

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»**

**Автор презентации: студентка 2 курса ДВФУ ШЭМ
Мельниченко Алина**

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Продаваемый продукт: Композиция «Natural» и продуктовая линейка на ее основе, содержащие экстракты натуральных веществ – СО₂-экстракта зелени пихты сибирской и экстракта гармалы обыкновенной, для дезинфекции, дезодорации и ароматизации воздуха помещений с целью профилактики распространения гриппа и респираторно-вирусных заболеваний.

КОМАНДА ПРОЕКТА

Необходимые роли в проекте	Обоснование
Руководитель (лидер) - Николай	Аккумулирует потенциал команды. Направляет силы и возможности участников в нужное русло.
Финансист – Константин	Занимается финансовыми вопросами проекта. Имеет большой опыт в ведении бизнеса и максимизации прибыли.
Технолог – Кристина	Разрабатывает состав продукта.
Врач – Ольга	Участвует в разработке состава продукта, подбирает необходимые компоненты, следит за безвредностью продукта.
Маркетолог – Михаил	Занимается продажей созданного продукта.

БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

- целевой потребитель: люди заботящиеся о свое здоровье и здоровье своих близких, в том числе и детей (ЛПУ, детские учреждения, общественные учреждения, гостиницы, развлекательные учреждения, учреждения общественного питания, возможно, иностранный потребитель)
- ценностное предложение: состав композиции способствует восстановлению функциональной активности клеток, не аллергенен, имеет приятный аромат
- прогнозный период проекта – 5 лет

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

На основе разработанной композиции предполагается выпускать три продукта:

- аэрозольный освежитель воздуха в баллоне 300 мл. = 70 руб.
- спрей в ПЭТ упаковке 500 мл. для распыления в воздухе помещений = 70 руб.
- присадка для увлажнителей воздуха, ПЭТ флакон 50 мл. = 70 руб.

Возможные покупатели:

ЛПУ, детские учреждения, общественные учреждения, гостиницы, развлекательные учреждения, учреждения общественного питания, иностранный потребитель.

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

Исследования рынка: 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%. Потенциальная емкость российского рынка освежителей воздуха оценивается на уровне 300-400 млн. штук аэрозольных баллонов в год.

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Название	Производитель	Назначение
«Симфония», «Frost»	ОАО «Арнест»,	Освежитель воздуха, удаляет неприятные запахи
«GARDEN», ароматная дыня, зеленое яблоко	ООО "Аэрозоль Новомосковск"	Устраняет сильные неприятные запахи, освежает и наполняет ароматом воздух в помещениях.

Преимущество нашего продукта: продукт действует в оздоровительных целях

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Инвестиционные затраты

Общая стоимость настоящего проекта составляет 16 360 тыс. рублей и включает две составляющие:

- инвестиции в основной капитал (приобретение основных средств) – 6 761 тыс. руб.;
- инвестиции в оборотный капитал (пополнение оборотных средств) – 9 599 тыс. руб.

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Поставки сырья

Сырье и материалы

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

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Затраты на рекламу: 784700 руб. + 196800 руб. (за один год)

Оплата ком. Услуг: 150000 руб. (в месяц)

Затраты на одну штуку товара: 17-20 руб.

Затраты на персонал: 4200000 руб. в первый год, 6000000 руб. в 2-5 год

Оборудование:

Производственное: 6630000 руб.

Офисное: 131000 руб.

Прочие месячные затраты: 125000 руб.

CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на
рынок

Мероприятие	Стоимость мероприятия
Знакомство с клиентом	50 тыс. рублей
Разработка продукта	1200 тыс. рублей
Продажа	100 тыс. рублей
Маркетинг	900 тыс. рублей

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Для защиты технологий будут проведены следующие задачи:

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.



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



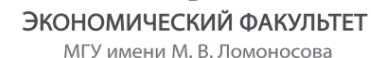
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Формат 3 – собственная разработка.

Цена лицензии: 3 млн рублей.

Обоснование целесообразности лицензирования как модели коммерциализации: лицензирование необходимо для продажи нашей идеи заинтересованным компаниям.



Разработка RoadMap проекта

[illegible]



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Характеристика модели	Применимость/ Важность для проекта +/-	Достижимость +/-	Комментарии
Потенциал высоких доходов	+	+	Достижимо, потому что себестоимость мала
Легкость масштабирования	+	+	Достижимо, потому что производство не занимает много времени и средств
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов и услуг	+	+	Достижимо, если будет обратная связь
Высокие первоначальные затраты	+	+	Из-за рекламы
Требуется большое количество времени и энергии на создание и развитие	+	+	Потому что данный продукт – новинка и следует все проверить и переделать
Меньше времени на проработку	+	+	Из-за решения проблем



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

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: примерно 17 млн. рублей

Таким образом, решая проблему «Боли» компании, мы получим наибольшую прибыль.



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Виды источников финансирования	Преимущества с точки зрения вашего проекта	Недостатки с точки зрения вашего проекта	Обоснование выбора источника финансирования
ЗФ	Позволяет владеть большей долей акций компании, которая на более поздних стадиях растворится при появлении дополнительных собственников	Небольшой объем доступных финансовых средств, Практически невозможно использовать данный источник на следующих этапах развития компании	- нужны большие средства
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков	Предоставление бесплатно или на льготных условиях сервисных услуг, необходимых для эффективной работы бизнеса, таких как ведение бухучета и т. п.	Практически невозможно использовать данный источник на следующих этапах развития компании. Перед размещением на площадке структуры компании необходимо пройти жесткий конкурсный отбор.	+ Помощь в разработке
Бизнес - ангелы	инвестируют собственные средства в компании на начальных стадиях развития, обладают широким кругом знакомств в бизнес-среде, могут служить источником контактов с потенциальными клиентами и инвесторами.	Требуют долю бизнеса	+ хорошая финансовая помощь
Венчурные фонды	Большой уровень финансирования	Требуют большую долю бизнеса	- проект окупит



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, в тыс. руб.	30000	60000	72000	84000	95932,2
Объем инвестиций – 16360 тыс. руб.					

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.** Высокая квалификация персонала на производстве и профессиональное оборудование обеспечат качественную реализацию продукции.
- **Рыночная реализуемость.** По результат оценки рынки, можно сказать, что спрос присутствует.
- **Экономическая реализуемость.** Высокая окупаемость за счет высокого спроса и низкой себестоимости продукции.

РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски проекта: технологическая ошибка.

Инструменты их преодоления: качественная организация производства.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕСТОРУ

Требуемые инвестиции: 16360 тыс. рублей

Предлагаемая доля инвестору: 25%