



# **Ботинки с самозавязывающимися шнурками**

**Белявский А.В; Звонкова Т.В. Исраилов И.**

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Продаваемый продукт: Различная обувь.

А именно: Спортивная и повседневная обувь.

## КОМАНДА ПРОЕКТА

| Необходимые роли в проекте | Обоснование   |
|----------------------------|---|
| Генератор идей             | Придумать ещё надо.   |
| Реализатор                 | Здравый смысл и хорошее чувство самоконтроля и дисциплины приносит в команду. |
| Координатор                | Будет заставлять других работать над распределенными целями.                  |
| Творец                     | Будет мотивировать команду.   |
|                            |   |



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

- целевой потребитель: Спортсмены и люди любящие излишки.
- ценностное предложение: от 4000
- прогнозный период проекта – 4 года

## МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

- **Продукт (Product):** Супер-пупер-дупер инновационная обувь, которая перевернёт мир!
- **Цена (Price):** от 4000
- **Каналы дистрибуции (Place):** Различные бренды спортивной одежды.
- **Продвижение (Promotion):** Реклама.



# PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

- Традиционные аналоги: У Nike такая обувь с 2019 года.
- Новизна: Концепт придуман в ещё 1985.
- Преимущества: Удобно.

## **Инвестиционные затраты:**

- Стоимость оборудования очень дорогое.

## **Производственная себестоимость:**

- Материалы и комплектующие: пластиковые моторчики и исходная обувь.
- Амортизация: рессоры.
- Зарплата производственного персонала
- Начисления на з.п. пока рано говорить.
- Административные расходы очень большие.

# CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на рынок

| Мероприятие                          | Стоимость мероприятия        |
|--------------------------------------|------------------------------|
| Первичная презентация товара.        | Очень много. Обобщим до «n». |
| Продвижение на различных платформах. | 10n                          |
| Выставка на различных показах.       | 2n.                          |

# НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

IP- стратегия проекта (как будете защищать ИС)

Оформлю патент.





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

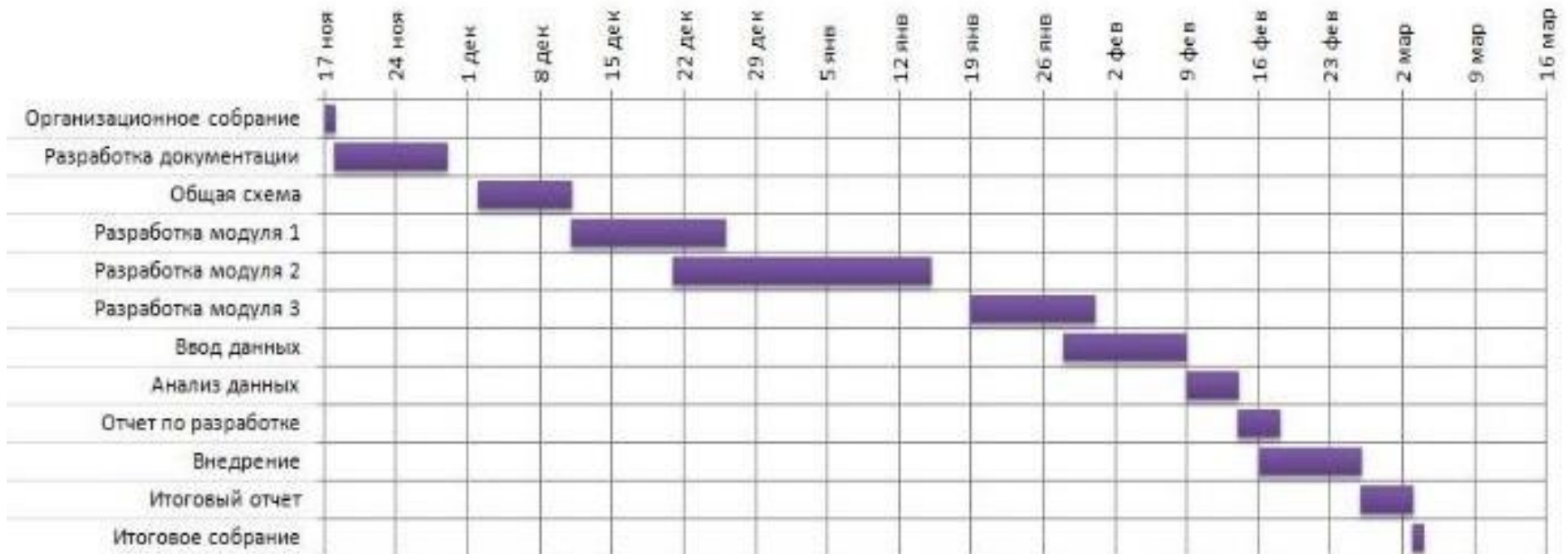
Основные параметры лицензионного договора с покупателем лицензии: В течении 10 лет владелец лицензии имеет право на данную инт. собственность.

Цена лицензии: 100000\$

Обоснование целесообразности лицензирования как модели коммерциализации: Гораздо выгоднее продавать лицензии, чем полностью продать инт. собственность.



# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (1)





# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Проработка плюсов и минусов создания стартапа как модели коммерциализации (в т.ч. в форме МИП<sub>а</sub>)

| Характеристика модели   | Применимость/важность для проекта, +/- | Достижимость, +/- | Комментарии   |
|---|--|-------------------|---|
| Потенциал высоких доходов   | +                                      | -                 | Не будет и близко.  |
| Легкость масштабирования  | +                                      | +                 | -   |
| Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/услуг     | +                                      | -                 | Если удастся добиться хотя бы кратковременной популярности этот уже будет успех |
| Высокие первоначальные затраты  | -                                      | +                 | -   |
| Требуется большое количество времени и энергии на создание и развитие | +                                      | -                 | Да  |
| Меньше времени на проработку продукта                                 | +                                      | -                 | -   |



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: Неактуально, неинтересно. В общем идеально для спонсирования.

Цена коммерческого предложения: 3 рубля и бутылка сока.

Обоснование целесообразности коммерциализации по модели «Коммерческий НИОКР»: Целесообразности нет!

# ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

| Виды источников финансирования                            | Преимущества с точки зрения вашего проекта    | Недостатки с точки зрения вашего проекта               | Обоснование выбора источника финансирования                             |
|---|---|--|---|
| ЗФ  | Так себе преимущество.                        | Недостаток финансирования и фу таким быть.             | Я такого не выбирал.  |
| Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков . | Это конечно круто но никто нам этого не даст. | Множество обязательств со стороны многочисленных фирм. | Самый простой и быстрый способ получения средств на реализацию проекта. |
| Бизнес-ангелы .   | Возможно полностью покроет весь бюджет.       | Непредсказуемо .                                       | Самый быстрый способ получения средств.                                 |
| Венчурные фонды.  | Рисков меньше по сравнению с другими.         | Плохой контроль инт. собственности. Строгий дедлайн.   | Самый стандартный выбор.  |



# ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (1)

| Период проекта              |   | 2021   | 2022   | 2023   |
|-----------------------------|---|--------|--------|--------|
| Номер периода               | 0 | 1      | 2      | 3      |
| Чистый доход по проекту     |   | 10кр   | 9кр    | 1ккр   |
| Инвестиционные затраты      |   | 200к\$ | 100к\$ | 50к\$  |
| Кумулятивный денежный поток |   | 100к\$ | 300к\$ | 350к\$ |

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Ставка дисконтирования, % | 25,00% |
| NPV, тыс. руб.            | 486.85 |
| PI, коэф.                 | 27%    |
| IRR, %                    | 6%     |
| ROI, %                    | 81%    |
| РВ, лет                   | 2,7    |



## ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (2)

- **Техническая реализуемость продукции проекта.** Сможет ли быть создан продукт с заявленными параметрами и требуемым уровнем качества? Как достичь желаемого качества? Нет. Больше инвестиций.
- **Рыночная реализуемость.** Существует ли на рынке потребность в подобном продукте? Как обеспечить спрос на продукцию проекта? Нет. Реклама.
- **Экономическая реализуемость.** Сможет ли проект в будущем окупить свои затраты? Нет.



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски проекта: Проект прогорит однозначно.

Инструменты их преодоления: придумать **новый** проект.





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

## **ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕТОРУ**

Укажите объем запрашиваемых инвестиций: 1ккр.

Какую долю предприятия вы готовы передать инвестору:

Процент с продаж равный 15%.