



De opzet en de exploitatie van een houtmarkt

Stichting voor Bosbeheer & Bostoezicht

Inleiding

In Suriname is er een groei te bespeuren in het aantal houtmarkten. Een onderzoek van de **Stichting voor Bosbeheer en Bostoezicht (SBB)** in het jaar 2010 heeft uitgewezen dat er meer dan 100 houtmarkten voorkomen in Suriname. Dit in beschouwing nemend is er getracht om inzichten te verschaffen in de technische aspecten van de opzet en de exploitatie van een houtmarkt in Suriname.



Een houtmarkt in Suriname

Bedrijfsplan

Het opzetten en exploiteren van een houtmarkt dient planmatig te geschieden. Hierbij is een bedrijfsplan heel handig. Een bedrijfsplan verschaft inzichten in hoeverre het bedrijfsidee in de praktijk zowel economisch als technisch haalbaar is. Enkele componenten van een bedrijfsplan voor een houtmarkt zijn:

- Beschrijving bedrijfsprofiel
- Beschrijving product
- Beschrijving bossector
- Marktonderzoek
- Formuleren van strategieën
- Financiële haalbaarheid

Middels het uitwerken van deze bovengenoemde punten wordt de haalbaarheid van het bedrijfsidee getoetst.

Beschrijving bedrijfsprofiel

Een bedrijfsprofiel behandelt de volgende punten: visie, missie, doelen (variërend van korte (2 jaar), middellange (2-5 jaar) tot lange termijn (5-10 jaar), rechtsvorm, bedrijfslocatie, organogram, personeelsbestand en management voering. Het meest belangrijke component is de bedrijfslocatie. In de praktijk ook wel strategische ligging genoemd, omdat een houtmarkt de plaats is waar de aanbieder de houtproducten naar de afnemer brengt.

Criteria voor de keuze van de locatie:

1. Afstand (bereikbaarheid)
2. Infrastructuur (toegankelijkheid)
3. Vraag
4. Aanbod
5. Concurrenten

Beschrijving product

Het is van eminent belang om een inventarisatie te doen van de aan te bieden houtproducten. Daarnaast speelt de kwaliteit ook een belangrijke rol.

Aan te bieden producten:

- Ruw gezaagd hout
 - Planken en profielen
- Geschaafd gezaagd hout
 - Planken
 - Vloerhout
 - Rabat en schroten
 - Lijsten en plinten

De meest gevraagde houtsoorten door de Surinaamse markt zijn:

- Gronfolo
- Basralocus
- Gele Kabbes
- Kopi
- Soemaroeba
- Wana
- Wana Kwarie
- Zwarte Kabbes

HOUTMARKT → VAN PRODUCENT NAAR KLANT
SNEL EN VRIENDELIJK

Exploitatie methode, kwaliteitsnormen en plattegrond

Exploitatie methode

Het streven van een houtmarkt is om zoveel mogelijk te voldoen aan de behoeften van de klanten. Eén van de mogelijke methoden van de exploitatie van een houtmarkt stapsgewijs:

1. Opkoop rondhout bij bosexploitanten.
2. Daarna verzagen van rondhout bij derden (zagerijen) tot ruw gezaagd hout.
3. Verder zelf verwerken van ruw gezaagd hout tot gewenst eindproduct door de houtmarkt.

Hiernaast zijn ook belangrijk:

- Inkooprij van rondhout.
- Zaagloon.
- Transportkosten.

Deze aspecten bepalen de concurrentiepositie van de houtmarkt.

Kwaliteitsnormen voor hout en houtproducten

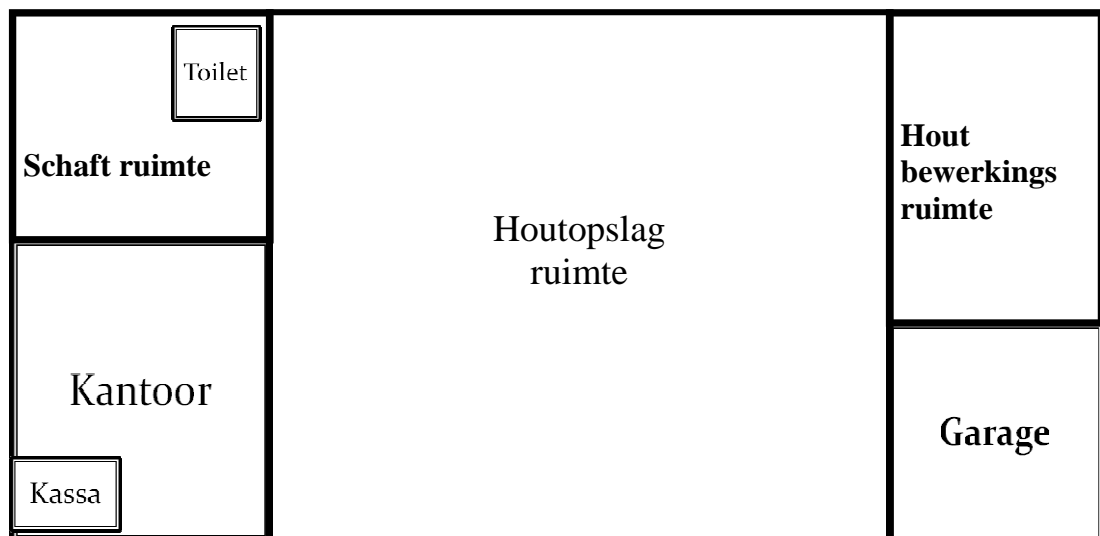
Om aan de wensen van de klanten te kunnen voldoen, is het van belang dat hout en houtproducten voldoen aan de kwaliteit. Enkele kwaliteitsstandaarden van hout zijn:

- Het hout moet vers en gezond zijn.
- Ring, hartrot, gaten zijn niet toegestaan.
- Hart- en ringscheuren en valbreuken zijn evenmin toegestaan.
- Het hout moet vrij zijn van elke aantasting van boorders of schimmels.

Het is handig dat een houtmarkt gebruik maakt van deze standaarden om zodoende de klanten te garanderen van een kwalitatief goed product.

Plattegrond van een houtmarkt

Indeling van een houtmarkt: houtopslag ruimte, schaft ruimte, kantoor, garage en houtbewerkingsruimte. In de meeste gevallen blijkt dat de lengte, breedte en hoogte van een houtmarkt respectievelijk **15m**, **10m** en **6,5m** zijn.



HOUTMARKT → EEN TOOL OM IN TE KUNNEN SPELEN OP DE BEHOEFTE VAN DE KLANT

Bossector, marktonderzoek, doelgroep en strategie formulering

Beschrijving bossector

Een analyse van de bossector is belangrijk bij de opzet en exploitatie van een houtmarkt. De reden hiertoe is dat een houtmarkt ook behoort tot de keten van de houtkollom (rondhout - verwerking - eind product). Enkele theoretische tools voor de analyse van de bossector:

- Omgevingsanalyse – letten op demografische, economische, sociale, technologische en ecologische factoren.
- Swot - analyse – kijken naar de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen.
- Concurrentieanalyse – in kaart brengen van de naaste concurrenten binnen dezelfde bedrijfstak.

De analyses zullen ertoe leiden dat de positie van de houtmarkt op korte, middellange en lange termijn gehandhaafd blijft.

Marktonderzoek

Marktonderzoek is het systematisch en objectief verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens voor het nemen van marketingbeslissingen

(bron: www.leerwiki.nl). Op basis van het marktonderzoek kan een marketingplan worden opgezet met daarin uitgestippelde strategieën om bestaande klanten te behouden en nieuwe klanten aan te trekken.

Doelgroep

Identificatie van de doelgroep is belangrijk. Doelgroepen van een houtmarkt:

1. Bouw & constructie aannemers
2. Meubelbedrijven
3. Privé gebruikers

De volgende factoren kunnen het marktonderzoek beïnvloeden:

- Tijd
- Kosten
- Bereidheid van de doelgroepen
- Bereikbaarheid van de doelgroepen

Strategie formulering

Marketingmix en PMT matrix

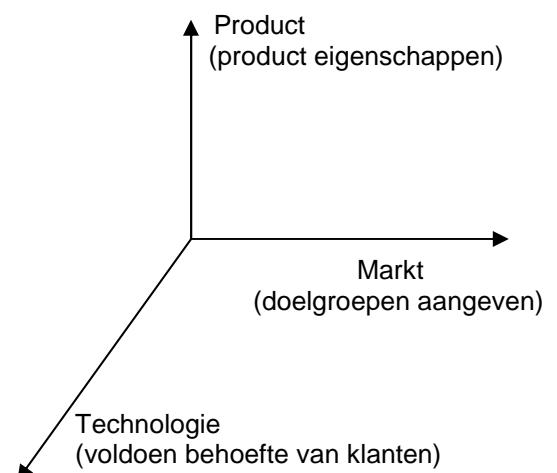
Een **marketingmix** is de combinatie van instrumenten die een organisatie kan gebruiken voor het invullen van haar marketingstrategie (bron: www.wikipedia.org). De instrumenten zijn:

1. Product
2. Prijs
3. Promotie
4. Plaats

Deze 4 instrumenten moeten ervoor zorgen dat de doelstellingen van een houtmarkt op lange termijn gerealiseerd worden. Van belang is om aan deze 4 instrumenten invulling te geven.

PMT matrix

PMT– matrix, omvat de volgende instrumenten: product, markt en technologie. Deze geeft een overzicht om te voldoen aan de wensen en behoeften van klanten. Hieronder een schematische weergave:



HOUTMARKT → OPZETTEN OP BASIS VAN EEN MARKTONDERZOEK
GEEFT MEER INZICHTEN OM OP LANGE TERMIJN TE OPEREREN

Financiële haalbaarheid

Financiële haalbaarheid

Bij de opzet van een houtmarkt is het ook van belang om een productie en financieel plan op te stellen. Het gaat hierbij om het doen van een financiële haalbaarheidsanalyse. Na een markt-onderzoek te hebben gedaan kan er een productieplan opgesteld worden. Zie tabel 1, een fictief productieplan van een houtmarkt voor 3 jaren. De overige tabellen, 2 en 3, geven een fictief investerings - en exploitatie kostenplan weer. Met de informatie van tabel 2 en tabel 3 kan de ondernemer de volgende ratio analyses doen: terug verdien periode, interne rente voet en netto contante waarde. Deze ratio's tonen de financiële performance van het bedrijf.

Productieplan

Productie prognose voor 3 jaar

Tabel 1

Productie in M ³	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Opkoop rond-hout
Ruw gezaagd hout
Geschaafd gezaagd hout
Gereed product
Totaal

Dit productieplan kan verder aangepast en uitgebreid worden.

Fictief investeringsplan voor 3 jaar

Tabel 2

Omschrijving / jaar	Jaar 1 Investering	Jaar 2 Her-in- vestering	Jaar 3 Uitbreiding investering
Terrein
Gebouw
Transportmiddel
Machines
Gereedschappen
Inventaris
Onvoorzien
Totaal

Fictief operationele kostenplan voor 3 jaar

Tabel 3

Omschrijving / jaar	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Personeel
Water, Electra en Telefoon
Administratie
Reparatie en onderhoud
Brandstof
Reclame
Verzekering (brand en schade)
Overige
Totaal

Voor meer informatie:

Stichting voor Bosbeheer en Bostoezicht
 Directoraat Bosbouw Economische Diensten
 Ds. M.L. Kingweg pc. no. 283
 Paramaribo, Suriname
 Tel.: 483131
 Fax: 483051
www.sbbsur.org

