

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Средняя школа № 18»
г. Иваново



Проект: «BrioLife»

Направление:
**«Зеленые технологии и
стартапы»**

Автор:

Таджиев Михаил Хамзаевич

Руководитель:

Волостных Алёна Алексеевна



Оглавление

1. Визитка	2
2. Резюме бизнес-идеи	3
3. Описание компании	4
4. Целевая аудитория	6
5. Планирование рабочего процесса	7
6. Маркетинговый план	10
7. Устойчивое развитие	11
8. Техничко-экономическое обоснование проекта	12
9. Приложение.....	13

Визитка команды

Преимущество «BrioLife» заключается в том, что живые картины, приобрести которые можно у нас - современная альтернатива уже наскучившим цветам в горшках. Картина из мха незаменимый аналог обычных растений для нашего города Иваново как минимум, потому что такой деятельностью пока никто не занимался и тем более не выводил данный продукт на рынок. Поэтому наша бизнес-идея экологической направленности является очень актуальной для нашего города. Конечно могут быть отдельные авторские работы, но производства подобных картин даже в рамках малого бизнеса в нашем городе нет. Поэтому, мы хотим открыть наш бизнес с целью распространения экологических картин «BrioLife» и производить массовые поставки наших живых картин по Ивановской области и ЦФО, а далее – распространение по городам России.

Название нашего проекта: «BrioLife», если переводить дословно «мох для жизни». Наш клиент приобретает эксклюзивную авторскую картину, которая отлично очищает воздух, наполняют комнату благоуханием и создает приятную атмосферу.

Название идеи: «BRIOeighteen» - мы знатоки мхов различных видов из школы № 18, г. Иваново.

Наш логотип:



Цель бизнеса: внедрение на рынок города Иваново и области живых картин.

Сильные стороны автора проекта

	Михаил
<ul style="list-style-type: none">• Высокий уровень критического мышления• Умение импровизировать• Социальная мобильность	

Ключевые факторы успеха: вытеснение конкурентов за счет лучшего соотношения цены и качества.

1. Резюме бизнес-идеи

Название идеи: «BRIOeighteen» - мы знатоки мхов различных видов, обучающиеся школы № 18

Наименование бизнеса: «BrioLife»

Нашу миссию мы видим в том, чтобы очистить офисную среду от радиации, излучаемой техникой и добавить уюта в интерьер.

Цель бизнеса: внедрение на рынок города Иваново, ЦФО, а затем и России живых картин из различных видов мхов, как высоко эстетичного и экологически чистого продукта.

Вид деятельности:

ОКВЭД 74.10 - деятельность специализированная в области дизайна.

ОКВЭД 47.91.2 - торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет.

Краткое описание бизнеса: бизнес строится по принципу B2B организационно-правовая форма – ИП.

Мы предлагаем живые картины из различных видов мхов, в том числе краснокнижных, наши картины дешевле аналогов, просты в изготовлении, имеют индивидуальный дизайн и не требуют частого ухода.

Наш проект находится на стадии реализации продукции.

Потенциальные потребители молодые люди, а также офисные работники, в возрасте от 18 до 50 лет.

Планируем использовать интернет-магазин и различные социальные сети, как прямой канал сбыта и рекламы продукции.

Таблица 1

Основные показатели проекта

Показатели	Первый год работы
Объемы продаж, шт	75 шт
Выручка от продажи, руб	525000, руб
Итого расходов с налоговыми платежами, руб	359 840, руб
Чистый финансовый результат	124 620, руб
Рентабельность производства, %	23 %
Срок окупаемости, лет	2 года

2. Описание компании

В процессе проработки нашей бизнес-идеи мы рассуждали о создании живых картин именно из мха, т.к. мхи способны переживать неблагоприятные условия в состоянии анабиоза и восстанавливать свои жизненные функции через месяцы и даже годы. Плюс ко всему, мхи, являясь биоиндикаторами окружающей среды (могут существовать и хорошо развиваться только в экологически чистых местах), в последнее время вызывают к себе большой интерес. Самое главное отличие живой картины «BrioLife» от обычной заключается не только в эстетическом наслаждении, а еще и в том, что она уменьшает вредное воздействие на человека от окружающей его техники. Также не безызвестным фактом является то, что мох – это растение, соответственно он вырабатывает кислород, что очень полезно для офисных работников и вообще для людей, проводящих много времени за компьютером, также поглощая вред от компьютера или техники за которой работает человек – все это является огромным плюсом в нашей бизнес-идее. Для разработки бизнес-идеи мы использовали технологию «Шесть шляп мышления» Эдварда де Боно и распространенную технологию критического мышления.

Успех команды обусловлен тем, что в Иванове и области нет прямых конкурентов, к тому же мы планируем выпускать продукцию, которая совмещает в себе цену и качество. Почему «BrioLife» станет успешным проектом? Во – первых, простота организации, основной материал – это мох и он встречается почти на каждом шагу. Уход за картиной заключается только в опрыскивании и периодической стрижке. Во – вторых, мы получаем из минимума вложений - максимум выгоды.

Роли каждого из участников в проекте (бизнес-идее) распределены следующим образом.

Михаил: генеральный директор, ответственный за поставки и закупку материалов, анализ рынка, разработка маркетинговой стратегии, ведение бухгалтерии.

Волостных А.А.: технический директор, ответственный за поставки продукции и за рабочий процесс.

В краткосрочных целях у нас пока только один вид продукции – живая картина из различных видов мхов, а модификации уже в дальнейшем.

1. Создать конкурентоспособный продукт картин из различных видов мхов и выйти с ним на рынок города Иванова и области (**краткосрочные**).
2. Развивать производство и сбыт данных картин на уровне ЦФО (**среднесрочные**).
3. Продвинуть наш продукт на Российский уровень (**долгосрочные**).

Планируем использовать интернет-магазин и различные социальные сети, как прямой канал сбыта и рекламы продукции.

Для реализации проекта нам потребуются (из расчета на картину А3): различные виды стабилизированного мха (4 вида, по 300 гр), пенопласт (А3), клей ПВА, клей для дерева, глицерин и гидравлическое масло (для приготовления

специального раствора для стабилизации мха), рамка (А3), пищевой краситель (для придания цвета), дополнительный декор.

План реализации проекта:

Создание осознанного бизнес-плана, затем создание готовой живой картины и её тестирование на рынке. Получение гранта или получение поддержки от государства, как малому бизнесу. Регистрация компании (лучшая для нас организационно-правовая форма ИП). Развитие на рынке города Иваново и Ивановской области.

При разработке стратегии позиционирования на рынке мы будем учитывать, какую позицию занимают наши конкуренты в сознании нашего потребителя, и будем формировать свое собственное положение.

3. Целевая аудитория

При определении целевого рынка мы разделяем понятие «потребитель» и «покупатель».

Основные признаки сегментации рынка, которые мы выбираем:

- 1) Географический – Иваново, ЦФО, Россия
- 2) Социально-демографический – пол, возраст, социальный статус
- 3) Экономический - ежемесячный доход на человека 30000-35000

Для оценки размера целевого рынка мы будем использовать статистические данные (бюллетень «численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2018 года» http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_111/Main.htm).

Из всего населения России, по критериям, поставленном для клиента-потребителя подходит 484263917 человек, из которых более вероятно открыто для новинок только 129621322 человек. В первые моменты «жизни» проекта, вся маркетинговая составляющая будет направлена на увеличение целевой аудитории, как минимум в 2 раза.

Мы планируем занять долю на целевом рынке не менее 7 % с учетом наличия конкурентов и характеристик нашей целевой группы.

Нашими прямыми ближайшими конкурентами являются компании: «EMERALD green», «Фито-офис» г. Москва.

Нашими косвенными конкурентами можно считать компании, выпускающие картины из сухих растений и изготавливающие топиарии.

Для более точного представления о конкурентах в нашем возможном положении мы представим сводную сравнительную таблицу.

Таблица 2

Сравнительный анализ компании «BrioLife» с «EMERALD green»

Характеристики	«BrioLife»	«EMERALD green»	«Фито-офис»
Широта ассортимента	8	5	4
Срок поставки	6	4	3
Цена	7	3	4
Канал распределения	4	6	5
Услуги, в том числе тех. поддержка	6	5	6
Бонусная программа	5	4	4
Стимулирование сбыта	1	3	2
Реклама	3	6	5
Свойства товара	5	4	3
Итого баллов	45	40	36

4. Планирование рабочего процесса

Основные этапы производства продукции:

1. Получение заказа на картину
2. Определение параметров конкретного дизайна (размера и рисунка)
3. Создание эскиза
4. Сбор материала и закупка инструментария
5. Стабилизация мха
6. Изготовление основы для картины
7. Крепление биоматериала на основу для картины
8. Дополнительное декорирование
9. Просушка готовой картины
10. Доставка изделия клиенту

Позитивный план развития бизнеса: мы выходим на областной рынок, разрабатываем возможные модификации нашего продукта, успешное продвижение на рынке, выполнение работ на заказ, по индивидуальному дизайну, налаживание автоматизированного производства живых картин с малой долей участия человека.

Антикризисный план развития бизнеса: поиск альтернативных каналов сбыта продукции, снижение цен на живые картины, бонусные программы, усиление PR компании, возможное привлечение партнеров, сотрудничество и объединение со схожими компаниями по флористической направленности.

Этапы развития бизнеса.

1. Формулирование идеи.
2. Разработка бизнес-плана.
3. Разработка готового продукта и тестирование его на рынке.
4. Регистрация предприятия в выбранной организационно-правовой форме.
5. Старт-запуск предприятия.
6. Выход на рынок с предложением на целевую аудиторию.
7. Закрепление на рынке.
8. Развитие бизнеса - расширение доли на рынке, развитие ассортимента.
9. Масштабирование бизнеса.

Таблица 3

Производственная программа

Наш продукт	Май – июнь 2019	Июль, август, сентябрь 2019	Октябрь, ноябрь, декабрь 2019	Январь, февраль, март 2020	Апрель, май 2020
Картина из мха	18	18	13	13	13
Картина из мха с дополнительным декором	0	0	0	3	6
Картина из мха и других растений	0	0	0	2	4

Определим потребности в основных средствах и инструментах (таблица 4).

Таблица 4

Основные средства, материалы

№	Наименование	Количество, шт.	Цена, руб.	Сумма, руб
1.	Дополнительные материалы	Индивидуально (в зависимости от заказа)	100 руб.	7500 руб.
2.	Пенопласт	75 шт.	50 руб.	3750 руб.
3.	Мох стабилизированный	Индивидуально (в зависимости от заказа)	0 руб.	0 руб.
4.	Клей ПВА	50 шт.	30 руб.	1500 руб.
5.	Клей для дерева	25 шт.	110 руб.	2750 руб.
6.	Глицерин	100 мл.	25 руб.	1875 руб.
8.	Рамка	75 шт.	300 руб.	22500 руб.
9.	Пищевой краситель	40 упаковок	100 руб.	4000 руб.
Итоговые расходы (на 75 картин)			43 875 рублей	

Планируется изготовление живых картин на дому одного из работников. Затраты на основные средства и материалы для изготовления 1 живой картины составляют в среднем 585 рублей. В первый год в качестве работников будут только три основателя проекта. По мере развития и укрепления на рынке будет увеличиваться штат работников. Функционал бухгалтерских работ будет выполнять один из основателей проекта.

Таблица 5

Планируемые расходы на оплату труда в первый год работы

Должность	Численность, чел	Заработная плата в месяц, руб	Заработная плата в год, руб
генеральный директор	1	8000	96 000
технический директор	1	6000	72 000
бриолог	1	8000	96 000
Итого	3	22000	264 000

5. Маркетинговый план

Наша миссия состоит в том, чтобы очистить офисную среду от радиации, излучаемой техникой и добавить уюта в интерьер.

Наша цель к апрелю-маю 2020 года реализовать 75 живых картин на территории города Иванова и области.

Первые 30 картин мы будем продавать, не взывая с клиента плату за доставку продукта.

Ценовая политика является одним из ключевых инструментов маркетинга. В маркетинг-миксе цена представляет собой единственный элемент, создающий для компании прибыль. Остальные составляющие маркетинг-микса (продвижение, место, продукт) воплощают собой затраты компании на их создание. Ценообразование происходит на основе конкурентных цен – при назначении цен с применением этого подхода внимание уделяется сравнению продукции компании с продукцией конкурентов. Предварительный анализ расходов на производство и цен конкурентов помогает установить цены на наш продукт в среднем на уровне 7000 рублей за одну картину.

Канал распределения планируется смешанный. Мы будем продавать живые картины как через интернет-магазины, так и через посредников.

Таблица 6

Результаты SWOT анализа

Возможности <ul style="list-style-type: none">• выход на Российский рынок• модификация продукции• расширение ассортимента	Угрозы <ul style="list-style-type: none">• возникновение конкурентов<ul style="list-style-type: none">• повышение УСН• выход из бизнеса одного из основателей
Сильные стороны <ul style="list-style-type: none">• гарантия на товар• профессиональная оценка мхов бриологом• минимальные затраты на материалы и инструменты	Слабые стороны <ul style="list-style-type: none">• отсутствие пиара в соц. сетях• низкая конкурентная способность• малая известность на рынке

В первый год развития бизнес-проекта маркетинговая составляющая будет направлена на увеличение целевой аудитории как минимум в 2 раза. В основном привлечение будет осуществляться путем предоставления бесплатной разработки дизайна живой картины.

Первоначальные затраты на рекламу, стимулирующие акции, создание и развитие интернет-магазина для первого года работы мы оцениваем в 30 000 рублей.

6. Устойчивое развитие

В краткосрочных целях у нас создать конкурентоспособный продукт картин из различных видов мхов и выйти с ним на рынок города Иваново и области. В среднесрочных - развивать производство и сбыт данных картин на уровне ЦФО. Долгосрочными являются планы продвинуть наш продукт на Российский уровень.

Экологическая безопасность.

Основой для изготовления живых картин являются материалы натурального происхождения. Картина из мха, благодаря влагозамещающему веществу, всегда будет сочной и свежей — цвет мха всегда будет насыщенным и устойчивым на срок до 10 лет.

Эколого-биологические особенности наших живых картин:

- обработка специальными препаратами, безопасными для людей и животных.
- отсутствие аллергических реакций, так как стабилизация нейтрализует все процессы (рост, цветение, осыпание микрочастиц);
- отсутствие микроорганизмов, которые могут появляться при повышенной сырости естественного декоративного мха;
- отсутствие плесени и других побочных процессов, также негативно влияющих на здоровье человека;
- поскольку рост не выполняется, мох не меняет размер и не осыпается в период обновления. В квартире с такими озеленениями всегда чище, тем более, грунт также не требуется, из-за просыпания которого всегда возникают незапланированные уборки;
- создание зеленых зон, повышающих настроение своей бесконечной свежестью и природной красотой;
- возможность окрашивания, преобразовывая к дизайну помещений.

В нашем случае постоянные расходы за первый год работы 43 875 рублей, в частности это расходы на средства и материалы, используемые при изготовлении нашего продукта.

Цена единицы продукции 7 000 рублей.

Переменные расходы на единицу продукции 585 рублей.

Точка безубыточности $43\,875 / (7000 - 585) = 75$ картин в год

Стоимость безубыточного выпуска в год 75 шт. * 7 000 руб. = 525 000

7. Техничко-экономическое обоснование проекта

В качестве основных первоначальных источников финансирования мы планируем привлечение собственных средств и биоресурсов, а также получение гранта.

На основных этапах финансирование необходимо лишь на оплату работы изготовителя живой картины и материалы, создание интернет-магазина, а также тестирование на рынке, продвижение нашего продукта. При изготовлении нашей продукции на начальных этапах мы планируем проводить анализ продукции конкурентов, для выявления возможных недостатков наших живых картин. Одним из фондов, предоставляющих гранты на 2019 год является Фонд содействия инновациям, уже объявлен конкурсный отбор по программе «Бизнес-старт» 2019 года, они выделяют 5 млн. рублей при условии софинансирования, 100% от суммы гранта.

Таблица 7

Основные технико-экономические показатели проекта

Показатели	Первый год работы
Объемы продаж, шт.	75 шт.
Выручка от продажи, руб.	525 000 руб.
Расходы на материалы, руб.	43 875 руб.
Расходы на аренду помещения, руб.	0 руб.
Расходы на создание продукта и тестирование рынка, руб.	1965 руб.
Расходы на оплату труда и отчисления, руб.	264 000 руб.
Расходы на бухгалтерское сопровождение, руб.	20 000 руб.
Расходы на продвижение (в том числе поддержка интернет-магазина), руб.	30 000 руб.
Итого расходов, руб.	359 840 руб.
Прибыль, руб.	165 160 руб.
УСН 15% от прибыли, руб.	43 540 руб.
Чистый финансовый результат, руб.	124 620 руб.
Рентабельность продаж, %	23 %
Срок окупаемости, год	2

Мы выбираем упрощенную систему налогообложения 15% от прибыли. Эта система более эффективна. В нашем случае доход ненамного больше расходов, поэтому 15% от прибыли будет составлять меньшую сумму, чем 6% от дохода при другой системе упрощенного налогообложения. Средняя стоимость нашей живой картины составляет 7000 рублей.

Приложение

Фото некоторых видов мхов, которые мы используем в нашей работе

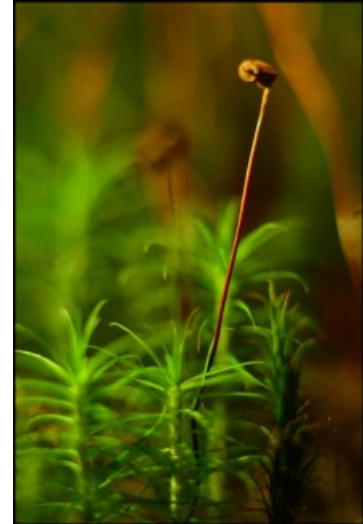


Рис. 1. *Polytrichum juniperinum* (Hedw.) – Политрихум можжевельниковидный (слева – группа гаметофитов, справа – общий вид с коробочками).



Рис. 2. *Climacium dendroides* (Hedw.) F. Weber & D. Mohr. – Климациум древовидный (слева – группа гаметофитов, справа – одиночный гаметофит).

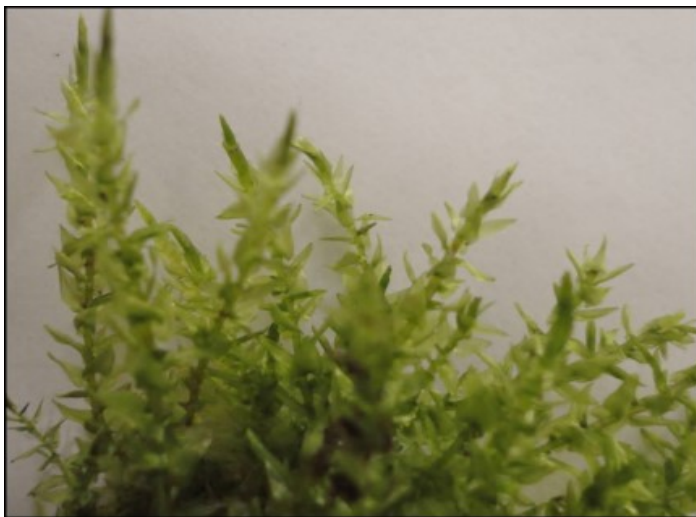


Рис. 3. *Calliergonella cuspidata* (Hedw.) Loeske – Каллиергонелла заострённая (слева - группа гаметофитов, справа – общий вид с коробочками).



Рис. 4. *Plagiomnium cuspidatum* (Hedw.) - Плагиомниум остроконечный
(слева - общий вид с коробочками, справа - группа гаметофитов)



Рис. 5. *Dicranum scoparium* (Hedw.) – Дикранум метловидный
(слева – группа гаметофитов, справа – коробочки).



Рис. 6. *Polytrichum strictum* Brid. – *P. alpestre* Hopp – *P. juniperinum* var. *affine* (Funk) Brid. – *P. affine* Funck. – Политрихум прямой (слева – группа гаметофитов с коробочками, справа – одиночный гаметофит).