Приватний вищий навчальний заклад

«Міжнародний університет фінансів»

Бізнес-план

Проект «I.Fedoroff»

Автор: Плугатар Денис

Київ 2015

Зміст

* Вступ.
* Мета проекту.
* Моніторинг ринку.
* Розробки і терміни виконання.
* Організаційно-правова форма.
* Витрати та доходи.
* Конкурентні переваги.
* Ризики.
* Маркетингова стратегія
* Висновки.

Вступ

Іван Федоров - український першодрукар, що славиться своїми друкованими творами. У 1574 році уклав і надрукував перший східнослов'янський посібник - «Буквар» з граматикою. Його робота поклала початок просвітництву на території України за рахунок доступності книг.

Студенти-інженери щодня здають лабораторні роботи, проекти, курсові, реферати, тощо. А це означає, що 46 тисяч студентів політехніки щодня простоюють черги на роздруківлю своїх робіт. Найдовше – студенти корпусів номер 18 та 7. Мета даного проекту полягає у створенні мережі з 10 автоматизованих кіосків, що мають розвантажити дративливі черги прінт-центрів на території КПІ.

Мета проекту

Метою проекту є зменшення черг в прінт-центрах шляхом створення кінцевого продукту, а саме терміналу для швидкої розруківлі електронних файлів та відкриття мережі таких терміналів на території КПІ . Відштовхуючись від поставленої мети, весь процес можна розбити на декілька стадій:

- моніторинг потоку студентів;

- визначення необхідності такого проекту та первинні розрахунки;

- пошук постачальників технічного забезпечення;

- вибір необхідної форми підприємницької діяльності(вибір КВЕД);

- створення необхідного програмного забезпечення;

- тестування ;

- маркетинг;

- встановлення терміналів у відповідних корпусах;

- моніторинг діяльності підприємства та вибір напрямку його розвитку;

Виконавши послідовно ці всі стадії, ми на виході маємо отримати систему, яка забезпечить студентів швидким та якісним друком лабораторних робіт.

Моніторинг ринку

Проаналізувавши черги прінт-центри корпусів №№12,18,19,20 можна скласти наведену нижче таблицю.

Таб.1

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Корпус | Вартість | Швидкість  (+/-) | Кількість студентів в черзі на перерві | Загальна оцінка  (максимум 5) | Кількість студентів  за 1 перерву |
| 18 | 1 | - | 6-11 | 3 | 14 |
| 19 | 1 | + | 3-10 | 4 | 19 |
| 20 | 1 | - | 2-5 | 4 | 10 |
| 12 | 0.75 | + | 5-15 | 4.5 | 30 |

Найшвидше просувається черга в 12-му корпусі. З даної таблиці можна зробити висновок, що щонайменше половина студентів, котрі стоять в чергах є можливими клієнтами. Середньостатистичний розмір лабораторної роботи формує середній чек і він становить 10 сторінок. Даний ринок не забезпечує студентство на 100% , а кожен прінт-центр фактично є монополією в своєму корпусі, тобто абсолютно спокійно може диктувати ціну яка очевидно є завищеною, зважаючи на абсолютно нееластичний попит.

Розробки та терміни виконання плану

Розробка нового терміналу вимагає взяття до уваги наявних на ринку технологій, досвіду роботи зі спеціалізованими комплектуючими на самому низовому рівні задля забезпечення швидкості для користувача та безпеки для власника пристрою.

Вартість китайських аналогів не відповідає характеристикам продукту- 2000$ за друком до 30 сторінок на хвилину+ 150$ доставка. Тож було вирішено створити свій продукт ,який буде новаторським за своїм принципом роботи.

Програмне забезпечення (ПЗ) та користувацький інтерфейс розроблюються мовою С# на базі операційної системи MS Windows XP з огляду на простоту мови та низьку вартість та ресурсоємність системи . Термін закінчення розробки ПЗ- **20.01.2016**. Тестування відбувається з моменту завершення розробки ПЗ до **1.07.2016**.

Організаційно-правова форма

Для реєстрації підприємства було вирішено зареєструвати ФОП другої групи, оскільки максимальний оборот не перевищує 600000 грн, співробітників не більше 5 чоловік. Також не мало важливим є спрощене оподаткування в розмірі до 20% від мінімальної заробітньої платні, необов’язкове створення статутного капіталу, розрахункового рахунку підприємства та загалом швидкість реєстрації. З недоліків є відповідальність власним майном за кредит, проте дана стаття нас не хвилює, оскільки наявні в достатній кількості власні заощадження.

Витрати та доходи

Витрати поділимо на дві частини – капітальні витрати (одноразові), валові витрати(ТС=VC+FC) . До одноразових витрат віднесемо витрати на виробництво всіх 10 автоматів. Нижче наведена таблиця одноразових витрат.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Найменування товару | Кількість, шт | Вартість одиниці, грн | Сумарна вартість, грн |
| Моноблок OMRON HMI | 10 | 15192 | 151920 |
| Прінтер Lexmark T652n | 10 | 18960 | 189600 |
| Купюроприймач NX-95 | 14 | 500 | 7000 |
| Металевий корпус | 10 | 3000 | 30000 |
| USB-port 2.0 | 20 | 15 | 300 |
| Емблеми, написи фірми | 11 | 100 | 1100 |
| Загалом, грн | 378820 грн | | |

\*Всі ціни переведені з курсу доллара Приват Банку станом на 12.12.2015

До постійних витрат ми віднесемо виплату заробітньої плати робочому, що буде займатися інкасацією та обслуговуванням кіосків – 2500 грн/місяць і також орендну плату за територію – 10\*300грн/місяць =3000грн/місяць.

До змінних витрат віднесемо вартість необхідної кількості паперу та чорнил.

Собівартість 1 роздрукованого листа обчислюємо затратним підходом методом поелементного розрахунку:

, де S – розхід чорнил (кількість листів/літр), V- об'єм тари тонера, Рч – вартість чорнил(тонера), Рп.п.- вартість пачки паперу, Nп.-кількість паперу.в пачці.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товар | Кількість | Вартість, грн | Собівартість 1 листа, грн |
| Папір( пачка ) | 500 шт | 69 | 0.14 |
| Тонер | 0,75л | 670 | 0.03 |

Вартість 1 листа Р = 0.17 грн.= 17 коп. Виступивши на ринок, ми виставляємо вартість друку в 1 грн., але в рамках реклами ми знизимо ціну до 50 копійок за листок в перший місяць запуску проекту та кожного червня- в період сесії, коли всі боржники друкують лабораторні роботи в великих кількостях і головне - коли студенти мають роздрукувати свої курсові. В таблиці наведені деякі варіанти можливого виторгу в залежності від потреб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Прибуток за  місяць \*  (23 дні) з 1  автомата | Прибуток за  місяць \*\*  (23 дні) з 1  автомата | Прибуток за  місяць \*  (23 дні) з 10 автоматів | Прибуток за  місяць \*\*  (23 дні) з 10 автоматів |
| Клієнти на день |
| 10 | 1150 | 2300 | 11500 | 23000 |
| 15 | 1725 | |  |  | | --- | --- | | 3450 |  | | 17250 | |  | | --- | | 34500 | |
| 20 | 2300 | |  | | --- | | 4600 | | 23000 | |  | | --- | | 46000 | |
| 25 | 2875 | |  | | --- | | 5750 | | 28750 | |  | | --- | | 57500 | |
| 30 | 3450 | |  | | --- | | 6900 | | 34500 | |  | | --- | | 69000 | |

\*за умов що середній чек складає 5 грн

\*\*за умови що середній чек складає 10 грн

Чистий прибуток на місяць обчислимо за формулою :

Чистий прибуток= Виторг – Валові витрати.

Таблиця залежності прибутку від кількості клієнтів наведена нижче.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Чистий прибуток за  місяць \*  (23 дні) з 1  автомата | Чистий прибуток за  місяць \*\*  (23 дні) з 1  автомата | Чистий прибуток за  місяць \*  (23 дні) з 10 автоматів | Чистий прибуток за  місяць \*\*  (23 дні) з 10 автоматів |
| Клієнти на день |
| 10 | -4511 | -3200 | 6000 | 17500 |
| 15 | -3775 | -2050 | 11750 | 29000 |
| 20 | -3200 | -900 | 17500 | 40500 |
| 25 | -2625 | 250 | 23250 | 52000 |
| 30 | -2050 | 1400 | 29000 | 63500 |

\*за умови що середній чек складає 5 грн

\*\*за умови що середній чек складає 10 грн

На основі вище наведеної таблиці варто скласти наступну таблицю, для оцінки термінів окупності та залежності цих термінів від кількості клієнтів.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Клієнти на день | Термін окупності, місяці\* | Термін окупності, місяці\*\* |
| 10 | 63,14 | 21,65 |
| 15 | 32,24 | 13,06 |
| 20 | 21,65 | 9,35 |
| 25 | 16,29 | 7,29 |
| 30 | 13,06 | 5,97 |

\*за умов що середній чек складає 5 грн

\*\*за умови що середній чек складає 10 грн

Враховуючи, що прибуток можна вважати сезонним(з урахування канікул зимових та літніх), даний проект реально працюватиме 9 місяців(з яких 2 -надприбуткові), то виходячи з таблиці можна сказати, що в середньому термін окупності складає близько 1,5 календарних роки. Врешті-решт, це термін прямо залежить від маркетингу та зручності ПЗ.

Конкурентні переваги

Основною конкурентною перевагою є швидкість друку, що має забезпечити відсутність черг, а це, як було сказано вище і є метою даного проекту. Також чималою перевагою є мобільність та компактність - за бажанням можна швидко змінити його місце положення, що дає перевагу у виборі найпомітнішого місця розміщення (входи в корпуси, поблизу сходів, буфетів, тощо), а компактність забезпечує економічну перевагу в орендні(необхідна площа -1м2).

До переваг можна віднести маркетинг, що базується на патріотизмі, адже даний проект створений студентами КПІ.

Ризики

З огляду на новаторство, даний проект може мати певні ризики. Реальними ризиками при створенні даного проекту можуть бути два аспекти.

Першим аспектом може стати умисне заниження цін в прінт-центрах з метою збереження своєї монополії на ринку. Також можна очікувати прояви нечесної конкуренції в вигляді диверсій, що підірвуть діяльність даної апаратури (поширення вірусів, пошкодження кіосків, порушення електрифікації, тощо). Таких ризиків можна уникнути, якщо уникати демпінгу та встановити аналогічну ринкову ціну 1 грн/лист.

Другий аспект може бути спричинений неякісним та незручним ПЗ і недієвою маркетинговою стратегією. Даний аспект виражається в абсолютному несприйнятті користувачем даної продукції. Уникнути цього можна провівши ретельне тестування ПЗ( що входить до плану), а також проведенням грамотного маркетингу.

Маркетингова стратегія

Грамотна маркетингова стратегія є запорукою успіху, адже люди користуються тим, що їм звичніше, доки не покажеш та не поясниш їм, що є кращі варіанти. Перш за все, варто впровадити просту, але зрозумілу емблему, яка легко запам’ятовується.



Логотип «Іван Федоров»

Наступним кроком потрібно проводити рекламу в місцях, де є найбільша кількість студентів-в соціальних мережах. Групи КПІ в соціальній мережі «Вконтакті» мають велику кількість активних студентів. Тож абсолютно логічним є проведенням реклами в таких групах як «КПІ-live», «Підслухано в КПІ» , «Єдина поляна», тощо.

Також має сенс проведення реклами на виході зі станції метро «Політехнічний інститут». Оренда лайтборда на місяць на виході коштує 2600 гривень. Оскільки студенти КПІ доволі часто користуються метро-це є вигідним капіталовкладенням.

Найпопулярнішим засобом реклами, яким неможна нехтувати є реклама у вигляді листівок на території політехніки. Листівка, з логотипом, простим текстом «Друкуй швидше з Іван Федоровим. Шукай його у своєму корпусі.» не буде навантажувати студентів.

Вдалим ходом буде введення системи знижок, розвиток якої буде проходити разом з розвитком проекту. Першим етапом може стати зниження вартості друку на 1-й місяць вдвічі, тобто 2 листи за ціною 1. Цим рішенням на початковому етапі можна залучитися частиною цільової аудиторії.

До всього вище названого варто додати свій сайт, де кожен може написати свій відгук або рекомендацію. Відкритість - це має бути характерним для даного проекту. Таким чином ми знатимемо в якому напрямі необхідно рухатись, що потрібно додати до нашого автомату.

Висновки

Даний проект є корисним, новаторським та прибутковим. Можливо, даний проект є початком нового періоду автоматизації, коли людський ресурс для виконання завдань не потрібен (або зводиться до мінімуму).

Даний проект є необхідним і з таблиць наведених вище – прибутковим. Для реалізації даного проекту необхідно 400000 грн (16500$), з яких 378820 грн(15850$)- одноразові витрати на апаратуру.

В процесі розвитку підприємства стане зрозуміла важливість даного проекту, що може стати причиною поширення його за межі НТУУ «КПІ» в інших великих ВНЗ. Тоді ж виникає необхідність розширення персоналу, використання послуг бухгалтера, професійного програміста, дизайнера, маркетолога та інших кваліфікованих кадрів.

Очевидною доробкою є встановлення додаткового монітору на кожен з кіосків та на їхній базі відкриття рекламного майданчика, що є додатковим джерелом прибутку.