

# Бизнес проект

# УНИКАЛЬНЫЙ ВИД ПЕЧАТИ НА ОДЕЖДЕ

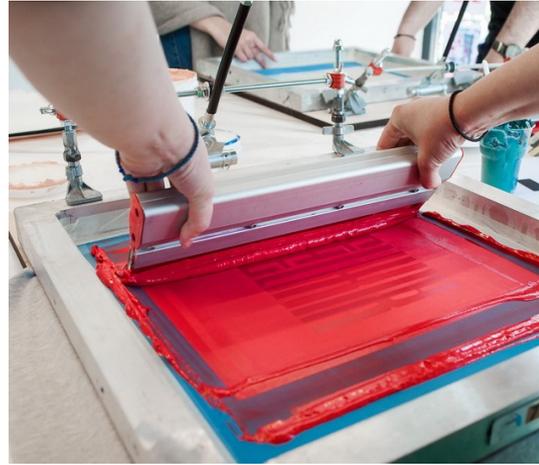


Выполнил:  
Фаттахов Алмаз  
Группа:МТ-УБ-101Б

Научный руководитель:  
Галимова Айгуль  
Шарифовна

## ОПИСАНИЕ ИДЕИ:

**МОДЕРНИЗАЦИЯ ПЕЧАТНОЙ  
ИНДУСТРИИ, ПЕРЕХОД ОТ  
РУЧНОГО ТРУДА К  
РАБОТИЗИРОВАННОМУ.  
СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК,  
ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА,  
СКОРОСТИ  
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ,  
КАЧЕСТВА, УВЕЛИЧЕНИЕ  
ПРИБЫЛИ**



**ПЕРЕХОД ИЗ  
ВОТ ЭТОГО:**



**В ЭТО:**

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

**ОСНОВНОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ –  
РОССИЙСКИЕ КОРПОРАЦИИ,  
КОТОРЫМ ЕЖЕГОДНО НУЖНО  
ОБНОВЛЯТЬ ОДЕЖДУ**

- **ГОСУДАРСТВЕННЫЕ  
УЧРЕЖДЕНИЯ**
- **КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**
- **МЕРОПРИЯТИЯ**
- **БРЕНДЫ ОДЕЖДЫ**



## СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ:

ЗА СЧЕТ БОЛЕЕ МЕНЬШЕЙ СТОИМОСТИ  
БОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО КОМПАНИЙ  
СМОГУТ ПОЗВОЛЯТЬ СЕБЕ  
КОРПОРАТИВНЫЙ МЕРЧ, ЧТО ОЧЕНЬ  
ПРИЯТНО ЧЕЛОВЕЧЕСКОМУ ГЛАЗУ,  
ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА ОРГАНИЗАЦИИ  
ПОКАЗЫВАЕТ УНИКАЛЬНОСТЬ,  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, ГИБКОСТЬ К  
ТЕНДЕНЦИЯМ КОМПАНИИ, ПОЯВЛЕНИЕ  
НОВЫХ КАДРОВ = УЛУЧШЕНИЕ  
ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ



## КОНКУРЕНТЫ:

ОСНОВНЫМИ  
КОНКУРЕНТАМИ В ЭТОМ  
БИЗНЕСЕ ЯВЛЯЮТСЯ  
ПЕЧАТНЫЕ КОНТОРЫ,  
КОТОРЫЕ НЕ  
ПОЛЬЗУЮТСЯ  
ИННОВАЦИЯМИ И  
ОТСТАЛИ В РАЗВИТИИ.  
ЗАСЧЕТ СИЛЬНОГО  
ДЕМПИНГА И ХОРОШЕЙ  
РЕКЛАМЫ МЫ ЗАВОЮЕМ  
ИХ КЛИЕНТОВ И ЗАКРОЕМ  
ИХ БИЗНЕС.



# SWOT-АНАЛИЗ

## СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

1. Уникальность продукта
2. Инновационный подход
3. Широкий спектр целевой аудитории
4. Возможность сотрудничества с дизайнерами и модными брендами

## СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

1. Высокие издержки на производство.
2. Необходимость проведения дополнительного обучения продавцов и покупателей.
3. Риск возникновения технических проблем.

## ВОЗМОЖНОСТИ

1. Расширение ассортимента продукции.
2. Возможность запуска онлайн-продаж.
3. Партнерство с модными блоггерами и инфлюенсерами.

## УГРОЗЫ

1. Конкуренция на рынке обуви со стандартными моделями.
2. Возможность появления новых технологий или продуктов.
3. Негативные отзывы или репутационные проблемы.

# РИСКИ

| НАИМЕНОВАНИЕ                           | ОПИСАНИЕ   | СТЕПЕНЬ РИСКА | ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ   |
|--|--|---------------|--|
| 1.Риск технических проблем с принтером | Возможно возникновение дефектов или поломок.                                       | Средняя       | Сотрудничать с надежными поставщиками, предусмотреть гарантийное         |
| 2.Риск конкуренции                     | На рынке уже существуют аналогичные продукты или могут появиться новые конкуренты. | Высокая       | Необходимо провести анализ конкурентов                                   |
| 3.Риск низкого спроса на продукцию     | Целевая аудитория может не оценить удобство и практичность                         | Средняя       | Провести маркетинговые исследования, а также провести рекламные кампании |
| 4.Риск изменения модных тенденций.     | Популярность фирменной одежды может уменьшиться со временем.                       | Средняя       | Следить за изменениями в индустрии моды, развивать и модернизировать     |

# БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

| КЛЮЧЕВЫЕ ПАРТНЁРЫ  | КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  | ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ     | ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ  | ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ                       |
|--|---|----------------------------|--|--|
| <p>1.Поставщики материалов.<br/>2.Интернет-магазины и розничные магазины.<br/>3.Бренды одежды</p>  | <p>1.Производство и продажа.<br/>2.Розничная торговля.<br/>3.Импорт и экспорт.<br/>4.Услуги по ремонту.</p> <p><b>КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ</b></p> <p>1.Высокотехнологичное оборудование.<br/>2.Опытные специалисты.<br/>3.Качественные материалы.<br/>4.Широкий ассортимент.</p> | <p>1. Уникальный стиль</p> | <p>1.Консультация.<br/>2.Доставка.<br/>3.Возврат.<br/>4.Гарантия.<br/>5.Сервис.</p> <p><b>КАНАЛЫ СБЫТА</b></p> <p>1.Социальные сети.<br/>2.Блог.<br/>3.Партнерские программы.<br/>4.Участие в выставках.<br/>5.Рекламная кампания.</p> | <p>Государственные и коммерческие компании</p> |
| <p><b>СТРУКТУРА ИЗДЕРЖЕК</b></p>   |   |                            | <p><b>ПОТОКИ ПОСТУПЛЕНИЯ ДОХОДА</b></p>  |  |
| <p>1.Закупка материалов.<br/>2.Аренда производственных помещений.<br/>3.Зарплата сотрудникам.<br/>4.Реклама и маркетинг.<br/>5.Доставка товара клиентам.</p> |   |                            | <p>2.Организация розничных продаж.<br/>3.Расширение ассортимента продукции.<br/>4.Участие в выставках и мероприятиях.</p>  |  |

# ОБЪЁМ РЫНКА

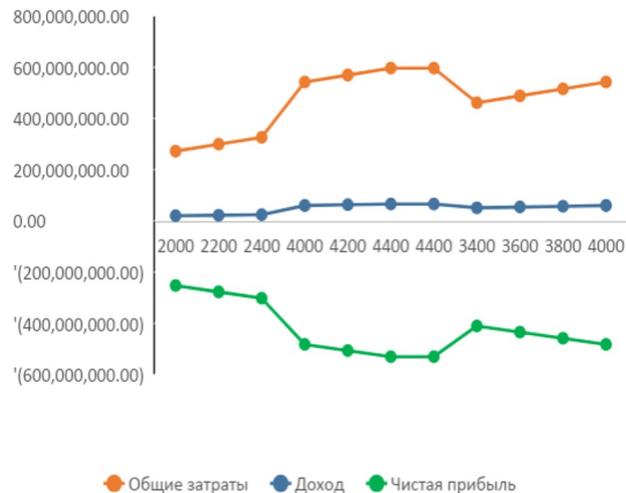
**1.PAM (Potential Addressable Market) -PAM корпоративного мерча ежегодно оценивается в 80 млрд рублей.**

**2.TAM (Total Addressable Market) - В случае продажи мерча по всему миру, TAM будет включать в себя все потенциальные продажи по всему миру.  
Пример конкурентов:CO MERCH – 800 МЛН ДОЛЛАРОВ**

**3.SAM (Serviceable Available Market) - Для корпоративного мерча это будет объем рынка, на котором компания имеет возможность продавать свою продукцию.**

# ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

|                |            |             |               |            |                  |                |
|----------------|------------|-------------|---------------|------------|------------------|----------------|
| Постоянные зат | 2.207.000  |             |               |            |                  |                |
| Переменные зат | 135.000    |             |               |            |                  |                |
| Средний чек    | 10.000     | 15000       |               |            |                  |                |
|                |            |             |               |            |                  |                |
| Объем производ | Постоянные | Переменные  | Общие затраты | Доход      | Предельный доход | Чистая прибыль |
| 2000           | 2.207.000  | 270.000.000 | 272.207.000   | 20.000.000 | -250.000.000     | -252.207.000   |
| 2200           | 2.207.000  | 297.000.000 | 299.207.000   | 22.000.000 | -275.000.000     | -277.207.000   |
| 2400           | 2.207.000  | 324.000.000 | 326.207.000   | 24.000.000 | -300.000.000     | -302.207.000   |
| 4000           | 2.207.000  | 540.000.000 | 542.207.000   | 60.000.000 | -480.000.000     | -482.207.000   |
| 4200           | 2.207.000  | 567.000.000 | 569.207.000   | 63.000.000 | -504.000.000     | -506.207.000   |
| 4400           | 2.207.000  | 594.000.000 | 596.207.000   | 66.000.000 | -528.000.000     | -530.207.000   |
| 4400           | 2.207.000  | 594.000.000 | 596.207.000   | 66.000.000 | -528.000.000     | -530.207.000   |
| 3400           | 2.207.000  | 459.000.000 | 461.207.000   | 51.000.000 | -408.000.000     | -410.207.000   |
| 3600           | 2.207.000  | 486.000.000 | 488.207.000   | 54.000.000 | -432.000.000     | -434.207.000   |
| 3800           | 2.207.000  | 513.000.000 | 515.207.000   | 57.000.000 | -456.000.000     | -458.207.000   |
| 4000           | 2.207.000  | 540.000.000 | 542.207.000   | 60.000.000 | -480.000.000     | -482.207.000   |



# ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ

| Месяцы                   | 0 квартал          | квартал, 2025      | квартал, 2025      | квартал, 2025      | 4 квартал, 2025    |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Вложения</b>          | <b>3.470.000 Р</b> |                    |                    |                    |                    |
| <b>Доходы</b>            |                    | <b>2.000.000 Р</b> | <b>2.200.000 Р</b> | <b>2.400.000 Р</b> | <b>5.200.000 Р</b> |
| Число посетителей        |                    | 20.000             | 22.000             | 24.000             | 26.000             |
| Конверсия в заказ, %     |                    | 10%                | 10%                | 10%                | 10%                |
| Число заказов            |                    | 2.000              | 2.200              | 2.400              | 2.600              |
| Конверсия в оплату, %    |                    | 10,0%              | 10,0%              | 10,0%              | 20,0%              |
| Число оплат              |                    | 200                | 220                | 240                | 520                |
| Средний чек              |                    | 10.000             | 10.000             | 10.000             | 10.000             |
| <b>Расходы</b>           | <b>4.047.000 Р</b> | <b>2747000</b>     | <b>2.889.000 Р</b> | <b>3.037.000 Р</b> | <b>3.877.000 Р</b> |
| <b>Доставка</b>          |                    | 200000             | 220.000            | 240.000            | 520.000            |
| <b>обслуживание</b>      | 347.000            | 347.000            | 347.000            | 347.000            | 347.000            |
| <b>закупка материала</b> | 500.000            |                    |                    |                    |                    |
| Оборудование             | 900.000            |                    |                    |                    |                    |
| Закупка мебели           | 90.000             |                    |                    |                    |                    |
| Зарплата                 | 1.350.000          | 1.350.000          | 1.350.000          | 1.350.000          | 1.350.000          |
| Вывеска                  | 50.000             |                    |                    |                    |                    |
| Ремонт                   | 100.000            |                    |                    |                    |                    |
| Установка оборудования   | 20.000             | 20.000             | 20.000             | 20.000             | 20.000             |
| Реклама                  | 180.000            |                    | 90.000             | 90.000             | 90.000             |
| <b>Аренда</b>            | 500.000            | 500.000            | 500.000            | 500.000            | 500.000            |
| Прочие                   | 10.000             | 10.000             | 10.000             | 10.000             | 10.000             |
| Налоги (доходы-расходы)  |                    | 320.000,00         | 352.000            | 480.000 Р          | 1.040.000 Р        |
| <b>Прибыль</b>           |                    | <b>-747.000 Р</b>  | <b>-689.000 Р</b>  | <b>-637.000 Р</b>  | <b>1.323.000 Р</b> |
| Рентабельность           |                    | -37%               | -31%               | -27%               | 25%                |
| <b>Остатки на счете</b>  |                    |                    |                    |                    |                    |
| Начало квартала          |                    | -577.000 Р         | -1.324.000         | -2.013.000         | -2.650.000         |
| Конец квартала           | -577.000 Р         | -1.324.000         | -2.013.000         | -2.650.000         | -1.327.000         |