



БИЗНЕС-ПЛАН №1 от 01.03.2020г

проекта

«ГОРОД БЕЗ ГРАНИЦ»

Соавторы:

Журавская Виолетта Витальевна

Щепёткина Мария Евгеньевна

Пушкарева Дарья Романовна

Сабанцев Олег Константинович

Панова Анастасия Владиславовна

Масленникова Анастасия Юрьевна

Масленников Дмитрий Юрьевич

Екатеринбург

2020

Оглавление

| | |
|---|-----------|
| 1. Исполнительное резюме..... | 3 |
| 2. Маркетинговый план..... | 6 |
| 3. Организационный план..... | 11 |
| 4. Производственный план..... | 16 |
| 5. Финансовый план..... | 21 |
| 6. Анализ рисков..... | 25 |
| 7. Презентационный буклет проекта..... | 28 |

1. Исполнительное резюме

1. Цель проекта: Разработка и внедрение мобильного приложения, способствующего обеспечению доступности городской среды для людей с инвалидностью в г. Екатеринбург к третьему кварталу 2020г.

2. Задачи проекта:

- Формирование рабочей группы для работы над проектом.
- Сбор, обработка и анализ информации, касающейся маркетинга (подробное изучение рынка, потребностей целевой аудитории, каналов сбыта и т.д.) и технической стороны (формирование технического задания с проработкой алгоритма работы сервисов, прогнозирование проблем и сбоев в работе продукта).
- Проектирование интерфейса и разработка дизайна мобильного приложения.
- Создание приложения соответствующими специалистами команды в рамках технического задания и дизайн-проекта. Наполнение продукта ключевой информацией об объектах доступной среды г. Екатеринбурга.
- Тестирование приложения, сбор обратной связи от целевой аудитории.
- Доработка продукта. Повторное тестирование.
- Реклама продукта. Реализация приложения через ключевые каналы сбыта.
- Масштабирование в пределах Российской Федерации. Подготовка продукта к зарубежным рынкам и выход на них.

3. Целевая аудитория: люди с инвалидностью (проблемы опорно-двигательного аппарата, проблемы со зрением) г. Екатеринбурга - около 250.000 чел. (Свердловская область); около 11.000.000 чел. (Российская Федерация).



4. Актуальность проекта: в нашей стране уже предпринимались попытки реализации подобного проекта (сайт «Доступная среда», карта доступности от компании Teva), но они не увенчались достаточным успехом. Данные программы имеют три существенных минуса: трудный поиск по сайту, нехватка представленной информации, а также отсутствие мобильной версии. Поэтому я хочу, изучив опыт разработчиков, указанных выше проектов, создать новое приложение. И сделать его удобным, простым, но с достаточным количеством функций, необходимых целевой аудитории.

5. Краткое описание проекта (суть проекта): в рамках проекта «Город без границ» будет создано приложение для различных цифровых устройств, в том числе и мобильных устройств на базе Android и IOS. Формат продукта - карта города с указанием всех особенностей ландшафта, оборудования для обеспечения доступной среды, подробной информации о проблемах, связанных с передвижением.

При регистрации в приложении пользователь устанавливает параметры относительно своих ограничений по здоровью (для незрячих, инвалидов-колясочников), без необходимости повторного ввода. Далее человек с ОВЗ

может выбрать конкретную организацию (магазин, аптека, кафе и т.п.) посмотреть проходимость объекта и оценить возможности его посещения, не выходя из дома (по описанию, фото, аудио информации). Также, у пользователя есть возможность проложить маршрут от точки «А» до точки «Б», который будет построен автоматически исключительно по доступной среде, огибая высокие бордюры и лестницы. Для удобства в приложении будут доступны категории для поиска подходящих объектов на карте - медицина, образование, продукты и т.п., а также показано местоположение человека.

Данный продукт также будет иметь дополнительный социальный эффект при его продвижении через СМИ. Когда представители некоторых

организаций и учреждений узнают о том, что их нет среди объектов, оснащенных оборудованием по доступной среде, у них появится мотив изменить данную ситуацию в лучшую сторону.

6. Сроки реализации проекта: Сентябрь 2019 - Сентябрь 2020 гг.

7. Бюджет проекта: 1 138 290 руб.

2. Маркетинговый план

1. Целевая аудитория

Люди с инвалидностью (проблемы опорно-двигательного аппарата, проблемы со зрением) г. Екатеринбурга - около 88.000 чел. (Свердловская область – 273.000 чел.); около 11.000.000 чел. - Российская Федерация.

2. Логотип проекта

Логотип проекта разработан с помощью графического редактора Adobe Photoshop CS6, а также онлайн-конструктора Canva (<https://www.canva.com/>) (Рис. 1).



Рисунок 1. Логотип проекта "Город без границ"

3. Наименование продукта

Мобильное приложение «Город без границ»

4. SWOT-анализ

Таблица 1

| | Возможности | Угрозы |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• Ускорение распространения информации о продукте через каналы продвижения• Рост социальной значимости людей с ОВЗ: 8,24% - удельный вес лиц с инвалидностью в общей | <ul style="list-style-type: none">• Снижение уровня реальных доходов целевой аудитории;• Снижение уровня платежеспособности населения на 1,7%;• Нестабильный уровень инфляции, что |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>численности населения РФ; 7,02% - удельный вес лиц с инвалидностью от общей численности населения Свердловской области;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рост уровня детской инвалидности на 14% (2012-2017 г.); • Высокое влияние интернет - рекламы на принятие решений о приобретении тех или иных товаров и услуг; • Более лояльное отношение потребителя к организациям, активно присутствующим в интернет - про- | <p>способствует неконтролируемому изменению цен (07.2017 – 4,4%, 07.2018 – 2,3%);</p> <ul style="list-style-type: none"> • Снижение доли работающих инвалидов в общей численности инвалидов, состоящих на учете в системе Пенсионного фонда Российской Федерации (2017 г. – 16,9%; 2018 г. – 14,3%) |
| <p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • Удобный и полезный продукт; • Социальная направленность проекта; • Целевая аудитория заинтересована в реализации проекта. | <ul style="list-style-type: none"> • Использование гос. поддержки и поддержки крупных социально ориентированных коммерческих организаций; • Доступность проведения социологических исследований среди целевой аудитории с целью совершенствования продукта. | <ul style="list-style-type: none"> • Корректировка цены на устройство в соответствии с рыночным спросом; |
| <p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • Относительно новый по эксплуатационным качествам продукт; • Низкая степень узнаваемости бренда • Отсутствие больших финансовых возможностей для создания конкурентного преимущества и раскрутки товара; • Отсутствие части необходимых ресурсов для реализации проекта. | <ul style="list-style-type: none"> • Выход на международный рынок для увеличения объемов продаж; • Формирование бренда проекта и обеспечение узнаваемости благодаря использованию каналов продвижения; • Информационная поддержка проекта через интернет. | <ul style="list-style-type: none"> • Знакомство потребителей с приложением, через участие в выставках, рекламных мероприятиях. • Регулярное расширение территорий, на которых действует наше приложение |

5. Анализ конкурентов

В России, на данный момент, отсутствуют аналоги данных приложений. В нашей стране уже предпринимались попытки реализации

подобного проекта (сайт «Доступная среда», карта доступности от компании Teva), но они не увенчались достаточным успехом. Данные программы имеют три существенных минуса: трудный поиск по сайту, нехватка представленной информации, а также отсутствие мобильной версии.

6. Определение емкости рынка

По данным Росстата, численность инвалидов в РФ, в возрасте от 18 лет, на 1 января 2018 года составляет 11 460 000 чел., среди них.

По данным Росстата в Свердловской области 273 тысяч человек. Из них 88 тысяч человек проживают в городе Екатеринбург.

Таким образом, можно сделать вывод:

Емкость потребительского рынка = Общее число людей с инвалидностью.

Емкость потребительского рынка = 88 тысяч чел.

Для определения доходов по проекту рассмотрены коэффициенты MAU (это число уникальных пользователей, которые запустили приложение хотя бы раз в месяц) и MAU/DAU (характеризует долю всех игроков, которые используют приложение каждый день). Для социальных приложений, успехом можно считать в районе 20-30%.

7. Стратегия продвижения компании, товаров, услуг

Таблица 2

| Средство передвижения | Периодичность | Результат | Затраты |
|------------------------|--|--|-----------------------------------|
| Визитки | 1 партия за проект 504 штук | Информирование о проекте | 3326 рублей (1 визитка 6,60 руб.) |
| Информационные буклеты | 2 раза за проект 100 штук | Информирование о проекте для партнеров | 2670 рублей (1 буклет 26,70 руб.) |
| Landing page | 1 раз за проект с обслуживанием на год | Информирование о проекте | 4000 рублей |

| | | | |
|---|---------------------------------------|---|---|
| Информационные материалы для проведения презентаций (плакаты, стенды, видеоматериалы, образцы изделий) | 3 раза за проект 30 штук | Продвижение продукта, продажа продукта | 830 рублей (1 плакат 26,67 руб., размер А3) 15 000 рублей видеоролик |
| Сайты общественных некоммерческих организаций (Всероссийское общество по защите прав инвалидов, НКО «Благое дело»), социальные сети, новостные интернетпорталы, ассоциации, выставки (международный фестиваль инклюзивного искусства), форумы | Регулярно в период реализации проекта | Обеспечение информацией о проекте и продукте | По договоренности / возможен бартер |
| Респонденты для демонстрации полезных свойств продукта целевой группе | Регулярно в период реализации проекта | Обеспечение информацией о проекте. Продажа продукта | Бесплатно по договоренности |
| Сотрудничество с блогерами (люди с ОВЗ) г. Екатеринбурга (больше 500 активных подписчиков) | 4 раза за проект | Большой охват аудитории | По договоренности / возможен бартер |
| Размещение информации в СМИ, в т.ч. в областных газетах. | 7 раз за период реализации проекта | Информирование о продукте | Бесплатно - по договоренности |
| Таргетинг | 12 раз за период проекта | Реклама приложения в социальных сетях | 120 000 рублей |
| Наклейки, на проверенные объекты | 1 раз за проект 200 штук | Лояльность общественных мест к приложению | 1000 рублей |

Бюджет рекламы: 146 826 (сто сорок шесть тысяч восемьсот двадцать шесть) рублей на период реализации приложения.

8. Устойчивость и перспективы развития

- Расширение территорий, на которые распространяется приложение;
- Разработка функций для людей с разными формами инвалидности;
- Создание функции “Волонтер”, для помощи людям с ОВЗ

3. Организационный план

1. Организационно-правовая форма

ОПФ: Общество с ограниченной ответственностью. Согласно Закону СО от 20.03.2015 г. № 21-ОЗ О внесении изменений в Закон Свердловской области «Об установлении на территории Свердловской области дифференцированных налоговых ставок при применении упрощенной системы налогообложения в случае, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов», к предприятиям применяется ставка 7%.

Согласно ОКВЭД: подкласс 47.41., 62.01., 62.02., 62.03., 62.09

2. Система налогообложения: УСН – «Доходы – Расходы».

3. Организационная структура проекта: линейная.

Схема 1



По мере развития проекта возможно привлечение в проект ментора (наставника) для получения консультаций, соответствующих пояснений и

оказания непосредственной технической помощи, а также IT-специалиста, дизайнера и др.

4. Функциональные обязанности членов проектной команды

1.1. Куратор/ментор команды:

- осуществляет руководство капитаном команды социальных предпринимателей и руководителем проекта;
- утверждает изменение основных параметров проекта;
- получает и анализирует сводную отчетность о ходе реализации проекта;
- Утверждает действия капитана команды по мотивации, поощрению/применению санкций по отношению к членам команды и конкретного проекта;

1.2. Капитан проекта:

- анализирует сводную отчетность о ходе реализации проекта;
- разрешает конфликтные ситуации и спорные вопросы, возникающие в ходе реализации проекта;
- согласовывает внесение значительных изменений в проекте;
- согласовывает действия по мотивации, поощрению/применению санкций по отношению к членам конкретного проекта и по согласованию с руководством осуществляет действия по мотивации, поощрению/применению санкций по отношению к членам команды.

1.3. Руководитель команды:

- принимает наиболее важные решения, распределяет задания и функциональные обязанности членов команды, координирует и контролирует их работу;

- предоставляет результаты проделанной работы руководителю и капитану команды;
- разрабатывает стратегию продвижения проекта в соответствии с рекомендациями руководства.
- по согласованию с руководством осуществляет действия по мотивации, поощрению/применению санкций по отношению к членам конкретного проекта.

1.4. CR-менеджер:

- занимается привлечением в проект целевой аудитории, осуществляет связь с ними, заключает договоры о взаимовыгодном сотрудничестве;
- принимает обратную связь потребителей;
- ведет переговоры с конструкторами и партнерами мобильного приложения.

1.5. Менеджер по рекламе:

- занимается продвижением проекта, ведет персональную страницу проекта, осуществляет организацию различных публикаций о проекте, написание новостей и их распространение в СМИ;
- решает вопросы, затрагивающие связи с общественностью и влияющие на имидж проекта;
- проводит маркетинговые исследования, в т.ч. отвечает за формирование цен на представленные услуги;
- Анализирует эффективность проведенных мероприятий.

1.6. Менеджер по продукту:

- разработка новых продуктов и продвижение;
- прогнозирование продаж, создание программ по стимулированию продаж;

- исследования рынка и отрасли, анализ тенденций развития, анализ конкуренции;
- написание и публикация материалов по продукту

5. Денежные выплаты членам проектной команды (стратегия распределения чистой прибыли)

Общий размер среднемесячных выплат членам проектной команды составляет 66% от чистой прибыли проекта. 9% поступает в резервный фонд организации для нужд конкретного проекта. 5% идет на развитие проектной деятельности команды в целом. 20% идет на дальнейшее развитие конкретного проекта, прибыль от которого была получена.

Таблица 3

| Размер среднемесячной выплаты каждому члену проектной команды | |
|---|-------------------------------------|
| Должность | Размер выплаты, % от чистой прибыли |
| Куратор/ментор команды | 12 (по 6% на специалиста) |
| Капитан команды | 9 |
| Руководитель проекта | 15 |
| PR - менеджер | 10 |
| CR – менеджер | 10 |
| Финансовый менеджер | 10 |
| Итого | 66 |

6. Оплата труда привлеченных специалистов

Таблица 4

| Специалист | Стоимость 1 часа, руб. | Услуга | Стоимость услуги, руб., без учета НДС |
|------------------|------------------------|---|---------------------------------------|
| 1. Проектировщик | 2500 руб. | Проектирование базы данных сервера, создание структуры и интерфейса | 110 000 руб. |

| | | | |
|--|------------------------------|--|--------------|
| 2. Программист | 2500 руб. | Разработка и внедрение программного приложения | 110 000 руб. |
| 3. Дизайнер | 2000 руб. | Разработка концепции дизайна | 100 000 руб. |
| 4. Аналитик | 1900 руб. | Подготовка ТЗ, осуществление взаимосвязи между заказчиком и специалистом | 70 000 руб. |
| 5. Специалист по оценке объекта культуры и доступной среды | 350 руб./объект | Параметрическое описание объекта и прилегающей территории | 277 800 руб. |
| Итого: | 667 800 руб., без учёта НДФЛ | | |

7. Персональный состав проектной команды

Таблица 5

| | |
|---------------------------------|--|
| Куратор и ментор команды | Масленникова Анастасия Юрьевна/ Масленников Дмитрий Юрьевич |
| Капитан команды | Панова Анастасия |
| Руководитель проекта | Журавская Виолетта |
| PR - менеджер | Щепёткина Мария |
| CR – менеджер | Сабанцев Олег |
| Финансовый менеджер | Пушкарёва Дарья |

4. Производственный план

1. Календарный план реализации проекта

Таблица 6

| № | Мероприятие | Сроки (дд.мм.гг.) | Количественные показатели реализации |
|----|---|-------------------|--|
| 1 | Формирование команды проекта | 01.09.19 | Количество человек в команде проекта |
| 2 | Распределение функциональных обязанностей между участниками проекта | 10.09.19 | - |
| 3 | Сбор информации, проведение опроса среди людей с ОВЗ | 01.10.19 | 1 опрос |
| 4 | Поиск источников финансирования | 10.10.19 | 1 000 000 руб. |
| 5 | Описание базовых функций мобильного приложения, выбор платформы | 22.10.19 | 1 паспорт проекта |
| 6 | Создание аккаунта проекта в социальной сети "ВКонтакте" | 22.10.19 | 1 группа в "ВКонтакте" |
| 7 | Подготовка бизнес-плана | 11.11.19 | 1 бизнес-план |
| 8 | Поиск программиста | 17.11.19 | 1 программист |
| 9 | Разработка технического задания | 28.11.19 | Структура мобильного приложения+»начинка» |
| 9 | Мониторинг социально-культурных объектов в Екатеринбурге | 10.12.19 | 50 проверенных объектов |
| 11 | -Начало работы над клиентским макетом | 15.12.2019 | 1 дизайн-макет |
| 12 | Подача заявки на патент | 27.12.2019 | 1 патент |
| 12 | Рекламная кампания, создание landing page | 25.12.2019 | 1 landing page |
| 13 | Работа над приложением | 01.01.2020 | 1 готовое приложение |
| 13 | Развитие маркетинговой стратегии для привлечения новых | 01.04.2020 | 1 разработанная маркетинговая стратегия, 1 свидетельство о |

| | | | |
|----|--|-------------|---|
| | клиентов, Регистрация ООО, открытие р/счета | | гос. Регистрации, 1 р/счет |
| 14 | Создание разделов в приложении (главный экран, основное меню, регистрация профиля пользователя, навигация, определение местоположения, постройка маршрута, интерактивные отметки, push -сообщения) | 30.05.2020 | 1 приложение, готовое к размещению на PlayMarket |
| 14 | Тестирование и отладка | 01.06.2020. | 1 протестированное приложение |
| 15 | Внедрение приложений в Play market | 27.06.2020 | 1 приложение, которое можно скачать в Play market |
| 16 | Техническая поддержка пользователей | 01.09.2020 | - |

2. Диаграмма Ганта

Таблица 7

| Действия/ Периоды | 2019-2020 | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------|------|-------|------|------|-------|------|------|-----|------|------|------|-------|
| | Сент. | Окт. | Нояб. | Дек. | Янв. | Февр. | Март | Апр. | Май | Июнь | Июль | Авг. | Сент. |
| Формирование команды проекта | | | | | | | | | | | | | |
| Распределение функциональных обязанностей между участниками проекта | | | | | | | | | | | | | |
| Сбор информации, проведение опроса среди людей с ОВЗ | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Поиск инвесторов | | | | | | | | | | | | | |
| Описание базовых функций мобильного приложения, выбор платформы: iOS, Android, | | | | | | | | | | | | | |
| Создание аккаунта проекта в социальной сети "ВКонтакте" | | | | | | | | | | | | | |
| Подготовка бизнес-плана | | | | | | | | | | | | | |
| Поиск программиста | | | | | | | | | | | | | |
| Разработка тех. заданиям приложения | | | | | | | | | | | | | |
| Мониторинг социально-культурных объектов в Екатеринбурге | | | | | | | | | | | | | |
| Работа над приложением | | | | | | | | | | | | | |
| Рекламная кампания, создание landing page | | | | | | | | | | | | | |
| Подача заявки на патент | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Тестирование и отладка | | | | | | | | | | | | | |
| Развитие маркетинговой стратегии для привлечения новых клиентов | | | | | | | | | | | | | |
| Регистрация ООО, открытие р/счета | | | | | | | | | | | | | |
| Создание разделов в приложении (главный экран, основное меню, регистрация профиля пользователя, навигация, определение местоположения, постройка маршрута, интерактивные отметки, push - сообщения) | | | | | | | | | | | | | |
| Внедрение приложений в Play market | | | | | | | | | | | | | |
| Техническая поддержка пользователей | | | | | | | | | | | | | |

3. Планируемые постоянные затраты по проекту: на 12 месяцев с момента создания проекта до технической поддержки пользователей

Таблица 8

| | | | | |
|--------------|----------------------|---|--------------|--|
| Наименование | Услуги программистов | Создание сайта, рекламная продукция, раздаточный материал, визитки и т.д. | Патентование | Создание и орг. обслуживание юр. Лица (ООО): -регистрация ООО; -бухг. отчетность; - юр. сопр. |
| Стоимость | 749 000 руб. | 146 826 руб. | 20 000 руб. | 36 000 руб. |

Итого: постоянные затраты на реализацию проекта за 12 месяцев составят 951 826 руб.

4. Планируемые переменные затраты по проекту: на 12 месяцев с момента создания проекта до технической поддержки пользователей

Затраты, связанные с исследованием объектов на их пригодность для людей с ОВЗ - общая стоимость на обследование 780 объектов (ноябрь 30 объектов, декабрь 50, на остальные 10 месяцев по 70) составит 273 000 руб.

Таблица 9

| | | |
|-----------|--------------------|-----------------------------------|
| | Описание 1 объекта | Снятие параметрической информации |
| Стоимость | 300 руб. | 50 руб. |

5. Продукция

Установка приложения на мобильное устройство является бесплатной со сроком бесплатного использования баз данных в течение 7 (семи) календарных дней. Далее оформляется платная подписка.

Таблица 10

| | |
|------------------------------|--|
| Продукция | Мобильное приложение, которое возможно скачать с Play market и AppStore |
| Стоимость подписки на 1 мес. | 40 руб. |
| Стоимость подписки на 3 мес. | 100 руб. |
| Стоимость подписки на 6 мес. | 180 руб. |
| Стоимость подписки на год | 300 руб. |

5. Финансовый план
Оптимистичный вариант

Таблица 11

| Год | 2019-2020 | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Месяц | Нояб. | Дек. | Янв. | Февр. | Март | Апр. | Май | Июнь | Июль | Авг. | Сент. | Окт. |
| Статьи | | | | | | | | | | | | |
| Доходы, тыс руб | | | | | | | | | | | | |
| Кол-во ед. | | | | | | | 200 | 200 | 500 | 500 | 500 | 900 |
| Ст-ть ед. изд., руб./ед. | | | | | | | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 |
| Выручка от реализации, руб | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 192500 | 346500 | 346500 | 346500 | 346500 | 462000 |
| Прочие поступления (гранты), руб | 200000 | 300000 | 600000 | | | | | | | | | |
| Переменные затраты | | | | | | | | | | | | |
| Количество объектов, ед | 30 | 50 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 |
| Стоимость объекта, руб./ед. | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 |
| 1. Ввод аналитических данных по объектам, руб (в т.ч. НДС) | 12075 | 20125 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 |
| 2. Выплаты во внебюджетные фонды, руб | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6037,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 |
| Итого переменных затрат, руб. | 12507,5 | 20577,5 | 28647,5 | 28647,5 | 28647,5 | 28647,5 | 34685 | 37100 | 37100 | 37100 | 37100 | 37100 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Валовая прибыль, руб. | | | | | | | 157815 | 309400 | 309400 | 309400 | 309400 | 424900 |
| Постоянные затраты, руб | | | | | | | | | | | | |
| 1. Регистрация юр. лица (ООО), руб. | 5000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 02. Разработка приложения, руб. | 0 | 224500 | 0 | 0 | 0 | 224500 | 0 | 100000 | 0 | 100000 | 0 | 100000 |
| 3. Реклама (продвижение), руб. | 0 | 25000 | 25000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 | 12000 |
| 4. Бухг. услуги (аутсорс), руб. | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 |
| 5. Юридическое сопровождение, руб. | 3000 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 |
| 3.Зарплата членам команды, в т.ч. НДФЛ, руб. | 0 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 |
| 4. Выплаты во внебюджетные фонды, руб. | 0 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 |
| 5. Оформление патента, руб. | 0 | 0 | 20000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого постоянных затрат, руб. | 8000 | 267440 | 69940 | 29940 | 29940 | 261440 | 29940 | 129940 | 36940 | 129940 | 29940 | 136940 |
| Прибыль, руб | | | | | | | | | | | | |
| Прибыль/убыток до налогообложения, руб. | | | | | | | 127875 | 179460 | 272460 | 179460 | 279460 | 287960 |
| Налоги, руб. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8951,25 | 12562,2 | 19072,2 | 12562,2 | 19562,2 | 20157,2 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| Чистая прибыль, руб. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 118923,75 | 166897,8 | 253387,8 | 166897,8 | 259897,8 | 267802,8 |
| Денежный поток, руб. | 192000 | 203982,5 | 705395 | 646807,5 | 588220 | 298132,5 | 417056,25 | 583954,1 | 837341,9 | 1004239,7 | 1264137,5 | 1531940,3 |

| | |
|--|---|
| <p>Данные, использованные в расчетах:</p> <p><i>Средняя цена подписки: 385руб./год</i></p> <p><i>Количество проданных единиц за период: 2800 ед.</i></p> <p><i>Кол-во охваченных объектов за период: 780 ед.</i></p> | <p>Рентабельность проекта: 62% (октябрь) согласно последнему месяцу финансового плана. Срок окупаемости: с 1 месяца</p> |
|--|---|

Пессимистичный вариант

Таблица 12

| Год | 2019-2020 | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Месяц | Нояб. | Дек. | Янв. | Февр. | Март | Апр. | Май | Июнь | Июль | Авг. | Сент. | Окт. |
| Статьи | | | | | | | | | | | | |
| Доходы, тыс руб | | | | | | | | | | | | |
| Кол-во ед. | | | | | | | 150 | 150 | 350 | 350 | 350 | 550 |
| Ст-ть ед. изд., руб./ед. | | | | | | | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 |
| Выручка от реализации, руб | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 57750 | 57750 | 134750 | 134750 | 134750 | 211750 |
| Прочие поступления (гранты), руб | 200000 | 300000 | 600000 | | | | | | | | | |
| Переменные затраты | | | | | | | | | | | | |
| Количество объектов, ед | 30 | 50 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 | 70 |
| Стоимость объекта, руб./ед. | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 | 402,5 |
| 1. Ввод аналитических данных по объектам, руб (в т.ч. НДС) | 12075 | 20125 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 | 28175 |
| 2. Выплаты во внебюджетные фонды, руб | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6037,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 | 8452,5 |
| Итого переменных затрат, руб. | 12507,5 | 20577,5 | 28647,5 | 28647,5 | 28647,5 | 28647,5 | 34685 | 37100 | 37100 | 37100 | 37100 | 37100 |
| Валовая прибыль, руб. | | | | | | | 23065 | 20650 | 97650 | 97650 | 97650 | 174650 |

Постоянные затраты, руб

| | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1. Регистрация юр. лица (ООО), руб. | 5000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 02. Разработка приложения, руб. | 0 | 224500 | 0 | 0 | 0 | 224500 | 0 | 0 | 0 | 50000 | 0 | 100000 |
| 3. Реклама (продвижение), руб. | 0 | 25000 | 25000 | 12000 | 12000 | 12000 | 6000 | 0 | 6000 | 5000 | 5000 | 12000 |
| 4. Бухг. услуги (аутсорс), руб. | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 | 0 | 0 | 5000 |
| 5. Юридическое сопровождение, руб. | 3000 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 | 0 | 0 | 2000 |
| 3.Зарплата АУП, в т.ч. НДФЛ, руб. | 0 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 13800 | 9800 | 9800 | 9800 | 9800 | 9800 | 9800 |
| 4. Выплаты во внебюджетные фонды, руб. | 0 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 4140 | 2940 | 2940 | 2940 | 2940 | 2940 | 2940 |
| 5. Оформление патента, руб. | 0 | 0 | 20000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого постоянных затрат, руб. | 8000 | 267440 | 69940 | 29940 | 29940 | 261440 | 18740 | 12740 | 25740 | 67740 | 17740 | 131740 |
| Прибыль, руб | | | | | | | | | | | | |
| Прибыль/убыток до налогообложения, руб. | | | | | | | 4325 | 7910 | 71910 | 29910 | 79910 | 42910 |
| Налоги, руб. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 302,75 | 553,7 | 5033,7 | 2093,7 | 5593,7 | 3003,7 |
| Чистая прибыль, руб. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4022,25 | 7356,3 | 66876,3 | 27816,3 | 74316,3 | 39906,3 |
| Денежный поток, руб. | 192000 | 203982,5 | 705395 | 646807,5 | 588220 | 298132,5 | 302457,5 | 310367,5 | 382277,5 | 412187,5 | 492097,5 | 535007,5 |

Данные, использованные в расчетах:

Средняя цена подписки: 385руб./год

Количество проданных единиц за период: 1900 ед.

Кол-во охваченных объектов за период: 780 ед.

Рентабельность проекта: 20 % согласно последнему месяцу финансового плана.

Срок окупаемости: с момента создания проекта.

6. Анализ рисков

1. Анализ отрицательных рисков

Таблица 13

| Название | Стратегия реагирования на риск | Список мер реагирования на риски: | Величина риска | Воздействие на проект | Величина риска |
|--|--------------------------------|---|----------------|-----------------------|----------------|
| Выход на рынок конкурентоспособного аналогичного приложения | Уклонение | Партнерство на взаимовыгодных условиях / маркетинговая стратегия направленная на развитие у ЦА мнения о том, что наше приложение лучше, уникальней, чем у конкурентов | 2 | 7 | 1,4 |
| Спрос ниже ожидаемого | Уклонение | Доработка и оптимизация маркетинговой стратегии | 5 | 9 | 4,5 |
| Доход от реализации приложения ниже запланированного | Снижение | Выполнение заложенных в бизнес плане показателей в срок | 5 | 9 | 4,5 |
| Доход от реализации рекламы в приложении ниже запланированного | Снижение | Выполнение заложенных в бизнес плане показателей в срок | 3 | 6 | 1,8 |
| Несоблюдение сроков поставщиками | Передача | Пени / штрафы за просрочку | 3 | 5 | 1,5 |
| Неправильные расчеты ЦА | Снижение | Контроль качества выполнения расчетов | 3 | 6 | 1,8 |
| Некачественная или недостаточная аналитика | Снижение | Контроль качества выполнения аналитики | 2 | 5 | 1 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|---|---|-----|
| Развитие приложения опережает наличие информации об объектах доступной среды для инвалидов | Снижение | Своевременный сбор информации, плановая организация сбора информации, контроль за волонтерами и лицами ответственными за сбор информации | 2 | 5 | 1 |
| Недочеты в приложении в связи с недостаточно глубоким тестированием приложения | Снижение | Тестирование приложения несколькими тестировщиками. Анализ результатов тестирования. Контроль тестирования. Выделение достаточного времени для тестирования. Формирование определенных задач для каждого тестировщика | 3 | 7 | 2,1 |
| Превышение бюджета на рекламу | Уклонение | Качественное планирование бюджета. Детальный расчет расходов на рекламу. Привлечение дополнительных инвестиций | 7 | 8 | 5,6 |
| Реализация проекта за большие сроки, чем запланировано ранее | Снижение | Действия строго по бизнес плану. Достижение показателей точно в срок, согласно бизнес плану. Контроль стейкхолдеров | 6 | 3 | 1,8 |
| Выбор нерентабельных каналов продвижения | Уклонение | Тщательный анализ и разбор каналов продвижения. Экспертный | 4 | 7 | 2,8 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|---|----|-----|
| | | анализ соответствия выбранного канала сфере деятельности | | | |
| Отказ действующих пользователей от дальнейшей подписки на приложение | Снижение | Использование техник удержания клиента. Непрерывное развитие приложения. Публичный отчет об изменениях и проделанной работе ежемесячно. | 3 | 5 | 1,5 |
| Отказ на получение патента на приложение | Уклонение | Внимательное изучение и контроль к выполнению требований к патенту и прием в назначенный срок. | 1 | 10 | 1 |

2. Анализ положительных рисков

Таблица 14

| Название | Стратегия реагирования на риск | Список мер реагирования на риски: | Величина риска | Воздействие на проект | Величина риска |
|--|--------------------------------|--|----------------|-----------------------|----------------|
| Выход инвестора(ов) на нашу команду с целью инвестирования | Использование | Принятие инвестиций на выгодных для команды условиях | 3 | 9 | 2,7 |
| Публикации в СМИ о нашем проекте | Усиление | Осведомлять СМИ об уникальности, актуальности и сильном социальным эффектом от приложения, упоминания о необходимости инвестирования | 5 | 5 | 2,5 |

| | | | | | |
|---|---------------|---|---|---|-----|
| | | для создания хорошего представления о команде проекта | | | |
| Поддержка со стороны государственных органов | Использование | Принятие инвестиций на выгодных для команды условиях | 2 | 7 | 1,4 |

7. Презентационный буклет проекта и наклейка.

Данный раздел создан для демонстрации фирменного стиля проекта.

ДЕЙСТВУЙ БЕЗ ГРАНИЦ!

- Задай ПАРАМЕТРЫ ограничения по здоровью.
- Задай АДРЕС назначения.
- Получи ИНФОРМАЦИЮ об удобном маршруте и возможных препятствиях на пути.
- Посмотри ОТЗЫВЫ и информацию о доступности среды в точке назначения.
- Следуй указанной ЦЕЛИ, пользуясь при необходимости дополнительными сервисами помощи.

КОНТАКТЫ

ЖУРАВСКАЯ ВИОЛЕТТА
Руководитель проекта
+7 (904) 164-04-20
ZHURAVSKAYA.1998@YANDEX.RU

ЩЕПЕТКИНА МАРИЯ
PR-СПЕЦИАЛИСТ
+7 (902) 255-13-02

ПУШКАРЁВА ДАРЬЯ
Финансовый менеджер
+7 (922) 602-33-62

САБАНЦЕВ ОЛЕГ
CR-МЕНЕДЖЕР
+7 (912) 692-25-02

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ В
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



VK.COM/GORODBEZGRANITS



**ГОРОД
БЕЗ
ГРАНИЦ**

МОБИЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ

Команда социальных
предпринимателей
"АТМОСФЕРА"
Уральский институт управления (Ф)
РАНХиГС



1

ПРОБЛЕМА

- ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА ОПРОШЕННЫХ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ, СУЩЕСТВУЕТ ПРОБЛЕМА САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПЕРЕДВИЖЕНИЯ ПО УЛИЦАМ.

2

РЕШЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ ПОЗВОЛЯЕТ ЛЮДЯМ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ:

1. ВЫБИРАТЬ УДОБНЫЙ МАРШРУТ ПЕРЕДВИЖЕНИЯ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ;
2. ПОЛУЧАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О НАЛИЧИИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ.

3

СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

- ВОЗРАСТАНИЕ ощущения свободы в передвижении у людей с ОВЗ;
- УВЕЛИЧЕНИЕ уровня доступности среды г.Екатеринбурга;
- УКРЕПЛЕНИЕ имиджа г.Екатеринбурга при появлении социально-значимого проекта;
- УВЕЛИЧЕНИЕ скорости выявления проблем в городской среде;
- РОСТ мотивации государственных служб и коммерческих организаций для улучшения городской среды;
- УВЕЛИЧЕНИЕ скорости реагирования волонтерских организаций на призыв о помощи.



Доступная среда

ГОРОД БЕЗ ГРАНИЦ

Одобрено

Бизнес-план составлен на 30 страницах, в 8(восьми) экземплярах. По одному экземпляру выдается каждому автору, один экземпляр хранится по месту нахождения исполнительного органа юридического лица, которое будет создано в рамках реализации данного бизнес-плана.

ПОДПИСИ АВТОРОВ:

_____ Масленникова А.Ю.

_____ Масленников Д.Ю.

_____ Панова А.В.

_____ Журавская В.В.

_____ Щепеткина М.Е.

_____ Пушкарева Д.Р.

_____ Сабанцев О.К.