**Orka kft. üzleti terve**

A vállalkozás küldetésének bemutatása

Az Orka kft háromféle hajó gyártásával és forgalmazásával foglalkozik, melyek különböző vevői igényeket elégítenek ki, ezáltal lehetőség van a piac nagyobb lefedésére. Ezt tekintjük a vállalkozás speciális kompetenciájának, hiszen kínálatunkat mindig az aktuális trend- és szezonhatás figyelembevételével tudjuk kialakítani.

A kft 2014-ben vezetőváltáson esett át, melynek következtében az új menedzsmentnek át kellett gondolnia, hogy mi legyen a vállalkozás alapvető célja és iránya.

Legfontosabb szempontnak a konszolidációt tartjuk, tehát az első évben meg kívánjuk szilárdítani a kft piaci helyzetét és megtartani vevőit, stabilizálni a vállalakozás pénzügyi helyzetét, optimalizálni a termelést, az erőforrások leggazdaságosabb kihasználásával. Ezt úgy kívánjuk elérni, hogy a már meglévő alapanyag-készleteinket felhasználjuk és késztermék készleteinket optimalizáljuk, szigorú fiskális politikát folytatva.

A második évtől kezdve célunk a vállalkozás és annak piaci részesedésének folyamatos növelése, reagálva a környezet állandó változására. Emellett a piac adta lehetőségeket kihasználva vezető szerepet kívánunk betölteni. A termelési kapacitásunk növeléséhez külső forrást kívánunk igénybe venni.

Üzletpolitika

Termelési politikánk legfőbb célja, hogy az adott gyártási kapacitásokat a lehető leghatékonyabban kihasználja, szem előtt tartva, hogy eredendően kereskedelmi cég vagyunk. A termelés optimalizálásához, és a ezzel a piaci kereslet minimális kielégítéséhez beruházásra lesz szükség, mégpedig egy új öntőműhely létesítésére. Ezzel az új termelő kapacitással a gyártott hajók olyan szortimentjét tudjuk kínálni, melyeknek gyártásakor 100%-osan kihasználjuk erőforrásainkat, és a termelt mennyiségek kielégítik a piacon felmerülő minimális keresletet. Mivel a menedzsment már az első évben sem elégszik meg a minimummal, ezért nagy hangsúlyt kívánunk fektetni a versenytársakkal való kooperációra a további hajók beszerzésére. Ha ez nem lehetséges, akkor cégünknek saját, vagy idegen forrás segítségével kell finanszírozni a nagy értékű beszerzéseket, az alacsonyabb ár elérése érdekében.

Értékesítési politikánk keretében különböző ösztönző, illetve befolyásoló eszköz alkalmazását tervezzük használni. Az árak kialakításánál mindig figyelembe vesszük a versenytársak által alkalmazott árpolitikát, ennek érdekében folyamatosan igénybe vesszük a MARKINFORM Piackutató Kft szolgáltatásait. Ennek köszönhetően olyan árakat tudunk kialakítani, mely elfogadható a vevők számára, ugyanakkor a vállalatunk számára a maximális nyereséget biztosítja.

Mivel az „A” hajó piacán a legárérzékenyebbek a vevők, igyekszünk az árakat a a piaci átlagár közelében tartani, (2900-3300 Euro/db) alacsony árrést alkalmazva. Ugyanakkor terveink szerint a második negyedévben növelni fogjuk az árakat, kb. 3500 Euróra, mivel ekkor a szezonális hatásnak köszönhetően megugrik a hajók iránti kereslet. Ennek a típusú hajónak a vásárlóközönsége kevésbé reklámérzékeny, ezért úgy gondoljuk, a lehető legkisebb összeget fordítjuk a hajó reklámozására. Ez az első évben 1000 Eurós összeget jelent havonta, melyet a második évben növelni kívánunk 5000 Euróra, ellensúlyozva az áremelésből adódó piacvesztést.

A „B” hajó vevői kevésbé árérzékenyek, ugyanakkor már nagyobb hatással van a vevőikre a reklámtevékenység. Éppen ezért igyekszünk a reklámköltségeket a piac bővülésével lépést tartva folyamatosan növelni a 2 év folyamán. Olyan árat kialakítva, mely a piaci átlagár alatt van (7000 Euro), ezzel kívánjuk növelni bevételünket és a piaci részesedésünket. Ezen a piacon a szoros verseny miatt, nem csak az áraink kialakítása befolyásolja piaci részesedésünket, hanem a „B” hajóra fordított marketing költség is. Mivel a célunk a 25%-os piaci részesedés elérése ezen hajótípusnál, ezért marketing költéseinket mindig a versenytársak fölé pozícionáljuk.

A „C” hajó vevői alig árérzékenyek a másik két hajó piacához képest, viszont nagyon reklámérzékenyek, ezért árainkat igyekszünk úgy alakítani, hogy a vevők által magasnak ítélt ár alatt, de a versenytársak által kínált árak átlaga felett maradjunk (18.000 Euro). Emellett intenzív reklámkampányt kívánunk folytatni, mely biztosítja a vevőink számának folyamatos növekedését, ill. a vállalat ismertségét is növeli. A második évben, mikorra a kft pénzügyei is konszolidálódtak, tovább kívánjuk növelni a reklámköltségeket, hogy a nyári szezonban magas bevételre tehessünk szert.

A két év folyamán végig 90 napos fizetési határidővel kívánunk dolgozni, mivel a vevők körében ez a legkedveltebb fizetési forma, ezáltal magasabb vásárlói létszámot biztosít. Ez a nyújtott fizetési határidő nem fog gondot okozni a konszolidáció első félévében sem, mivel az alacsony banki kamatok lehetővé teszik, hogy ezt az időszakot banki kölcsönből finanszírozzuk.

Az eladószám tekintetében igyekszünk azt az első évben 5-ről az optimális 7 főre növelni, amint pénzügyileg lehetőség lesz rá. Illetve a második évben tovább bővítjük a létszámukat a második negyedévben, amikor a szezonhatás növeli a keresletet és több eladóval sikeresebben lehetünk jelen a piacon, növelhetjük a piaci részesedésünket.

Piaci részesedésünk és szereplésünk alakulását piackutatással kívánjuk vizsgálni, valamint azt is, hogy a versenytársak milyen árakkal és mekkora reklámköltséggel dolgoznak. Ennek segítségével reagálni tudunk az esetleges változásokra és olyan árakat, illetve költségeket tudunk kialakítani, melyek biztosítani tudják számunkra a megfelelő bevételt, ezáltal a nyereség is növelhető.

Pénzügyi politika

Mivel 2014 elején az új menedzsment egy veszteséges és bizonytalan anyagi háttérrel rendelkező céget vesz át, ezért célunk elsősorban a vállalat pénzügyeinek rendezése, a beszállítói tartozások megszűntetése, és a vállalkozás nyereségessé tétele.

Ezen célokat több lépcsőben kívánjuk elérni. A piaci kereslet változásai miatt az új menedzsmentre váró két évet négy félévre kell bontani. Első félévben beszállítói tartozásaink rendezése, és a kényszerhitel elkerülése a cél, annak ellenére, hogy a második negyedév tervezett kereslet növekedésének kielégítése és a vevők számára biztosított 90 napos fizetési határidő nagy anyagi ráfordításokat igényel. Ezen nagymértékű forrásigényt a menedzsment tárgyalásos, illetve automatikus hitelből tervezi fedezni. A menedzsment a magas betéti kamatok/értékpapír hozamok (12%) illetve a kedvező hitel kamatok (6-8%) miatt választotta ezt a pénzügyi megoldást az értékpapírok értékesítése helyett.

A második félév alacsony kereslete, és a befolyó vevő követelések nem teszik szükségessé újabb hitelek felvételét. Sőt, a második negyedév magas kereslete várhatóan lehetőséget ad újabb értékpapírok vásárlására.

A harmadik félév során, a második év második negyedévében tervezett újbóli kereslet növekedés, és a vállalat tervezett piaci részesedésének növekedése újból idegentőke bevonását teszi szükségessé, melynek összege 4-5 millió Euró, futamideje 2 év. Hasonlóan az első félévhez, itt is a kedvező hozamok és hitelkamatok indokolják az azonos pénzügyi megoldás alkalmazását.

Negyedik félév során a visszaeső kereslet és a várhatóan erős előző negyedév befolyó vevő követelései, újból lehetőséget biztosítanak a cég számára értékpapír állományának növelésére és folyó hiteleinek zavartalan törlesztésére.

A menedzsment munkájának szervezése

Mikor vezetőségünk átvette a vállalatot, meg kellett határoznunk, hogy kik lesznek a kulcsemberek és ők hogyan fognak hozzájárulni a vállalkozás sikeréhez.

A menedzsmentet 4 fő alkotja, akik a cég vezetésében és működésében kulcsszerepet töltenek be, valamint befolyással bírnak a vállalkozás hatékony szereplésére.

A kft ügyvezető igazgatójának Osváth Dávidot választottuk, akinek feladata az igazgatóhelyettesek munkájának összehangolása, a feladataik delegálása és a felmerülő problémákra tett válaszlépések meghozatala. Fontos, hogy folyamatosan ellenőrizze, illetve vizsgálja a vállalkozás környezetét, hogy az esetleges változásokra reagálni tudjunk. Mivel a vállalkozás csak akkor maradhat fenn hosszú távon, ha dinamikusan fejlődő rendszerré válik, az ügyvezető igazgatónknak komplex feladata van. Össze kell hangolnia az összes működési tevékenységet, illetve azokat bővíteni és tökéletesíteni kell. Ezért is szükséges, hogy a cég sajátos arculat kialakítására törekedjen és kooperáció révén növelje a vállalatot.

Kiss Adrienn a kereskedelmi igazgatóhelyettesi posztot tölti be. Fontos feladata a potenciális kereslet meghatározása, figyelembe véve a piac fejlődését és a szezonális együtthatókat. Ezen számadatok alapján dönti el a vezetőség, hogy az adott negyedévben mekkora mennyiséget érdemes előállítani, esetlegesen kooperáció útján beszerezni. A kereskedelmi igazgatóhelyettes feladata a versenytársakkal történő tárgyalás, mind a közös beszerzésekről, mind a vállalatok közti nyersanyag vagy hajók kereskedéséről. Emellett meghatározza, mekkora összeget érdemes fordítani reklámköltségre, hogy az a lehető leghatékonyabban fejtse ki hatását, valamint javaslatot tesz a hajók árának kialakítására. Emellett részt vesz az eladók kiválasztásában, hogy a legtapasztaltabb szakemberek segítségével jobban lefedjük az adott piaci területet és színvonalasabbá váljon a vevőink kiszolgálása. Célunk, hogy a második évben növeljük az eladóink számát, ezáltal növelni tudjuk az eladást.

A műszaki igazgatóhelyettesi tisztet Pollák Endre tölti be, kinek feladata a gyártókapacitás optimális kihasználtságának megszervezése, a biztonságos dolgozói atmoszféra megteremtése. Meghatározza az egy-egy hónapra szükséges nyersanyagmennyiséget, illetve kiszámítja az A, B és C hajók előállítási költségét, aminek segítségével optimális eladási ár alakítható ki.

Dobó Gergely pénzügyi igazgatóhelyettes feladata a napi operatív pénzügyi döntések előkészítése, illetve meghozatala. A klasszikus feladatok, mint a költségvetés elkészítése, adózás, belső könyvvizsgálás és pénzügyi kimutatások mellett modern feladatokat is ellát. Többek között kapcsolatot tart a bankokkal, ő felelős a pénzgazdálkodásért és megköti a vállalat biztosításait. Mindezen feladatok célja, hogy megszerezze a vállalkozás tőkéjét és kezelje azt.