МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
 «ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

**Кафедра «Экономика»**

**факультета «Инновационный бизнес и менеджмент»**

**БИЗНЕС-ПЛАН**

**проекта**

**« »**

Разработчики: Раце Г., Асланов Г., Мацкевич И.

Бизнес - идея: Сайт знакомств для выбора собеседников по музыкальным предпочтениям

Стоимость проекта:

Ростов - на - Дону

2021

**Содержание**

1. Титульная страница

2. Резюме

3. Описание предприятия и отрасли

4. Описание продукции (услуг)

5. Маркетинг и сбыт продукции (услуг)

6. Производственный план

7. Организационный план

8. Финансовый план

9. Оценка рисков

10. Приложения

# 1. Резюме

**Название проекта**:

**Характеристика организации:**

* Наименование: «SoundMatch»
* Организационно-правовая форма: OOO
* Количество разработчиков: 3
* Контактные данные: @G\_U\_G\_H

**Краткое описание проект:**

«SoundMatch» - это сайт знакомств по музыкальным вкусам. Он может дать увлекательный и уникальный опыт для людей, увлеченных музыкой. Когда мы говорим о знакомствах через музыку, мы можем включить в это множество интересных функций:

Профиль пользователя: каждый пользователь сможет создать профиль, в котором помимо общих данных вроде фотографий, возраста и личных характеристик, можно указывать любимые музыкальные группы, жанры, концерты, на которых они были, и т.д. Это поможет людям лучше понять друг друга и найти общие интересы.

Матчинг по музыкальным предпочтениям: сервис будет использовать алгоритмы для сопоставления людей на основе их музыкальных предпочтений, что поможет находить тех, у кого схожие вкусы. Это может быть основано на действиях пользователей (какие песни они слушают, альбомы, концерты, и т.д.).

Музыкальные события и встречи: сайт также сможет информировать своих пользователей о предстоящих музыкальных событиях, концертах, фестивалях, или даже организовывать специальные события для своих пользователей. Это помогло бы людям не только общаться в онлайне, но и проводить время вместе в реальной жизни.

Обсуждение музыки: кроме того, на сайте можно создавать общие чаты или форумы для обсуждения музыки. Музыка часто становится источником глубоких бесед и споров, и такая платформа могла бы стать местом для этого.

# 2. Описание предприятия и отрасли

2.1Обзор макроэкономической ситуации на основе научных и экспертных источников. Анализ бизнес - трендов.

Россия активно участвует в цифровой трансформации, и в настоящее время расширение интернет-пользователей и мобильных технологий имеет огромное значение для бизнеса. Согласно отчетам «We Are Social» и «Hootsuite», в России около 92% населения пользуются интернетом, и около 72% пользователей сети используют мобильные устройства для доступа в интернет.

В связи с последними событиями, с российского рынка стало уходить множество зарубежных компаний, в том числе, связанных с рынком IT технологий. Это в значительной степени ослабило конкуренцию на российском рынке программного обеспечения, что позволит новым IT компаниям выйти на рынок со своими продуктами.

Важным аспектом для сайта знакомств является доверие потребителей к онлайн-платформам. Согласно исследованию "Доверие в Интернет-торговлю в России", многие россияне имеют положительное отношение к онлайн-торговле и регулярно используют онлайн-сервисы для различных целей.

Стоит также учитывать демографические тенденции. Например, согласно данным Федеральной службы государственной статистики, количество одиноких людей в возрасте от 20 до 40 лет в стране постоянно растет, что может являться благоприятной динамикой для сайтов знакомств.

Исходя из вышеперечисленных данных, можно сделать вывод, что Россия представляет привлекательное окружение для онлайн-платформ, таких как сайты знакомств. Расширение интернет-доступа и повышение уровня доверия к онлайн-сервисам создают благоприятные условия для развития подобных проектов.

2.2 Приоритетные направления развития Ростовской области.

Улучшение пользовательского опыта  
Повышение качества пользовательского опыта является важным аспектом. Это может включать в себя улучшение интерфейса, оптимизацию процесса регистрации и поиска партнеров, а также обогащение функционала сайта.

Развитие мобильной платформы. С учетом того, что использование мобильных устройств для доступа к онлайн-сервисам постоянно растет, развитие мобильной платформы или создание приложения может быть стратегически важным.

Безопасность и конфиденциальность. Повышение уровня безопасности и конфиденциальности для пользователей является критически важным, особенно для сайтов знакомств. Разработка и реализация строгих политик защиты данных и проверки подлинности пользователей могут быть приоритетными направлениями.

Социальные функции. Интеграция социальных функций, таких как форумы, мероприятия и возможность обсуждения музыки, может помочь создать активное сообщество вокруг сайта.

Инновации и эксперименты. Внедрение новых функциональных возможностей или эксперименты с новыми методами сопоставления пользователей, такими как использование искусственного интеллекта для анализа музыкальных предпочтений, может быть ключевым для сохранения конкурентоспособности.

Аналитика и обратная связь. Сбор обратной связи и использование аналитики для постоянного улучшения пользовательского опыта и стратегий сайта является непременным этапом для долгосрочного развития.

2.3 Проблемы, которые могут быть решены с помощью бизнес- продукта в регионе.

У сайта знакомств, основанного на музыкальных вкусах, есть потенциал решить несколько интересных проблем и удовлетворить различные потребности пользователей:

Нахождение подходящих партнеров Сайт знакомств, ориентированный на музыкальные вкусы, поможет людям находить партнеров, у которых схожие или совпадающие музыкальные предпочтения. Это может упростить процесс поиска человека, с которым у вас есть общие темы для разговора и общие интересы.

Создание более глубоких связей. Музыка может быть сильным фактором связи между людьми. Сайт знакомств, фокусирующийся на музыкальных вкусах, может помочь людям создавать более глубокие и значимые отношения, начиная с общих музыкальных интересов и вплоть до более глубоких эмоциональных связей.

Социальная активность. «SoundMatch» также может способствовать развитию социальной активности, особенно в контексте посещения концертов и музыкальных мероприятий. Люди, общающиеся через такой сайт, могут встречаться на концертах и фестивалях, что поможет расширить социальные связи.

Таким образом, сайт знакомств, основанный на музыкальных вкусах, может эффективно решать проблемы, связанные с поиском партнеров, созданием связей и развитием сообщества, основанного на общих интересах в музыке.

2.4 Описание предприятия:

1) Общие сведения о предприятии  
«SoundMatch» технологической фирмой, специализирующейся на разработке и поддержке онлайн-платформ знакомств. Она может быть ориентирована на сегмент знакомств, основанный на общих интересах, включая музыкальные вкусы.

2) Финансово-экономические показатели деятельности предприятия

3) Структура управления и кадровый состав  
В компании будут работать специалисты по разработке программного обеспечения, дизайнеры интерфейсов, эксперты по взаимодействию с пользователями, маркетологи, специалисты по безопасности и другие профессионалы. Компания может иметь руководителя, менеджеров и ряд отделов, таких как разработка, маркетинг, продажи и поддержка.

4) Направления деятельности, продукция, достижения и перспективы  
Компания разрабатывает и поддерживает онлайн-платформу знакомств, основанную на музыкальных вкусах. Ее продукция включает в себя веб-сайт или мобильное приложение, обеспечивающие возможность поиска, общения и знакомства для пользователей на основе их музыкальных интересов. Компания может преследовать цель стать лидером в сегменте знакомств, основанных на общих интересах, и расширить свою аудиторию как внутри, так и за пределами России.

5) Партнерские связи и социальная активность  
Компания может налаживать партнерские отношения с музыкальными платформами, организаторами музыкальных мероприятий и фестивалей, а также проводить собственные мероприятия для своих пользователей, например, фестивали, концерты или клубные мероприятия. Она также активно использовать социальные сети и медиа для продвижения своей платформы и вовлечения аудитории.

**3. Описание продукции**

Основная концепция «SoundMatch» будет в том, чтобы люди могли общаться и находить партнеров на основе их любимых музыкальных вкусов. В центре внимания будут стоять музыка, концерты, альбомы и общие музыкальные интересы.

Профили пользователей. Каждый пользователь сможет создать свой уникальный профиль, включающий информацию о его музыкальных предпочтениях, любимых группах, жанрах, концертах, на которых он был, и прочее. Это позволит пользователям лучше понимать друг друга и находить общие интересы.

Алгоритмы матчинга. В чате будут использоваться специальные алгоритмы матчинга, основанные на музыкальных предпочтениях пользователей, чтобы предлагать им подходящие варианты для общения и знакомства. Это позволит людям находить тех, у кого схожие вкусы, и создавать более значимые связи.

Обсуждение музыки. Помимо общения в личных сообщениях, в чате также будут дополнительные функции для обсуждения музыкальных тем. Это может включать в себя групповые чаты, тематические форумы или даже возможность создания собственных музыкальных комнат для общения.

**4. Маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукции (услуг)**

4.1 Оценка и сегментация рынка. Каналы продаж

Оценка рынка и сегментация:  
- Анализ рынка: Иностранные компании, владеющими сайтами и приложениями для знакомств, приостановили работу своих сервисов в России. Российских аналогов, способных составить им конкурентное преимущество, на данный момент нет. К тому же в России нет сайтов и приложений для знакомств, которые находят собеседников по музыкальным предпочтениям.  
- Определение целевой аудитории: молодые люди (18-35 лет) обоих полов, увлекающиеся музыкой и ищущие собеседников.

Каналы продаж:  
- Онлайн-реклама и партнерские программы: Используйте рекламные объявления в социальных сетях и партнерские программы с музыкальными платформами.  
- PR-кампании и мероприятия: Организуйте мероприятия и акции, связанные с музыкой, для привлечения внимания к вашему продукту.  
- Сотрудничество с музыкальными магазинами и фестивалями: Рассмотрите возможности для партнерства с местными музыкальными событиями.

4.2 Продвижение продукта. Привлечение клиента. Онлайн-продажи

Привлечение клиентов  
- Контент-маркетинг: Создание увлекательного контента о музыке, фестивалях, артистах и альбомах через блоги, подкасты или видео.  
- Сетевой маркетинг и реферальные программы: Поощрение пользователей за привлечение своих друзей и обмен опытом.

Онлайн-продажи  
- Оптимизация веб-сайта: Создание привлекательного и понятного интерфейса, который позволяет пользователям легко находить совпадения и взаимодействовать.  
- Таргетированная реклама: Использование целевых рекламных компаний для привлечения пользователей, у которых есть музыкальные интересы.

4.3 Ценовая политика

Базовая модель и дополнительные услуги  
- Бесплатная регистрация с ограниченным функционалом: Предоставление базовых функций бесплатно.  
- Подписка с расширенным функционалом: Главным источником дохода компании будет продажа подписки со специальными функциями, такими как расширенный поиск и увеличенное количество обращений.

4.4 План продаж и затраты на продвижение

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование показателей** | **Ед. изм.** | **Периоды (по месяцам)** | | | | | | | | | | | | **Итого за год** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |  |
| Объем продаж | Тыс. ед. | 10 | 12 | 15 | 17 | 20 | 23 | 25 | 27 | 30 | 35 | 40 | 45 | 299 |
| Цена за ед. | руб. | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 399 | 4788 |
| **Выручка от продаж** | **Тыс.руб.** | 3990 | 4788 | 5 985 | 6 783 | 7 980 | 9 177 | 9 975 | 10 773 | 11 970 | 13 965 | 15 960 | 17 955 | 201 301 |
| **Затраты на продвижение продукции** | **тыс. руб.** | 500 | 500 | 800 | 1000 | 1500 | 2000 | 2000 | 2000 | 2500 | 2500 | 3000 | 3500 | 21 800 |

**5. Производственный план**

5.1 Описание технологии производства

Технология производства для создания сайта знакомств «SoundMatch» включает в себя процессы и методы, применяемые для разработки, тестирования и развертывания программного обеспечения. Она включает в себя 6 этапов:

1. Анализ требований: Команда более детально определяет возможности и общий вид будущего продукта, отталкиваясь от предпочтений потенциальных потребителей, чтобы определить функциональность и цели разрабатываемого продукта.

2. Проектирование: на основе анализа требований, команда разработчиков создает архитектуру и дизайн продукта. Это включает определение структуры базы данных, интерфейса пользователя и логики программного обеспечения.

3. Разработка: разработчики начинают создавать программное обеспечение, используя выбранные технологии и языки программирования. Они следуют спецификациям, установленным в процессе проектирования.

4. Тестирование: после завершения разработки, команда проводит тестирование продукта, чтобы убедиться в его работоспособности и соответствии требованиям. Это включает функциональное тестирование, тестирование производительности и отладку ошибок.

5. Развертывание: когда продукт успешно протестирован, он готов к развертыванию. Этот процесс включает в себя создание домена и размещение на нём созданного продукта.

6. Сопровождение и поддержка: после развертывания будет осуществляться сопровождение и поддержка сайта, включая исправление ошибок, добавление новых функций и обновления безопасности.

5.2. Затраты на производство:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование показателей** | **Ед. изм.** | **Периоды (по месяцам)** | | | | | | | | | | | | **Итого за год** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |  |
| **Итого постоянные издержки, в том числе:** | **Тыс. руб** | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 580 | 6960 |
| - аренда помещения | **Тыс. руб** | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 2400 |
| - стоимость кредита | **Тыс. руб** | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 4080 |
| - коммунальные платежи | **Тыс. руб** | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 480 |
| **Итого переменные издержки, в том числе:** | **Тыс. руб** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - заработная плата | **Тыс. руб** | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 1 350 | 16 200 |
| - прочие расходы | **Тыс. руб** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Объем производства** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Общие расходы (постоянные +переменные)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**6. Управление и организационный план**

6.1 Из организационно-правовых форм целесообразнее всего выбрать организацию общества с ограниченной ответственностью.

Выбор в сторону этой организационно-правовой формы сделан по следующим причинам:

1. Данный проект требует привлечение инвестиций извне, а ООО более привлекателен для инвесторов, так как такая форма позволяет стать им соучредителями компании.
2. У ООО есть лимитированная ответственность, что означает, что члены этой организации несут финансовую ответственность только в пределах своих вкладов в уставный капитал.
3. ООО может иметь сложную организационную структуру, включающую директоров, управляющих и другие сотрудники. Это облегчает более сложное управление бизнесом.

6.2 Организационная структура компании

Для успешной разработки, запуска и поддержки сайта знакомств «SoundMatch» организационная структура компании должна выглядеть следующим образом:

1. Отдел разработки: включает в себя разработчиков программного

обеспечения, инженеров по тестированию и других специалистов, отвечающих за создание и поддержку программных продуктов или информационных систем. Они работают в командах и выполняют задачи разработки и тестирования.

1. Отдел продаж и маркетинга: отвечает за привлечение клиентов, продажу

продуктов или услуг компании и разработку маркетинговых стратегий. Включает в себя менеджеров по продажам и маркетологов.

1. Отдел поддержки и обслуживания клиентов: обеспечивает техническую

поддержку клиентам, отвечает на их вопросы и решает проблемы, связанные с использованием продуктов или услуг компании. Включает в себя специалистов по поддержке клиентов и инженеров-консультантов.

1. Отдел управления проектами: отвечает за планирование, координацию и

управление проектами разработки программного обеспечения или информационных систем. Включает в себя проектных менеджеров и аналитиков, которые следят за прогрессом проектов и обеспечивают их успешное выполнение.

6.3 План персонала

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность сотрудника** | **Обязанности сотрудника** | | **Заработная плата, руб/мес** |
| Backend-разработчик (2 чел) | Создание функциональной части сайта: его логики и структуры | | 120000 |
| Младший Backend-разработчик (2 чел) | Создание функциональной части сайта: его логики и структуры | | 50000 |
| Frontend-разработчик | Создание интерфейса сайта | | 100000 |
| Младший Frontend-разработчик | Создание интерфейса сайта | | 50000 |
| Дизайнер интерфейса | Создание дизайна интерфейса | | 100000 |
| Тестировщик (3 чел) | Тестирование сайта на стабильность, выявление уязвимостей | | 70000 |
| Маркетолог | Разработка маркетинговых стратегий для продвижения продукта | | 80000 |
| Специалист по поддержке клиентов (10 чел) | Общаться с клиентами, выяснять и устранять проблемы, возникшие при использовании сайта | | 30000 |
| Бухгалтер | Расчет и начисление заработной платы сотрудникам, ведение бухгалтерского и налогового учета | | 90000 |
| HR-специалист | Проведение собеседований и найм сотрудников | | 80000 |
| Фонд оплаты труда | | 1 350 000 | |

**7. Финансовый план**

Источниками дохода предприятия являются:

- продажи подписок с расширенным функционалом

- Размещение рекламы на сайте

Обоснование привлечения кредитных средств:

Для успешного старта проекта требуется большое количество средств для различных нужд: аренду офисных помещений и покупку мебели, закупку техники для работы, выплаты зарплат сотрудникам, рекламы продукта.

При выполнении утвержденного плана продаж, окупаемость проекта составит менее 1 года.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Месяц** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| я | ф | м | а | м | и | и | а | с | о | н | д |
| **Расходы, тыс. руб.** | | | | | | | | | | | | |
| Производственные затраты (смотреть производственный план) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Затраты на продвижение продукции (смотреть план по маркетингу) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Итого расходы:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Объем выпуска** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Себестоимость 1 единицы продукции:**  **(Итого расходы/Объем выпуска)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Цена 1 единицы продукции** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Выручка (цена ед продукции\* объем выпуска)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Валовая прибыль (Выручка - Итого расходы)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Налог на прибыль (0,2\*валовая выручка)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Чистая прибыль (Валовая прибыль - налог на прибыль)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Рентабельность продукции (Чистая прибыль/ Итого расходы)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 8. Оценка рисков

8.1 SWOT - анализ реализации бизнес - проекта

|  |  |
| --- | --- |
| *Сильные стороны проекта:* | *Слабые стороны проекта:* |
| *Возможности* | *Угрозы* |

*Последствия наступления каждого риска:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *№* | *Риск* | *Последствия* |
| *1* |  |  |
| *2* |  |  |
| *3* |  |  |
| *4* |  |  |
| *5* |  |  |

*Расчет чистой дисконтированной стоимости проекта:*