

Организация производства натуральной композиции и ряда продуктов на ее основе для дезодорации, дезинфекции, ароматизации воздуха



Инновационная компания: ООО «Убей все вирусы»
Венчурный партнер : Владивостокский центр венчурных инвестиций

Автор презентации: Воронцова Я.А

Краткое резюме проекта

- **Продукт:** «*Stay healthy*» является средством нового поколения, профилактическое действие которого базируется на чрезвычайно высокой вирулицидной бактерицидной активности.



- **РЫНОК:**

Объём рынка в РФ : 22,6 млрд. руб.
Доля компании «*Stay healthy*» к четвертому году реализации проекта составит 80 млн. руб. в год или 0,5%.

- **Запрашиваемые инвестиции:**

2 млн.руб.

- **Стоимость компании на выходе : 1 млн.руб.**

Продукт и области применения

Традиционные методы дезинфекции:

- Ультрафиолетовое излучение и озонирование

Использование обоих методов исключает присутствие человека, что значительно сужает область их применения.



Преимущества «Stay healthy»:

- Содержит экстракты натуральных веществ
 - Активность
- экстрактов реализуется как в воздушной среде, так и в респираторном тракте человека.
- Можно использовать в качестве ароматизатора аэрозоля.
- угнетает развитие многих микроорганизмов

РЫНОК

- 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



Основные игроки

- Johnson (занимает 40% рынка)
- «Арнест» (занимает 20% рынка).



Тенденции развития рынка

- 1. В России 50 млн. домохозяйств, при использовании одного баллона аэрозоля в течение двух месяцев потребность этого сегмента составит: $50 \text{ млн. домохозяйств} * 6 \text{ мес.} = 300 \text{ млн. штук}$ в год.
- 2. В России насчитывается около 57,7 тыс. школ. В среднем в одной школе имеется около 30 учебных кабинетов
- 3. На территории России функционирует около 47 тыс. детских садов
- 4. В нашей стране насчитывается около 18 тыс. образовательных учреждений дополнительного образования
- Таким образом, потенциальная потребность российского рынка в аэрозоле «Х» составляет: $300 \text{ млн. штук домохозяйства} + 13.9 \text{ млн. шт. школы} + 1.96 \text{ млн. шт. детские сады} + 144 \text{ тыс. шт. учреждения дополнительного образования детей} + 8 \text{ млн. предприятия и организации} = 324 \text{ млн. шт. в год.}$

Конкуренты

- **Большую долю аэрозольного рынка занимают иностранные компании, на их долю в настоящее время приходится около 60% всех продаж аэрозольной продукции в России.**
- **S.C. Johnson (занимает 40% рынка),**
- **Среди отечественных – «Арнест» (г. Невинномысск) (занимает 20% рынка)**



Ключевые преимущества

- При попадании ее компонентов в респираторный тракт человека способствует восстановлению функциональной активности клеток, пораженных вирусом, и не вызывает аллергических
- **Можно использовать в присутствии людей**
- Активность экстрактов реализуется как в воздушной среде, так и в респираторном тракте человека.
- **Можно использовать в качестве ароматизатора**



Модель развития

- **На основе разработанной композиции предполагается выпускать три продукта:**
 - **аэрозольный освежитель воздуха в баллоне 300 мл.,**
 - **спрей в ПЭТ упаковке 500 мл. для распыления в воздухе помещений,**
 - **присадка для увлажнителей воздуха, ПЭТ флакон 50 мл.**
- **Маркетинг :**
- **Рекомендации профессионального сообщества (практикующие врачи иммунологи);**
- **Активное продвижение в Интернет (форумы, сообщества, группы в соц. сетях);**
- **Сеть региональных представителей – демонстрация работы аэрозоля.**

Структура сделки

- **Общая сумма инвестиций : 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.**
- **Форма участия: доля в уставном капитале**

Прогноз продаж

Период расчета	2017		2018		2019	
	1		2		3	
Исходные	тыс. руб	кол-во	тыс. руб	кол-во	тыс. руб	кол-во
Выручка без НДС	30000		60000		72000	
Аэрозоль, 300мл	24500	350000	49000	700000	56000	800000
Спрей, 0,5л	10500	150000	21000	300000	28000	400000
Присадки, флакон 50мл	400	5000	800	10000	960	12000

Период расчета	2020		2021	
	4		5	
Исходные	тыс. руб	кол-во	тыс. руб	кол-во
Выручка без НДС	84000.000		95932.203	
Аэрозоль, 300мл	63000.000	900000	70000.000	1000000
Спрей, 0,5л	35000.000	500000	42000.000	600000
Присадки, флакон 50мл	1120.000	14000	1200.000	15000

Риски

Наименование риска	Уровень риска
Технический	Минимальный: К началу реализации проекта уже есть задел, определены области в которых в которых будет использоваться аэрозоль.
Организационный	Минимальный: <ol style="list-style-type: none">1. Наличие профессионально подготовленной команды, планирующей реализовать настоящий проект.2. Наличие команды проекта, которая в совершенстве владеет новыми подходами и современными средствами разработки, проектирования и производства необходимыми для развития проекта.
Рыночный	Минимальный: <ol style="list-style-type: none">1. Имеется достаточно проработанная стратегия продвижения продукта на рынок. Стратегия предусматривает использование одновременно нескольких каналов дистрибуции.2. Имеются договоренности с практикующими иммунологами , которые готовы рекомендовать наш прибор своим пациентам в случае его качественной работы.3. На рынке отсутствуют близкие по возможностям технические решения, которые могли бы решить проблему потребителей.

Команда

ФИО	Функции в проекте
Воронцова Янина Александровна	Лидер, направление и регулирование работы участников проекта.
Печорина Мария Игоревна	Реклама, продвижение продукта на рынок.
Иванов Константин Иванович	Техническая составляющая, производство
Косой Александр Юрьевич	Финансовая составляющая проекта, переговоры

