

БИЗНЕС-ПЛАН КОМПАНИИ «ЧИСТОТЕХ»

Ланговский Лев Николаевич
Грачева Анастасия Игоревна
Шалин Максим Евгеньевич
Б23-211

ВВЕДЕНИЕ

Чистая вода и свежий воздух — основа здоровой жизни. Современные технологии очистки воды и воздуха играют ключевую роль в поддержании благополучия людей, уменьшая воздействие вредных загрязнителей и улучшая качество среды, в которой мы живем и работаем.

Очистка воды помогает удалить опасные химические вещества и микроорганизмы, обеспечивая безопасное потребление. А системы очистки воздуха защищают нас от аллергенов, пыли и вредных частиц, делая воздух в помещениях свежим и полезным для дыхания.

В условиях роста урбанизации и ухудшения экологии эти решения становятся все более необходимыми для поддержания здоровья и благополучия.

РЫНОК И ЕГО ПОТЕНЦИАЛ

Рынок приборов по очищению воды и воздуха в настоящее время становится все более насыщенным с развитием технологий и ростом спроса на новые решения экологических проблем и безопасности окружающей природы, а также демонстрирует тенденцию к росту в связи с повышенным интересом к высоким технологиям и экологии.

Ожидается, что мировой рынок машин для очистки воды и воздуха вырастет в среднем на 6,5% с 2019 года и достигнет 211,3 млрд. долларов к 2025 году по данным Meticulous Research.

СУТЬ ПРОЕКТА

“ЧистоТех” - инновационная компания-стартап, основанная группой энтузиастов, увлеченных новейшими технологиями и стремящихся сделать мир лучше и безопаснее. Наша миссия заключается в предоставлении высококачественных и надежных приборов по очистке воды и воздуха, произведенных в России, которые обеспечивают безопасность, удобство для наших клиентов.



АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ

Наименование Характеристики	Озонатор с функцией ионизации «Зевс» (изделие 1)	Очиститель воздуха, оснащенный многоступенчатой системой фильтрации «Аполлон» (изделие 2)	Система очистки воды «Посейдон» (изделие 3)
Материал	АВС пластик	UrePlast-80	PEEK
Размер	Стандартный размер комплекса приборов для выполнения данных задач.		
Питание	Батарейный блок с возможностью подключения к основному электрическому источнику.		
Методы очистки	Инновационная плазменная панель, электростатические нанофильтры	Электростатические нанофильтры	Электростатические нанофильтры, сорбционный блок очистки
Эффективность и безопасность	Приборы очищают среду до установленного уровня по стандартам ВОЗ		
Установка и настройка	Простая установка и настройка с подробными инструкциями в комплекте.		

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКТА

ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Разработка концепции прибора, определение его функциональности и внешнего вида. Создание эскизов и 3D-модели для воплощения задумки в реальность.

СОЗДАНИЕ

Изготовление корпуса, установка электронных компонентов, программирование и тестирование, сборка и упаковка.

КОНТРОЛЬ

Проверка каждого прибора на соответствие спецификациям, исправность электронных компонентов и надежность работы. В случае обнаружения дефектов или несоответствий, отправка изделия на доработку или замену

ЛОГИСТИКА

После успешного прохождения контроля качества, приборы упаковываются в соответствии с требованиями. Отправка может осуществляться как национальными, так и международными перевозчиками в зависимости от места назначения.

ОБСЛУЖИВАНИЕ

Предоставление поддержки и гарантий клиентам: установка и настройка, ответы на вопросы и решение проблем, связанных с продуктом.

ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

№	Наименование продукции	Ед. изм.	Объем производства по периодам					
			2025 год				2026 год	
			I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I п/г	II п/г
1	Озонатор с функцией ионизации «Зевс»	шт	100	125	150	175	300	300
2	Очиститель воздуха «Аполлон»	шт	60	75	90	105	180	180
3	Система очистки воды «Посейдон»	шт	40	50	60	70	120	120
	Итого	шт	200	250	300	350	600	600

ПЛАН ПРОДАЖ

Наименование показателей	Периоды (по месяцам)												Итого за год	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1. Озонатор с функцией ионизации «Зевс»														
объем продаж	ед.	33	33	33	42	42	42	50	50	50	58	58	58	550
цена за ед.	руб.	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000	50000
выручка от продаж	руб.	1650000	1650000	1650000	2100000	2100000	2100000	2500000	2500000	2500000	2900000	2900000	2900000	27450000
2. Очиститель воздуха «Аполлон»														
объем продаж	ед.	20	20	20	25	25	25	30	30	30	35	35	35	290
цена за ед.	руб.	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	400000	40000
выручка от продаж	руб.	8000000	8000000	8000000	10000000	10000000	10000000	12000000	12000000	12000000	14000000	14000000	14000000	132000000
3. Система очистки воды «Посейдон»														
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

ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ

Маркетинговые исследования

Проведение исследований для понимания интереса аудитории к приборам очистки воздушно-водной среды, их предпочтениям и барьерам для внедрения

Анализ конкурентов и их стратегий на рынке приборов очистки воздушно-водной среды

Позиционирование продукта

Выделение преимуществ приборов очистки воздушно-водной среды для каждого сегмента аудитории

Выбор правильного тона коммуникаций, который будет релевантен для российского рынка

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

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

Обслуживание клиентов

Создание службы поддержки для консультаций по установке, настройке и обслуживанию приборов очистки воздушно-водной среды

Продвижение программ обновлений и обслуживания для удержания клиентов и улучшения удовлетворенности

ПЛАН-ГРАФИК ПРОДВИЖЕНИЯ

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.

ПЛАН РАСХОДОВ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Показатели	Единица измерения	год					2 год					3 год Всего
		Всего	по кварталам				Всего	по кварталам				
			I	II	III	IV		I	II	III	IV	
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 инженера электронщика и создателя ПО для плат	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

КАРТА РИСКОВ

Вероятность ↓				
Высокая		2. Российские аналоги окажутся более востребованы	1. Китайские аналоги окажутся более востребованы	
Средняя	12. Резкий скачок технологий, обесценивающий нашу технологию.	3. Нехватка финансов 11. Проблема с логистикой	8. Падение доходов населения. 10. Банки отказываются выдавать кредиты.	
Малая	4. Некомпетентность специалистов	6. Попадание комплектующих под санкции.	5. Невостребованность продукта. 7. Военное положение в стране 9. Китайские поставщики отказываются сотрудничать.	
	малый	средний	большой	← Размер ущерба

- Возможные риски:**
1. Китайские аналоги окажутся более востребованы
 2. Российские аналоги окажутся более востребованы
 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 выдавать кредиты
 11. Проблема с логистикой
 12. Резкий скачок технологий, обесценивающий нашу технологию

МАТРИЦА РЕАГИРОВАНИЯ И УПРЕЖДЕНИЯ РИСКОВ

№	Риски	Индикаторы наступления	упреждение	реагирование	ответственный
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.	Ланговский Лев Николаевич
2	Российские аналоги окажутся успешнее	Поступила информация, что появились конкуренты и покупатели отдадут им предпочтение.	Обсудить с конкурентами зоны продаж (может быть, одни будут продавать в одном регионе, другие в другом и так всем выгоднее).	Проанализировать недостатки нашей продукции и устранить их.	Ланговский Лев Николаевич
3	Нехватка финансов	Отклонения от финансового плана.	Выйти на более дешёвых поставщиков.	Увеличить стоимость продукта для покупателя, урезать зарплаты сотрудникам.	Ланговский Лев Николаевич
5	Невостребованность продукта	Конкуренты отсутствуют, однако продукция всё равно не пользуется популярностью.	Увеличить затраты на рекламу.	Перейти на производство нового более востребованного продукта.	Ланговский Лев Николаевич
6	Попадание комплектующих под санкции	Поставщики не имеют возможность поставлять комплектующие по договорам.	Невозможно предотвратить.	Найти новых поставщиков или договориться о параллельном импорте.	Шалин Максим Евгеньевич
7	Военное положение в стране	Началась война.	Невозможно предотвратить.	Перейти на производство похожей, но более востребованной продукции в период военного времени.	Шалин Максим Евгеньевич
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.	Шалин Максим Евгеньевич

МАТРИЦА РЕАГИРОВАНИЯ И УПРЕЖДЕНИЯ РИСКОВ (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

9	Китайские поставщики отказываются сотрудничать	Начались перебои с поставками.	Обсудить с поставщиками ситуацию и решить разногласия, тем самым решив вопрос перебоев или отказа сотрудничать.	Найти новых недорогих отечественных поставщиков или поставщиков из стран СНГ.	Шалин Максим Евгеньевич
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.	Грачева Анастасия Игоревна
11	Проблема с логистикой	Доставки продукции по всей стране, слишком большой промежуток времени между заказом покупателем и установкой очистительной системы .	Увеличить штат и географию поставщиков.	Выбрать более выгодное и удобное местоположение складов.	Грачева Анастасия Игоревна
12	Резкий скачек технологий, обесценивающи й нашу технологию.	Появляется кардинально новая технология, которая всем кажется удобнее и практичнее нашей.	Невозможно предотвратить.	Переход к более новым и востребованным технологиям	Грачева Анастасия Игоревна

ИТОГ: ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Период времени (месяцы)	Янв.	Фев.	Март	Апр.	Май	Июнь	Июль	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
Доходы	2535000	2535000	2535000	3240000	3240000	3240000	3850000	3850000	3850000	4460000	4460000	4460000
Затраты	2630000	2450000	2485000	2763335	2793335	2793335	3126660	3126660	3126660	3460000	3460000	3460000
Чистая прибыль	-95000	85000	50000	476665	446665	446665	723330	723330	723331	1000000	1000000	1000000