

## ПРОЕКТ

# ЗОНДИРУЮЩАЯ КАПСУЛА ДЛЯ ЗАБОРА ЖЕЛЧИ «МИКРО-ЗОНД»



**Автор презентации:**

**Акцораева Наталья Геннадьевна**



## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

**Продаваемый продукт:** зондирующая капсула для забора желчи  
«Микро-зонд»

### Применение:

- для проведения гастроэнтерологических исследований при заболеваниях желчевыводящих путей;
- для выявления паразитарной инвазии.

### Технические параметры продукта:

- капсула размером 15\*7 мм;
- для одноразового использования в стерильной упаковке;
- из нержавеющей медицинской стали или пластмассы;
- с кислотоустойчивым покрытием поверхности,
- растворимым при pH 7,2-7,4 характерным для желчи;
- с магнитом, встроенным в корпус.



# КОМАНДА ПРОЕКТА



Необходимые роли в проекте	Обоснование
<b>Руководитель - лидер проекта</b>	Ключевая фигура в проектной деятельности, формирует цели, осуществляет стратегическое и текущее руководство, координирует действия членов команды
<b>Специалист НИОКР</b>	Проводит научные исследования, разрабатывает инженерные решения, осуществляет техническое сопровождение проекта, воплощает идеи в конкретных продуктах
<b>Аналитик</b>	Осуществляет экономическое обоснование проекта, просчитывает финансовые последствия принимаемых решений, оценивает риски проекта
<b>Маркетолог - коммуникатор</b>	Проводит исследования рынка, формирует стратегию маркетинга инновационного продукта, взаимодействует с контактными аудиториями
<b>Консультант - юрист</b>	Разрабатывает IP- стратегию проекта, осуществляет юридическое сопровождение



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

## • Целевой потребитель:

население в возрасте от 5 до 80 лет с уровнем дохода на одного члена семьи 20 тыс. рублей в месяц и выше:



- ✓ страдающие заболеваниями желудочно-кишечного тракта;
- ✓ имеющие подозрение на наличие паразитов,
- ✓ имеющие противопоказания традиционного дуоденального зондирования

## • Ценностное предложение:

- ✓ безболезненный способ диагностики заболеваний ЖКТ и паразитарной инвазии,
- ✓ гарантирующий 100%-ю точность исследований,
- ✓ не имеющий физиологических противопоказаний



## • Прогнозный период проекта – 5 лет





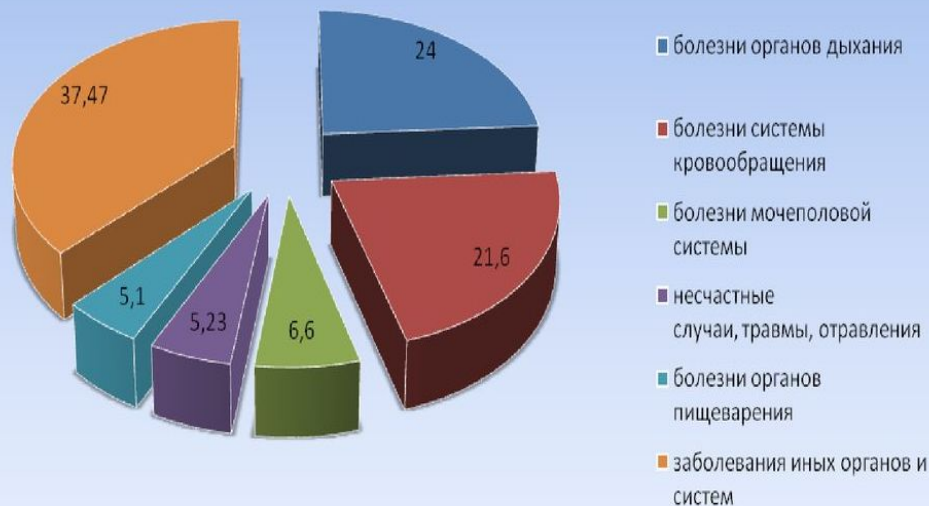
УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



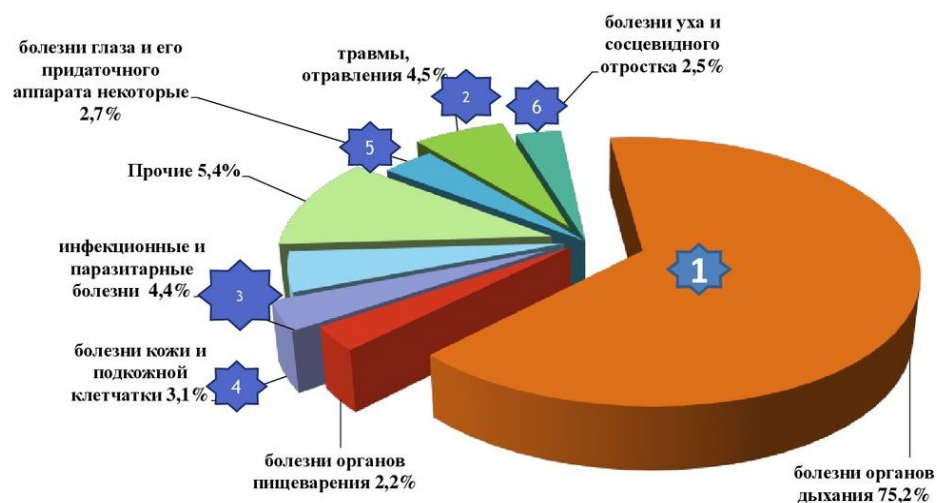
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

Структура общей заболеваемости взрослого населения РФ



Структура общей заболеваемости детей в возрасте 0 – 14 лет



	Регион	Россия
Потенциальная емкость рынка	8,75 млн.р.	1,3 млрд.р.
Емкость целевого сегмента	437,5 тыс.р.	62,125 млн.р.
Планируемая доля рынка	Полный охват через 3 года	2,3 % через 5 лет





# МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

## • Продукт (Product):

- оригинальная зондирующая капсула «Микро-зонд», не имеющая аналогов
- позволяющая безболезненно забирать достаточное для проведения анализа количество желчи и
- обеспечивающая новый качественный уровень в гастроэнтерологической диагностике.

## • Цена (Price):

- 250 рублей согласно стратегии конкурентной цены с учетом соотношения цена/качество

## • Каналы дистрибуции (Place):

- региональные оптовые аптечные сети;
- аптечные сети федерального уровня;
- госпитальные закупки клиник и больниц.

## • Продвижение (Promotion):

- участие в специализированных выставках, ярмарках;
- изготовление рекламных материалов;
- печать в специализированных журналах; проведение семинаров





## PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

Показатели	Капсула-зонд	Дуоденальное зондирование	Анализ кала	Анализ крови
Время исследования	Не нарушает активный образ жизни	2 – 4 часа	10 мин	10 мин
Болезненность процедуры	Абсолютно безболезненна	Очень болезненна	Безболезненна	Болезненна
Травмирование тканей	Исключено полностью	Происходит всегда	нет	есть
Противопоказания	нет	есть	нет	нет
Точность результатов, %	90 – 100	90 – 100	50 – 60	75 - 90
Цена, руб.	250	150 - 180	50 - 100	280 – 650

**Инвестиционные затраты:**  
**4,3 млн. руб.**

**Стоимость оборудования**  
**749,860 тыс.руб.**

**Производственная себестоимость:**

- Материалы и комплектующие -**1646,4 тыс.руб.**
- Амортизация – **3000 тыс.руб.**
- Зарплата производственного персонала - **906 тыс.руб.**
- Начисления на заработную плату - **78,252 тыс.руб.**
- Административные расходы - **256,8 тыс.руб.**





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК



Перечень мероприятий по выводу товара на рынок	Стоимость мероприятия, руб.
Предварительные маркетинговые исследования	30 000
Презентация продукта ЛПР из целевого сегмента	150 000
Выставка - демонстрация принципа работы капсулы-зонда	50 000
Анонсирование выхода на рынок капсулы-зонда в рекламных материалах	15 000
Рекомендации экспертов - практикующих врачей в статье	10 000
Пропаганда своевременной диагностики на семинарах	45 000
<b>Итого</b>	<b>300 000</b>





# НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

## IP- стратегия проекта:

- 1 этап:** охрана интеллектуальной собственности на способ диагностики и на конструкцию капсулы как коммерческой тайны в режиме ноу-хау;
- 2 этап:** получение патента на изобретение;
- 3 этап:** получение патента на способ диагностики, подготовка комплекта документации, регламентирующей применение капсулы;
- 4 этап:** проведение клинических испытаний и регистрации устройства в Росздравнадзоре.





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ



**Основные параметры лицензионного договора:**

- Предмет – зондирующая капсула для забора желчи;
- Способы использования - производство и продажа;
- Цена лицензии – 1 млн.руб. (25% от стоимости разработки).



**Лицензирование как модель коммерциализации нецелесообразно, поскольку:**

- исключительная лицензия не покрывает затраты на разработку;
- разработчики проекта обладают необходимыми компетенциями для организации и управления производством;
- при лицензировании проект принесет более низкие доходы в виду короткого жизненного цикла продукта.





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (1)

	1 год				2 год				3 год				4 год				5 год			
	I	II	III	IV V	I	II	III	IV V	I	II	III	IV V	I	II	III	IV V	I	II	III	IV V
<b>0 этап: Подготовительный</b> - анализ рынка, бизнес-планирование																				
<b>1 этап: MVP</b> -- организация предприятия, патент на изобретение, патент на полезную модель																				
<b>2 этап: Product / market fit</b> - привлечение инвестиций, адаптация к требованиям рынка, формирование спроса																				
<b>3 этап: Traction (динамика роста)</b> - начало продаж, продвижение продукта																				
<b>4 этап: Рост и укрепление позиций</b>																				
<b>5 этап: Масштабирование и захват рынка</b>																				
<b>6 этап: Продажа бизнеса стратегическому инвестору</b>																				





## ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Характеристика модели	Применимость/ важность для проекта, +/-	Достижи- мость, +/-	Комментарии
Потенциал высоких доходов	+	+	Достигается в случае принятия продукта массовым потребителем
Легкость масштабирования	+	+	Существует возможность организации серийного производства, значимая ценность продукта для многих потребителей
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/ услуг	+	+	Возможна разработка ассортиментного ряда капсул-зондов для различных групп потребителей
Высокие первоначальные затраты	—	+	Проект может быть реализован с помощью бизнес-ангелов
Требуется большое количество времени и энергии на создание и развитие	—	+	В команду проекта необходимо включить специалистов , реализующих взаимодополняющие функции
Меньше времени на проработку продукта	—	+	Следует ориентироваться на модель «Бережливого стартапа», гибкую методологию разработки





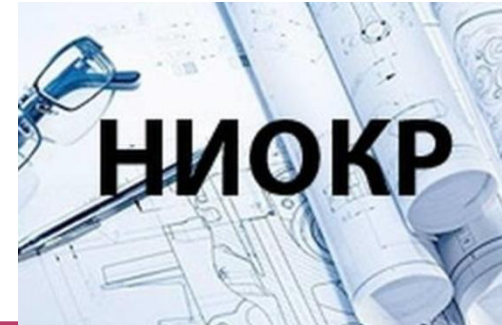
УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: КОММЕРЧЕСКИЙ НИОКР

Основные параметры  
коммерческого предложения:



Боль (гипотеза)	Ценностное предложение	Результаты работы
Изменение требований рынка к методологии и точности диагностических исследований	Зондирующая капсула для гастроэнтерологического исследования, обеспечивающая высокую точность диагностики и не имеющая противопоказаний	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Образец капсулы-зонда, оптимизированный под конкретную задачу заказчика</li> <li>2. Результаты тестирования разработанного продукта</li> <li>3. Оборудование для производства данного продукта</li> <li>4. Договор аутсорсинга на печать корпусов и нанесение пленочного покрытия</li> </ol>

Цена коммерческого предложения: 5,16 млн.руб.

(с учетом расходов по проекту и отчислений университету)

Считаем коммерциализацию по модели «Коммерческий НИОКР» нецелесообразной, поскольку это приводит к удорожанию проекта





# ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Виды источников финансирования	Преимущества	Недостатки	Обоснование выбора источника
ЗФ	Сохранение доли в бизнесе	Небольшой объем доступных финансовых средств	Выбор нецелесообразен, недостаточный объем финансирования
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков	Предоставление на безвозмездной основе	Наличие определенных условий расходования средств	Выбор нецелесообразен, применимы только на этапе исследований
Бизнес-ангелы	Финансирование бизнеса без залога, предоставление нефинансовых ресурсов	Предоставление большой доли в бизнесе	Выбор целесообразен, поскольку обеспечивается достаточный объем инвестиций на начальном этапе, быстрое развитие бизнеса
Венчурные фонды	Предоставление на безвозвратной, беспроцентной и беззалоговой основе	Большая доля в уставном капитале, не используется на ранних стадиях	Выбор нецелесообразен, поскольку объем запрашиваемого финансирования невелик







УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (1)

Период проекта		2017	2018	2019	2020	2021
Номер периода	0	1	2	3	4	5
Чистый доход по проекту, тыс.р.		-1389,13	434,88	4689,88	9702,16	14013,61
Инвестиционные затраты, тыс.р.	-4300					
Кумулятивный денежный поток, тыс.р.	-4300	-5689,13	-5254,24	-564,36	9137,79	23151,41

Ставка дисконтирования, %	25,00%
NPV, тыс. руб.	5834,22
PI, коэффициент	2,40
IRR, %	50,80 %
ROI, %	235,70 %
PB, лет	3





## ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (2)

### ○ **Техническая реализуемость продукции проекта подтверждается**

- наличием полного комплекта технологического оборудования для производства зондирующих капсул;
- высоким уровнем суммарной промышленной производительности при непрерывном производстве (от 200 тыс. до 1 млн. капсул в сутки)

### ○ **Рыночная реализуемость подтверждается**

- достаточной емкостью рынка и целевого сегмента, готовностью потребителя принять инновацию;
- невысокой ценой зондирующих капсул, обеспечивающей доступность продукта;
- устойчивой и масштабируемой бизнес-моделью

### ○ **Экономическая реализуемость подтверждается**

- высокими значениями показателей экономической эффективности проекта;
- высоким запасом финансовой прочности инвестиционного проекта





УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
МГУ имени М. В. Ломоносова

# РИСКИ ПРОЕКТА

	Низкая вероятность	Средняя вероятность	Высокая вероятность
Высокие потери	<p><b>Риски НИОКР:</b> Прототип может не получиться</p> <p><b>СОКРАЩЕНИЕ</b></p>	<p><b>Технологические риски:</b> Нет возможности выйти на серийное производство, высокий уровень брака</p> <p><b>СОКРАЩЕНИЕ</b></p>	<p><b>Производственные риски:</b> Проблемы организации производства и работы с аутсорсингом</p> <p><b>РАСПРЕДЕЛЕНИЕ</b></p>
Средние потери	<p><b>Управленческие и социальные риски:</b> Проблемы с персоналом проекта</p> <p><b>СОКРАЩЕНИЕ</b></p>	<p><b>Рыночные риски:</b> Появление прямых конкурентов Повышение цены вследствие роста затрат Непринятие продукта конечными потребителями</p> <p><b>СОХРАНЕНИЕ</b></p>	
Низкие потери			<p><b>Риски внешней среды</b> Изменение законодательства</p> <p><b>ИЗБЕЖАНИЕ</b></p>



## ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕТОРУ

**Объем запрашиваемых инвестиций: 4,3 млн.руб.**

**Доля, предлагаемая инвестору: 75%**

**Прогнозируемая стоимость компании: 30, 1 млн.руб.**

**Выход:** продажа доли  
стратегическому инвестору  
за 22,6 млн.руб.

