

UP MOTION MEDIA GROUP

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ТВОРЧЕСКОГО БИЗНЕС ИНКУБАТОРА «UMMG»

Участники проекта:

Волобуев Роман Евгеньевич

8-918-366-444-9

Северинов Игорь Владимирович

8-918-628-888-1

Куратор проекта:

Буз Оксана Васильевна

Краснодар 2010

Структура бизнес плана

1	Общее описание проекта	3
1.1	Резюме.....	3
2.1	Преимущества проекта.....	8
2	Анализ рыночной ниши.....	11
3	SWOT-анализ	21
4	Предлагаемые продукты и финансовая часть.....	22
4.1	Семинары.....	22
4.2	Футболки.....	25
4.3	Инвестиционные вложения.....	30
4.4	План производства.....	34
4.5	Операционные доходы	36
4.6	Операционные расходы.....	38
4.7	Баланс доходов/расходов	39

1 Общее описание проекта

1.1 Резюме

UMMG проект – «бизнес инкубатор»

Современный этап развития экономики страны наряду с многими факторами характеризуется также и тем, что государство, определяя направления отечественной экономической политики, должно в полной мере учитывать возможности происходящих в стране бизнес-процессов и, соответственно, создавать условия для привлечения предпринимательских структур к решению существующих хозяйственных проблем.

Цель создание нашего проекта «UMMGпроект» формирование мощного бизнес инкубатора, аналога которого до этого момента в Краснодаре и в Краснодарском крае не было. Таких центров в России единицы.

Следует заметить, что идее бизнес инкубирования далеко не нова, и с фееричным успехом показала себя в руках своих создателей и последователей, принеся им многомиллионные прибыли.

Перед написанием этого проекта была изучена история появления предложенного направления бизнеса. Наша команда убедилась, что идея осуществима, реальна. На последующий страницах бизнес плана мы попытаемся донести о перспективности бизнес-инкубирования.

Единственный минус нашей ситуации в нашей ситуации и самого проекта, это создание практически с нуля, у нас есть коллектив, миллионы идей и мыслей, но нет первоначального капитала. Для того чтобы выйти на топ уровень в продвижении бизнеса необходим мощный старт, мы считаем что предложенная нами программа получения первоначального капитала, базы для бизнеса (а именно продвижение бренда, нашего имени, при помощи

одежды (почему такой выбор будет изложено далее)) логичен, верен и не противоречит основному лозунгу «Свобода для всех».

Осветим саму идею бизнес-инкубирования, что же это такое.

Бизнес инкубация это процесс, в результате которого молодой компании оказывается поддержка по мере того как она становится участником выбранной ею ниши рынка с тем, чтобы она могла достигнуть положительного финансового потока в кратчайший срок.

«Бизнес-инкубатор» — это в целом место концентрации деятельности фирм для эффективного развития отраслей местной экономики.

Как уже было ранее замечено в России бизнес-инкубаторы практически отсутствуют, но следует сказать, что в Европе уже сформировали достаточно мощную базу. Причем, следует заметить, что функционируют успешно.

Национальная ассоциация бизнес-инкубаторов Соединенных Штатов определяет бизнес-инкубатор как «инструмент экономического развития, предназначенный для ускорения роста и успешной самореализации предпринимательских компаний посредством предоставления им комплекса ресурсов и услуг по поддержке коммерческой деятельности. Основная задача бизнес-инкубатора — создавать с помощью государства успешно работающие фирмы, которые, пройдя через программу, обретут финансовую жизнеспособность и самостоятельность».

На примере мирового и российского опыта замечено, что бизнес-инкубаторы ускоряют развитие малых предприятий в 7 - 22 раз, снижая количество неудач в бизнесе до 20%.

Наша основная идея заключается в том, чтобы, в последствии, создать такую сеть мероприятий, которая поможет обратившимся к нам предпринимателям успешно выйти победителем из конкурентной борьбы. Помочь им исправить свои ошибки, скорректировать путь их движения к успеху и прибыли.

Сама идея бизнес инкубирования в наиболее мощной форме проявилась при Появлении Международной Ассоциации Бизнес – Инкубаторов, иначе называемой, как NBIA, это еще раз доказывает актуальность процесса инкубации бизнеса во всем мире.

Что касается зарождения такого направления в России, следует отметить, что в 1997 году бизнес-инкубаторы России создали свой аналог, ассоциацию - «Национальное содружество бизнес-инкубаторов», иначе называемую НСБИ.

Исследования НСБИ показало, что за четыре года прибыль компаний, находившихся в инкубаторах, увеличилась почти на 800%, а занятость повысилась на 400%.

От проекта бизнес-инкубирования выигрывает не только бизнес, но и существует прямая помощь региону, в плане занятости и поднятия успешности экономики.

В мировой практике, существуют следующие основные типы подходов по «инкубированию предпринимательства», озвучим их, следует заметить, что по мере развития нашего проекта будут производиться внедрить каждую из форм бизнес-инкубирования:

1) Классические бизнес-инкубаторы, которые могут представлять собой структуры, оказывающие помощь новым компаниям на этапе их учреждения и становления. Они предоставляют начинающим мелким фирмам помещения, инфраструктуру и определенный набор услуг, которые могут расширить их возможности в деле развертывания и организации работы на начальном этапе развития.

2) Виртуальные бизнес-инкубаторы, предлагающие услуги в киберпространстве.

3) Научные (технологические) парки, создающие благоприятные условия для привлечения техноемких предприятий и поощрения коммерциализации результатов НИОКР

4) Создание территориально-производственных комплексов и кооперационных сетей, которые помогли бы объединить некоторые формы предприятий, создать мощную кооперативную сеть в производстве конечного продукта.

Следующий пункт возможен только при наступлении некоторых вспомогательных факторов, к примеру, помощь администрации, как следствие создание зоны налоговых и таможенных льгот.

Правительство Российской Федерации на данный момент активно ведет пропаганду развития малого бизнеса, нам необходимо этим активно пользоваться. Так что появление таких форм бизнес инкубирования представляется нам возможным.

5) Выделение зон экспортной ориентации, которые могут быть чрезвычайно полезными для развития внешнеторгового потенциала. содействие оказания деловых услуг, обеспечивая доступ к инфраструктуре и налоговые льготы. (Помогло бы привлечь иностранные инвестиции в регион).

Организация бизнес-инкубаторов имеет главной целью создание в регионах определенной жизнеобеспечивающей предпринимательской среды в виде развития какого-либо вида предпринимательства или направления бизнеса.

Организация отдельных бизнес-единиц должна осуществляться в рамках задач региональных программ экономического развития. В таком случае только этим группам предприятий может быть присвоен статус «инкубаторов» — как совокупности фирм и компаний, действующих в

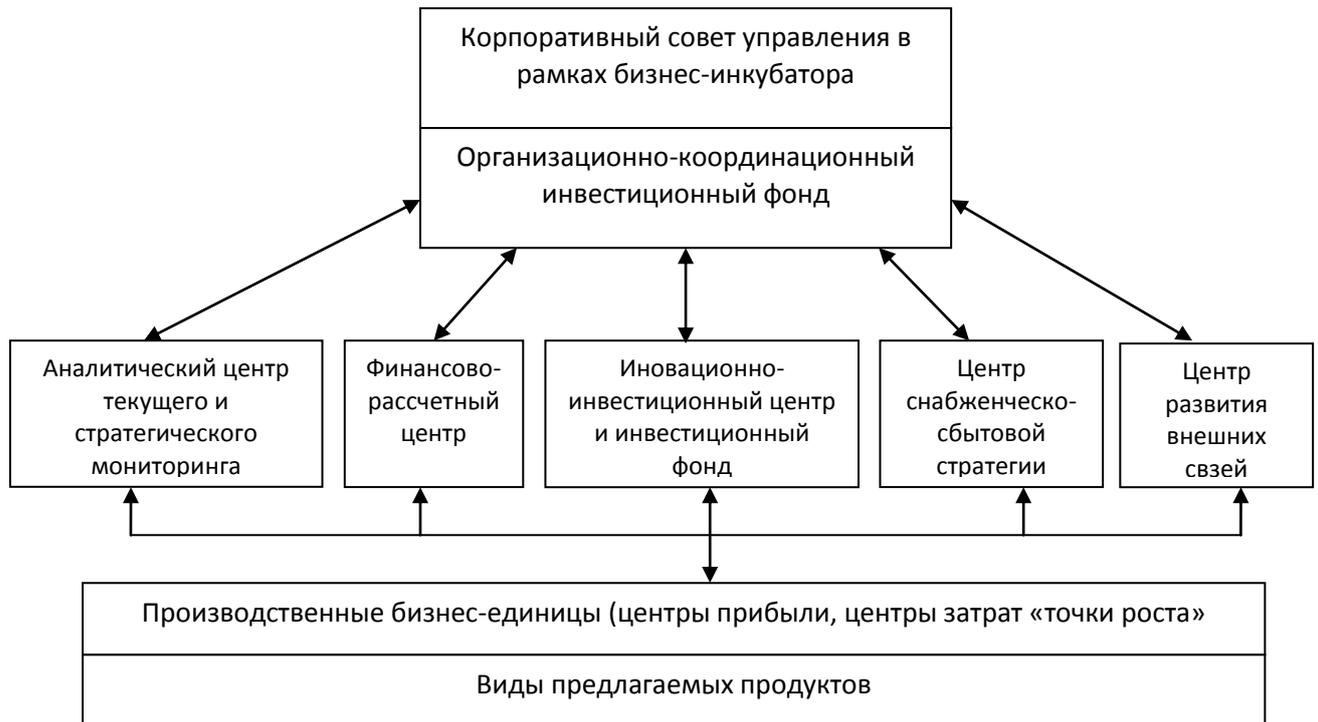
определенном хозяйственном режиме и поэтому обладающих предоставленными им льготами и преференциями.

Использование инкубаторной жизнеобеспечивающей хозяйственной среды должно дать значительно больший социально-экономический эффект, чем при создании отдельных производств.

Ближайшими задачами должны стать:

- создание в регионе системы бизнес-инкубационных центров для малого и среднего бизнеса;
- сокращение и упорядочение деятельности всех проверяющих и контролирующих органов;
- разъяснение субъектам малого и среднего бизнеса их ответственности за результаты региональной хозяйственной деятельности;
- введение системы упрощенной регистрации предприятий малого и среднего бизнеса;
- разработка и реализация программы подготовки и переподготовки кадров, совершенствование информационной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Конечная форма организационной структуры бизнес-инкубатора представляется нам в следующем виде:



Как уже было замечено ранее основной недостаток развитие нашего проекта это начало с нуля.

В последующих пунктах озвучен краткосрочный план по формированию базы развития.

Озвучим особенности и отличие и особенности нашего подхода к ведению бизнеса

1.2 Преимущества проекта

В чём же состоит особенность нашего подхода.

Нашей базой будет являться творческий подход к бизнесу. Мы инкубируем, создаем, трансформируем в жизнь самые креативные идеи.

Первоначальное предложение о создании UMMG основано именно на том, что данный сектор полностью отсутствует в регионе, являясь полностью свободной нишей. Наши преимущества это творческий и инновационный

подход к бизнес идеям, которые есть основа современного экономического роста.

При должном подходе мы можем захватить весь рынок, оставив далеко позади наших будущих последователей.

Пока не рано нужно входить на рынок.

Одной из наших краткосрочных задач является создание инновационного импульса для роста региона. Мы будем поддерживать самые необычные и креативные мысли, идеи, самых креативных предпринимателей. Будем всеми силами продвигать наш бренд «Свобода».

Мы не боимся рисков. Ведь именно самые рискованные идеи приносят самые высокие прибыли.

Наши первоначальные продукты достаточно узки, но тем не менее мы постарались направить на максимально широкую аудиторию.

Мы изначально планируем диверсифицировать собственные продукты, одновременно направив некоторые из них на формирование финансовой базы, некоторые же на осуществление изначально запланированной цели, создание бизнес инкубатора.

Именно эти продукты мы рассмотрим в качестве основных и чуть позже проанализируем их доходно-расходные части, поскольку планирование дальнейших перспектив является затруднительным, ввиду наличия многих внешних факторов.

Какие продукты будут в наличии в ближайшее время, это:

- 1) Тренинги,
- 2) Семинары,

Именно эти виды услуг, начнут формировать саму базу для бизнес-инкубирования,

- 3) Создание такого продукта, как креативные футболки, продвигая бренд «Свобода»!,

Этот вид услуг, поможет сформировать финансовую базу и выйти на рынок с новым именем.

4) Медиа структура бизнеса. (сопровождающая реклама)

Этот вид услуг, ввиду значимости маркетинга на любом виде рынка, будет необходим и в дальнейшем при внедрении этапа самого бизнес-инкубирования.

Мы с удовольствием будем брать под своё крыло молодых творческих людей, продвигая их идеи, это одновременно своеобразная форма бизнес-инкубирования, мы поможем им, а они принесут нам прибыль и раскрутку.

- **Инновации** – мы верим в возможности, проверяем их для реальности – мы поможем вам создать и способствовать в реализации вашей мечты,
- **Поддержка** – вместе мы сможем заложить фундамент знаний и навыков к созданию бизнеса через нашу коллективную мудрость,
- **Обязательства** – мы стремимся к успеху, мы готовы поддерживать вас на пути.

2 Анализ рыночной ниши

Проанализируем рынок рекламных услуг в Краснодаре и краснодарском крае.

Наша задача проанализировать в каких направлениях развит рынок услуг.

В общем виде на рынке рекламы в Краснодаре представлены следующие виды услуг:

- Наружная реклама
- Реклама в печатных СМИ
- Реклама на ТВ и радио
- Реклама в местах продаж, промоушн, BTL (below the line)
- Рекламная продукция, презентационные материалы
- Реклама на транспорте
- Реклама в электронных СМИ, Интернет
- Медиапланирование, дизайн, PR, брендинг

Перечислим компании, задействованные на рынке Краснодара и Краснодарского края, опишем какой конкретно деятельностью они занимаются:

1) Ve Brand Group(Екатеринбург)

(Размещение рекламы в Екатеринбурге и УрФО).

- Разработка рекламных кампаний.
- Креатив, дизайн.
- Производство видео и аудиороликов.
- Организация и проведения шоу Ночь Пожирателей Рекламы в

Екатеринбурге и Нижнем Тагиле)

2) ПромоСервис (Краснодар)

(Краснодар, Новороссийск, Геленджик, Сочи, Анапа, Крымск, Тимашевск)

Виды услуг:

- ВTL-услуги: промоушен-акции, сопровождение выставок, презентаций, открытий.
- Рекламные услуги: наружная реклама, ТВ, радио, пресса, интернет, сувенирная продукция.
- Маркетинговые исследования: аудит, анкетирование, соц. опрос, "тайный покупатель".
- РА "ПромоСервис" предоставляет полный спектр ВTL-услуг:
- Sales Promotion (потребительский promotion)

Это наиболее эффективный способ продвижения товара, так как личный контакт с потребителем производит сильный эмоциональный и психологический эффект.

- Sampling (раздача рекламной продукции);
- Дегустации;
- НоReCa (отели, рестораны, ночные клубы);
- Покупка + подарок (консультация);
- Презентации, выставки;
- Распространение листовок, газет и т.д.;
- Лотереи, розыгрыши, ЦВП;
- Доставка материалов по почтовым ящикам;
- Мерчендайзинг

Грамотный мерчендайзинг обеспечивает высокий уровень продаж. Контроль за выкладкой товара, оформление мест продаж - важные составляющие маркетинговой политики.

- Выгодное размещение товара на полках и контроль выкладки товара;

- Эффективное оформление ТТ POSM;
- Размещение и изготовление шелфтокеров (выделители полок), стендов, стикеров напольных;

- Direct marketing
 - Аудит, мониторинг ТТ;
 - Доставка рекламных материалов по почтовым ящикам;
 - Формирование баз данных, адресных программ;
 - Раздача приглашений, буклетов "лично в руки";
- Специальные мероприятия, Event

Специальные мероприятия являются необходимой составляющей для создания и поддержания положительной репутации любой компании. Специальные мероприятия всегда вызывают интерес, привлекают всеобщее внимание и повышают имидж компании.

- Презентации, конференции, тренинги;
- Вечеринки;
- Открытия;
- Выставки;
- Имиджевые мероприятия;

Дополнительные услуги

- Разработка и изготовление униформы, оборудования для промпersonала;

- Печать и дизайн рекламных материалов;
- Разработка концепции мероприятия;
- Обучение и подбор персонала.

3) Нетбери

Вид услуг:

- Баннерная или медийная реклама.

- Контекстная реклама.
- Медиапланирование.
- Создание баннеров.
- Информационное сопровождение.

4) ДАГМАР

Вид услуг :

- Комплексная рекламная поддержка компаний: наружная реклама, пресса, TV, радио, Интернет.
- PR-услуги: проведение PR-кампаний, обеспечение постоянного присутствия компании в инфополе.
- BTL: организация промо-акций, конкурсов, розыгрышей, лотерей.
- Event: организация рекламных и корпоративных мероприятий.

5) ГрафиТек

Вид услуг

- Цифровая типография.
- Дизайн-бюро.
- Сувениры и промо-текстиль.
- Шелкография.
- Флаги.
- Наружная реклама.
- Широкоформатная печать.
- Футболки из франции(инет магаз)

6) Глобус

Вид услуг

- Организация PR-мероприятий.
- Размещение рекламы в СМИ (телевидение, радио, журналы).

- Реклама на транспорте.
- Наружная реклама (щиты, световые пиллоны, сити-форматы, перетяжки, неон, световые короба).
- Все виды дизайна.
- Все виды печати (широкоформатная, интерьерная).
- Все виды полиграфии (визитки, листовки и т.д.).

7) Видео Интернешнл, Краснодар

Вид услуг:

- Реклама на ведущих федеральных и локальных телевизионных и радио-станциях.

8) Белые ночи

Вид услуг:

- Разработка и реализация рекламных кампаний.
- Полный медиа-сервис: изготовление аудио и видео роликов, размещение в эфирах на радио и телевидении; медиа- планирование.
- Промо-акции.
- Наружная реклама (щиты, сити форматы, перетяжки, видео ролики на светодиодных экранах города, на мониторах в ТЦ, салонах красоты).
- Проведение маркетинговых исследований (холл-тест, хоум- тест, фокус-группы и т. д.).
- Организация и проведение деловых мероприятий, презентаций от разработки сценария и подбора места проведения, служба кейтеринга.
- Проведение корпоративных праздников, банкетов, фуршетов, организация развлекательной программы любого уровня.

9) VOODOO:

- разработка и создание корпоративного веб-сайта;
- профессиональный веб-дизайн;
- качественная программная реализация проекта;
- поддержка корпоративной почты;
- сопровождение и обновление сайта по заказу;
- создание баннеров;
- организация и сопровождение рекламной кампании сайта в

Интернете;

- продвижение сайта в поисковых системах;
- разработка логотипов;
- создание фирменного стиля компании;
- дизайн полиграфии.

10) ART-Блюз

Вид услуг:

- Наружная реклама.
- Широкоформатная печать.
- Реклама на транспорте.
- Реклама на сувенирах.
- Знаковая реклама.
- Реклама в СМИ.
- Полиграфия.

11) DUCHESS

Вид услуг:

- Создание веб-сайтов, продвижение их в сети Интернет.
- Разработка фирменного стиля (брендбук, логотип).
- Печать рекламной продукции (буклеты, визитки, каталоги).
- Широкоформатная печать, интерьерная печать.

- Изготовление сувенирной продукции.
- Реклама в СМИ (газеты, телевидение, радио).
- Сопровождение выставок (проект, авторский надзор, подготовительные работы, промоакции).

12) МедиаАльянс

Вид услуг:

- Разработка рекламной кампании.
- Размещение рекламы на радио, TV, Интернете, газетах.
- Размещение рекламы на транспорте.
- Разработка, изготовление, размещение наружной рекламы.
- Изготовление полиграфии.
- Разработка фирменного стиля.
- Услуги опытного дизайнера.

13) МИР

Вид услуг:

- Оперативная печать.
- Пластиковые карты.
- Наружная реклама.
- Дизайн и фирменный стиль.
- Сувенирная продукция.
- Промоакции и BTL.
- Размещение рекламы.

14) Рафинад

Вид услуг:

- Размещение рекламы в любых СМИ.
- Разработка медиаплана.
- Проведение промоакций.

- Организация и проведение корпоративных мероприятий, праздников и выездов на природу.
- Изготовление продукции с логотипом.
- Печать визиток, листовок, буклетов, афиш, плакатов и т.д.
- Дизайн рекламы и полиграфии.

15) СММК арт групп

Вид услуг:

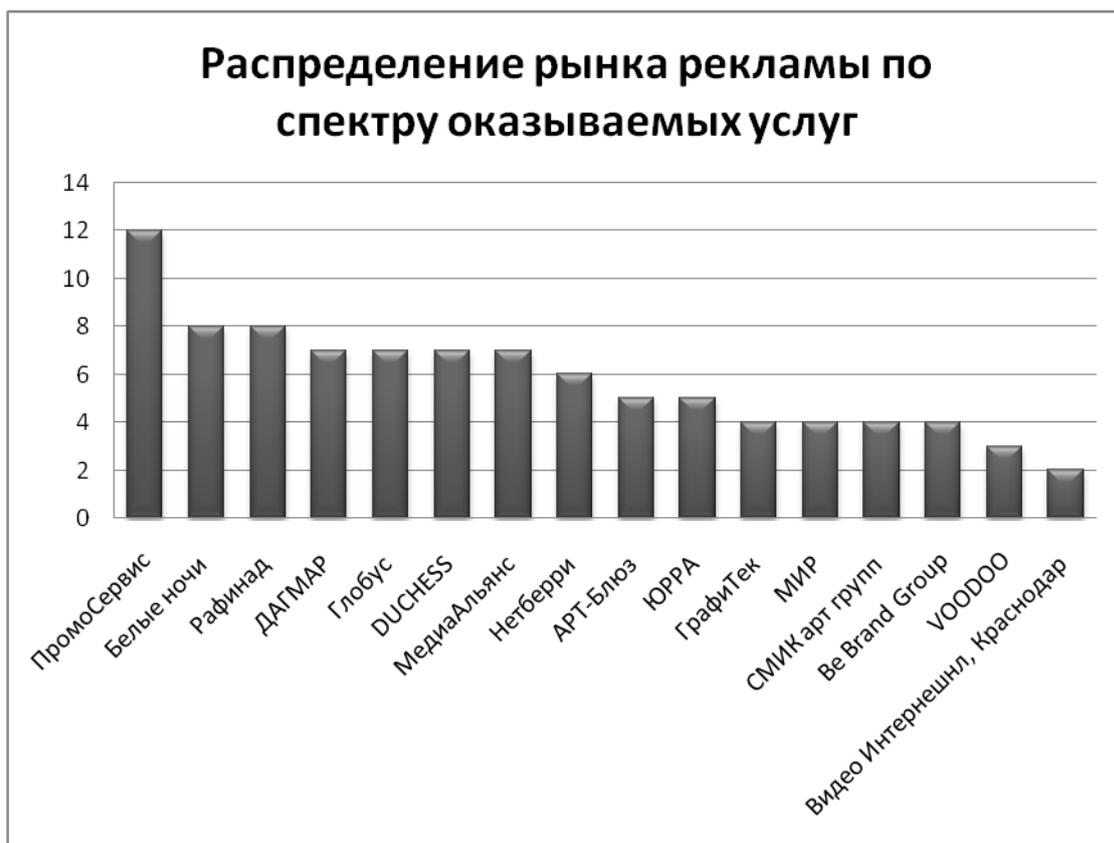
- Наружная и интерьерная реклама.
- POS-материалы.
- Полиграфия.
- Брендирование авто.
- Копирайтинг.

16) ЮРРА

Вид услуг:

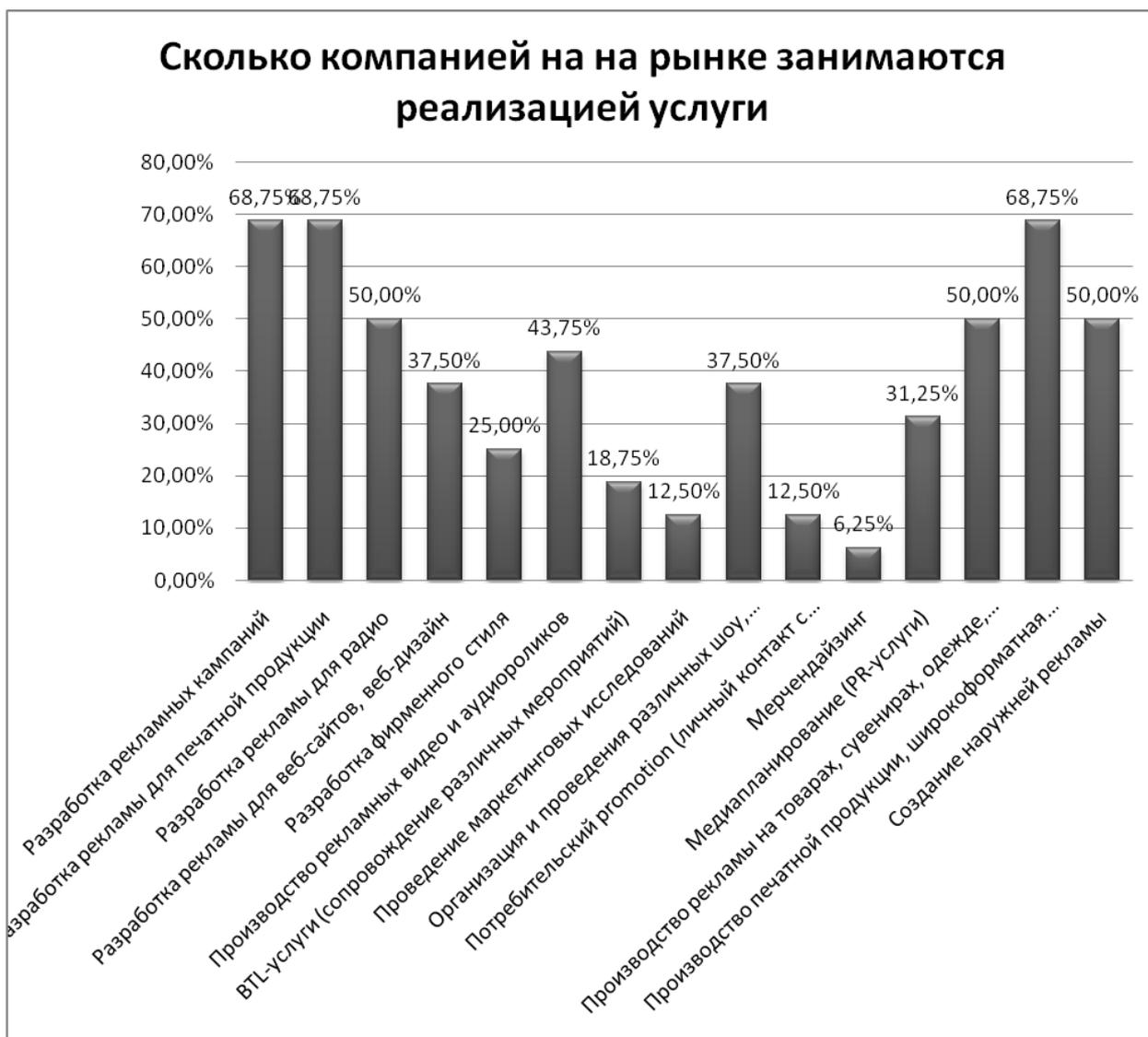
- Разработка и воплощение идей по привлечению клиентов, заказчиков, покупателей.
- Дизайн любой сложности, трехмерное моделирование, отрисовка Ваших эскизов.
- Широкоформатная печать на баннере, самоклейке, бумаге, сетке, флажной ткани, тентовой ткани.
- Изготовление рекламных изделий от объемных букв до сложных магистральных конструкций.
- Сопровождение кампаний (идея, воплощение, анализ итогов, разработка рекомендаций).

Рынок рекламных услуг по спектру оказываемых услуг в Краснодаре и Краснодарском крае будет выглядеть следующим образом:



Наиболее мощным конкурентом является компания ПромоСервис.

На следующей диаграмме представлено, в какой степени возможная услуга представлена в изучаемой рыночной нише.



Как мы можем заметить предлагаемое нами направление представлено половиной компаний, в избранной для доходного направления, рыночной нише,

Это доказывает востребованность нашей услуги. Следует заметить, что предлагаемый нами подход инновационен. Мы рассчитываем в этой конкуренции выйти победителями.

3 SWOT анализ

<i>Сильные</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none">• Коллектив единомышленников• Уникальное оборудование и качество печати• Низкая с/с продукции• Минимум затрат• Как правило высокая рентабельность• Постоянное обновление идей преследующих одну цель• Инновации бесплатны• Значительный и уникальный ассортимент• Средний уровень цен по Городу• Уникальная модель сбыта и рекламы (через одежду)	<ul style="list-style-type: none">• Потребительская оценка продукта• Проблемы с дистрибуцией• Неузнаваемость бренда и отсутствие лояльности• Изменение потребительского вкуса
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none">• Внутренний рынок г. Краснодара• Создание медийной структуры• Оборудование последних образцов• Захват конкретной ниши или группы ниш	<ul style="list-style-type: none">• Конкуренты с похожими идеями и оборудованием• Появление более дешевой продукции• Плагиат• Административные барьеры

4 Продукты

4.1 Семинары

Теперь рассмотрим подробнее первый этап, который включает реализацию семинаров и тренингов и реализацию идеи с производством футболок.

Остановимся подробнее на семинарах.

Нами была определена основная цель их проведения, а это дать толчок и обучить предпринимателя особенностям современного рынка, дать идеи для успешного дела, то есть все цели, которые состыкуются с идеей самого бизнес-инкубатора.

Перед каждой компанией и перед каждым руководителем стоят схожие вопросы:

Как повысить рентабельность бизнеса?

Как быстро и точно оценить положение дел в компании?

Как создать простую, но эффективную систему управления бизнесом?

Как стимулировать поиск новых идей и развитие бизнеса?

На эти вопросы, тщательно и подробно должны отвечать проводимые семинары.

Они в целом предназначены для:

- Собственников бизнеса,
- Ведущих специалистов предприятий, отвечающих за подготовку различных проектов,
- Руководителей различных структурных подразделений предприятий,
- Любых заинтересованных в “бизнес - инкубировании” лиц.

Очевидно что для того чтобы бизнес был успешным, приносил прибыль, необходимо составить тщательную программу семинаров, отвечающую важнейшим аспектам и нюансам, с которыми может столкнуться предприниматель.

Цель проведения семинаров, основные вопросы:

- Бизнес-план! Как разработать? Как проанализировать? Как защитить?
- Управление персоналом предприятия
- Создание и управление командой
- Управление финансами предприятия
- Управление компанией для руководителя
- Решение примеров по анализу эффективности реальных инвестиционных проектов
- Определение состава затрат на построение инвестиционной программы (что и как следует учитывать)
- Учет особенности расчета нестандартных проектов
- Управление маркетингом предприятия
- Эффективная организация службы логистики
- Креативный бизнес: навыки творческого мышления

Именно такие тему будут представлены в качестве семинаров. Поскольку в совокупности они максимально могут помочь фирме, предприятию быть успешной в своей рыночной нише.

Рассчитаем доходно расходную часть, касающуюся части семинарских занятий.

Расходно-доходная часть

Доходы формируются за счёт платы за сами семинарские занятия.

Стоимость одного семинара-тренинга 7500 рублей, от 2-3 дней по 3 часа (либо за день).

Планируемая аудитория 15 человек (при расчётах будем использовать минимальный состав)

Основная затратная часть, это заработная плата лектору, которая в современных условиях составляет от 800 до 1000\$ за семинар (24-30 тыс.руб.)

Получаемый доход за один семинарский курс составит $7500 * 15 = 112\,500$ руб.

В месяц 4 семинарских цикла, т.е $112\,500 * 4 = 450\,000$ руб.

Расходная часть, это совокупность всех расходных статей.

Приблизительный перечень, представлен ниже.

1. З/п лектору – 30 000 руб.
2. Аренда зала – 3550 – 4550 рублей (час 600/700) 15-20 человек брифинг-зал)
3. Флипчарт и маркеры – 1200 рублей
4. Радиомикрофон – (1000 рублей)
5. Писчая бумага формата А4, кол-во 500 листов от 150-400 рублей
6. Ручка шариковая, 1 шт. – 25 рублей, ($25 * 15 = 375$ рублей)
7. Распечатка на принтере 1 лист – 5 рублей (3-4 листа) 15-20 рублей
8. Кофе брейк $80 + 120 = 200$ рублей

Итого: $3550 + 1200 + 750 + 350 + 375 + 300 + 200 = 36725$

Занесем расчеты в следующую таблицу.

месяц	Тренинг/семинар		
	расходы	доходы	сальдо
февраль	36 725	450 000	413 275
март	36 725	450 000	413 275
апрель	36 725	450 000	413 275
Май	36 725	450 000	413 275
июнь	36 725	450 000	413 275
июль	36 725	450 000	413 275
август	36 725	450 000	413 275
сентябрь	36 725	450 000	413 275
октябрь	36 725	450 000	413 275
ноябрь	36 725	450 000	413 275
декабрь	36 725	450 000	413 275
январь	36 725	450 000	413 275
Итого	440 700	5 400 000	4 959 300

Что касается рисков части этого направления развития проекта, то основным является риск отсутствия слушателей.

Мы собираемся бороться с этим риском, проводя активную политику пропаганды бизнес-инкубирования, проводя параллельно диверсификацию тематик проводимых семинаров, подстраивая их под актуальные проблемы и общее направление развития рынка.

4.2 Футболки

Первая стадия UMMG проекта (Свобода) – это создание креативных футболок. Почему футболки и разве можно на этом заработать?

Чего больше всего в гардеробе из верхней одежды, так это маек и футболок! Футболка сама по себе универсальна – ее могут носить как женщины так и мужчины, что делает ее более доступной для сбыта. Футболка – это в первую очередь визуальный эффект, некий вызов, за что ее так любит молодежь.

Футболка служит определением твоего внутреннего состояния, что на ней нарисовано и написано (пример: субкультуры) – это, проект UMMG считает самым важным фактором!

Справедлив следующий вопрос, ведь их можно купить в любом магазине, так зачем производить?

Да, их можно купить в любом магазине! Но покупаете ли вы одежду в любом магазине? Скорее всего нет, чем да! Чтобы подобрать себе интересное, действительно стоящее только вас, вам приходится тратить время в поисках желанной вещи, почему бы ее не купить в любом магазине, ведь это так просто!

Современная маркетинговая стратегия любого предприятия одинакова! Дать вам то, что вы сейчас хотите и спросить о том, чтобы вы желали завтра! Т.е. вы бы знали, что будет завтра, послезавтра и так всегда! Вы просто на просто лишаетесь собственной фантазии, за вас уже все продумали, остается просто платить деньги. Отсутствует свобода в выборе и во внешнем стиле. Некоторые прислушиваются к моде, чтобы подчеркнуть свою индивидуальность, но мода – это массовый эффект, он никак не связан с конкретной личностью!

Задача проекта UMMG заставить думать людей над тем, что они носят, свободно ли они себя чувствуют в футболках, которые по сути все одинаковы – цветовые решения, внешний вид! Когда вы идете по улице и на встречу вам идут такие же футболки, такие же джинсы и т.д. Современные магазины одежды – это инкубаторы! Отсутствие идеи и низкие цены – для тех людей, кому все равно!

Платформа UMMG создает новые образы в одежде (футболка), в которые будет заложена основная идея – свобода стиля! Как говорилось выше, для нас основным фактором является то, что будет на футболке (рисунок, надпись).

Есть дешевые варианты футболок, которые всячески лишены смысла, их можно увидеть в супермаркетах, на отдельных стендах, надписи (ЧО, ПИЛ и БУДУ!, Водка объединяет людей!). Бесспорно, что есть некая ниша, которая приобретает данный продукт.

Все рисунки и надписи будут производиться с помощью печати по ткани, это будет ни пленка, ни шелкография, ни термо-трансфер! Все перечисленные виды нанесения рисунка предоставляют фото центры и полиграфические компании, которые не являются креативным центром. Их задача проста – принес майку, они сделали печать. Казалось бы, зачем делать еще один центр печати маек?

Все очень просто! Качество данной услуги в г. Краснодаре – отсутствует, т.к. рисунок лишен цветовой насыщенности, имеет ограниченный формат и смывается после 2-3ех стирок. Почему же этих фирм так много? Значит есть спрос?

Этих фирм много, потому что они имеют диверсификацию услуг, т.е. печать на футболке, как одна из разновидностей услуг, но это не говорит что она актуальная, даже если кто то заказывает, то в силу того, что отсутствует качественный товар заменитель.

Идея UMMG нова для нашего города, т.к. данной услуги нигде не встречается, что лишает ее конкурентов, но это мы думаем вопрос времени.

Наши основные потребители – это поколение всех возрастов, и самое главное мы будем учитывать специфику направлений в одежде. Не всем понравятся майки с музыкальными инструментами, с лыжниками и сноубордистами и т.д.

И у нас вы вряд ли найдете то, что увидите в десятках магазинах, с нами вы -захотите то, о чем даже и не думали!

Далее перейдем ко второму этапу.

Цель 1-го этапа – получить и выявить потенциальную нишу, носителей нашего бренда, а именно наших сторонников, поддерживающих идею свободы стиля. Создать лояльный бренд.

Второй этап UMMG нацелен на производство и продажу идеи «свобода». Т.е. мы предлагаем нашу идею торговым представителям одежды в г. Краснодаре, некая эгида, преследующая цель свободного самовыражения в одежде.

Мы делаем для данных торговых сетей рекламу (звуковая, видео, печать и т.д.), которая будет оплачиваться за все время пользования данной услугой (подобие франчайзинга).

Можно купить все..., но никто так и не предложил свободу!

2. Описание спроса продукта «Свобода»

Ситуацию спроса по данному продукту в г.Краснодаре можно рассмотреть с двух сторон:

1. Численность города более 800 тыс.чел., предположим каждый купит майку за 1200 – 1500 руб., процентов 50-60% от общей численности могут быть наши потенциальные покупатели, корректором служит возраст. Как было сказано выше, футболка – это вещь которая быстро изнашивается и занимает в гардеробе достаточный удельный вес, предположим 5 футболок/чел. В расчетах возьмем минимально допустимые пороги = $1200 \times 400 \times 5 = 2,4$ млрд.руб.

Корректируем полученный результат на Коэффициент сезонности, который возьмем равный 2, получаем = $2,4 / 2 = 1,2$ млрд.руб./год

Учитывая потенциальных конкурентов (магазины одежды), где футболки стоят от 300-1000 рублей, делаем корректировку, возьмем

среднюю стоимость футболки в магазине – 650 рублей, почти в половину дешевле нашего предложения = $1,2 / 2 = 600$ млн.руб.

В зимний период, магазины в месяц продают от 40-60 футболок (за период, примерно 120), в весенний период от 440-500, в пик сезона (летний период) – от 600+ футболок. Т.е. за год получаем = $120+440+600=1160$ шт.

Скорректируем наш доход на предложение магазина = $1160/400\ 000 = 0,0029$ – реальный объем продаж (приравненный к магазинному), получаем = 600 млн.руб. $\times 0,0029 = 1,74$ млн. руб. Умножим данный результат на коэффициент не продаж – $0,7$, получим = $0,7 \times 1,74$ млн.руб. = $1\ 218\ 000$ руб. / год

2. Мы считаем, что сравнивать с магазинами одежды не целесообразно, так как мы предлагаем уникальный товар, возможно даже и не моно, т.е. думаем над такими услугами как печать на рубашках, платьях, юбках, сумках.

Психология магазина – это продать комплект одежды:

- джинсы + футболка
- футболка + шорты, кепка и.т.д.

Коэффициент сезонности для нашего товара будет мало заметен, т.к. например футболку можно купить для конкретного мероприятия, любого праздника, а мы будем отслеживать тематику и праздничный тренд.

Допустим тематические выпуски перед новым годом или на день Святого Валентина, что ни будь эксклюзивное, мы думаем наши клиенты не пожалеют денег для любимого человека, либо подчеркнуть свой стиль 31 декабря среди своих друзей, коллег.

UMMG и розничные магазины одежды – они отличаются ровно на величину «Свобода».

Для того чтобы отследить популярность футболок и потребительский спрос касательно услуги печати на футболках своих идей, достаточно проанализировать количество запросов в сети интернет.

Были проанализировано количество запросов в самых популярных поисковых системах сети интернет.

В ходе анализа были получены следующие результаты:

Поисковая система	Запросов в месяц
yandex.ru	14712
rambler.ru	4899
google.ru	12 100
Всего	31 711

Как мы можем увидеть в месяц значительно число людей демонстрируют потребность в данной услуге.

4.3 Инвестиционные вложения

- создание интернет сайта
- покупка оборудования
- открытие магазина

Проекту необходимо начало, необходим старт, так как инновация строиться на креативе и новизне, необходимо сформировать базу поклонников, заставить потребителей обратить внимание на нашу идею.

В первую очередь будет создан домен в сети интернет, который будет прост в запоминании, соответствуя основной идее, как пример “<http://www.svoboda.ru/>” запоминание не вызовет затруднений, с легкостью вспомнится в нужный момент. Стоимость такого домена колеблется от 1000 рублей. Так как название домена должно быть простым для запоминания,

это будет стоить дороже. Предполагаются затраты в размере 5000 рублей, это максимальная сумма. Кроме того необходимы затраты в размере 200 рублей ежемесячно, для платы за пользование доменом, но это избавит нас от необходимости создавать серверную базу, тем самым нести дополнительные затраты.

В нашем коллективе имеются профессиональный веб-дизайнер, опыт которого в создании веб-страниц уже не один год.

Как уже говорилось, необходимо толкнуть проект, так как коллектив мал и дружен мы начнем с малых затрат, это реклама. В первую очередь реклама в интернете, тут необходимы как легальные способы, так и черный рынок рекламы – спам.

Сколько это стоит. Баннер на популярном молодежном портале “Медиазона” сроком одна неделя, стоит 10 000 рублей. По сведениям, взятым с сайта статистики “<http://www.liveinternet.ru/>” этот портал находится на 77 месте в графе развлечения.

По посещаемости сведения представлены в следующей таблице:

В среднем в месяц сайт посещают 9000 человек, причем в месяц страницы просматриваются 220026 тысяч раз. Что по нашему мнению, довольно неплохие показатели.

Обратим внимание на следующий рисунок:

« Окт 09

ноябрь 2009 г.

отчет: посещаемость за день		по дням по неделям по месяцам		
значения:		ноябрь 2009 г.	октябрь 2009 г.	в среднем за 3 месяца
среднесуточные / суммарные				
<input checked="" type="checkbox"/>	Просмотры	234,195	218,216	220,026
<input type="checkbox"/>	Сессии	24,543	22,783	22,649
<input checked="" type="checkbox"/>	Посетители	9,688	8,920	8,868
<input type="checkbox"/>	Хосты	10,741	10,032	9,929
<input type="checkbox"/>	Перезагрузки	197	158	191
<input type="checkbox"/>	Просмотры без cookies	4,899	3,962	3,837
<input type="checkbox"/>	В среднем online	385	354	355
<input type="checkbox"/>	В среднем активных online	301	276	278
<input type="checkbox"/>	Средняя длительность (мин.)	7.6	7.4	7.6
<input type="checkbox"/>	Просмотров на посетителя	24	24	24

Делаем соответствующий вывод что популярность портала достаточно высока, и размещение прекамы целесообразно продвижению проекта.

Предполагается запустить показ баннера сроком на 2 месяца, затраты на это составят 60000 рублей!

Также к основным из первичных основных затрат относится закупка инновационного оборудования DTX-400 СМУК+White (печать по темным и цветным изделиям): при помощи которого будет непосредственно производится изготовление конечной продукции.

Цена: 11000 евро (одиннадцать тысяч евро), включая стоимость доставки оборудования до транспортной компании Новосибирска.

Комплектация:

- принтер,
- сменные столы для носителя 3шт., (для больших футболок; для женских/детских футболок; для кроя, для рукавов)

- комплект дозаправляемых картриджей с чернилами для натуральных тканей

- комплект промывочных картриджей

- программное обеспечение

- руководство пользователя

€ = 40 рублей, итого всего $40 \times 11000 = 440000$ т.р.

Также необходима торговая площадь в центральной части города Краснодара, мы предполагаем, взять в аренду крупное помещение в районе улицы красной или крупного торгового комплекса.

В ходе поиска торговой площади были изучены основные предложения.

Выбор непосредственно производился из следующих мест:

– В краснодарском торговом центре "Арбат" самая низкая арендная плата на улице Красной — 33 доллара за квадратный метр,

– В "Сити Центре" — 75 долларов

– Торговая площадь в торговом комплексе: Краснодар, ЦМР, угол ул.Калинина/ул.Фрунзе; площадь 30 м² ; сдаю в аренду нежилое помещение (центр Краснодара) под магазин в цокольном этаже 94 кв. метров; под магазин на 2 этаже два входа 140 кв. метров; под офис на 3 этаже 30 кв. метров. Новое здание, после косметического ремонта, есть телефон, интернет, стоянка для машин, сан. узел, охрана, центр города, удобные подъездные пути. цена договорная! Цена 15 тыс. руб. в месяц

– Офис в офисном здании: Краснодар, ЦМР, Коммунаров-Горького; площадь 90 м² ; 2 этаж,ремонт,телефон,с\у,2 помещения Цена 40 тыс. руб. в месяц

– Магазин: Краснодар, Кубанонабережная, ; площадь 60 м² ; Общая площадь помещения 60 кв.м. Из них 50 кв.м-торговый зал, 10 кв.м-подсобка. Парковка Цена 30 тыс. руб. в месяц

– Офис в офисном здании: Краснодар, ЦМР, ул. Красная/ ул. Калинина; площадь 25 м² ; Офисы от собственника. Район гост. "Интурист" и ТЦ "Галерея". Парковка, лифт, охрана Цена 16.25 тыс. руб. в месяц

– Магазин: Краснодар, ЦМР, ул Красная; площадь 9 м² ; Сдам в аренду ЦМР ул. Красная, 0/4к, цокольный этаж, 9 м.кв, под магазин, офис. Цена: 10000руб/мес. Цена 10 тыс. руб. в месяц

– Магазин: Краснодар, ЦМР, Северная; площадь 40 м² ; 2 этажа кирпич, фасад на проезжую часть, действующий магазин Цена 45 тыс. руб. в месяц.

Выбор был сделан в пользу офиса, по адресу ул. Красная/ ул. Калинина; площадь 25 м², с месячной арендной платой 16500 рублей.

4.4 План производства

Планируется произвести первоначальную закупку футболок общим количеством 200 штук.

Позже ежемесячно производится дополнительная закупка в размере 400 футболок.

Стоимость партии футболок общим объемом 200 штук – 120 000 рублей.

Стоимость партии футболок общим объемом 400 штук – 240 000 рублей.

Все затраты отнесены в следующую таблицу:

Позиция	Первоначальные затраты (рубли)	Переменные затраты (1 месяц) (рубли)
Аренда помещения	0	16500
Интернет (Yota)	5000	900
Оборудование для печати (по идее проекта)	300000	0
Набор маек	12000	24000
Набор чернил, красок (4 цвета, по 600р, в расчете на 75 маек)	6400	12800
Затраты на рекламу	0	15000
Затраты на столы, стулья и прочие	10000	0
Затраты на домен	5000	200
Покупка лицензионного приложения	10000	0

Если разнести затраты ежемесячно получим:

месяц	Затраты, руб.
Июль	380100
июль	69400
август	69400
сентябрь	69400
октябрь	69400
ноябрь	69400
декабрь	69400
январь	69400
Февраль	69400
Март	69400
Апрель	69400
май	69400
Итого	1143500

4.5 Операционные доходы

В первый месяц деятельности планируется внедрить маркетинговую компанию, чтобы заинтересовать потенциальную аудиторию.

В ходе прогноза брался план реализации в объёме 70% от имеющейся на складе продукции.

Такой процент реализации брался исходя из учета всех рисков в совокупности.

Основные риски это:

- Неузнаваемость марки,
- Потребительский вкус,
- Сезонность,
- Конкуренция с более дешевой продукцией, что снизит объем продаж.
- Риск непродажи.

Будут предоставляться следующие типы услуг:

Печать креативной фотки, обработанной в программном приложении Photoshop (1300 рублей)

Печать рисунка (1500 рублей)

Эксклюзивные заказные работы (1700 рублей)

Средняя стоимость в расчётах бралась в размере 1500 рублей.

месяц	Доходы
	Планируемые продажи (средняя стоимость 1500р. дохода с футболки), планируемый прогноз продаж - 70%.
Июль	Маркет. Компания
июль	210000
август	210000
сентябрь	210000
октябрь	210000
ноябрь	210000
декабрь	210000
январь	210000
Февраль	210000
Март	210000
Апрель	210000
май	210000
Итого	2310000

4.6 Операционные расходы

Расходы по периодам связанные непосредственно с производством отражены в следующей таблице.

Для упрощения расчетов будут соотнесены переменные и первоначальные затраты.

Позиция	Первоначальные затраты (рубли)	Переменные затраты (1 месяц) (рубли)
Аренда помещения	0	16500
Интернет (Yota)	5000	900
Оборудование для печати (по идее проекта)	300000	0
Набор маек	12000	24000
Набор чернил, красок (4 цвета, по 600р, в расчете на 75 маек)	6400	12800
Затраты на рекламу	0	15000
Затраты на столы, стулья и прочие	10000	0
Затраты на домен	5000	200
Покупка лицензионного приложения	10000	0

4.7 Баланс доходов и расходов

С учетом всех расходов (валовых расходов) в.т.ч. аренда, получаем следующее соотношение:

месяц	Затраты, руб.	Доходы, руб.	Чистая прибыль (убыток), руб.	Накопленное сальдо, руб.
Июль	387725	112 500	-275 225	-275 225
июль	76125	322 500	246 375	-28 850
август	76125	322 500	246 375	217 525
сентябрь	76125	322 500	246 375	463 900
октябрь	76125	322 500	246 375	710 275
ноябрь	76125	322 500	246 375	956 650
декабрь	76125	322 500	246 375	1 203 025
январь	76125	322 500	246 375	1 449 400
Февраль	76125	322 500	246 375	1 695 775
Март	76125	322 500	246 375	1 942 150
Апрель	76125	322 500	246 375	2 188 525
май	76125	322 500	246 375	2 434 900
Итого	1225100	3 660 000	2 434 900	

Как мы можем заметить из расчетов чистая прибыль начнет накапливать после 3 месяцев реализации проекта, окупиться через 5 месяцев.

Судя из расчетов через после реализации проекта получим чистую прибыль в размере 2 миллионов рублей.

Учитывая все пункты получения дохода по проекту получим годовую прибыль в размере около 6 миллионов.