krajowym.
- Szukanie nowych rynków za granicą
- Budowa nowych i usprawnianie dotychczasowych kanałów dystrybucji.
- Rozwój i podnoszenie kwalifikacji pracowników przedsiębiorstwa.
- Rozbudowa naszej infrastruktury.
- Nieprzerwana kampania promocyjna mająca na celu kreowanie wizerunku firmy.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

11. Analiza SWOT

11.1. Mocne strony

Tabela 3. Mocne strony przedsiębiorstwa „Toys & Play”

<i>Silne strony</i>	<i>Waga %</i>	<i>Ocena</i>	<i>Średnia ocena ważona</i>
1. Wysoka jakość produktów.	16	4	0,64
2. Duży asortyment.	12	3	0,36
3. Niewygórowana cena.	15	5	0,75
4. Dobra akcja reklamowa	12	3	0,36
5. Spełnianie wymogów bezpieczeństwa i ekologii.	17	3	0,51
6. Produkcja w oparciu o krajowe komponenty.	17	4	0,68
7. Dobre zaplecze kierownicze i administracyjne.	11	2	0,22
SUMA	100 %	X	3,52

11.2. Słabe strony

Tabela 4. Słabe strony przedsiębiorstwa „Toys & Play ‘

<i>Słabe strony</i>	<i>Waga %</i>	<i>Ocena</i>	<i>Średnia ocena ważona</i>
1. Występowanie na rynku substytutów.	17	3	0,51
2. Podatność na naciski ze strony odbiorców.	12	2	0,24
3. Brak rozpoznawania marki firmy	15	3	0,45
4. Większe możliwości produkcyjne konkurentów.	16	3	0,48
5. Brak własnej bazy transportowej.	19	5	0,95
6. Brak własnej powierzchni użytkowej	21	5	1,05
SUMA	100%	X	3,68

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

11.3.Szanse


Tabela 5. Szanse przedsiębiorstwa „Toys & Play”

Szanse	Waga %	Ocena	Średnia ocena ważona
1. Unowocześnienie technologii produkcji.	14	3	0,42
2. Poszerzenie asortymentu.	17	4	0,68
3. Poszerzenie kanałów dystrybucji.	16	4	0,64
4. Zatrudnienie przedstawicieli handlowych.	15	3	0,45
5. Budowa własnych powierzchni użytkowych.	20	5	1
6. Wejście na rynek Unii Europejskiej.	18	4	0,72
SUMA	100%	X	3.91

11.4.Zagrożenia

Tabela 6. Zagrożenia dla przedsiębiorstwa „Toys & Play”

Zagrożenia	Waga %	Ocena	Średnia ocena ważona
1. Istniejąca konkurencja	27	4	1.08
2. Pojawienie się nowej konkurencji.	20	2	0,4
3. Recesja na rynku.	25	3	0,75
4. Wzrost siły przetargowej odbiorców.	28	3	0,84
SUMA	100%	X	3,07

S **3,52**
W **3,68**  **mini**
O **3,91**
T **3,07**  **maxi**

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Wybór strategii dla przedsiębiorstwa „Toys & Play“

Tabela 7. Zestawienie strategii

Szanse	maxi – maxi	mini – maxi
Zagrożenia	maxi – mini	mini – mini
	Mocne Strony	Słabe strony

Z analizy SWOT wyszła strategia mini – maxi tzn. **Strategia konkurencyjna** która polega na eliminowaniu słabych stron funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz budowaniu jego konkurencyjnej siły przez wykorzystanie szans sprzyjających rozwojowi.

Ocena szans i zagrożeń dla przedsiębiorstwa „Toys & Play”

Tabela 8. Ocena szans i zagrożeń

Zagrożenia	Szanse	duże	małe
małe		Idealne okazje	Interesy ustabilizowane
duże		Interesy spekulacyjne	Przedsięwzięcia kłopotliwe

Ocena szans i zagrożeń umożliwia wyróżnienie czterech typowych sytuacji i odpowiadających im przedsięwzięć z analizy SWOT wyszła sytuacja: idealnych okazji tzn. sytuacja, gdy dużym szansom wzrostu rynku towarzyszy niewielkie ryzyko pojawienia się zagrożeń.

Relacja pomiędzy silnymi i słabymi stronami przedsiębiorstwa „Toys & Play”

Tabela 9. Relacja pomiędzy silnymi i słabymi stronami przedsiębiorstwa

Silne strony	duże	małe
Słabe strony	Bezwzględna przewaga	Przeciętna
małe		

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

duże	Przewaga oparta na wybranych atutach	Przewaga słabości
------	--------------------------------------	-------------------

Relacja pomiędzy silnymi i słabymi stronami przedsiębiorstwa umożliwia wyodrębnienie czterech wariantów sytuacyjnych z analizy SWOT wyszła sytuacja bezwzględnej przewagi tzn. sytuacja, gdy silne strony przewyższają słabe i profil przedsiębiorstwa góruje nad profilem konkurentów.

Macierz obejmująca szczegółowe warianty sytuacyjne.

Tabela 10. Macierz wariantów sytuacyjnych.

Rodzaj przedsięwzięcia ze względu na relacje szans i zagrożeń	Sytuacja konkurencyjna przedsiębiorstwa			
	<i>Bezwzględna przewaga</i>	<i>Przewaga oparta na wybranych atutach</i>	<i>Przeciętna</i>	<i>Przewaga słabości</i>
<i>Idealne okazje</i>	Inwestować	Inwestować eliminując własne słabości	Inwestować i budować przewagę konkurencyjną	Eliminować słabości i naśladować lidera
<i>Interesy spekulacyjne</i>	Inwestować starając się neutralizować zagrożenia	Skupiać uwagę na okazjach pozwalających zrównoważyć zagrożenia atutami	Wykorzystywać selektywnie starając się zająć ewentualne nisze rynkowe	Wycofywać się
<i>Interesy ustabilizowane</i>	Podtrzymywać w miarę potrzeb	Podtrzymywać w miarę potrzeb	Podtrzymywać	Eliminować słabości i naśladować lidera
<i>Przedsięwzięcia kłopotliwe</i>	Wycofywać się	Wycofywać się	Wycofywać się	Wycofywać się

Macierz ukazuje potencjalne zróżnicowanie wariantów strategicznej sytuacji przedsiębiorstwa i związanych z nimi przykładowych opcji dotyczących kierunków dalszego działania.

„Toys & Play” – BIZNES PLAN

Spis tabel i rysunków dla punktu 11:

- Tabela 1. Budżet marketingowy
 - Tabela 2. Procentowy udział w rynku zabawek ekologicznych
 - Tabela 3. Mocne strony przedsiębiorstwa „Toys & Play”
 - Tabela 4. Słabe strony przedsiębiorstwa „Toys & Play”
 - Tabela 5. Szanse przedsiębiorstwa „Toys & Play”
 - Tabela 6. Zagrożenia przedsiębiorstwa „Toys & Play”
 - Tabela 7. Zestawienie strategii
 - Tabela 8. Ocena szans i zagrożeń
 - Tabela 9. Relacja pomiędzy silnymi i słabymi stronami przedsiębiorstwa
 - Tabela 10. Macierz wariantów sytuacyjnych.
-
- Rysunek 1. Analiza środowiska konkurencji metodą „Pięciu sił PORTERA” dla przedsiębiorstwa „Toys & Play”
 - Rysunek 2. Mapa grup strategicznych