|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**БИЗНЕС-ПРОЕКТ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

начинающий субъект малого предпринимательства

Наименование бизнес - проекта

**Производство мебели из ценных пород дерева**

*(вводите сведения только в отведенных для этого полях)*

## Бизнес

* 1. Краткое описание истории бизнеса

|  |
| --- |
| Я, Ф.И.О. имею опыт работы по производству мебели. В 2016 году решил открыть свою фирму. |

* 1. Производимый товар/работа/услуга

|  |
| --- |
| Изготовление мебели из ценных пород дерева |

* 1. Наличие основных средств:

Машины/оборудование, используемые для бизнеса, в том числе приобретенные в рамках проекта (отметить знаком \*) (*добавьте строки при необходимости)*

| Наименование машин/оборудования | Кол-во, штук | Год выпуска | Собственность/ аренда |
| --- | --- | --- | --- |
| Рейсмус JWP 201\* | 1 | 2013 | Собственность |
| Циркулярная пила JET JPS-315SP | 1 | 2013 | Аренда |
| Компрессор | 1 | 2013 | Собственность |
| Краскопульт | 1 | 2013 | Собственность |
| Итого | 4 |  |  |

Здания/помещения, используемые для бизнеса, в том числе приобретенные (построенные) в рамках проекта (отметить знаком \*) (*добавьте строки при необходимости)*

| Объект | Местонахождение | Назначение | Площадь, м2 | Собственность/  аренда |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Производственный цех | Свердловская обл. Артемовский район п. Буланаш, ул. Вахрушева, 1 | Производственное | 156,8 | аренда |
|  |  |  |  |  |

* 1. Численность сотрудников

|  |
| --- |
| **3** человека |

* 1. Среднемесячная заработная плата сотрудников

(Годовой фонд заработной платы/12), тыс. рублей

|  |
| --- |
| **33** тыс. рублей |

* 1. Оценка сильных и слабых сторон бизнеса относительно конкурентов

|  |
| --- |
| Сильные стороны  1. Наличие собственных ресурсов, в размере 104 тыс. руб. на покупку рейсмуса.  2. Небольшое количество конкурентов ориентированных на выпуск мебели из ценных пород дерева. Всего в ходе исследования с помощью поисковых систем Яндекс ,Google было выявлено четыре таких конкурента как : мебельная фабрика Лес Burg , АрхФонд, Фаворит Пласт,Лига цвета. Следовательно, возможно довольно легкое вхождение в рынок.  3. Наше производство будет находиться в сельской местности, где среднемесячная зарплата меньше чем в Екатеринбурге. Это повлияет на стоимость продукции, как итог она будет более конкурентно способной.  Слабые стороны   1. Большое количество предложений из Китая. 2. Отсутствие оборудования |

## Продукт

* 1. Описание товара/работы/услуги (краткое описание того, что делает продукцию уникальной и тех отличительных особенностей, которые позволяют ей конкурировать (ставят ее вне конкуренции) в отношении ценообразования и (или) качества и (или) условий поставки и другое).

|  |
| --- |
| Вершина мебельной эстетики – это элегантная и красивая мебель из ценных пород дерева. Это неудивительно, ведь такие образцы интерьера в оформлении дома и офиса красноречиво подчеркивают стабильность его владельца.  Издревле люди ценят такие образцы мебели за долговечность: она будто сделана на века. Преобладающий из многообразия оттенков теплый красноватый тон мебели наводит на ассоциации с согревающим теплом. Изыск красного оттенка преображает любую, даже самую простую мебель, заставляя ее выглядеть неотразимо и элегантно. |

* 1. Портрет клиента (описание области применения), кто и почему покупает и будет покупать продукцию (на основе каких факторов клиенты принимают решение о покупке; какой уровень их дохода или к какой группе они относятся; какой тип продвижения товара на рынок будет стимулировать их покупки)

|  |
| --- |
| Нашими целевыми клиентами являются люди в возрасте от 25 лет имеющие устойчивые доходы от 30000 рублей и выше. Решение о покупке принимает из 4 основных составляющих: изящность, качество, рекомендации и цена. Продажи стимулируются через специализирующие торговые площадки, доски объявлений в интернете, сайт с настроенной контекстной рекламой, СМС рассылка руководителям и топ-менеджерам предприятий. |

* 1. Информация о востребованности практических результатов производства

|  |
| --- |
| При исследовании данного направления производства с помощью поисковых систем Яндекс и Google было выявлено 4 производства выпускающих аналогичную продукцию в Свердловской области и г. Екатеринбург, а именно мебельные фабрики:  ЛесBurg – 3300 переходов на сайт (статистика LiveInternet).  АрхФонд – нет данных (отсутствуют счетчики).  ФаворитПласт – 7130 переходов на сайт (статистика LiveInternet).  Лига цвета – 3420 переходов на сайт (статистика LiveInternet).  Также с помощью сервиса WordStat.yandex.ru (статистика ключевых слов по запросам), проанализировали сколько раз пользователи поисковой системы Яндекс, делали запросы «мебель из дуба, и т.д.» в течении месяца.  Мебель из дуба – 125 раз  Мебель из лиственницы – 61 раз  Мебель из ореха – 109 раз  Мебель из бука – 41 раз  Мебель из вишни –76 раз.  Итого запросов только по этим пяти видам ценных пород составляет 410 раз и это без учета сколько раз аналогичный запрос делался в поисковой системе Google. Географический таргетинг был выбран только Екатеринбург и Свердловская область. Результаты исследования подтверждают, что спрос на данную продукцию имеется. |

## Продажи

* 1. Описание ниши на рынке (территория, сегмент рынка, позиционирование, необходимое качество и количество продукции)

|  |
| --- |
| Территория сбыта, ориентирована на Екатеринбург и Свердловскую область. Нашими потребителями являются B2B (мебель в кабинеты руководителей, бары, рестораны и др.) и B2C (библиотеки, спальные гарнитуры, комоды и др.) рынки. Группа наших потребителей это средний класс.  Ценовой сегмент:  5000-30000 рублей – низкий ценовой сегмент (товары штучного производства: столы, стулья, комоды и прочее).  30000-70000 рублей – средний ценовой сегмент (комплекты мебели).  Свыше 70000 рублей – высший ценовой сегмент (комплектование кабинетов, ресторанов под ключ).  По данным нашего исследования рынка, большая часть покупателей приходится на средний и высший ценовой сегмент, это обусловлено спецификой производимой продукции. Так же проведенное нами исследование данного рынка выявило нехватку предложений у конкурентов, по таким критериям как:  - недостаточная гибкость под запросы клиентов (предлагают определенные комплекты мебели).  - отсутствие после гарантийного обслуживания.  - неоправданно завышенные цены на продукцию  Исключительное качество производимой нами продукции, достигающееся, путем ручного и механизированного труда является одним из важнейших условий успешного вхождения и работы в нише изготовления мебели из массива ценных пород дерева.  Наша продукция это всегда эксклюзив, и никакой копии. Ориентир только на запрос покупателя. |

* 1. Каналы продаж (пути реализации продукции) (каковы каналы распределения продукции по рыночным сегментам, как распространяется информация о продукции)

|  |
| --- |
| Реализация продукции производится через прямые продажи посредствам landing page (сайты одностраничники) с настроенной контекстной рекламой в Яндекс.Директ и Google Adwords отдельно для B2B и B2C рынки. Также используется СМС и e-mail рассылка руководству предприятий и топ-менеджерам, специализированные торговые интернет площадки.  Прямые продажи заказчику.  Прямой поиск потенциальных покупателей, интернет. |

* 1. Цена за единицу продукции (рублей) (каков уровень цен; каков уровень цен в сравнении с конкурентами; существует ли какая-либо система скидок; специальные условия оплаты)

|  |
| --- |
| Цена за единицу продукции нашего магазина варьирует от 5000 рублей и выше.  Средний чек нашей мебельной фабрики составляет 30000 рублей.  По данным проведенного нами исследования конкурентов при использовании данных с сайтов производителей и телефонных переговоров было выявлено что уровень цен у конкурентов на аналогичную продукцию в среднем выше на 13-15%.  Накопительная система скидок (стимулирует рост количества постоянных покупателей, формирует клиентскую базу)  Введены в обращение дисконтные карты:   1. При первой покупке на любую сумму клиенту выдается дисконтная карта на 3% скидки, каждой карте присваивается идентификационный номер. Дизайн карты . выполнен под структуру дерева лиственница. Формируется клиентская база. 2. При общей сумме покупок свыше 25000 рублей скидка по карте увеличивается до 5%. Присваивается статус «серебряный» и выдается другая карта, Дизайн карты выполнен под структуру дерева дуб. 3. При общей сумме покупок свыше 60000 рублей скидка по карте увеличивается до 7%.   Присваивается статус «золотой» и выдается другая карта, Дизайн карты выполнен под структуру дерева клён.  Специальные условия оплаты  Оплата продукции осуществляется по предоплате, с возможностью рассрочки оставшейся части платежа. Способ расчета наличный/безналичный. |

* 1. Конкуренты, наиболее распространенные продукты-аналоги (*добавьте строки при необходимости)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название продукта-аналога | Компания-производитель | Месторасположение |
| Мебель для кабинета из массива | ЛесBurg | г. Екатеринбург, ул. Буденного 80,  lesburg.ru |
| Мебель для кабинета из массива | АрхФонд | г. Екатеринбург, ул. Блюхера 45, оф. 6  archfond.ru |
| Мебель для кабинета из массива | Фаворит Пласт | Адрес отсутствует  favormebel.ru |
| Мебель для кабинета из массива | Лига цвета | г. Екатеринбург,  ул. Селькоровская 82А, оф. 201  liga-color.ru |

* 1. Преимущества вашего продукта перед аналогами (*добавьте строки при необходимости*)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название продукта-аналога | Компания-производитель | Преимущества |
| Мебель для кабинета из массива | ИП Горбунов Е.А. | Система скидок, цены ниже чем у конкурентов, возможность выполнения изделий по эскизам заказчика. |

* 1. Сезонность спроса

|  |
| --- |
| Сезонность отсутствует. |

## План реализации

* 1. Краткое описание общей стратегии реализации

|  |
| --- |
| Стратегия реализации заключается в постепенном увеличении объема продукции и реализации ее через собственный магазин мебели в г. Екатеринбурге. Иными словами вместе с продукцией, изготавливаемой под заказ, будет произведена продукция для экспонирования ее в нашем магазине. Параллельно будет проводиться работа по повышению ценности товара через создание собственного товарного бренда. |

* 1. Временной график реализации с указанием начала и продолжительности основных стадий, а также промежуточных этапов (фаз)*(добавьте строки при необходимости)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Этап | Начало | Окончание | Результат этапа |
| Покупка оборудования | Декабрь 2016 | Январь 2017 | Наличие оборудования для реализации проекта |
| Приемка и исполнение заказов | Январь 2017 | Декабрь 2017 | Продукция подготовлена к реализации |
| Реализация | Январь 2017 | Декабрь 2017 | Получение прибыли, финансовая стабильность |
| Этапы 2-3 цикличны, повторяются в ходе реализации проекта | | | |

* 1. План расходования средств субсидии *(добавьте строки при необходимости)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Виды расходов | Планируемый срок выполнения | Сумма (рублей) |
| 1 | Фрезерный станок ФСШ 1а(к) | Декабрь 2016  Январь 2017 | 160 000 |
| 2 | Пила радиально рычажная | Декабрь 2016  Январь 2017 | 20 000 |
| 3 | Стружкоотсос | Декабрь 2016  Январь 2017 | 35 000 |
| 4 | Комплект профильных фрез | Декабрь 2016  Январь 2017 | 85 000 |
| Итого | | | 300 000 |

## Финансы

* 1. Общая стоимость

|  |
| --- |
| 404 000 рублей |

* 1. Сумма вложенных средств

|  |
| --- |
| 104 000 рублей |

* 1. В том числе собственные средства (в рублях и процентах к общей стоимости)

|  |
| --- |
| 104 000 рублей/26% |

* 1. Сумма требуемых дополнительных инвестиций (*при необходимости*)

|  |
| --- |
| 300 000 рублей. |

* 1. Существующие источники финансирования проекта, в том числе кредит, заем и прочие (*добавьте строки при необходимости)*

| Источник финансирования | Объем финансирования | Условия финансирования |
| --- | --- | --- |
| Фонд поддержки малого предпринимательства. | 300.000 | Грант |

* 1. Результаты и планы реализации проекта (в том числе целевые показатели\*)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2015 год | 2016 год(план) | 2017 год (план) | 2018 год (план) | 2019 год (план) |
| Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС, тыс. рублей\* | 0 | 0 | 470 | 710 | 989 |
| Затраты, тыс. рублей | 0 | 0 | 201 | 399 | 629 |
| Реклама | 0 | 0 | 12 | 13 | 18 |
| Транспортные расходы | 0 | 0 | 36 | 80 | 86 |
| Электроэнергия | 0 | 0 | 18 | 27 | 30 |
| Аренда | 0 | 0 | 48 | 53 | 60 |
| Связь | 0 | 0 | 3 | 6 | 10 |
| зарплата | 0 | 0 | 66 | 198 | 396 |
| пиломатериал | 0 | 0 | 6 | 8 | 13 |
| прочие расходы | 0 | 0 | 12 | 14 | 16 |
| Чистая прибыль, тыс. рублей  (Выручка – расходы – налоги) | 0 | 0 | 204 | 200 | 182 |
| Объем налогов, сборов, страховых взносов, уплаченных в бюджетную систему Российской Федерации (без учета НДС и акцизов), тыс. рублей | 0 | 0 | 65 | 111 | 178 |
| Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей)\* | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Размер выработки на 1 работающего, тыс. рублей | 0 | 0 | 470 | 355 | 329 |

* 1. Информация о сроке окупаемости вложений (*месяцев*)

|  |
| --- |
| **20** месяцев.  Расчет:  ЧП 2017 года – 204 тыс. руб.  ЧП за с января по июнь 2018 года – 6 месяцев = 200 /12\* 6 = 100  204 +100 = 304 (тыс. руб.). |

Руководитель организации – субъекта

малого предпринимательства

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись руководителя) (Ф.И.О.)*

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

М. П. (при наличии)