

Бизнес проект

УНИКАЛЬНЫЙ ВИД ПЕЧАТИ НА ОДЕЖДЕ

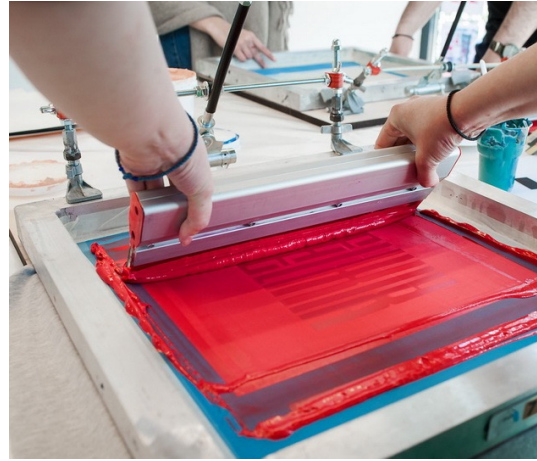


Выполнил:
Фаттахов Алмаз
Группа:МТ-УБ-101Б

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

ОБЪЁМ РЫНКА

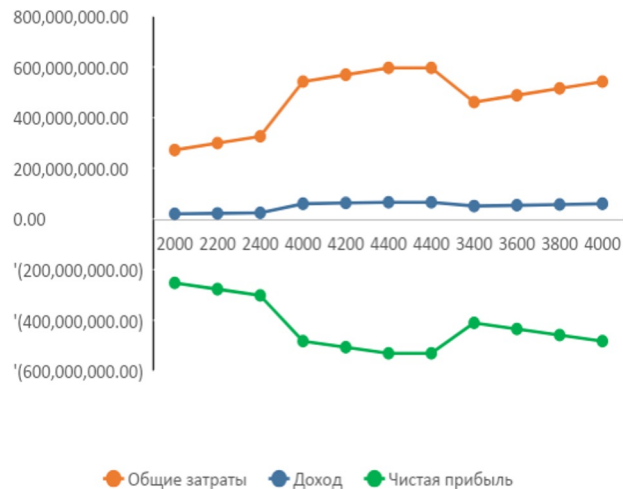
1.PAM (Potential Addressable Market) -PAM корпоративного мерча ежегодно оценивается в 80 млрд рублей.

**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
Вложения	3.470.000 Р				
Доходы		2.000.000 Р	2.200.000 Р	2.400.000 Р	5.200.000 Р
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
Расходы	4.047.000 Р	2747000	2.889.000 Р	3.037.000 Р	3.877.000 Р
Доставка		200000	220.000	240.000	520.000
обслуживание	347.000	347.000	347.000	347.000	347.000
закупка материала	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
Аренда	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
Прибыль		-747.000 Р	-689.000 Р	-637.000 Р	1.323.000 Р
Рентабельность		-37%	-31%	-27%	25%
Остатки на счете					
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