



Наша основная задача сделать труд более безопасным, современным и менее затратным!

Презентация для инвесторов

г. Казань,
2018

Компания Vega Spec

Занимается производством более комфортной и практичной спецодежды по сравнению с конкурентами. Наша компания провела анализ рынка и выявила спрос по многим позициям, на которые очень низкое предложение на рынке охраны труда.

Наша команда



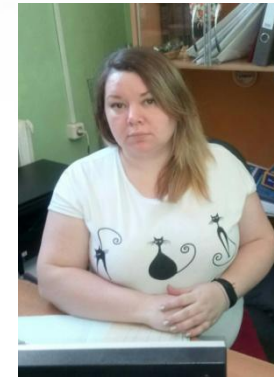
Башков Егор
Александрович

Генеральный Директор и основатель компании Vega Spec. С 2014 года занимался оптовой торговлей. С 2015 года открыл свой первый цех. В 2016 году выпуск производства вырос в 3 раза. В 2017 году открылся еще один цех и компания перешла на серийный выпуск продукции в Федеральных Исправительных Колониях. Обороты компании ежегодно увеличиваются в 2 раза. На сегодняшний день наша команда состоит из 50 человек.



Дудушко Ирина
Николаевна

Главный бухгалтер компании. Пришла в нашу компанию недавно, но успела выстроить работу бухгалтерии, привела в порядок документооборот с производством, исправила все ошибки предыдущих бухгалтеров. В компании занимается бухгалтерскими, юридическими и экономическими вопросами.



Мингазова Екатерина

Заведующая производством. В нашу компанию пришла на работу швеей, проявила себя как хороший исполнитель, организатор. Екатерина ответственный сотрудник, всей душой болеет за компанию. Настоящая поддержка руководства. В ее обязанности входит: Прием сырья, отгрузка готовой продукции, проверка качества, управление производством, контроль выпуска, распределение работ, прием на работу производственных сотрудников



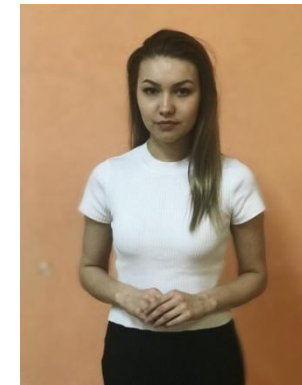
Савельев Олег

Специалист, отвечающий за результат компании. Маркетолог, следит за соблюдением задач каждого сотрудника и за качеством работы отдела продаж, участвует в обратной связи с покупателями, следит за актуальностью информации на сайте. Совмещает данные обязанности с должностью менеджера отдела продаж. Пришел к нам в компанию на должность водителя-курьера, проявил себя как лучший исполнитель и постепенно поднялся по карьерной лестнице. Руководитель отдела продаж. Пришла в нашу компанию на должность менеджера по работе с первичной документацией. Решила попробовать себя в продажах и в первый месяц перевыполнила план в 1,5 раза. Смотрела вебинары, набиралась опыта, расширяла клиентскую базу. Проводит обучение, передает свой опыт новым сотрудникам, следит за клиентоориентированностью компании контролирует и направляет работу менеджеров, проводит переговоры с крупными клиентами.



Дорошенко Анна

Менеджер по работе с документами. Пришла в нашу компанию на выпуск документов. Работоспособный, ответственный сотрудник. На сегодняшний день занимается выпуском документов, юридическими вопросами, Договорами и проверкой всей документации.

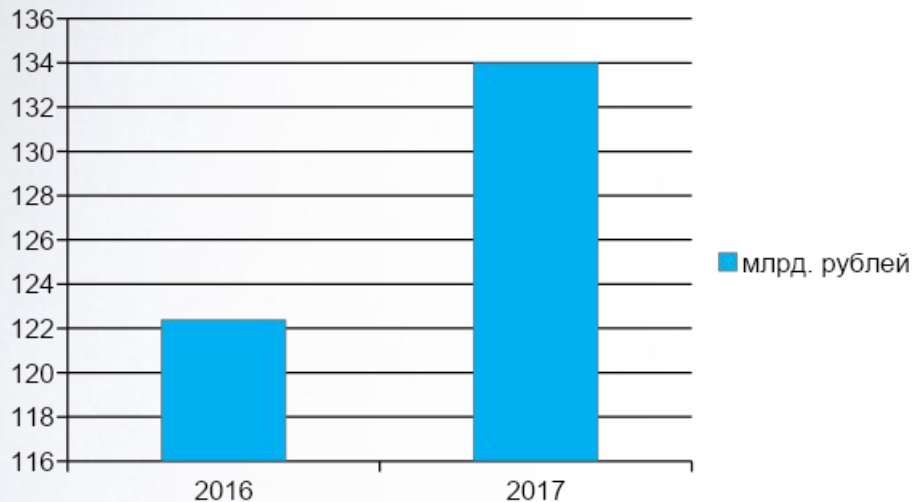


Гарипова Динара

Старший менеджер оптового отдела продаж. С первых месяцев работы выполняла поставленные перед ней задачи. Ежемесячно выполняет план продаж, участвует в обучении персонала, проводит презентацию продукции.

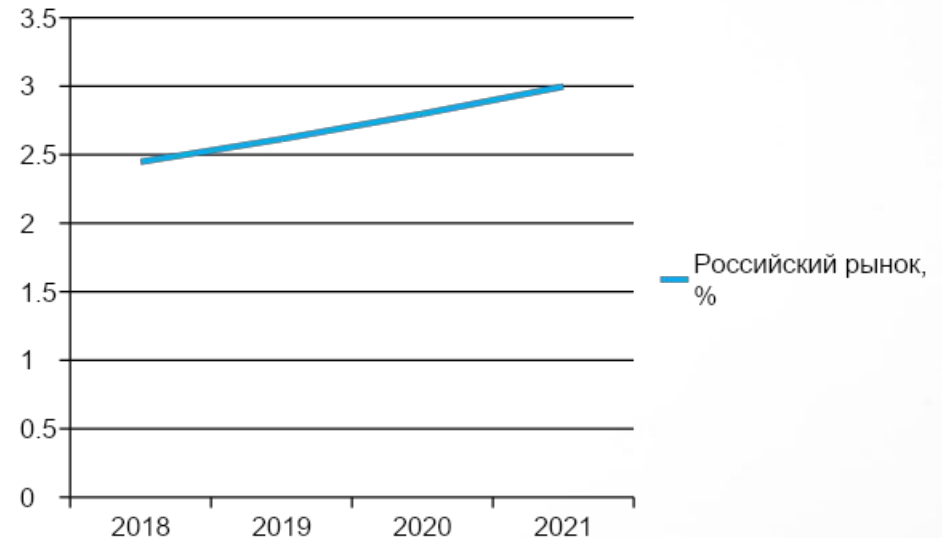
Совокупная выручка российского рынка средств индивидуальной защиты и тенденция развития

Объем рынка за 2016 и 2017 год согласно данным РОССТАТА и выставки БИОТ



Средняя выручка рынка спецодежды за последние 2 года составляет 49,65% от совокупной выручки всего рынка СИЗ.

Прогноз развития мирового рынка от консалтингового агентства "Grand View Research"



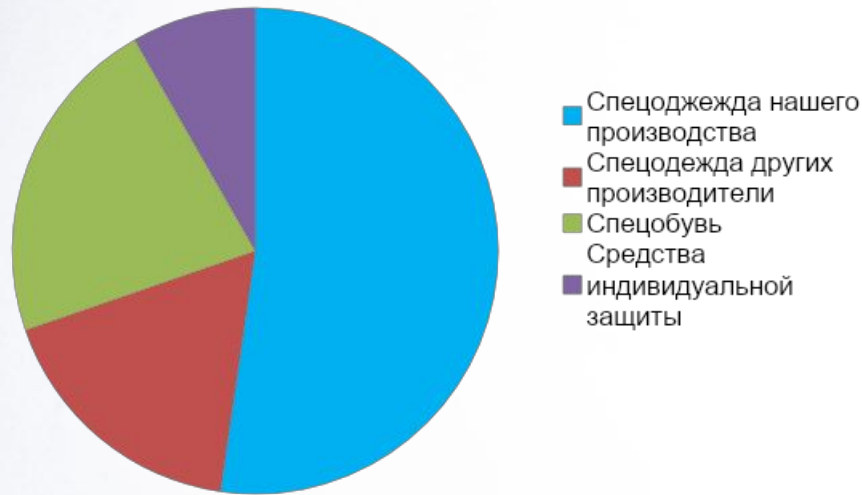
Согласно данному анализу на протяжении 9 лет присутствует положительная динамика увеличения выручки рынка СИЗ, в том числе и спецодежды.

Объем выручки компании Vega Spec и показатели продаваемой продукции

Объем выручки компании в 2017 году составил 28 млн. рублей.

Ключевой вывод по продаваемой продукции

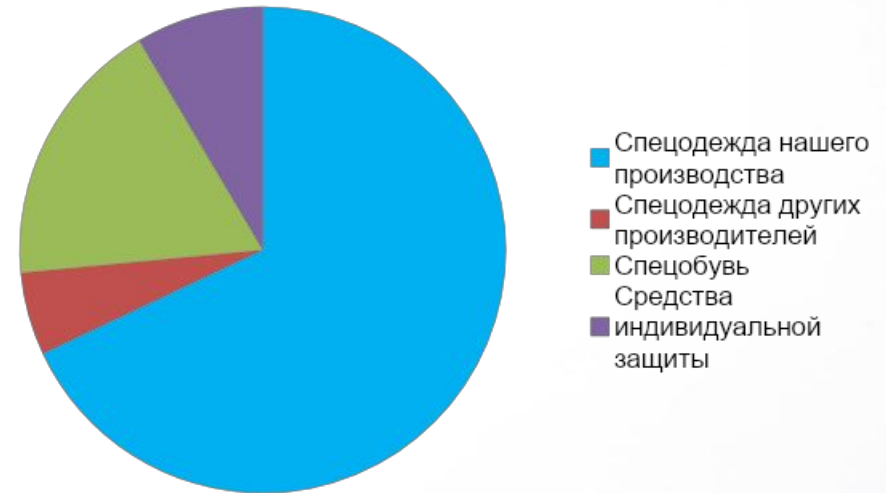
Показатель продаваемой продукции, %



В средства индивидуальной защиты входит: защита рук, головы, органов дыхания и слуха

Прогноз по продаваемой продукции после масштабирования на первый год.

Показатель продаваемой продукции, %



Прогноз формируется за счет спроса на нашу продукцию и учитывается упущенные заявки от клиентов в связи с отсутствием продукции на складе и финансирования для участие в тендерах и предоставления отсрочки. Плановый оборот компании в первый год 10-14 млн. в месяц.

Объем выпуска продукции

На сегодняшний день выпуск нашего производства составляет 2 200 единиц в месяц. Средняя цена за комплект около 1000 рублей. Итого 2 200 000 рублей – выручка с продажи спецодежды нашего производства в месяц.

С учетом масштабирования компания планирует увеличить выпуск в течении 3 месяцев до 15 500 единиц в месяц. Костюмы будут изготавливаться в трех ценовых категориях:

- Эконом вариант -это товар маркер ,за счет низкой стоимости бюджетных моделей, образуется у клиента ценообразование. Клиент считает, что если эконом одежда относительно конкурентов дешевле, то средний и дорогой сегмент тоже очень выгоден;
- Средний вариант - это товар, который должен брать качеством, так как те компании, которые хотели сэкономить приобрели эконом сегмент, поэтому наценку можно сделать выше;
- Дорогой вариант- выходит значительно дороже и дольше шьется, обладает индивидуальным внешним видом, поэтому клиенты приобретают не из-за цены, а какая из моделей им больше понравится и соответствует корпоративному стилю.

Итого выручка одной партии составит 13 230 000 рублей с наценкой 5 276 000 рублей. Задача предприятия в дальнейшем увеличить объем производства, ввести новые модели и сократить оборачиваемость одной партии товара.

Какие существуют проблемы (задачи)?



- 1) Отсутствует товарный остаток на запрашиваемую продукцию;
- 2) Федеральные исправительные колонии уже загружены работой;
- 3) Человеческий фактор на производстве – задержка выпуска продукции, связанная с отсутствием швеи на рабочем месте (увольнение, больничный и т.п.). Так как на швейном производстве по операционная работа , то при отсутствии одного из специалистов процесс останавливается до появления работника на рабочем месте.
- 4) Отсутствие ткани у поставщика.

Как избежать или решить проблемы (задачи)?

- 1) Перекупить у другого производителя, чтобы не потерять клиента в дальнейшем и согласовать отгрузку заранее, так как продукция другого изготовителя может отличаться техническим описанием или характеристиками. В процессе работы необходимо выявить потребность и пополнять товарный остаток.
- 2) Наша компания на сегодняшний день имеет обширную базу ФИУ, с которыми мы уже сотрудничали и есть свободные колонии для размещения заказа. В процессе работы будем заниматься поиском других исправительных учреждений для размещения дополнительного выпуска. С данной проблемой можем частично столкнуться в первые пол года, так как к новым моделям сотрудникам на производстве нужно привыкнуть и правильно распределить операции.
- 3) Необходимо в запасе держать сотрудников, которые могут выполнять несколько операций. Данные специалисты у нас на производстве есть. А также данный фактор необходимо учитывать при размещении заказа и добавлять небольшой запас к сроку на пошива.
- 4) Необходимо производить анализ ежеквартальной потребности на сырье и составлять отчет для поставщика, а также рассмотреть альтернативных поставщиков, которые продают ткани с товарного остатка. По сегодняшний день с данной проблемой мы не сталкивались, так как регулярно проводим планирование на производстве.



С помощью каких инструментов продают наши конкуренты?

- Контекстная реклама и SEO продвижение; - Наружная реклама; - Прямые продажи (опт и розница); - Email-маркетинг;
- Существующие платформы, участие в тендерах и гос. закупках; - Презентация продукции и участие в выставках;
- Сеть филиалов; - Сеть дилеров; - Телефонные продажи.

Какие используем мы?

- Контекстная реклама и SEO продвижение в регионе; - Наружная реклама; - Прямые продажи (опт и розница); - Email-маркетинг; - Существующие платформы, участие в тендерах и гос. закупках;
- Презентация продукции и участие в выставках; - Телефонные продажи.

Какие планируем ввести?

- Сеть дилеров по всей России (продажа через посредников); - активное участие в тендерах;
- Контекстная реклама и SEO продвижение на территории России; - Проведение промо-акции на предприятиях (предоставление образца на проведение испытания).

Что привносит проект на рынок?

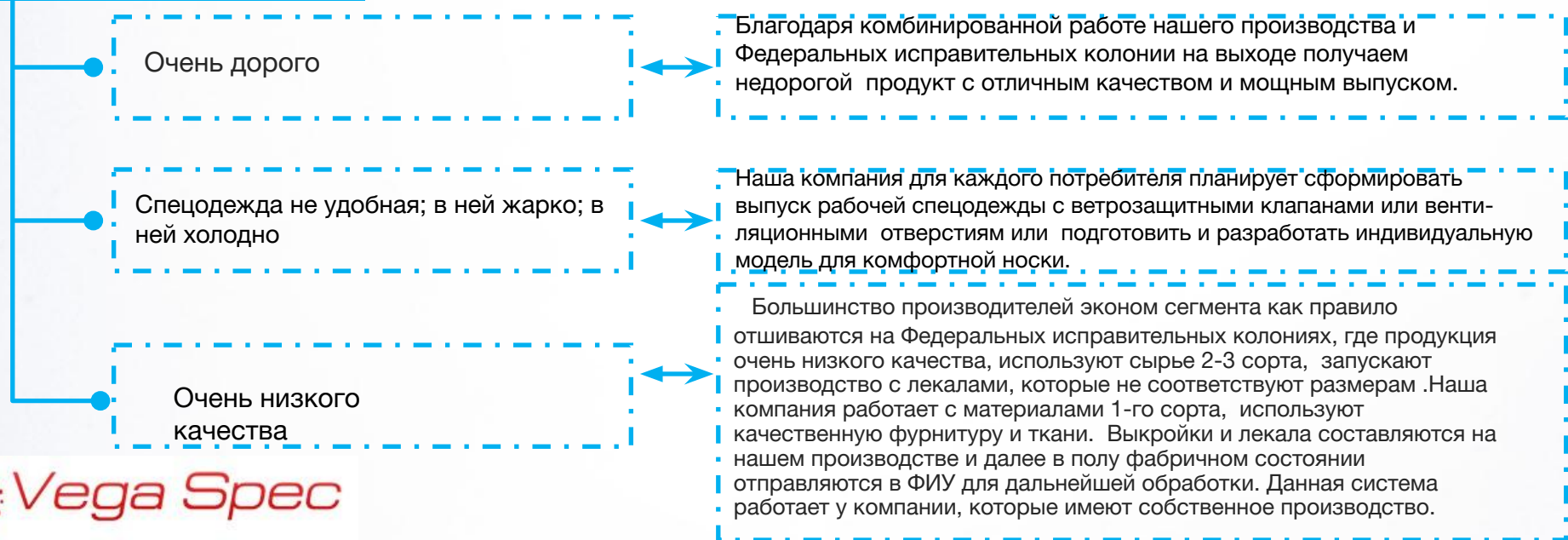
Проект

Комфортная, практичная, современная и качественная спецодежда с вентиляционными отверстиями и конкурентоспособной ценой

Миссия и видение

Задача нашей компании сделать труд рабочего на предприятии более безопасным, комфортным, современным и менее затратным. Большинство производителей не отвечают всем заявленным требованиям (компании Восток-Сервис и Техноавиа – качественная рабочая спецодежда, но очень высокая не оправданная стоимость за продукцию. Компании Сириус, Авангард, Урсус и др. – низкая стоимость продукта и очень низкое качество изделия. Все поставщики затрагивают только не сколько ценовых категорий.) Наша компания планирует работать по все ценовым сегментам, делать акцент не только на качество одежды, но еще и на комфорт при эксплуатации.

Решаемые проектом проблемы



Бизнес-концепт: обзор проекта / описание ноу-хау

Наша компания использует во всех своих моделях вентиляционные отверстия, что дает не только конкурентное преимущество, но еще и комфорт при эксплуатации. А также мы планируем производить спецодежду эконом сегмента с более качественным пошивом, дорогой фурнитурой и уникальным внешним видом (так как это происходит в дорогом сегменте).

Средний и дорогой сегмент по ценовому диапазону будет обходить текущих конкурентов, так как многие крупные производители не имеют собственного производства и размещают заказы на сторонних фабриках, за счет этого цена становится не конкурентоспособной, берет лишь наличием на товарном остатке. ООО ВС-СПЕЦОДЕЖДА ведет комбинированную работу нашей фабрики с федеральными исправительными колониями. В результате мы получаем мощный выпуск качественной продукции.

Наша компания нашла выход на закупку тканей отечественного производства (самые качественные ткани для спецодежды производятся в России) со скидкой до 50-ти %. Такого нет даже у самых крупных производителей, так как они работают с сырьем Китайского производства. С 2018 года вышло положение, что рабочая спецодежда должна производиться из отечественных тканей, поэтому многие производители к этому на сегодняшний день не готовы, так как закупленная ткань, одежда в производстве и на товарном остатке полностью из китайского сырья. Следовательно, лучшего момента для старта не найти.

Партнеры

- Конечные потребители
- Торговые компании
- Поставщики ткани
- Поставщики Утеплителя
- Поставщик фурнитуры и подкладочной ткани
- Поставщик спецодежды, спецобуви и средств индивидуальной защиты
- Партнеры по оказанию рекламных услуг (нанесение логотипа компании)

Деятельность

- Производство комфортной, качественной и практичной спецодежды с конкурентоспособной ценой.
- Оптовая торговля спецодеждой, спецобувью и средствами индивидуальной защиты

Ресурсы

- Собственные средства
- Обратные средства предприятия
- Товарные остатки
- Кредитные ресурсы
- Отсрочка платежка у поставщика
- Производственная мощность

Ценность для потребителей

- Какую ценность проект несет для потребителей?
Производство качественной и практичной спецодежды с вентиляционными и ветрозащитными клапанами, обеспечивающими комфортную носку во всех сегментах рабочей одежды.
- Какие потребности и проблемы потребителей решает проект?
 - Очень дорого;
 - Спецодежда плохого качества;
 - В форме жарко, холодно и не комфортно;
 - Производство и торговля всех сегментов рабочей одежды;
 - Торговля с товарного остатка

Отношения с клиентами

Задача нашего предприятия подобрать самый выгодный продукт для покупателя. Наша команда проводит презентацию или подробную консультацию для того, чтобы выявить и подобрать данному потребителю по цене, сегменту и практичности.

Мы делаем все для того, чтобы труд рабочего на предприятии был в безопасности и клиент работал с нашим предприятием на постоянной основе.

Дистрибуция

Каналы продаж по приоритету и стоимости:

- 1) Прямые продажи
- 2) Продажа через посредника
- 3) Email- маркетинг, телефонные продажи
- 4) Тендера (сумма обесп. платежа)
- 5) Контекстная реклама и SEO продвижение – 20-25 т.р.

Презентация продукции на выставках от 30 т.р.

Сегменты потребителей

- Все целевые сегменты потребителей:
 - Эконом сегмент
 - Средний сегмент по качеству и цене
 - Дорогой сегмент – индивидуальный дизайн и самые износоустойчивые ткани.
 - Спецодежда для нефтяной отрасли;
 - Медицинская одежда и сфера услуг;
 - Спецодежда от кислот, повышенных и пониженных температур;
 - Одежда для охранной структуры
 - Сигнальная одежда
 - Спецодежда для охоты и рыбалки, активный отдых;
 - И прочая спецодежда.



Структура расходов

Ежемесячные расходы с учетом масштабирования – 1 300 218 рублей, включая налоги и сборы, ФОТ, аренда, кредиты, прочие постоянные и переменные затраты.

Потоки доходов

- За что готовы платить потребители?
Комфорт в эконом сегменте, качество, практичность и индивидуальность.
- Какие способы оплаты возможны?
Безналичный расчет с НДС, наличный расчет, интернет эквайринг
- Какие потоки доходов наиболее прибыльные?
Тендера, продажа торговым компаниям и дилерам, крупным промышленные предприятия, сайт

Анализ конкурентов

	Техноавиа	Восток Сервис	Сириус	АО ТД Тракт	Vega Spec
Название					
Наличие эконом сегмента			●	●	●
Качество в эконом сегменте				●	●
Комфорт в эконом сегменте					●
Наличие среднего сегмента	●	●	●	●	●
Качество в эконом сегменте	●	●			●
Наличие дорогого сегмента	●	●		●	●
Конкурентоспособная цена			●		●
Качество	●	●			●

Статус проекта

Что уже сделано и стадии развития:

1 Марта 2015 года – зарегистрировали ООО

16 Августа 2015 года – запустили работу первого цеха

12 Декабря 2015 года – увеличение выпуска производства на 80 %.

25 Февраля 2016 года – увеличение производственной мощности на 30 % по сравнению с 2015 годом

Июнь 2016 года – налажена работа с ФИУ (Федеральными исправительными колониями).

12 Марта 2017 года – расширение производства и увеличение выпуска продукции на 50 %.

Апрель 2017 года – запущен цех с. Шеверялово + увеличение выпуска на 40 %.

На сегодняшний день в компании работает около 50 человек. Сформирован весь управленческий, производственный штат и отдел продаж. Оборот компании ежегодно увеличивается в 2 раза. Выручка организации за 2017 год составила около 28 млн. рублей.

Компания ежегодно разрабатывает модельный ряд, передает предприятиям-покупателям спецодежду на испытания и обратную связь. Ни один наш клиент не был разочарован комфортом, качеством и практичностью спецодежды, а также выделяют нашу индивидуальность среди других поставщиков. За 2017 год увеличились отгрузки готовой продукции торговым компаниям в 5 раз. Компания готова к масштабированию данного проекта, для этого есть все условия, кроме инвестиции.

План продаж на текущие 4 года?

План продаж на 2018 год, млн. рублей

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
1,6	2,1	1,9	2,9	3,5	2,9	10	12	16	19	20	24
Итого:	101 млн. рублей										

План продаж на 2019 год, млн. рублей

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
14	27	29	32	37	28	29	34	39	41	43	45
Итого:	398 млн. рублей										

План продаж на 2020 год, млн. рублей

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Итого:	725 млн. рублей										

План продаж на 2021 год, млн. рублей

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Итого:	1 100 млн. рублей										

План продаж на 2022 год, млн. рублей

Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
94	99	106	111	113	102	105	121	128	134	139	142
Итого:	1 394 млн. рублей										

Цели компании

- 1) Сформировать наиболее безопасную среду для работы на предприятии
- 2) Выйти в ТОП-10 крупнейших компании по производству спецодежды
- 3) Зарекомендовать себя на рынке и развить дилерскую сеть
- 4) Организовать поставки в страны СНГ и Европы
- 5) Запустить производство рабочей обуви
- 6) Запустить производство средств индивидуальной защиты и создать уникальный продукт

Что нужно сделать для того, чтобы достичь поставленные цели?

- 1) Ежемесячно сокращать оборачиваемость партии выпущенной продукции
- 2) Часть средств чистой прибыли откладывать на пополнение оборотных средств
- 3) Разрабатывать новые модели, работать над практичностью и комфортом
- 4) Увеличивать товарные остатки и расширять базу поставщиков
- 5) Необходимо обучать и увеличивать отдел продаж
- 6) Выстроить логистику
- 7) Проводить регулярный мониторинг на рынке
- 8) Следить за регулярностью поставки и выстроить отдел оценки качества
- 9) Расширять ассортимент
- 10) Разработать модельный ряд обуви и запустить серийный выпуск
- 11) Заключить Договора и наладить поставку основного сырья, иной продукции с Китая
- 12) Выявлять дополнительный спрос
- 13) Принимать участие в Российских и Международных выставках
- 14) Сформировать регламент по работе с дилерами и крупными конечными потребителями
- 15) Финансировать в разработку уникального продукта в сфере охраны труда

Подведение итогов и прибыль

С учетом среднего показателя ежемесячных не выполненных заявок, связанных с отсутствием предложения, товарного остатка, отсрочек платежа, упущенных тендерных сделок из-за недостатка финансирования, можно сделать вывод, что во второй-третий месяц оборот компании увеличится минимум до 10 млн. рублей.

С учетом всех постоянных и переменных затрат, налогов и сборов чистая прибыль предприятия составит 1 045 102,83 рубля.

Таким образом, максимальный срок окупаемости составит 24 месяца.

В результате масштабирования будут расти ежемесячно обороты и увеличиваться клиентская база компании.

Одна из целей компании войти в ТОП-10 крупнейших предприятий по производству средств индивидуальной защиты. Оборот компании составит минимум 1,4 млрд. рублей. В этом случае чистая прибыль составит около 190 млн. рублей.

Инвестиционное предложение

Условия участия

Оценка проекта на сегодняшний день

15 000 000 рублей

Необходимый объем инвестиций

25 000 000 рублей

Долевое участие инвестора

40 %

Финансирование

По факту потребности

Показатели

Годовой оборот компании через 3 года

725 млн. рублей

Оценка компании через 3 года

7-8 млрд. рублей

Раунды финансирования

1) Инвестиционный транш в 1 месяц

10 млн. рублей

2) Инвестиционный транш в 3 месяца

8 млн. рублей

3) Инвестиционный транш в 6 месяцев

7 млн. рублей

Спасибо за внимание!

Башков Егор
Egor220@mail.ru