

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Факультет пищевых производств, 2 курс

ИТОГОВАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Pure-café “Smart&Go”

Авторы презентации:

Сергей Гончаренко, Снежана
Ермолаева, Валерия Морозова,
Даниил Гореликов, Иван Каранов,
Виктория Бутенко



Группа № 4

ПРОДУКТ ПРОЕКТА

Описание продукта

- Павильоны с экологически чистыми и полезными для здоровья продуктами, которые будут располагаться рядом с учебными заведениями, офисами и бизнес-центрами

Решаемая проблема

- Проблема неправильного питания и вредных перекусов

Ценность продукта

- Мы предлагаем сытную, полезную и относительно недорогую еду вместо всего, что студенты едят на перерывах обычно

[Smart&Go](#)

КОМАНДА ПРОЕКТА

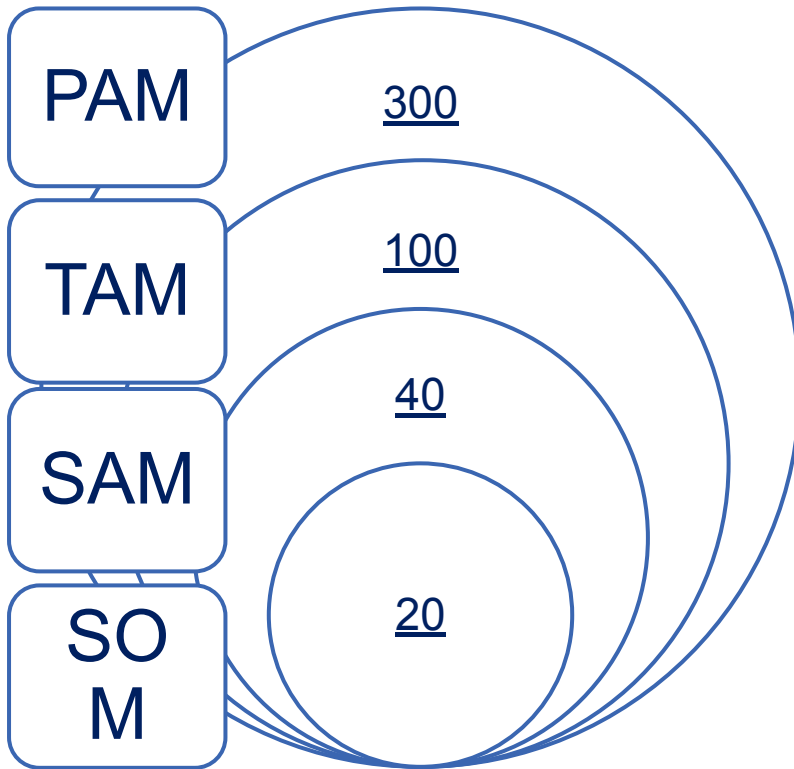
Необходимые роли в проекте	Обоснование, краткое описание функций
<u>Директор</u> (Сергей Гончаренко)	Возглавляет проект и несет полную ответственность за его успешность
<u>Маркетолог</u> (Снежана Ермолаева)	Занимается анализом спроса на производимый товар и рынки сбыта товара.
<u>Инженер</u> (Валерия Морозова)	Контролирует соответствие проектно-сметной документации государственным стандартам, нормам, правилам и инструкциям.
<u>Ответственный за коммуникации</u> (Даниил Гореликов)	Связь с поставщиками и потребителями.
<u>Финансист</u> (Иван Каранов)	Составление проектно-сметовой документации
Аналитик (Виктория Бутенко)	Анализ текущих цен и предложений рынка

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

<p>8. Ключевые партнеры <u>оптовые поставщики продуктов и магазины здорового питания.</u></p>	<p>7. Ключевые виды деятельности <u>упаковка продукта в специализированную посуду;</u></p>	<p>2. Ценностное предложение <u>1) решение проблемы нездорового приема пищи 2) предложение здорового, полезного и относительно недорогого перекуса 3) высококачественные продукты</u></p>	<p>4. Взаимоотношения с клиентами <u>1) возможность дизайна по запросу клиента 2) быстрое реагирование на потребности и запросы</u></p>	<p>1. Сегменты потребителей <u>Студенты, ученики старшей школы, колледжей, работники бизнес-центров и офисов, люди, следующие ЗОЖ</u></p>
<p>9. Структура расходов <u>доставка; продукты потребления; посуда для упаковки</u></p>	<p>5. Потоки доходов <u>потоки поступления доходов: плата за непосредственную покупку; доход от разовой покупки</u></p>			

Smart&Go

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА



[Smart&Go](#)

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

АНАЛОГИ

- На региональном рынке не имеется

НОВИЗНА ПРОДУКТА

- ...
- ...

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

- Здоровый и сытный перекус, доступный каждому
- Оригинальное представление здорового перекуса

• 300000
рублей

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ, ВСЕГО, руб.

• Не
требуется

В том числе на ИССЛЕДОВАНИЯ, руб.

• 50000
рублей

В том числе на ОБОРУДОВАНИЕ, руб.

• 80000
рублей

В том числе ПРОЧИЕ ЗАТРАТЫ, руб.

[Smart&Go](#)

CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ НА РЫНОК

Мероприятия по выводу продукта на рынок	Стоимость мероприятий,
<u>Разработка дизайна упаковки</u>	<u>5 000 руб</u>
<u>Реклама и таргетинг</u>	<u>50 000</u>
<u>Проведение мероприятий дегустации</u>	<u>20 000</u>
<u>Регистрация товарного знака</u>	<u>16 000</u>

[Smart&Go](#)

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Авторская защита

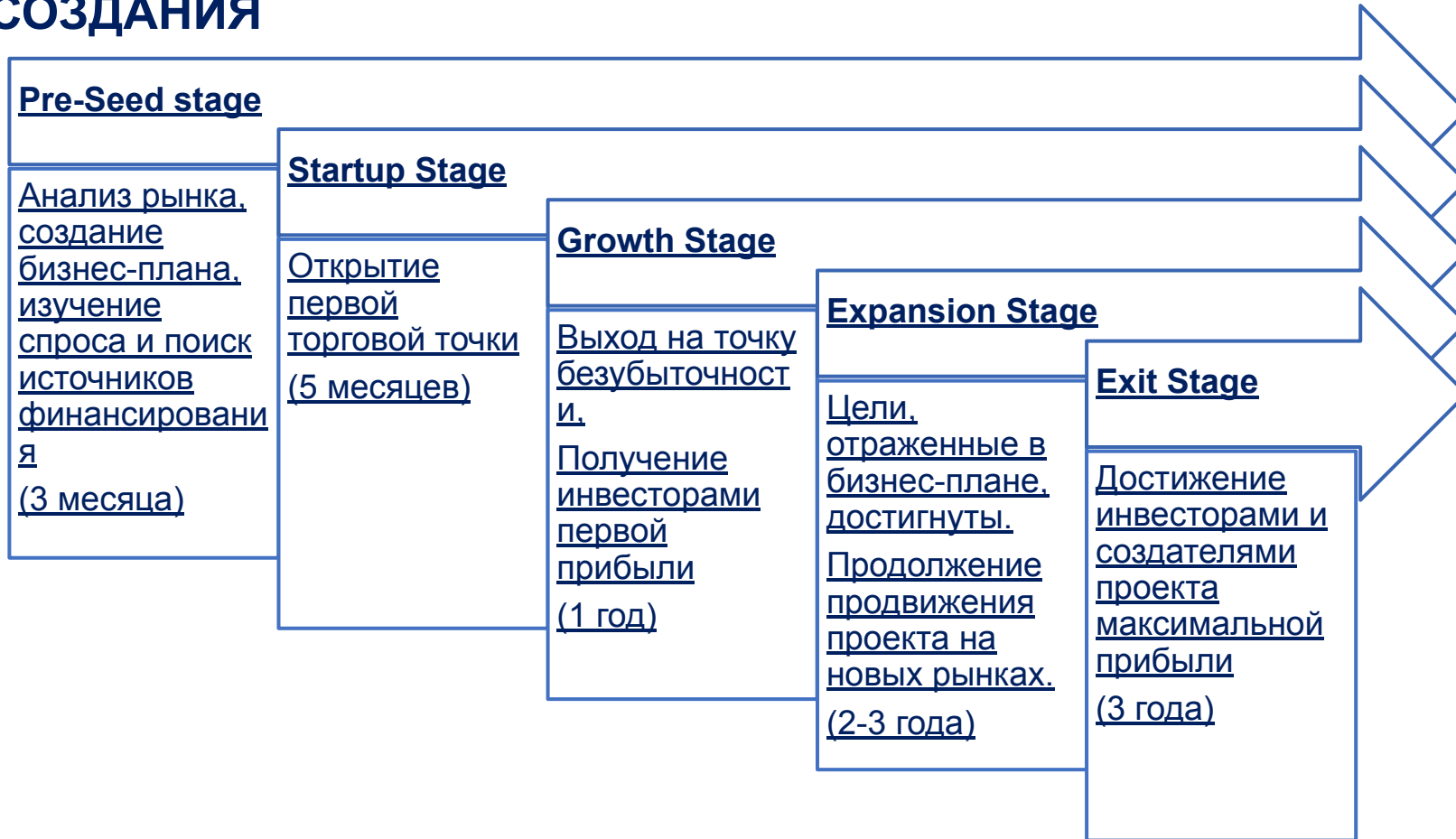
- Бренд “Smart&Go”
- Дизайн упаковки
- Логотип “Smart&Go”
- Дизайн магазина



Smart&Go

МОДЕЛЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

START-UP. ДОРОЖНАЯ КАРТА СОЗДАНИЯ



Smart&Go

МОДЕЛЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ START-UP. МАЛОЕ ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (МИП)

Характеристики модели	Применимость/ важность для проекта, +/-	Достижимость , +/-	Примечания
Потенциал высоких доходов	+	+	Оптовая стоимость продаваемого товара низкая
Легкость масштабирования	+	+/-	Спрос на товар в нынешних условиях сложно предугадать
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/услуг	+	-	На рынке проект может долго и стабильно приносить доход
Высокие первоначальные затраты	-	-	Проект не требует высоких затрат
Требуется большое количество времени и ресурсов на создание и развитие	+	+	Проекту необходима поддержка инвесторов, и поиск специального оборудования
Меньше времени на проработку продукта	+	+	Продукт, необходимый для проекта, формируется из уже готовой продукции

[Smart&Go](#)

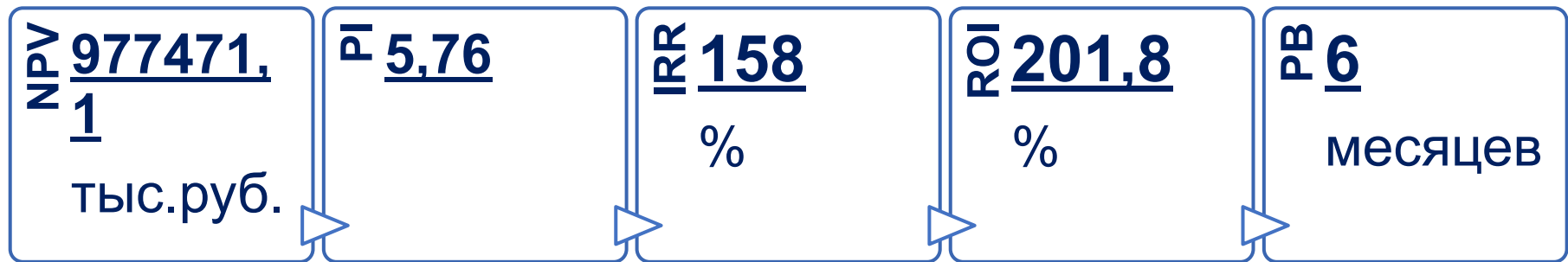


ПРИВЛЕЧЕНИЕ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Источники финансирования	Преимущества с точки зрения проекта	Недостатки с точки зрения проекта	Обоснование выбора источника финансирования
ЗФ	Легкодоступное финансирование	Малое количество средств	Данный источник финансирования прост в привлечении и достаточно надёжен
Гранты	Большее количество финансирования в сравнении с ЗФ	Наш проект мало ориентирован на привлечение грантов	Данный источник финансирования не рассматривается для нашего проекта
Субсидии	Выделяемые средства безвозвратны	Наш проект мало ориентирован на привлечение субсидий	Данный источник финансирования не рассматривается для нашего проекта
Средства ВУЗов	Аналогичны двум предыдущим источникам	Наш проект мало ориентирован на привлечение средств ВУЗов	Данный источник финансирования не рассматривается для нашего проекта
Средства бизнес-инкубаторов	Программа бизнес-инкубатора может помочь в дальнейшем развитии проекта	Проект может не соответствовать требованиям программе бизнес-инкубатора	Данный источник финансирования не рассматривается для нашего проекта
Бизнес-ангелы	Крупное финансирование, поддержка инвестора	Инвестор требует долю и влияет на управление бизнесом	Данный источник финансирования может принести быстрое развитие проекта
 <p>Венчурные фонды</p> <p>Кредиты и займы</p>	 <p>Крупное финансирование</p> <p>Крупное разовое</p>	 <p>Много формальных процедур, требуется отдать долю в бизнесе</p> <p>В случае неудачи проекта, у</p>	 <p>Данный источник финансирования может принести быстрое развитие проекта</p> <p>Данный источник</p>

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Денежные потоки проекта	Периоды (годы) реализации проекта			
	0 (2020)	1 (2021)	2 (2022)	3 (2023)
Чистый доход по проекту	0	546801,6	546801,6	546801,6
Инвестиционные затраты	271000	0	0	0
Чистый денежный поток	-271000	204479,7	617940,2	977471,1



Ставка дисконтирования – 15 %

[Smart&Go](#)

РЕАЛИЗУЕМОСТЬ ПРОЕКТА

ТЕХНИЧЕСКАЯ

С технической точки зрения проект может быть легко осуществлен, сложностей в реализации нет

РЫНОЧНАЯ

Потребность в новом продукте, который до этого никто не предлагал на рынке

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ

Достаточно низкая стоимость составляющих продукта позволит быстро окупить данный проект

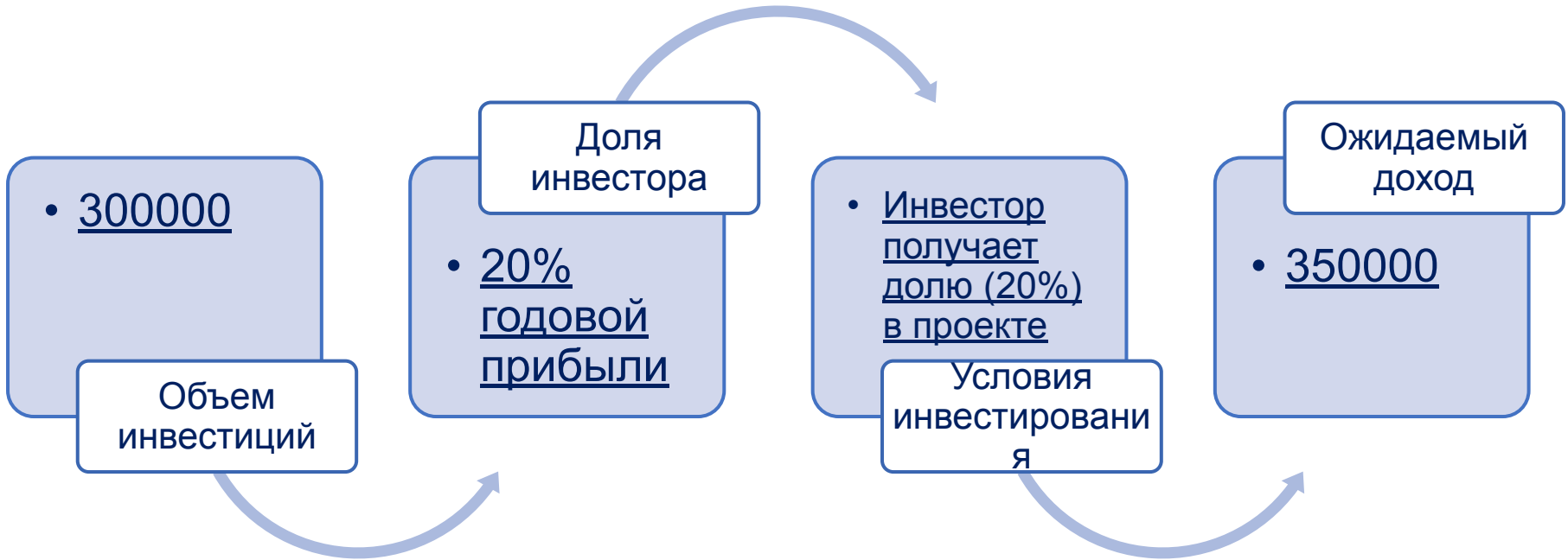
[Smart&Go](#)

РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски, краткое описание	Мероприятия и инструменты по снижению степени влияния рисков
<u>Низкая заинтересованность в товаре</u>	<u>Акцент на уникальности продукта, увеличение разнообразия боксов и снижение цен</u>
<u>Изменение окружающей эпидемиологической обстановки</u>	
<u>Дополнительные непредвиденные траты</u>	<u>Поиск дополнительного финансирования</u>

[Smart&Go](#)

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕТОРУ



Smart&Go

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Smart&Go

Гончаренко С.А.

Каранов И.Н.

Гореликов Д.В.

Ермолаева С.А.

Бутенко В.О.

Морозова В.И.

8(927)7555912

snejanaermolaewa@yandex.ru

[@id90271336](#)

[@vkaranov](#)



SMART&GO

Smatr&go