

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет  
им. Г.И. Носова»

# Организация производства и продажи тротуарной плитки

Выполнили: студенты гр. ГД-16-1  
Руководитель: заведующий кафедры менеджмента,  
доцент, к.т.н. **Симаков Д.Б.**



---

Магнитогорск, 2019

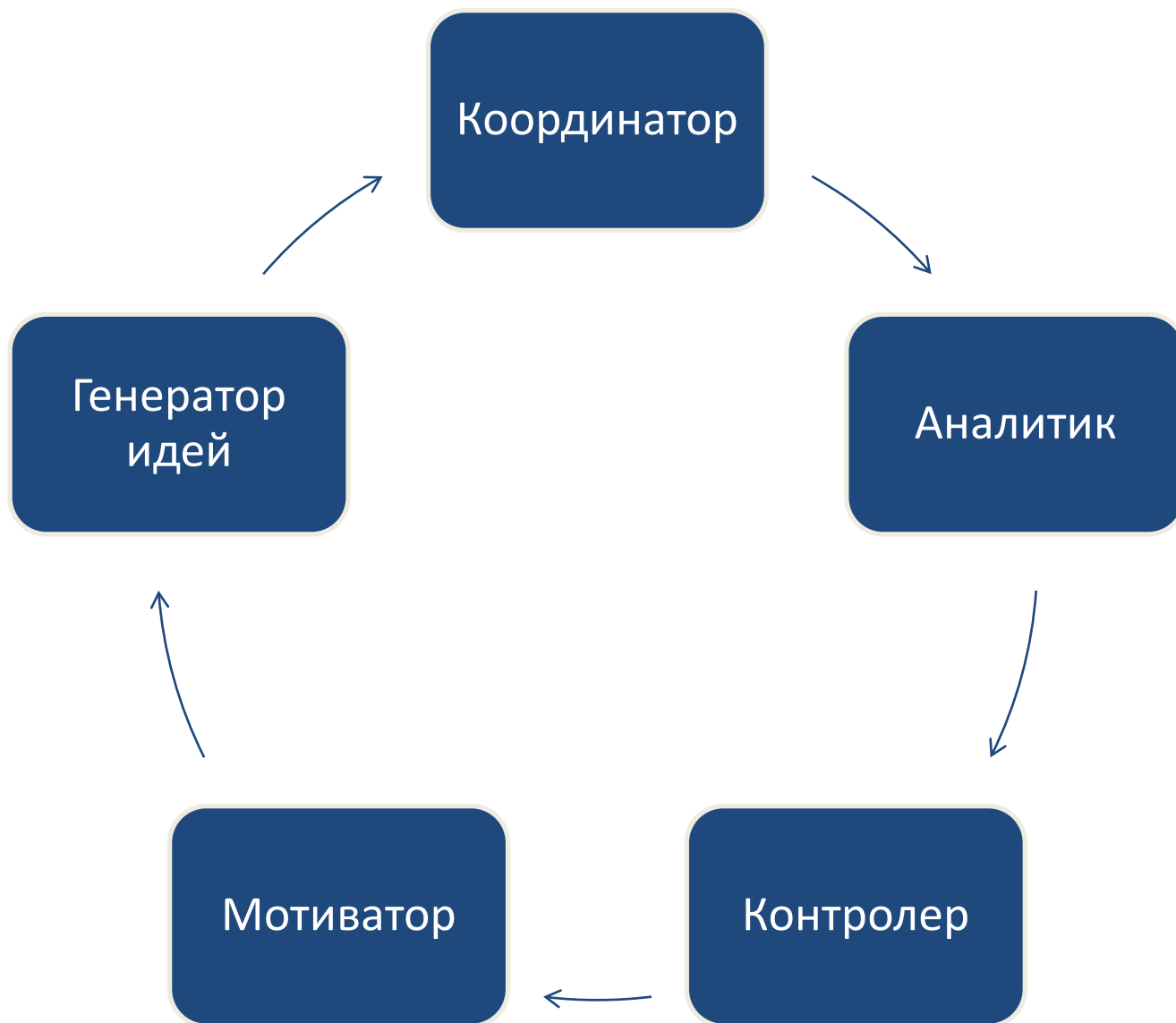


## Состав команды

1. Бабич Светлана Александровна
2. Ишкинин Евгений Викторович
3. Насыров Артем Ахметович
4. Нуритдинов Тагир Маратович
5. Нурсултанова Аяжан Жанибековна
6. Хайретдинова Регина Руслановна



# Основные роли в команде





# Распределение ролей

## Ишкинин Евгений

Координатор - умеет четко формулировать цели, продвигать решения, делегировать полномочия. Часто является более зрелой личностью. Социальный лидер.

## Насыров Артем

Аналитик-самостоятельно идентифицирует и анализирует проблему мест в рабочих процессах,  
сопоставляет найденные проблемы с потребностями бизнеса, которые они сами изъявили

## Хайретдинова Регина

Контролер-проницателен, обладает стратегическим мышлением. Видит все альтернативы, все взвешивает, по своей природе - инспектор.

## Бабич Светлана, Нурсултанова Аяжан

Мотиватор-стремиться вывести из состояния равновесия и заставить команду двигаться.

## Нуритдинов Тагир

Генератор идей - изобретателен, обладает богатым воображением; умеет решать нестандартные проблемы.



# Ознакомление с продуктом

Строительный рынок конструкционных и отделочных материалов в России — один из немногих секторов экономики, на который экономические кризисы не оказывают значительного влияния. В основе бизнеса по производству тротуарной плитки, лежат следующие системные факторы:



- Ежегодно на рынок поступает примерно 12-14 млн. кв. м плитки.
- Используемые технологии, компоненты и оборудование при производстве плитки, позволяет формировать индивидуальный подход к запросам каждого клиента.



# Бизнес-модель Остервальдера-Пинье

- Ценностное предложение: Качество и надежность
- Целевой потребитель: преимущественная ориентация на клиентов, принадлежащих к корпоративному (предпринимательскому) сегменту, а также работа с заказами частных лиц
- Работа для удовлетворения потребностей: анализ рынка, ознакомление с существующей продукцией
- Удовлетворение ключевых потребностей: предоставление качественного материала за доступную стоимость
- Преимущества: экономическая выгода, минимальная энергозатратность



- ❑ **Каналы дистрибуции:** непосредственная работа с клиентами
  
- ❑ **Продвижение:** PR отдел (рекламные вывески, работа с местным телевидением и радиостанциями, работа промоутера)
  
- ❑ **Цена:** средняя цена реализации-600 руб.  
средняя цена при индивидуальном заказе-1200 руб



## **Инвестиционные затраты:**

- Закупка оборудования-1 720 000 рублей
- Закупка расходных материалов-500 000 рублей
- Ремонт и подготовка производственного помещения-  
1 000 000 рублей
- Создание сайта и реклама-50 000 рублей

**Итого: 3 270 000 рублей**





## **Ежемесячные затраты:**

- Зарплата работникам-600 000 рублей
- Коммунальные услуги-50 000 рублей
- Реклама-25 000 рублей
- Закупка расходных материалов-500 000 рублей
- Амортизация-100 000 рублей
- Бухгалтерия-45 000 рублей

**Итого: 1 320 000 рублей**



# Эффективность проекта

- Средний объем продаж в месяц: 3000 м<sup>2</sup>
- Средний доход за месяц: 2 700 000 руб.
- Срок окупаемости: 3 месяца



**Спасибо за внимание!**