

АНТИКРИЗИСНА ПРОГРАМА
за финансово стабилизиране и продължаване на досегашната на
„Явор“ АД, гр. Петрич

Световната финансова криза започва да се усеща засега по-силно в корпоративния сектор на потребление на мебели и в износа. Очаква се намаляване на закупуването на мебели на кредит поради ограничените ресурси на банките. Това също ще окаже отрицателно влияние върху производството. Въпреки че в производството на мебели се използват по-малко дългосрочни кредити, адаптирането на кредитните институции към пазара ще окаже стагниращо въздействие върху инвестиционните процеси в бранша.

Доколкото търговията и потреблението на мебели в ЕС се свиват, най-силно ще бъде засегнат износът за тези страни, а също и за северноамериканските пазари. Ако приемем, че около 20% от производството на мебели в България се изнася, то намаляването на износа за посочените пазари може да доведе до спад в производството с приблизително 5%. Трябва да се има предвид, че на практика няма големи български производители, чието производство е ориентирано изцяло за износ или когато има такива, те са подсигурени с дългосрочни договори, вследствие на което не би трябвало да се очакват тежки последици и евентуалният спад ще бъде разпределен равномерно между предприятията.

Около 10% от производството на мебели е насочено към корпоративните потребители: хотели, ресторанти, офиси и др. Вече се наблюдава известно намаляване на „корпоративните“ поръчки, в резултат на което се очаква спад с около 4% на общото производство на мебели. Преобладаващата част от продукцията е насочена към еднолични, крайни потребители, при които засега търсенето е на същите нива. Намаляването на обема на строителството неизбежно ще намали потреблението на обзавеждане, но едва през втората половина на 2009 г.

Българският потребител традиционно купува стоки, в т. ч. и мебели, в брой. Все пак сред новодомците, особено младите домакинства, се очертава малка група, пазаруваща на кредит; същото се отнася и за определени корпоративни потребители. Може да се очаква, че затруднението в кредитирането от страна на банките също би повлияло отрицателно върху пазара на мебели, но с не повече от 1 до 2%.

При условия на финансова криза е много по-вероятно да оцелеят средните по големина предприятия, които работят в определени сегменти на пазара.

Сериозен проблем пред сектора е набавянето на достатъчно количество дървесина за мебелното производство. Сега недостигът се компенсира с внос от Румъния и Русия. Положителен фактор е и нарастващото производство на изделия от алтернативни на дървото материали.

Наблюдаваната през последните години тенденция за увеличаване вноса на мебели в страната ще се засили с развитието на световната икономическа криза. Предстоящото откриване на магазин на ИКЕА в България също ще увеличи натиска върху местните производители. Според специалисти този магазин ще реализира около 50 млн. евро годишен оборот, от който приблизително половината от мебели. Като цяло увеличаването на вноса на мебели, в т. ч. и продаваните от ИКЕА, ще доведе до намаляване реализацията на българските производители с 3-5%.

Според доклад на Европейската асоциация на мебелопроизводителите (UEA) за състоянието на мебелната промишленост в Европа се очертават три групи страни: „Новите“ икономики като Русия, Украйна, Турция, Румъния и донякъде България ще продължат да увеличават производството си на мебели независимо от кризата. Неизползвани резерви за износ са пазарите в Близкия Изток и бившите съветски републики, които могат да допринесат значително за забавяне или спиране на негативните тенденции. За големите традиционни производители на мебели като Германия, Италия, Австрия и др. се предвижда растеж с около 4 до 8% за 2008 г., който е по-малък от очаквания. Други развити икономики като Англия и Испания, които са имали бурен растеж порез последните години, очакват силна рецесия в производството на мебели и спад, особено за вътрешния си пазар, надхвърлящ 50%.

Финансовата криза рефлектира и чрез засилване липсата на организация, кадри и качествен контрол. Според него решение на проблема може да се търси в осъществяването на проекти по европрограмите "Конкурентоспособност" и "Развитие на селските райони".

В заключение може да се обобщи, че при обичаен ръст на производството на мебели в България през последните години от 20 до 25%, за 2008 г. се очаква също ръст, но само с 10 до 15%, докато през 2009 г. може да се очаква вече и спад с около 10% в сравнение с 2008 г.

Анализът предлага три антикризисни стратегии: защита, нападение и готовност за работа при влошаване на условията.

Защита: Как да обезопасим своя бизнес?

Да увеличим вниманието към постоянните клиенти;

Да намерим начин да получавате допълнителни доходи от постоянните клиенти.

За повечето търговски дружества е в сила законът на Парето: 20% постоянни клиенти дават 80 на сто от доходите на фирмата. Съответно 80% временни потребители дават 20% от доходите. По тази причина е препоръчително да съкратим разходите си по обслужването на 80-те процента нискодоходни клиенти с от 2 до 4 пъти минимум, а освободилото се време да изразходваме за високодоходните клиенти.

Нападение: Как и къде да инвестираме?

Да уточним продуктовото позициониране;

Да увеличим маркетинговия бюджет на антикризисните продукти;

Да развием агентски програми.

От всичките си услуги и продукти следва да отделим тези, които помагат на клиентите ни да икономисат време и пари. Това са нашите „антикризисни“ продукти. Маркетинговата практика налага конкретно да се опише това, което икономисва потребителят, и да се рекламира изгодата.

Да се проучи възможността за създаването и развитието на агентски програми с участието на физически лица. Безработицата се увеличава. Хората търсят с какво да се препитават - ако не си намерят бързо работа, ще им се наложи да разучат всички предложения, в това число и тези без постоянна заплата.

Мобилизация: Как да максимализираме печалбата?

Да повишим качеството на работа с клиентите;

Да съкратим разноските.

Да преразгледаме отношенията с доставчиците. Конкуренцията се засилва и е възможно да намерим нови доставчици с по-изгодни условия за сътрудничество.

Незабавно да предприемем действия за събиране на несъбраните си вземания особено за нискодоходните клиенти.

Своевременно да се реализират възможните съкращения в щата, преди сризата да застраши целия състав от работници и служители.

Където трудовата функция на работника или служителя позволява това – да се обвърже трудовото възнаграждение с резултата от работата.

СД предлага на Общото събрание да одобри предложената антикризисна програма.

ИЗП.ДИРЕКТОР

