

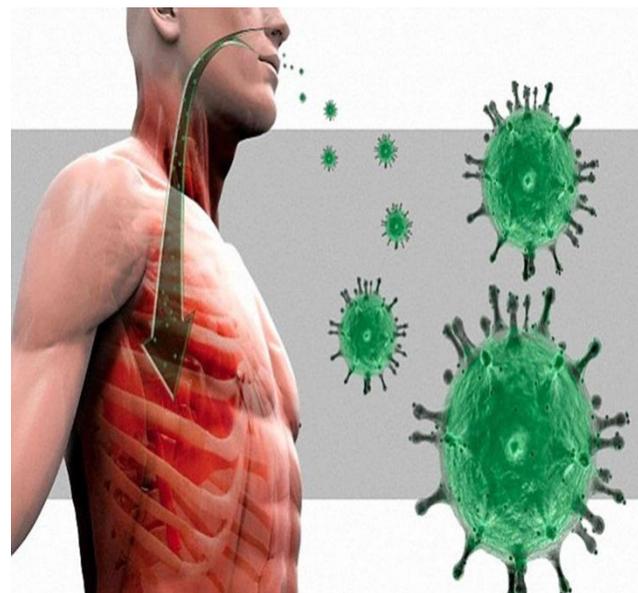
ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО



Организация производства натуральной композиции и ряда продуктов на ее основе для дезодорации, дезинфекции, ароматизации воздуха помещений с целью профилактики распространения респираторно-вирусных заболеваний

Инновационная компания:
ООО «Здоровье»

Автор: Шитикова Диана





ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Продаваемый продукт: «ANTIVIRUS» является средством нового поколения, профилактическое действие которого базируется на чрезвычайно высокой степени уничтожения вирусов, и препятствует развитию многих микроорганизмов.

«ANTIVIRUS» и продуктовая линейка на его основе предназначены для:

- дезинфекции;
- дезодорации ;
- ароматизации воздуха помещений с целью профилактики распространения гриппа и респираторно-вирусных заболеваний.

Рынок:

Объём рынка в России: 22,6 млрд. руб.

Доля компании «ANTIVIRUS» к четвертому году реализации проект составит 80 млн.руб. в год или 0,5%.

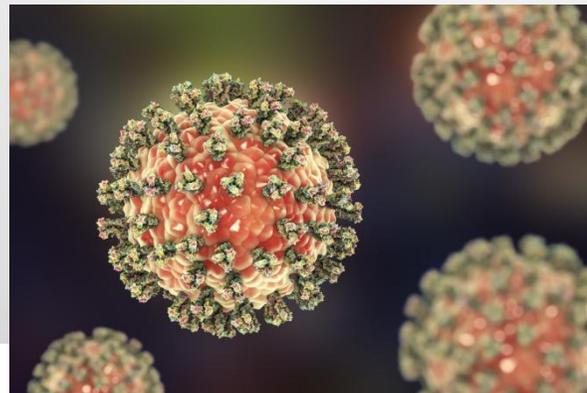


КОМАНДА ПРОЕКТА

Роли в проекте	Обоснование
Руководитель – Иванов П.С.	Руководство проектом. Направляет, мотивирует участников проекта.
Финансист – Михайлов А.В.	Занимается финансированием проекта, управляет капиталом.
Технолог – Комарова Л.В.	Техническое сопровождение. Разрабатывает состав продукта.
Маркетолог – Титов О.М.	Взаимодействие с потребителями, продажа продукта.
Врач – Лаврова С.Д.	Помогает в разработке состава продукта, использует свои навыки, знания и опыт в реализации продукта.

БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

- **Целевой потребитель:** люди заботящиеся о своем здоровье и здоровье своих близких, в том числе и детей.
- **Ценностное предложение:** восстанавливает функциональную активность клеток, пораженных вирусом, не вызывает аллергических реакций, имеет приятный аромат, недорого.
- **Прогнозный период проекта – 5 лет.**





МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

- На основе «ANTIVIRUS» предполагается выпускать 3 продукта:
 - аэрозольный освежитель воздуха в баллоне 300 мл. – 70р.,
 - спрей в ПЭТ упаковке 500 мл. для распыления в воздухе помещений – 70р.,
 - присадка для увлажнителей воздуха, ПЭТ флакон 50 мл. – 80р.
- Покупатели продукта: ЛПУ, детские учреждения, общественные учреждения, гостиницы, развлекательные учреждения и учреждения общественного питания, иностранный потребитель.
- Продвижение:
 - Лечебные учреждения, рекомендации врачей;
 - Интернет (форумы, сообщества, группы в соц. сетях);
 - Сеть региональных представителей.
- В России ежегодно регистрируют от 27,3 до 41,2 млн. заболевших гриппом и другими ОРВИ. Объем продаж аэрозольных освежителей воздуха в России к началу 2017 г. составил 110 млн. штук в год. В стоимостном выражении объем российского рынка к началу 2017 г. достиг \$100 млн. в год. Ежегодный прирост составляет от 15 до 30%.





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

- **Аналог:** освежитель воздуха «Симфония», компании «Арнест».
- **Новизна:** помимо приятного запаха, оздоравливает.
- **Преимущества:**
 - Содержит экстракты натуральных веществ.
 - Способствует восстановлению функциональной активности клеток, пораженных вирусом.
 - Не вызывает аллергических реакций.
 - Активность экстрактов реализуется как в воздушной среде, так и в респираторном тракте человека.
 - Можно использовать в качестве ароматизатора аэрозоля.
 - Уничтожает вирусы и угнетает развитие многих микроорганизмов.



Инвестиционные затраты:

инвестиции в
основной
капитал
(приобретение
основных
средств) – 6
761 тыс. руб.



инвестиции в
оборотный
капитал
(пополнение
оборотных
средств) – 9
599 тыс. руб.

Общая
СТОИМОСТЬ
проекта -
16 360
тыс. руб.

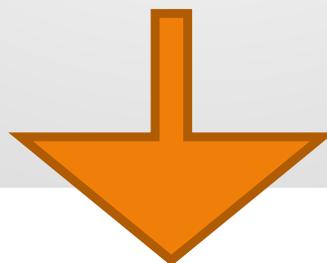
Производственная себестоимость:

- В таблице приведены данные по материалам в расчете на производство 100 000 аэрозольных баллонов (300мл).

Материал	Расход на 100 000 баллонов	Стоимость Руб.	Расход на 1 баллон
1. Зелень пихты	12 000 кг	240 000	120 г
2. Углекислота	36 кг	540	0,36 г
3. Гармонизированная вода	30 000 л	150 000	280 мл
4. Экстракт гармалы	120 кг	96 000	1,2 г

Материалы

Наименование	Кол-во	Цена, руб.	Стоимость, руб.
1. Емкости для транспортировки 19 литров	300 шт.	250	75 000



- Расходы на маркетинг за год – 981,5 тыс.руб.
- Оплата за коммунальные услуги составляют 150 тыс.руб. в месяц.
- Затраты на 1 шт. – 17-20 руб.
- Затраты на персонал 1-ый год – 4200 тыс.руб., 2-5-ый год – 6000 тыс.руб.
- Производственное оборудование – 6630 тыс.руб.
- Офисное оборудование – 131 тыс.руб.
- Ежемесячные затраты - 125 тыс.руб.





CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на рынок

Мероприятие	Стоимость мероприятия
Знакомство с клиентом	50 тыс. руб.
Разработка продукта	1500 тыс. руб.
Продажа	100 тыс. руб.
Маркетинг	980 тыс. руб.



НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Стратегия:

1. Оформление патента РФ на разработку продукции.
2. Регистрация права на ПО и охрану товарного знака.
3. Получение сертификата ГОСТ.
4. Получение лицензии на производство.





ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Формат лицензии: Собственная разработка

Цена лицензии: 3 млн.руб.

Обоснование целесообразности лицензирования: права могут продаваться нескольким заинтересованным сторонам. «Лицензирование» способствует диверсификации прибыли и рисков компании. Более того, в силу ускоренных темпов распространения товаров и услуг соответствующий бренд становится все более узнаваемым, и клиенты с большей вероятностью сохраняют лояльность по отношению к нему.





ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (1)

Разработка RoadMap проекта

	2017		2018		2019		2020		2021	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Разработка идеи	█									
Формирование команды	█									
Составление бизнес-плана	█	█								
Анализ рынка	█	█								
Оформление бизнеса		█								
Поиск финансирования		█								
Разработка		█	█	█						
Производство			█	█	█	█	█	█	█	█
Продажа				█	█	█	█	█	█	█
Анализ поведения потребителя					█	█	█	█	█	█



ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Проработка плюсов и минусов создания стартапа как модели коммерциализации

Характеристика модели	Применимость/важность для проекта, +/-	Достижимость, +/-	Комментарии
Потенциал высоких доходов	+	+	Небольшие затраты на производство товарной единицы
Легкость масштабирования	+	+	Не требует больших затрат на производство, актуален в наши дни
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/услуг	+	+	Предполагается расширения ассортимента
Высокие первоначальные затраты	+	+	Расходы на маркетинг
Требуется большое кол-во времени и энергии на создание и развитие	+	+	Реализация проекта
Меньше времени на проработку продукта	+	+	Т.к. есть проблемы и нужно их решать



ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: КОММЕРЧЕСКИЙ НИОКР

Основные параметры коммерческого предложения для получения средств на проведение исследований от крупной корпорации: Поиск «Боли» и ее решения

Цена коммерческого предложения: ≈ 17 млн.руб.

Обоснование целесообразности коммерциализации: Получается, чтобы получить большую прибыль, надо решить проблему «Боли» компании.





ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Виды источников финансирования	Преимущества с точки зрения вашего проекта	Недостатки с точки зрения вашего проекта	Обоснование выбора источника финансирования
ЗФ	Наиболее подходящая стратегия для перевода компании на коммерческую деятельность и создания условий для ее последующего финансирования внешними инвесторами.	Практически невозможно использовать данный источник на следующих этапах развития компании.	Небольшой объем доступных финансовых средств, нужно больше.
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков	Нефинансовая поддержка: предоставление бесплатно или на правах льготной аренды зданий, сооружений, коммуникационных сетей. Использование связей администрации, необходимых для поиска источников финансирования инновационной деятельности, партнеров и потенциальных потребителей инновационного продукта\услуги.	Практически невозможно использовать данный источник на следующих этапах развития компании. Временные затраты: постоянный мониторинг программ поддержки инновационных стартапов в вузах, научных парках, центрах трансфера технологий, бизнес-инкубаторах.	Помощь в разработке продукта.
Бизнес-ангелы	Инвестируют собственные средства в компании на начальных стадиях развития. Кроме денег, могут привносить в компанию и нефинансовые ресурсы. Поскольку в прошлом бизнес-ангелы были успешными предпринимателями, то они могут быть хорошими советниками для основателей компании и топ-менеджмента в вопросах стратегии, продаж и персонала.	Доля в бизнесе.	Хорошая финансовая помощь, привносят в компанию и нефинансовые ресурсы (советы, контакты)
Венчурные фонды	Большой уровень финансирования.	Большая доля в бизнесе.	Венчурные деньги предоставляются на безвозвратной, беспроцентной и беззалоговой основе. Проект окупится быстро.



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М.В. Ломоносова

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (1)

Период проекта	2017	2018	2019	2020	2021
Номер периода	1	2	3	4	5
Выручка без учета НДС, тыс.руб.	30000	60000	72000	84000	95932,2
Объем инвестиций, тыс.руб.	16360				

Ставка дисконтирования ,%	25,00%
NPV, тыс. руб.	135723
PI, коэф.	9,092
IRR,%	-
ROI,%	1409,2
PB, лет	5





ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (2)

- **Техническая реализуемость продукции проекта.** Требуется: квалифицированный, компетентный персонал; качественные технологии.
- **Рыночная реализуемость.** Проанализировав рынок, видно, что спрос высокий.
- **Экономическая реализуемость.** Из-за высокого спроса на продукт; довольно-таки низкой цены продукта.



РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски проекта

- Текучка персонала
- Износ оборудования
- Технологическая ошибка

Инструменты их преодоления

- Грамотный подбор персонала
- Приобретение нового оборудования
- Профессиональная организация производства





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕТОРУ

Требуемые инвестиции: 16360 тыс.руб.

Предлагаемая доля инвестору: 30%



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

