



# Отчет общерыночная ситуация и план работ

*Коммерческий директор:*

*Пажанковский  
Константин  
Владимирович*



## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Обзор рынка ДСП и ЛДСП
2. Анализ и прогноз продаж
3. Анализ мероприятий по увеличению доходности продаж



# 1.ОБЗОР РЫНКА ДСП и ЛДСП

1.1. Общерыночные тенденции

1.2. Прогноз емкости рынка ЛДСП и ДСП

1.3. Общерыночное производство  
(ввод новых мощностей)



## 1.1. Общерыночные тенденции:

- ✓ Продолжительная стагнация рынка, связанная со снижением динамики потребления;
- ✓ Ввод новых производственных мощностей;
- ✓ Уменьшение конечной цены продукта (по оценкам экспертов цены реализации в СФО ДВФО уменьшаться на 15% и общерыночная цена ДСП снизится до 4900руб.м3(средняя с/с +5%, новой линии ДСП);
- ✓ Импортзамещение, как природный ответ на ужесточение конкуренции (дополнительный освободившийся объем – до 2 000 000 м3 в год);
- ✓ Начало процесса вытеснения с рынка старых не рентабельных предприятий (ПЛПК (100 тыс. м3), ЖФК (200 тыс. м3), ПФК (150 тыс.м3), УИДЗ (150 тыс.м3), ВДК (100 тыс. м3) и т.д.) дополнительный объем замещения – 850 000 м3 в год.
- ✓ Появление новых мер в сфере продаж у конкурентов (дополнительные скидки, программы для диллеров).



### Обзор ситуации у конкурентов:

Конкурент	Мероприятия в сфере продаж	Причины
<b>Кроношпан</b>	<p>предоставление дополнительной скидки 5% на июнь-июль месяц 2014г.</p> <p>С 2014 года (дата не установлена) основной дилер будет работать только с Кроношпан и еще одним заводом (скорее всего Кроностар)</p>	<p>увеличение с 2014 г выпуска плиты (в связи с покупкой и запуском ЭЗДСП) привело к перенасыщению складов.</p> <p>запуск в 2016 -2017 году нового завода по производству ДСП в Уфе (объем выпуска до 1 000 000 м3 в год.)</p>
<b>Ува-древ</b>	захват новых территорий рынка	<p>до конца 2014 года будет введен в эксплуатацию дополнительный цех по производству ДСП</p> <p>увеличение произойдет с 200 000 до 500 000 м3 плит в год</p>
<b>Югра-плит</b>	склады компании заполнены готовой продукцией, в ближайшее планируется остановка завода	увеличение выпуска продукции на 100%, в итоге среднегодовой выпуск продукции составляет 265 000 м3 в год
<b>Кроностар</b>	<p>предоставление дополнительной скидки дилерам 5% в случае увеличения заявленного потребления не менее чем на 30%</p> <p>Остановка линии по выпуску плит ДСП с 9/06 по 21/06</p>	в связи с невозможностью увеличения реализации продукции

### 1.2. Прогноз емкости рынка ДСП и ЛДСП

Окончание преобразований рынка планируется на конец 2017 начало 2018 гг, после чего рынок начнет отыгрывать свои позиции.

Прогноз динамики спроса и предложения рынка ДСП и ЛДСП



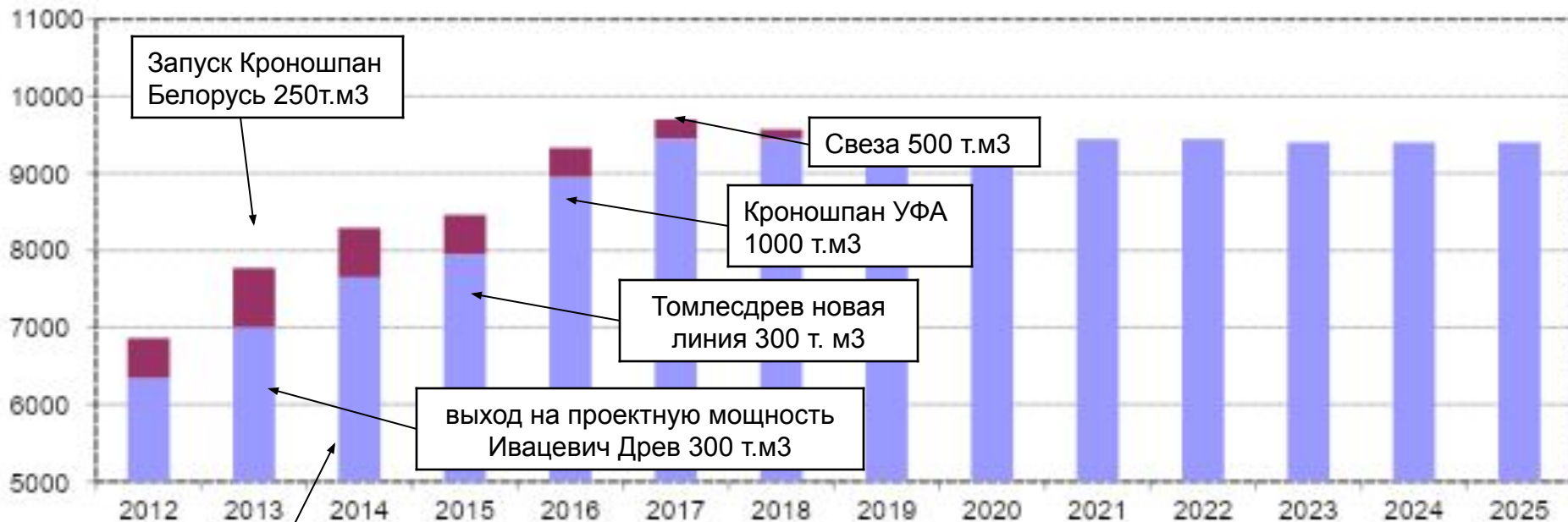
Данная прогнозная модель учитывает:

- увеличение общего спроса и рост потребления ДСП и ЛДСП на уровне не ниже 4% в год,
- постепенное и полное импортозамещение к 2018 году,
- ввод новых производственных мощностей (см. следующий слайд),
- вытеснение с рынка старых не рентабельных предприятий.



### 1.3. Общерыночное производство ДСП и ЛДСП

#### Динамика производства с учетом ввода новых мощностей



выход на проектную мощность Югра плит	250 т.м3
Покупка Электрогорск мебель Кроношпаном	100 т.м3
Запуск новой линии Ува Древ	200 т.м3
выход на проектную мощность Югра плит	100 т.м3

■ Объем производства ■ Объем импорта

- За счет ввода данных проектов к 2018 году общерыночное предложение плиты увеличится на 3000 тыс.м3,
- За пять лет объем производства в России вырастит на 50%.



## 2.АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ ПРОДАЖ

- 2.1. Анализ конкурентных преимуществ ОАО «УИДЗ»
- 2.2. Перспективные регионы продаж ЛДСП
- 2.3. Структура продаж ДСП и ЛДСП по регионам
- 2.4. Сезонность продаж ДСП и ЛДСП
- 2.5. Структура продаж по клиентам
- 2.6. Плановые показатели продаж на 2014 год
- 2.7. Прогноз продаж ДСП на август
- 2.8. Прогноз продаж ЛДСП на август



## 2.1. Анализ конкурентных преимуществ ОАО УИДЗ

Показатели	Плюсы	Минусы
<b>Качество</b>	Соблюдение ГОСТа в независимости от затрачиваемых ресурсов.	В настоящее время стандарты качества падают, и особо-качественная плита является не принципиальным плюсом в продаже. Многие производители даже готовы работать с плитой менее плотной в связи с требованиями оборудования.
<b>Количество декоров</b>		Отсутствие новых современных тенденций в линейке декоров – дает медленное развитие нам и нашим клиентам.
<b>Виды тиснений</b>		Основные игроки рынка имеют как минимум 3 основных и 2 дополнительных вида теснения для удовлетворения всех потребностей рынка
<b>Месторасположения</b>	Приближенность к основным рынкам сбыта дает компании возможность выживания.	
<b>Формат</b>		Формат выпускаемой плиты не дает возможности расширения групп клиентов. В итоге мы остаемся на усеченной группе клиентов и теряем рынок мелкооптовых производителей
<b>Сырье</b>	Стоимость древесного сырья (Средняя стоимость баланса конкурентных предприятий более 800 руб.м3)	Стоимость смолы на нашем предприятии выше обще рыночной на 1200 руб./тонна



## 2.2. Перспективные регионы продаж ЛДСП

Перспективные регионы продаж определены в соответствии со следующим расчетом.

1. Были определены цены **Кроностара** в каждом регионе с учетом расходов на доставку продукции (в таблице цены без НДС).

Регион	Объем рынка м3	Цена на заводе руб. за 1 м2	Цена транспортных расходов руб. на 1 м2	Цена в регионе руб. за 1м2	
				Позитивный прогноз	Негативный прогноз
ДВФО	3000	136	52	188	180
Иркутская область	3000	136	47	183	175
Красноярский край	4000	136	36	172	165
Новосибирская область	2000	136	30	166	159
Омская область	2000	136	25	161	154



2. Далее исходя из проходных цен по каждому региону и транспортных расходов на доставку продукции из Усть-Илимска в эти регионы, определена **конкурентоспособная цена для ОАО «УИДЗ»**.

Данная цена позволит заводу работать на данных регионах и освоить потенциальный объем продаж.

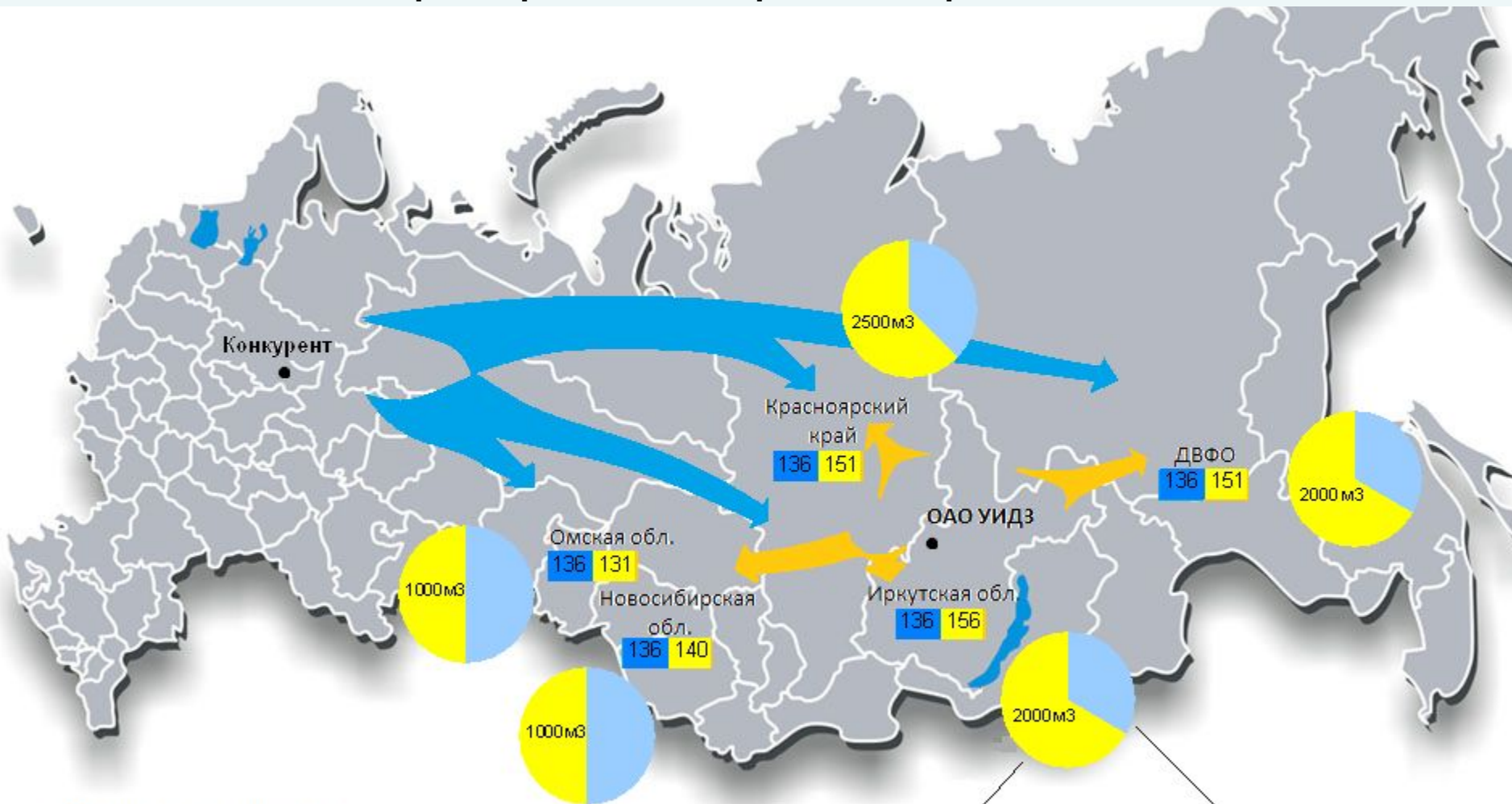
(в таблице цены без НДС)

Регион	Потенциальный объем продаж м3	Цена в регионе руб. за 1м2		Цена транспортных расходов руб. на 1 м2	Цена на заводе руб. за 1 м2	
		Позитивный прогноз	Негативный прогноз		Позитивный прогноз	Негативны й прогноз
ДВФО	2000	188	180	29	151	159
Иркутская область	2000	183	175	19	156	164
Красноярский край	2500	172	165	14	151	158
Новосибирская область	1000	166	159	19	140	147
Омская область	1000	161	154	23	131	138
<b>Итого</b>	<b>8500</b>					

Предполагается добрать объем продаж ЛДСП до 10 000 м3 в месяц дополнительными регионами (Бурятия, Кемеровская и т.д.)



### Карта перспективных регионов продаж ЛДСП



Условное обозначение:



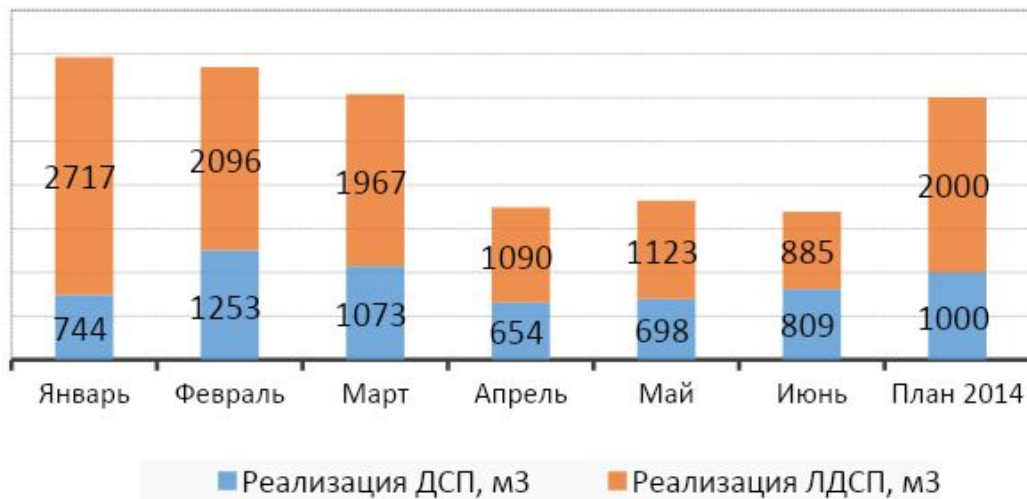
Потенциальный объем продаж ОАО УИДЗ

Доля конкурентов

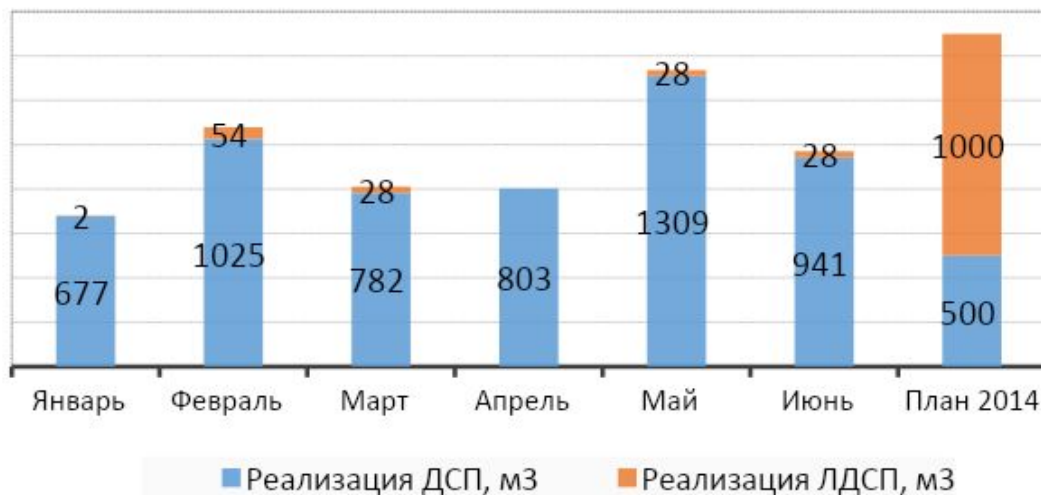


### 2.3. Структура продаж ДСП и ЛДСП по регионам

#### Иркутская область

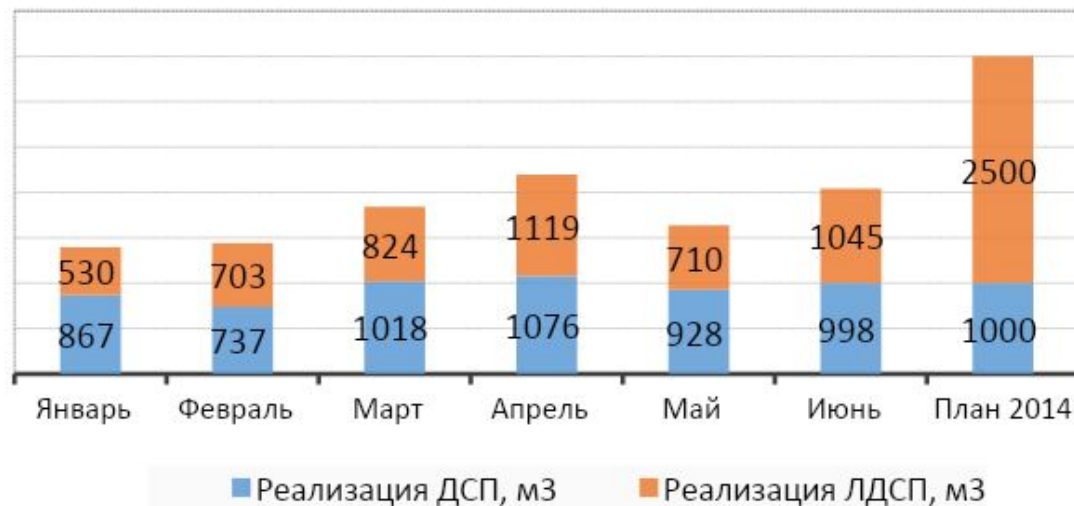


#### Новосибирская область

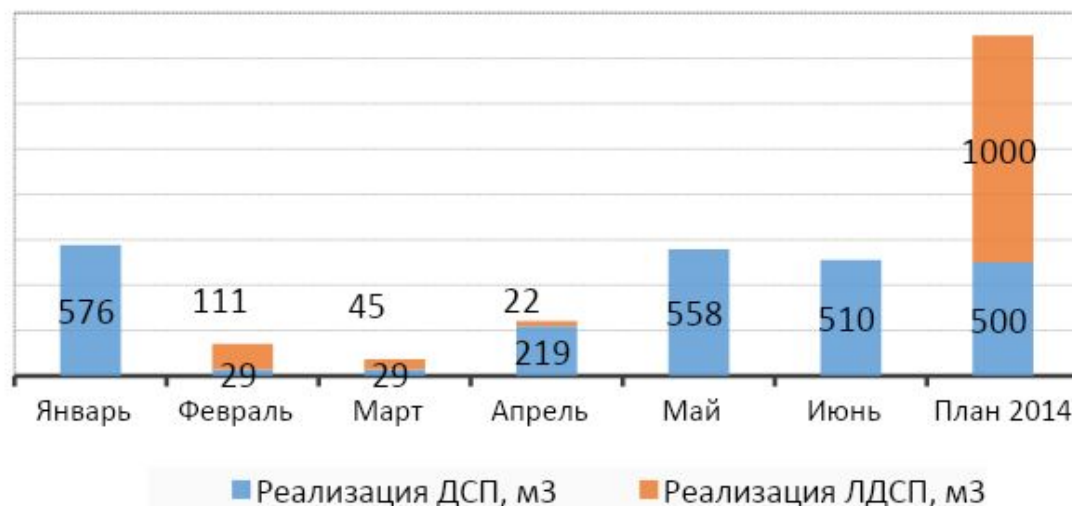




### Красноярский край

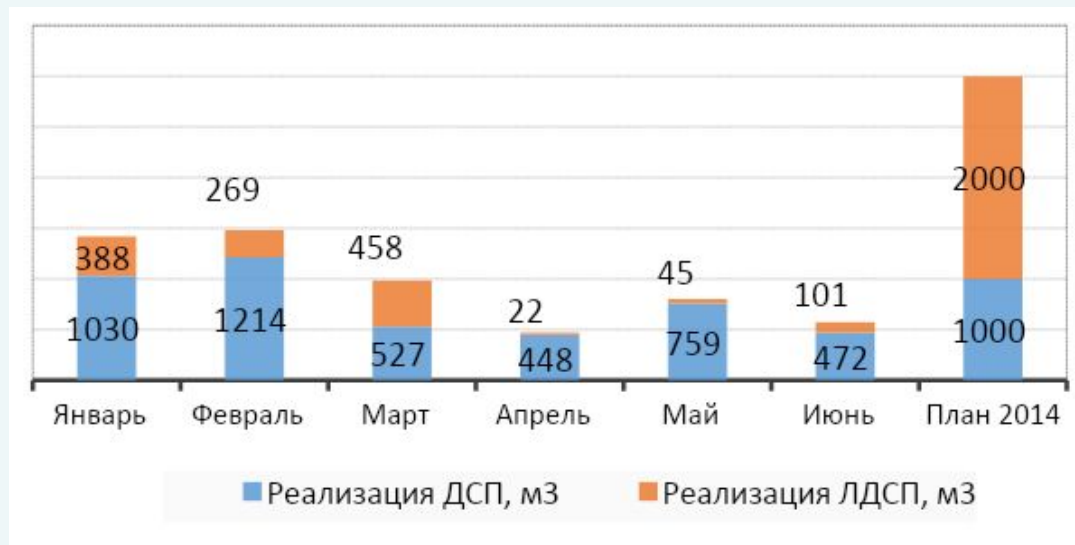


### Омская область





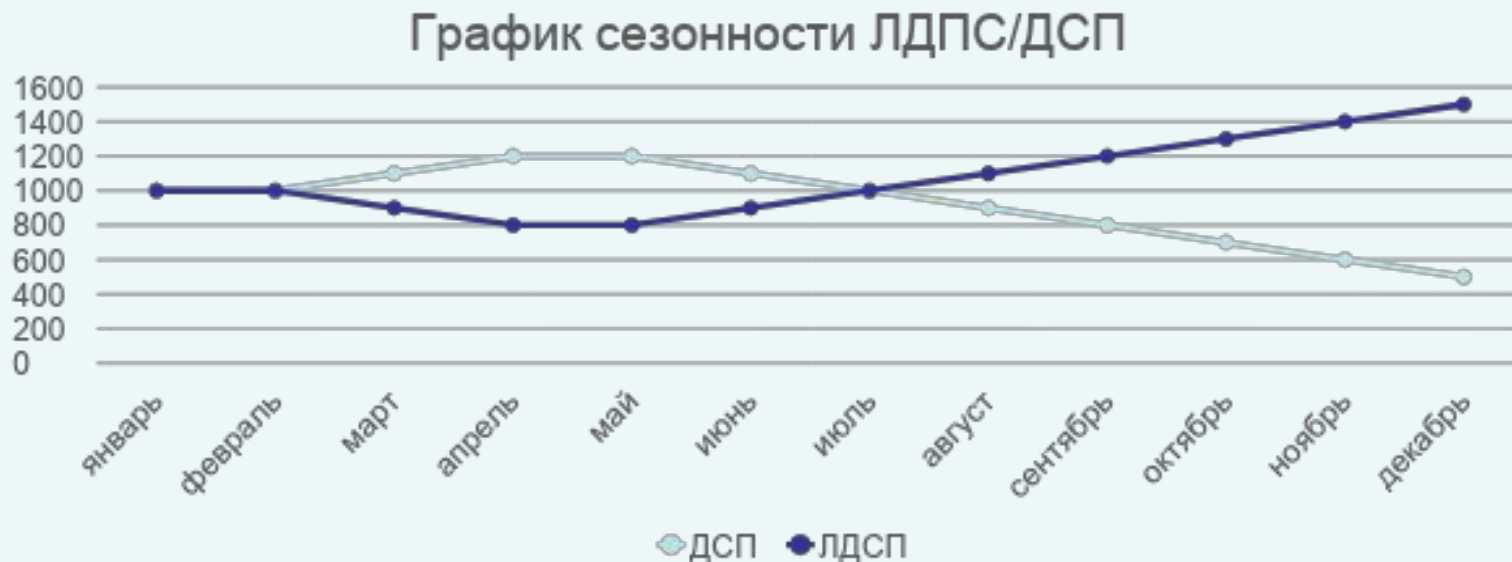
### Дальневосточный Федеральный округ



## 2.4. Сезонность продаж ЛДСП и ДСП

Как видно из графика сезонные спады продаж ЛДСП и ДСП не полностью совпадают, поэтому данный аспект позволит нам более мягко переживать сезонность продукции.

### Сезонная динамика продаж ДСП и ЛДСП



Продажи ДСП предлагается не сокращать полностью, а оставить на уровне 2000-4000 м3 в месяц.

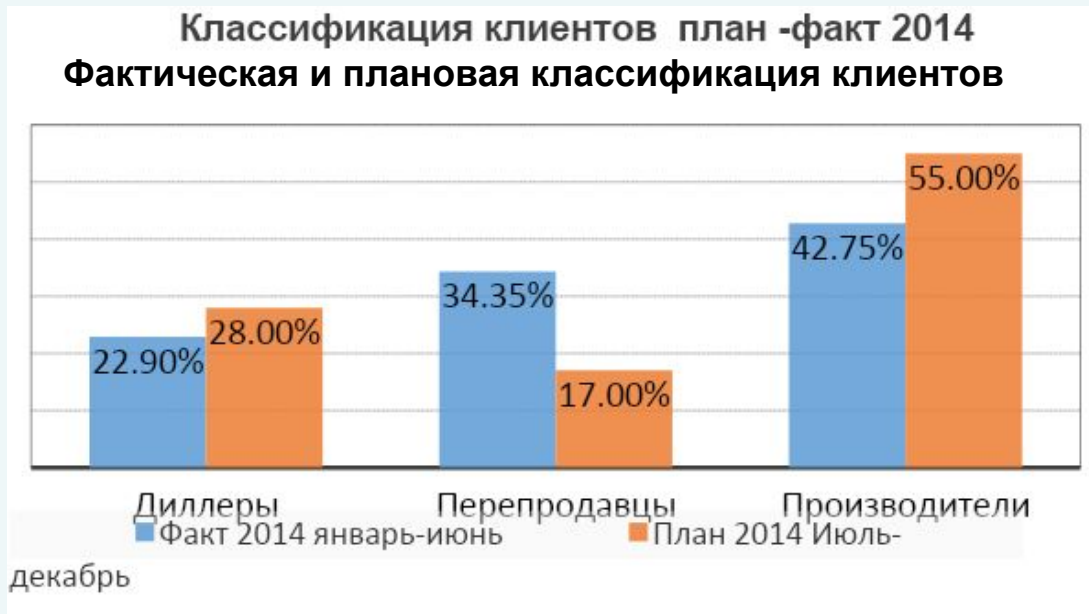


# Динамика продаж январь-июль 2012-2014



## 2.5. Структура продаж по клиентам

Текущая структура клиентов характеризуется высокой долей перепродавцов, что не благоприятно влияет на планирование продаж.



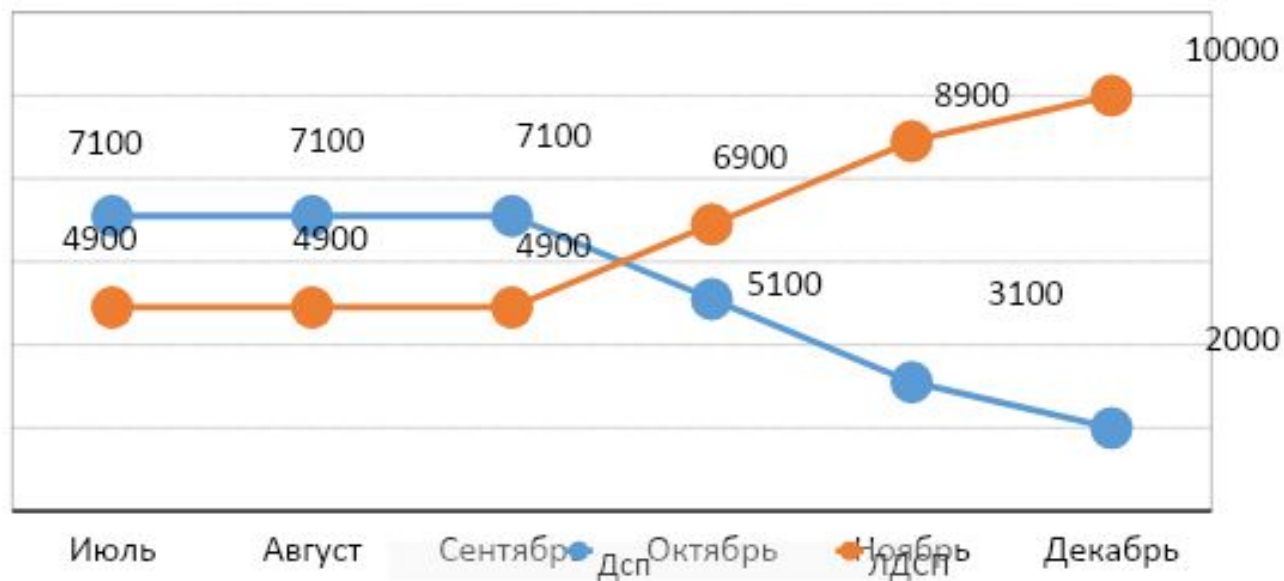
Предлагается изменить клиентскую структуру в пользу производителей, объемы потребления которых более точно прогнозируются и дилеров, которых завод может контролировать.

## 2.6. Плановые показатели продаж ЛДСП и ДСП

На основании выше проведенного анализа можно запланировать следующие показатели по продажам ДСП и ЛДСП.

### Плановый объем продаж по продукции, м3

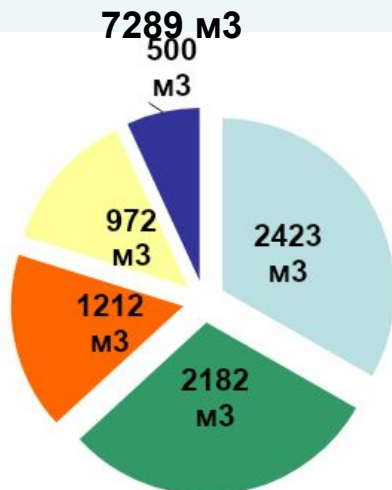
Плановые показатели продаж ЛДСП/ДСП Июль-Декабрь 2014



Достижение данных показателей возможно за счет внедрения выше описанных предложений.

### 2.7. Прогноз продаж ДСП на август

#### Объем заказов ДСП на август



- Красноярский край
- ДВФО
- Иркутская область
- Челябинская область
- Омская область

Наименьшая цена продаж в Челябинской и Омской областях, связана с высокой долей транспортных расходов в конечной цене реализации.

Красноярский край, ДВФО и Иркутская область основные три региона, которые обеспечат 80% реализации ДСП.

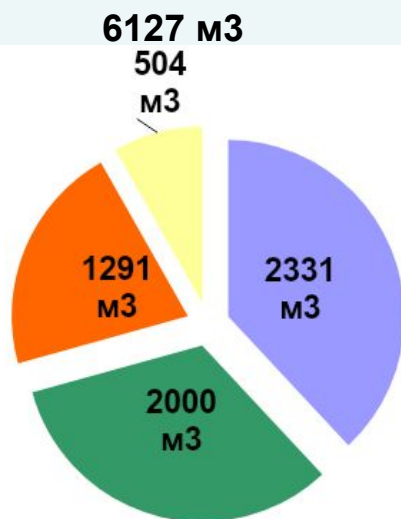
Остальные 20% придется на Челябинскую и Омскую области.

**Средняя цена продаж ДСП - 93,80 р.  
по регионам:**

Регион продаж	Доля в объеме продаж	Средняя цена
Красноярский край	33%	94,00 р.
ДВФО	30%	97,00 р.
Иркутская область	17%	103,00 р.
Челябинская область	13%	79,18 р.
Омская область	7%	85,00 р.

### 2.8. Прогноз продаж ЛДСП на август

#### Объем заказов ЛДСП на август



- Иркутская область
- Красноярский край
- ДВФО
- Остальные области

Наибольшая цена в Иркутской области связана с лидирующими позициями завода в данном регионе продаж, доля рынка более 80%.

Иркутская область, Красноярский край и ДВФО основные три региона, которые обеспечат 92% реализации ЛДСП.

Остальные 8% на дополнительные регионы.

**Средняя цена продаж ЛДСП – 166,7р.  
по регионам:**

Регион продаж	Доля в объеме продаж	Средняя цена
Иркутская область	38%	181,00 р.
Красноярский край	33%	152,00 р.
ДВФО	21%	165,00 р.



## **3. АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОХОДНОСТИ ПРОДАЖ**



## Дорожная карта коммерческого отдела

Мероприятие	Цели	Этапы работы	Сроки проведения
<p><b>1. Уменьшение цены транспортных расходов</b></p>	<p>Увеличение средней цены продаж на предприятие</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведение ежеквартального тендера на предоставление транспортных услуг.</li> <li>- Выбор наиболее оптимального логистического процесса (составление аналитических таблиц авто/жд. )</li> <li>- Подбор более выгодного способа доставки для предприятия.</li> </ul>	<p>Ежеквартально</p>
<p><b>2. Изменение способов упаковки и норм загрузки продукции</b></p>	<p>Увеличение средней цены продажи</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведение анализа видов упаковки конкурентов.</li> <li>- Составление новых норм упаковки.</li> <li>- Выбор способов увеличения норм загрузки в единицу транспорта.</li> <li>-Составление новых норм загрузки в единицу транспорта.</li> </ul>	<p>Июнь-Июль 2014г.</p>
<p><b>3. Выбор оптимального качества выпускаемой продукции</b></p>	<p>Уменьшение с/с готовой продукции.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Составление таблицы соотношения качества к нормам расхода основного сырья (основываясь на практических исследованиях)</li> <li>-Выбор наиболее выгодного соотношения качества к нормам расхода основного сырья.</li> </ul>	<p>Июнь-июль 2014г.</p>



Дорожная карта коммерческого отдела

продолжение таблицы

Мероприятие	Цели	Этапы работы	Сроки проведения
<p><b>4. Расширения географии продаж</b></p>	<p>Увеличение объема продаж плиты ЛДСП</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Развитие рынка ДВФО.</li> <li>- Развитие рынка Иркутской, Омской, Новосибирской, Красноярской области.</li> </ul>	<p>Июнь-Декабрь 2014 г.</p>
<p><b>5. Структурирование продаж</b></p>	<p>Увеличение объема продаваемой плиты ЛДСП, менее острое переживание сезонности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ имеющихся рынков продаж по структуре клиентов</li> <li>- Выбор наиболее эффективных представителей в регионе.</li> <li>- Заключение договоров с дилерами на условия обязательных объемов и средневзвешенных цен.</li> <li>-Открытие собственных представительств в городах при отсутствии эффективных дилеров.</li> </ul>	<p>Июнь – Декабрь 2014</p>
<p><b>6. Переход на новый формат выпуска продукции</b></p>	<p>Увеличение объема продаж</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ конкурентных предприятий по структуре декоров, ценовой политике декоров, видам тиснений.</li> <li>- Составление новой ценовой политики с учетом цен на декоры и тиснение</li> <li>- Составление новой коллекции декоров и тиснений</li> <li>-Проведение презентации новой коллекции</li> </ul>	<p>Июнь – Декабрь 2014 г</p>





### 3.1. Уменьшение цены транспортных расходов

Проведен тендер на уменьшение цены пользования вагонов

#### Расчет экономического эффекта

Направление отгрузки	Ставка до 15.06.2014 руб. вагон.	Ставка после 15.06.2014 руб. вагон	Среднее количество вагонов по направлению в месяц шт.	Изменение руб. за 1вагон	Изменение Итого руб./мес.	% Изменения
Краснояск	23 000	10 000	20	13 000	260 000	56%
Челябинск	21 000	12 000	10	9 000	90 000	42%
Батарейная	39 000	30 000	10	9 000	90 000	23%
Новосибирск	27 000	16 000	10	11 000	110 000	40%
Улан-Уде	38 000	28 000	10	10 000	100 000	26%
Благовещенск	71 000	46 000	10	25 000	25 000	35%
<b>Итого экономический эффект руб./мес.</b>					<b>685 000</b>	

Работы по данному направлению не прекращаться, каждые **2-3 месяца** будет проводиться тендер на снижение ставок, что предположительно снизит цену предоставления вагонов еще **не менее чем на 20%и по итогам года** .

### 3.2. Изменение способов упаковки и норм загрузки продукции

Изменена система упаковки ЛДСП. Вместо верхнего листа прокладки ДСП брака, использован лист гофра картона.

#### Расчет экономического эффекта

Вид Упаковки	Количество пакетов ЛДСП	Расход материала на упаковку всех пакетов м2	Стоимость 1м2 упаковки руб.	Итого расходы на упаковку руб.
ДСП	2100	9 469	95	899 555
Картон	2100	18639	11	205 036
<b>Итого экономический эффект руб./мес.</b>				<b>694 519</b>

Так же при уменьшение массы пакета увеличено количество листов в 1 пакете, что привело к следующим показателям:

Норма загрузки в вагон м2 (упаковка в ДСП)	Норма загрузки в вагон м2 (упаковка в Картон)	Объем отгрузок м2 в месяц	Средняя стоимость отгрузки руб.	Доход с 1м2 руб.	Итого экономический эффект руб./мес.
5 599	5 769	312 500	120 000	0,63	196 875

### 3.3. Выбор оптимального качества выпускаемой продукции

Учитывая, что в настоящее время у потребителей нашей плиты нет особых притязаний к качеству продукта, совместно с Главным Технологом и Начальником Производства были предприняты меры по снижению качества продукции и автоматическому уменьшению расхода основного материала на производстве.

#### Показатели плотности плит, расхода смолы и древесного сырья за 2014 год

Период	№ линии	Заданный вес запрессовки, кг	Средняя плотность плит, кг/м <sup>3</sup>	Расход смолы, кг/м <sup>3</sup>	Расход древесного сырья, м <sup>3</sup> /м <sup>3</sup>	Породное соотношение
Январь-май	2	705-710	654	106,3	1,55	(Береза+лиственница)-34,5% (сосна+осина+опилки)- 65,5%
	3	700-705	665			
Июнь	2	698-690	643	102,6	1,75	(Береза+лиственница)-13,6% (сосна+осина+опилки)- 86,4%
	3	695	653			
Предполагаемое снижение веса запрессовок и желаемое породное соотношение						
Сентябрь	2	690	635-640	101-102	1,55	(Береза+лиственница) - 30-35% * (сосна+осина+опилки) - 70-65%
	3	690	640-645			

\*Расход древесного сырья в большей степени определяется плотностью используемого сырья, а не весом запрессовки. Чем больше доля опилок подается в производство, тем больше расход.

Расход смолы зависит от линий, по линии №2 можно достичь расхода 100кг/м<sup>3</sup>. Также расход товарной смолы зависит от ее концентрации



**Расчет экономического эффекта при выборе оптимального качества продукции**

<b>Период</b>	<b>Норма расхода</b>	<b>Объем расхода исходя из макс загрузки (14 000) м3 в месяц тонн</b>	<b>Средняя цена Смолы</b>	<b>Объем потребления руб.</b>
Январь-Май	106,3	1488,2	20 000	29 764 000
Июнь	102,6	1436,4	20 000	28 728 000
Сентябрь	101	1414,00	20 000	28 280 000
<b>Итого экономический эффект в соотношение январь / июнь, в месяц</b>			<b>3,6%</b>	<b>1 036 000</b>
<b>Итого плановый экономический эффект в соотношение январь / сентябрь, в месяц</b>			<b>5,4%</b>	<b>1 484 000</b>

**Итого общий среднемесячный экономический эффект КО составил  
2 612 394 руб. мес.**



**Спасибо за внимание!**