



ФИО слушателя Тимохин Дмитрий Владимирович

БИЗНЕС-ПЛАН

Оглавление

1	Резюме проекта	-
2	Описание предприятия	-
3	План сбыта и маркетинга	-
4	Инвестиционный план	-
5	План производства	-
6	Финансовый план	-
7	Оценка рисков	-
8	Выводы	-
		-

Подготовили студенты группы Б23-205:
Степанюченко Софья Павловна,
Васильев Иван Витальевич



Резюме.

- *Наименование проекта*

бизнес-план

- *Характеристика организации, обращающейся за предоставлением средств:*

- *наименование организации* «Defendor»
- *организационно-правовая форма* ^{ИП} _____
- *форма собственности* частная _____
- *количество разработчиков/ количество сотрудников* 15 _____
- *уставный фонд* 4000000руб _____
- *контактные данные (почтовый адрес, телефон)* _____

Курская обл., г. Железногорск, ул. Комсомольская д.5
+79875443312

- *фамилия, имя, отчество, возраст и квалификация руководителя проекта*

Степанюченко Софья Павловна,
19 лет, студентка НИЯУ МИФИ 2 курс
*краткие сведения о квалификации
управленческого персонала, какими
особенностями, применительно к
настоящему проекту, обладает
управленческий персонал обучаются по
программе бакалавриата "Прикладная
математика и информатика"*

☰

**Информация об учредителях/ инициаторах
проекта (команда проекта)**

ФИО и год рожден ия	Контактн ая информа ция	Образован ие и квалифика ция	Опы т работ ы	Доля в основном капитале, %
Степанюченко Софья Павловна	+8 919 130 2006 steptons@mail.ru	Высшее неоконченное	0	50
Васильев Иван Витальевич	+8 951 137 2016	Высшее неоконченное	7	50

- *краткое описание проекта, особо выделив, идет ли речь о "start-up" или о расширении существующего дела Проект "Defendor" представляет собой инновационный стартап, созданный энтузиастами, увлеченными современными технологиями и желающими улучшить и обезопасить мир. Наша цель – предложить высококачественные и надежные интеллектуальные камеры видеонаблюдения, произведенные в России, которые обеспечивают безопасность и удобство для наших клиентов*

- *описание ситуации на рынке и в отрасли В настоящее время рынок умных камер видеонаблюдения становится все более насыщенным благодаря развитию технологий умного дома и увеличению спроса на современные системы безопасности. Он демонстрирует тенденцию к росту на фоне возрастающего интереса к высоким технологиям и обеспечению безопасности.*

- *преимущество продукции или услуг предприятия*

продукт произведен в России с использованием российских технологий и кадров.

- *собственные ресурсы компании и ее текущее финансовое состояние*

компания находится на стадии поиска финансирования

- *долгосрочные и краткосрочные цели проекта, какого роста можно ожидать,
какие доходы предполагается получить, за какой период времени*

сроки запуска продукта варьируются от 1.5 до 2 лет. Сразу после выхода на рынок предполагается оборот в 500 тыс.-1 млн рублей. В будущем ожидается

≡

открытие офлайн магазина, филиалов в других городах страны.

- *потребность в инвестициях, направления их использования, предполагаемые источники финансирования, как они будут возвращаться (погашаться) инвесторам* На разработку прототипов планируется затратить не более 100 тыс. рублей. На рекламу планируется затратить около 300-400 тыс. рублей. На запуск производства планируется затратить 500 тыс. рублей. С расчетом на среднюю стоимость одного комплекта камер с установкой в 25 тыс. рублей планируется одну восьмую выручки с каждой продажи (3 тыс. рублей) возвращать инвесторам. Таким образом, с расчетным планом продаж в 50-100 комплектов в месяц, выплата долга перед инвесторами произойдет через 9-20 месяцев.

- *наличие лицензий, сертификатов, разрешений и т.д.*

Все платы и корпуса на начальном этапе планируется закупать у подрядчиков, из-за чего лицензировать нужно только ПО

- *возможные риски и система страховок*

Риск технических проблем и неполадок возникает при разработке и производстве предполагается решать с помощью тщательного тестирования продуктов перед выпуском на рынок, а риск нарушения безопасности и конфиденциальности данных планируется предотвратить с помощью разработки и внедрения мощных систем шифрования данных



Описание предприятия

Для проектов на стадии создания:

Предприятие «Defendor» займётся торговлей, разработкой, установкой и управлением системой умных камер видеонаблюдения. Целевой аудиторией фирмы станут клиенты в возрасте от 19 до 36 лет. В этой отрасли команда состоит из специалистов начального уровня, которые готовы к карьерному росту и развитию. Прибыль будет формироваться как разность между объемом розничных продаж и затратами на приобретение необходимых компонентов с учётом собственных расходов.

- *Профильные профессиональные достижения ваши и членов нашей команды.*

Степанюченко Софья Павловна: Руководила проектами по интеграции информационных систем и оборудования, обеспечивая их совместимость и эффективность. Создание и адаптация программного обеспечения для разных платформ и операционных систем, что обеспечивает широкий спектр возможностей для пользователей.

Иванов Иван Иванович: Создание и адаптация программного обеспечения для разных платформ и операционных систем, что обеспечивает широкий спектр возможностей для пользователей.

Васильев Иван Витальевич: Участвовал в разработке нового продукта, обеспечивая соответствие его характеристик и параметров требованиям рынка.

Дмитриев Дмитрий Дмитриевич: Разработка и внедрение нового программного обеспечения, которое значительно улучшило эффективность работы компании.

Создание и управление командой разработчиков, которая успешно реализовала несколько крупных проектов.

Алексеев Алексей Алексеевич: Участвовал в создании рекламы инновационного продукта.



Описание продукта.

Умная камера «Model-a» (изделие 1)

Умная камера «Model-b» (изделие 2)

Умная камера «Model-c» (изделие 3)

Материал: Высококачественный сплав, обеспечивающий прочность и долговечность.

Изделие 1: Металлический корпус и керамическая оптика

Изделие 2: Композитные материалы и высокоэффективные сенсоры

Изделие 3: Металлический корпус из инновационного материала

Размеры: Стандартный размер.

Питание: Камера подключается к основному электрическому источнику.

Способы просмотра: Предлагается несколько способов просмотра - через мобильное приложение (а), пульт дистанционного управления (б)

Изделие 1: а, б

Изделие 2: а

Изделие 3: а, б

Шифрование: Используется передовая технология шифрования для защиты данных и предотвращения несанкционированного доступа.

Изделие 1: Тип 1

Изделие 2: Тип 2

Изделие 3: Двойное шифрование с применением квантовых вычислений

Уровень безопасности: Камера обладает высокоуровневыми детекторами и системами оповещения

Дополнительные функции: Возможность предоставления временных кодов доступа для гостей, возможность отслеживания истории доступа, удаленное управление через мобильное приложение.

Совместимость: Умные камеры совместимы с большинством типов информационных носителей и могут быть интегрированы в существующие системы умного дома.

Установка и настройка: Простая установка и настройка с подробными инструкциями в комплекте.

Приведите примеры использования продукции.

Подходит для использования в домах, квартирах, апартаментах, офисах и других

коммерческих помещениях.



Этапы производства:

Проектирование: В этом этапе команда проектировщиков разрабатывает концепцию электроники и датчиков, определяет его функциональность. Они создают прототипы и тестируют их, чтобы воплотить задумку в реальность. Проектирование оптических компонентов.

Изготовление корпуса: После завершения проектирования, производство приступает к изготовлению корпуса. Используется высококачественный металл, который обеспечивает прочность и долговечность замка.

Установка электронных компонентов: На этом этапе специалисты устанавливают все необходимые электронные компоненты, такие как датчики движения, поворотные механизмы, датчики температуры и другие электронные устройства, которые позволяют замку функционировать.

Программирование и тестирование: Затем камера программируется для работы с различными устройствами, устанавливаются настройки безопасности и функциональность. После программирования камера проходит тщательное тестирование, чтобы убедиться в ее надежности и соответствии стандартам безопасности.

Сборка и упаковка: Умные камеры собираются, дополняются инструкциями по установке и использованию. Затем они упаковываются в защитные материалы, готовые для отправки или продажи.

Контроль качества: Прежде чем умные камеры покинут производственный цех, они проходят строгий контроль качества. Специалисты проверяют каждую камеру на соответствие спецификациям, исправность электронных компонентов и надежность работы. В случае обнаружения дефектов или несоответствий, камеры отправляются на доработку или замену.

Упаковка и логистика: После успешного прохождения контроля качества, умные камеры упаковываются в соответствии с требованиями. Затем они готовятся к отправке в магазины или непосредственно к покупателям. Отправка может осуществляться как национальными, так и международными перевозчиками, в зависимости от места назначения.

Обучение и обслуживание клиентов: После продажи производитель обычно предоставляет поддержку и обучение клиентам. Это может включать установку, настройку и использование камеры, а также ответы на


вопросы и решение проблем, связанных с продуктом.

Умные камеры разработаны с учетом требований и стандартов безопасности, установленных Государственными стандартами (ГОСТ). Производители стремятся обеспечить соответствие своих камер ГОСТам и другим промышленным стандартам, чтобы гарантировать надежность и безопасность использования.

В процессе производства умных камер применяются качественные материалы и компоненты, а также строгий контроль качества. Это позволяет обеспечить надежность и долговечность устройства, соответствующие стандартам безопасности.

Важно помнить, что конкретные требования ГОСТов могут различаться в зависимости от страны и региона. Поэтому рекомендуется обратить внимание на сертификацию и соответствие камеры стандартам вашей страны при выборе умного устройства.

Если у вас есть конкретные вопросы или требования, связанные с соответствием умной камеры стандартам, рекомендую обратиться к производителю или дилеру, который сможет предоставить более подробную информацию о соответствии замка ГОСТам в вашем регионе.

Проект находится на стадии разработки
Возможно дальнейшее развитие и усовершенствование, путём модернизации характеристик продукта и встраивания его в систему безопасности сети умного дома.

План маркетинга

Конкурентное ценообразование применяется и в случаях борьбы за подряды в ходе закрытых торгов. В подобных ситуациях при назначении своей цены фирма отталкивается от ожидаемых ценовых предложений конкурентов, а не от зависимости между ценой и показателями собственных издержек или спроса.

- какие факторы принимаются во внимание при установлении цены
-
-

внутренние факторы, такие как цели по рентабельности, мощности производства; конкуренция: цены конкурентов, уровень конкуренции на рынке; состояние рынка страны: состояние экономики и правовое регулирование; потребители: спрос и его эластичность, восприятие цены товара со стороны потребителей

- чувствителен ли продукт к колебаниям цен
-
-

чувствителен, так как комплектующие планируется закупать у китайских поставщиков

- какова стратегическая линия ценового поведения на рынке
-
-

цена продукта будет повышаться

Заполните таблицу помесячно на год ПЛАНА ПРОДАЖ:

План-продажи

Наименование показателя	Ед. изм.	Периоды (по месяцам)												Итого за год
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Изделие (услуга) А:														
• объем продаж	ед.	33	33	33	42	42	42	50	50	50	58	58	58	550
• цена за ед.	руб.	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000	25000
• выручка от продаж	руб.	825000	825000	825000	1050000	1050000	1050000	1250000	1250000	1250000	1450000	1450000	1450000	13725000
2. Изделие (услуга) В:														
• объем продаж	ед.	20	20	20	25	25	25	30	30	30	35	35	35	290
• цена за ед.	руб.	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	40000
• выручка от продаж	руб.	800000	800000	800000	1000000	1000000	1000000	1200000	1200000	1200000	1400000	1400000	1400000	13200000
3. Изделие (услуга) С:														
объем продаж	ед.	13	13	13	17	17	17	20	20	20	23	23	23	220
цена за ед.	руб.	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000	70000
выручка от продаж	руб.	910000	910000	910000	1190000	1190000	1190000	1400000	1400000	1400000	1610000	1610000	1610000	15330000
Всего: выручка от продаж	руб.	2535000	2535000	2535000	3240000	3240000	3240000	3850000	3850000	3850000	4460000	4460000	4460000	42255000

Опишите, какой объем продаж (ед. продукции в мес./квартал) планируете

продавать. Аргументируйте, на чем основывается прогноз.

Планируем продавать всю произведенную продукцию за месяц, т.е. 200 в первый квартал, 250 во второй, 300 в третий, 350 в четвертый. Прогноз основывается на данных о продажах компаний-конкурентов, взятых в системе рекламы продуктов.

Исходя из планируемого объема продаж, рассчитайте выручку от продаж (цена за ед. продукции \times объем продаж).

Выручка от продаж за первый год составит 42 255 000

Определите «ВОРОНКУ» продаж. Рассчитайте, например, сколько вам необходимо сделать звонков, провести встреч, разослать коммерческих предложений – и к скольким заключенным договорам они приведут?

Воронка продаж такова: 5 174 звонка, из которых 70% - 3 621 приведут к встречам, 45% которых - 1 629 приведут к коммерческим предложениям, 66% которых - 1 075 приведут к окончательным подписаниям договоров

1. Сегментация аудитории:

- Частные домовладельцы: физические лица, проживающие в частных домах или таунхаусах.
- Владельцы квартир: люди, проживающие в многоквартирных домах.
- Офисные помещения: бизнес-сектор, который заинтересован в усилении безопасности своих офисов.

2. Особенности целевого рынка:

- Российский рынок недвижимости отличается смешанным характером, включая как квартиры в многоквартирных домах, так и приватные дома.
- В последние годы интерес к технологиям "умного дома" и "умной безопасности" виден в различных слоях российского общества.

План продвижения

1. Маркетинговые исследования:

- Проведение исследований для понимания интереса аудитории к умным камерам, их предпочтениям и барьерам для внедрения.
- Анализ конкурентов и их стратегий на рынке умных камер.

2. Позиционирование продукта:

- Выделение преимуществ умных камер для каждого сегмента аудитории (надежность, комфорт, дополнительные функции).
- Выбор правильного тонаса коммуникаций, который будет релевантен для российского рынка.



3. Продажи и дистрибуция:

- Построение сети дистрибуции, включающей розничные магазины, онлайн-торговые платформы и партнеров по сбыту.*
- Установление партнерских отношений с компаниями по установке систем безопасности.*

4. Маркетинг и реклама:

- Медийные кампании через социальные сети, поисковые системы и традиционные медийные каналы.*
- Участие в выставках, конференциях и специальных мероприятиях для продвижения продукта и создания осведомленности о нем.*

5. Обслуживание клиентов:

- Создание службы поддержки для консультаций по установке, настройке и обслуживанию умных камер.*
- Продвижение программ обновлений и обслуживания для удержания клиентов и улучшения удовлетворенности.*

Рассчитайте бюджет, который необходимо выделить на продвижение.

Опишите, какие инструменты продвижения будут наиболее эффективными для продвижения вашего товара, и составьте план-график работ (баннеры, реклама в специализированных СМИ, сайт в Интернет, листовки и т.д.).

1. Создание профессионального и информативного веб-сайта о продукции с возможностью онлайн-покупки.
2. Реклама в специализированных СМИ и интернет-изданиях, таких как "Хакер", "Журнал домашний мастер" и другие, где ваша целевая аудитория может узнать о преимуществах умных замков.
3. Размещение баннеров и рекламы на тематических веб-сайтах и форумах, посвященных безопасности и новейшим технологиям.
4. Распространение листовок и информационных буклетов в специализированных магазинах по продаже дверных и скобяных изделий, а также на рынках и выставках.

План-график работ может быть следующим:

- 1 месяц: Создание и запуск веб-сайта с полной информацией о продукции и онлайн-покупкой.
- 2-3 месяц: Разработка и размещение рекламы в специализированных СМИ и интернет-изданиях, запуск баннеров на веб-сайтах и форумах.



- 3-4 месяц: Проведение рекламной кампании с использованием листовок и буклетов, распространение их через магазины и участие в выставках.

Этот комплексный подход поможет максимально охватить целевую аудиторию и привлечь внимание к вашим умным камерам.

Основными конкурентами являются:

- 1) SelectCam
- 2) Hiwatch-service
- 3) VideoGlaz
- 4) Rdetector
- 5) Эльдorado

Ценностное предложение: мы предоставляем полную информацию об умных камерах клиенту на этапе покупки, помогаем рассчитать количество камер, необходимых для всей площади территории; цены на установку и техническое обслуживание в среднем на 5% ниже цен конкурентов.

Проблема, которую решит потребитель, воспользовавшись нашими услугами: обеспечение безопасности территории, видеонаблюдение в режиме реального времени.

Почему она будет решена: все камеры обеспечивают широкий обзор, подключаются к сети Wi-Fi, что позволит клиенту в режиме реального времени наблюдать за своей квартирой(участком, офисом и т.д). Камеры имеют датчики движения, которые помогут засечь любой объект и передать информацию клиенту (при учете того, что подключена функция “умный дом”).



Программа по организации продвижения (рекламных мероприятий)

Статьи расхода в,	ян	фв	мрт	ап	май	юн	ил	ав	сн	ок	нб	дк	Σ
Создание и запуск веб-сайта	100000												100000
Реклама в специализированных сми		50000	50000										100000
Размещение баннеров на веб-сайтах и форумах		50000	50000	50000									150000
Распространение листовок и буклетов			35000	30000									65000
Поддержание рекламы и маркетинговые расходы					110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	880000
Итого	100000	100000	135000	80000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	110000	1295000

Производственный план.

Таблица 1. Производственная программа.

№	Наименование продукции	Ед. изм.	Объем производства по периодам					
			2025 год				2026 год	
			I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I n/2	II n/2
1	Умная камера "Model-a"	шт	100	125	150	175	300	300
2	Умная камера "Model-b"	шт	60	75	90	105	180	180
	Умная камера	шт	40	50	60	70	120	120

	"Model-c"							
	<i>Итого</i>	шт	200	250	300	350	600	600

Таблица 2. Потребность в оборудовании и технических средствах.

<i>№</i>	<i>Наименование оборудования</i>	<i>Тип / модель</i>	<i>Завод-изготовитель</i>	<i>Сроки поставки</i>	<i>Стоимость тыс.руб.</i>
<i>1</i>	компьютер	любые	YADRO (российская кампания)	До 2026	60 000
<i>2</i>	склад	аренда	Мосгорстрой	До 2026	350 000/мес

Если у вас уже имеется какое-либо оборудование, укажите это. Опишите условия, на которых вы планируете приобретать оборудование.

Ноутбук имеется. Удачное расположение склада недалеко от потенциальных покупателей.

*Укажите, что является основным сырьём. Кем оно поставляется?
Участвует ли в производственном процессе на каких-либо промежуточных стадиях третья сторона?*

Китайская техника высокого качества. Поставки из Китая.

. Таблица 3. Потребность в материалах и ресурсах.

Наименование вида материальных ресурсов	Потребность на проект в 2025 году				Поставщик и
	1 квартал		2 квартал		
	Стоим. выраже ние	Натур. выраже ние	Стоим. выраже ние	Натур. выражен ие	
Материалы – всего	425 000	200	531 250	250	Екатеринбург ГорМеталл
Покупные комплектующ ие – всего:	3 575 000	200	4 468 750	250	Ухань
Всего	4 000 000	400	5 000 000	500	Наша команда

Опишите требования к квалификации и наличие необходимого персонала:

Нужны только установщики

- административный персонал; маркетолог/оператор
- инженерно-технический персонал; навыки
- производственный персонал; навыки
- условия оплаты и стимулирования;
- условия труда;
- структура и состав подразделений;
- обучение персонала;
- предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития предприятия.

Таблица 4. Численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды

Показатели	Единица измерения	год					2 год				3 год	
		Всего	по кварталам				Всего	по кварталам				
			I	II	III	I V		I	II	II I		I V

Расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды	Млн руб	8	2	2	2	2	12	3	3	3	3	20
1. Расходы на оплату труда рабочих, непосредственно занятых производством продукции	Млн	2	0.5	0.5	0.5	0.5	3	0.75	0.75	0.75	0.75	5
2. Расходы на оплату труда создателя ПО	млн	2	0.5	0.5	0.5	0.5	3	0.75	0.75	0.75	0.75	5
3. Расходы на оплату труда менеджера по продажам	млн	2	0.5	0.5	0.5	0.5	3	0.75	0.75	0.75	0.75	5
4. Расходы на оплату труда, Второго механика	млн	2	0.5	0.5	0.5	0.5	3	0.75	0.75	0.75	0.75	5

Таблица 5. Смета затрат на годовой план производства.

<i>Показатели</i>	<i>Всего</i>	<i>Продукт 1</i>	<i>Продукт 2</i>	<i>Продукт 3</i>
Комплекующие	14,27 млн	4,06млн	4,83млн	5,38млн
Камеры	21,4 млн	6,08 млн	7,24 млн	8,08 млн
ИТОГО:	35,67 млн.	10,14 млн	12,07 млн	13,46 млн

Организационный план

Таблица. Профиль должности.

Критерий	Содержание
Основное образование	Не важно
Дополнительное образование, специализация	Не важно
Необходимый опыт работы	нет
Задачи	Установщик: Установить камеры и датчики Инженер: Реализовать схему соединения Программист: разработать ПО Маркетолог: Создать ажиотаж
Знания	Умения каждого работника в своей области
Навыки, умения, деловые качества	Инициатива
Личностные качества	ответственность
Мотивация (что можем предложить)	опыт

Риски.

1. Выпишите все возможные риски

проекта: 1. Китайские аналоги

окажутся лучше.

2. Появятся более успешные российские аналоги.

3. Нехватка финансов

4. Некомпетентность специалистов

5. Невостребованность продукта

6. Попадание комплектующих под санкции

7. Военное положение в стране

8. Падение доходов населения

9. Китайские поставщики отказываются сотрудничать

10. Банки отказываются давать кредиты.

11. Проблема с логистикой.

12. Резкий скачек технологий, обесценивающий нашу технологию.

13. Слабая система безопасности.

2. Определите последствия наступления каждого риска;

<i>№</i>	<i>Риск</i>	<i>Последствия</i>
<i>1</i>	<i>Китайские аналоги окажутся лучше</i>	<i>Потребители будут использовать Китайскую продукцию.</i>
<i>2</i>	<i>Российские аналоги окажутся</i>	<i>Более влиятельные люди в России захватят рынок, и потребители просто не узнают о существовании нашей продукции.</i>
<i>3</i>	<i>Нехватка финансов.</i>	<i>Не получится запустить производство.</i>
<i>4</i>	<i>Некомпетентность специалистов</i>	<i>Будет выпускаться продукция плохого качества, из-за этого сформируется плохая репутация.</i>

5	Невостребованность продукта.	Людам окажется просто не нужен наш продукт.
6	Попадание комплектующих под санкции.	Будет невозможно продолжить производство и продажу продукции из-за отсутствия одной важной детальки.
7	Военное положение в стране.	Люди будут покупать только вещи для обеспечения базовых потребностей.
8	Падение доходов населения.	Людам будет хватать денег только на удовлетворение базовых потребностей.
9	Китайские поставщики откажутся сотрудничать.	Все поставки прекратятся полностью.
10	Банки откажутся давать кредиты.	Не будет денег на развитие и продолжение производства
11	Проблема с логистикой.	Огромный срок ожидания доставки покупателем, следовательно потеря интереса к нашей продукции.
12	Резкий скачок технологий, обесценивающий нашу технологию.	Наша продукция оказывается устаревшей.
13	Слабая система безопасности	Систему безопасности оказывается возможно взломать и появляется возможность проникать в квартиры под защитой нашей системы, а значит потеря доверия покупателей.



Карта рисков

Вероятность				
<i>Высокая</i>		<i>1. Российские аналоги окажутся более востребованы</i>	<i>1. Китайские аналоги окажутся более востребованы</i>	
<i>Средняя</i>	<i>1. Резкий скачок технологий, обесценивающих нашу технологию.</i>	<i>1. Нехватка финансов</i> <i>2. Проблема с логистикой</i>	<i>1. Падение доходов населения.</i> <i>2. Слабая система безопасности</i> <i>3. Банки отказываются выдавать кредиты.</i>	
<i>Малая</i>	<i>1. Некомпетентность специалистов</i>	<i>1. Попадание комплектующих под санкции.</i>	<i>1. Невостребованность продукта.</i> <i>2. Военное положение в стране</i> <i>3. Китайские поставщики отказываются сотрудничать.</i>	
	<i>малый</i>	<i>средний</i>	<i>большой</i>	Размер ущерба

Матрица реагирования и упреждения рисков

<i>№</i>	<i>Риски</i>	<i>Индикаторы наступления</i>	<i>упреждение</i>	<i>реагирование</i>	<i>ответственный</i>
1	Китайские аналоги более востребованы	Поступила информация, что людям больше нравится китайская продукция.	Поговорить с властями и нужными министерствами и попросить их поддержать отечественный бизнес, увеличив пошлину на Китайскую продукцию.	Проанализировать, в чем наша продукция хуже китайской и модернизировать её.	Иванов Иван Иванович
2	Российские аналоги окажутся успешнее	Поступила информация, что появились конкуренты и покупатели отдадут им предпочтение.	Обсудить с конкурентами и зоны продаж (может быть, одни будут продавать в одном регионе, другие в другом и так всем выгоднее).	Проанализировать недостатки нашей продукции и устранить их.	Иванов Иван Иванович
3	Нехватка финансов	Отклонения от финансового плана.	Выйти на более дешёвых поставщиков.	Увеличить стоимость продукта для покупателя, урезать зарплаты сотрудникам.	Иванов Иван Иванович
5	Невостребованность продукта	Конкуренты отсутствуют, однако продукция всё равно не	Увеличить затраты на рекламу.	Перейти на производство нового более востребованного продукта.	Васильев Василий Васильевич

		пользуется популярностью.			
6	Попадание комплексующих под санкции	Поставщики не имеют возможность поставлять комплектующие по договорам.	Невозможно предотвратить.	Найти новых поставщиков или договориться о параллельном импорте.	Васильев Василий Васильевич
7	Военное положение в стране	Началась война.	Невозможно предотвратить.	Перейти на производство похожей, но более востребованной продукции в период военного времени.	Дмитриев Дмитрий Дмитриевич
8	Падение доходов населения	Кризис в стране, сильная инфляция.	Невозможно предотвратить.	Удешевить продукцию за счёт падения качества или перейти на производство более востребованной продукции в данной ситуации.	Дмитриев Дмитрий Дмитриевич
9	Китайские поставщики отказываются сотрудничать	Начались перебои с поставками.	Обсудить с поставщиком и ситуацию и решить разногласия, тем самым решив вопрос перебоев или отказа сотрудничать.	Найти новых недорогих отечественных поставщиков или поставщиков из стран СНГ.	Степанюченко Софья Павловна
10	Банки отказываются давать кредиты	Проблемы с получением новых кредитов.	Решить разногласия обсудив это лично с представителями банков.	Найти инвесторов, кто готов вложиться в наш проект.	Дмитриев Дмитрий Дмитриевич

11	Проблема с логистикой	Доставки продукции по всей стране, слишком большой промежуток времени между заказом покупателем и установкой замковой системы.	Увеличить штат и географию доставщиков.	Выбрать более выгодное и удобное местоположение складов.	Дмитриев Дмитрич Дмитриевич
12	Резкий скачек технологий, обещающих нашу технологию.	Появляется кардинально новая технология, которая всем кажется удобнее и практичнее нашей.	Невозможно предотвратить.	Переход к более новым и востребованным технологиям	Васильев Василий Васильевич
13	Слабая система безопасности	До нас доходит информация о проникновениях в квартиры с нашей системой злоумышленников или о том, что её кто-то взломал.	Тщательные проверки системы связанной с умением распознавать живые лица и отличать их от фото, а также тщательная защита системы.	Модернизация системы безопасности и извинения перед обманутыми покупателями.	Васильев Василий Васильевич

Выводы.

Подводя итоги, стоит подчеркнуть, что этот проект в целом выглядит многообещающе с точки зрения финансовых вложений. С точки зрения инноваций, продукт проекта довольно свежий для экономики, что предполагает хорошую перспективу продаж в будущем, особенно с учетом развития новых технологий и замены устаревших. Также следует отметить, что благодаря значительным инвестициям в рекламу, продажи могут оказаться довольно высокими. В финансовом плане заметно, что по мере продвижения в реализации проекта его рентабельность начинает возрастать.