

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО





«Создание производства нового строительного материала «ВИРАЛИТ» Черкасова Анастасия Олеговна

Продаваемый продукт:

Строительный материал «Виралит» представляет собой высокопоризованные стеклокерамические блоки различной формы и модификации и обладает конструкционнонесущими, теплоизолирующими, облицовочными свойствами.

Данный материал выгодно отличается от существующих аналогов повышенной прочностью

КОМАНДА ПРОЕКТА

ФИО	Условная роль	Обоснование
Черкасова Анастасия Олеговна	Руководитель	Опыт руководства инновационными проектами
Воронцова Полина Сергеевна	Финансист	Опыт руководства финансовых проектов
Церр Владислав Алексеевич	Инженер	Опыт работы инженерных проектов
Пинк Глеб сын Ясса	Маркетолог	Опыт работы в сфере продвижения услуг

БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

Целевой потребитель:

- Строительные компании;
- Компании застройщики коттеджных поселков
- Индивидуальные застройщики покупающие земельные участки

Ценностное предложение:

Теплозащитные свойства материала «Виралит» в 2-6 раз лучше кирпича, удельный вес в 2-3 раза ниже, удешевление 1 м² зданий и сооружений до 2-3 раз. Время полного технологического цикла производства материала «Виралит» в 10 раз меньше, чем при производстве красного кирпича

Прогнозный период проекта : 3 года

Технологический процесс

Технологический процесс получения строительного блока «Виралит» заключается в получении многослойного (8 слоев) непрерывного стеклокерамического коржа сечением 1500*108 мм, разрезаемого после печи стабилизации на части необходимого размера. Образование коржа происходит за счет послойного наращивания вспученного термоударом гранулированного сырья. Зона термоудара разделена на восемь расположенных последовательно печей (длина печи 2м), между которыми происходит дозированная засыпка слоя сырья на ранее полученный вспученный слой.

Последняя, девятая печь (длина печи 2м) выполняет роль глазурирования поверхности коржа, если необходимо подготовить облицовочный камень. Первый слой засыпается непосредственно на тележки, непрерывно движущихся от первой до последней печи. Образованный многослойный корж затем поступает в печь стабилизации (длина печи 20м), имеющей на входе температуру не более 10000С на выходе – максимум 2000С.

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

- Продукт (Product): Стеклокерамические блоки
- Цена (Price): 3000 р за м³
- Каналы дистрибуции (Place): Строительные магазины
- Продвижение (Promotion): Специализированные газеты и журналы

Перечень конкурентов

Основную конкуренцию создаваемому по проекту материалу «Виралит» могут составить полистиролбетон и пенобетон в силу сравнимых теплофизических характеристик данных материалов

Емкость сегмента рынка

Год	Коттеджное строительство в России, млн. м ²	Доля рынка, России % в натуральном выражении	Коттеджное строительство в Томской области млн. м ² ,	Доля рынка, Томской области % в натуральном выражении
2017	35.8	0.07	0.19	13.2
2018	41.8	0.2	0.21	11.9
2019	49.0	0.4	0.23	16.3
2020	57.3	0.5	0.24	15.6
2021	67.0	0.5	0.25	15.0

План продаж

2017	2018	2019	2020	2021
10 тыс. м ³	10 тыс. м ³	15тыс. м ³	15тыс. м ³ .	15тыс. м ³
125 домов/ 200 м ²	125 домов/ 200 м ²	190 домов/ 200 м ²	190 домов/ 200 м ²	190 домов/ 200 м ²

Продажи готового продукта «Виралит»

Продажи	2017	2018	2019	2020	2021
тыс. м ³	10	10	15	15	15
тыс. руб.	35 000	35 000	52 500	52 500	52 500

Цена реализации.

Цена	2017	2018	2019	2020	2021
руб/м ³	3500	3500	3500	3500	3500

CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на рынок

Мероприятие	Стоимость мероприятия
Реклама в СМИ	300 тыс. рублей
Адресные печатные рекламные материалы	100 тыс. рублей

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

- Патентная собственность охраняет изобретения, полезные модели и промышленные образцы (дизайн), а также селекционные достижения и топологии микросхем. права на средства индивидуализации распространяются на фирменные наименования и коммерческие обозначения (названия компаний),

- Товарные знаки, названия мест происхождения товаров (например, «оренбургский пуховый платок» может быть сделан только в Оренбурге).

- В качестве ноу-хау (секрета производства) может охраняться любая коммерчески значимая информация, в отношении которой ее владелец соблюдает режим коммерческой тайны.



ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Виды источников финансирования	Преимущества с точки зрения вашего проекта	Недостатки с точки зрения вашего проекта	Обоснование выбора источника финансирования
ЗФ	Простота; не отнимает долю	Риск семейных конфликтов; небольшое финансирование	Источник является самым простым и дешёвым
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков	Сохранения контроля над компанией	Небольшой объём финансирования	Безвозвратное предоставление денежных средств
Бизнес-ангелы	Помощь в управлении	Требуют долю	Опыт бизнес-ангелов



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски проекта:

- 1) Конкуренты находящиеся на рынке долго время
- 2) Предпочтение покупки «проверенного» материала

Инструменты их преодоления:

- 1) Грамотная реклама
- 2) Предоставление «пробы» материала