УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Постельное белье“Под крылом панды”

Авторы презентации

Студенты группы К3242
Еремеев Вячеслав
Деньгин Семён

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Продаваемый продукт:
Доступное, выполненное из органических тканей постельное белье с дизайнами животных

Брендинг основан на анализе современных культурных тенденций в обществе. Дизайн постельного белья – ключевая фишка нашего продукта, подобный стиль очень популярен среди детей и взрослых.

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

КОМАНДА ПРОЕКТА

ФИО	Роли в проекте	Обоснование
Еремеев Вячеслав Алексеевич	Руководитель, финансист	Создание и проработка бизнес модели, разработка продукта
Деньгин Семен Алексеевич	Реклама и связи с общественностью, HR	Необходимость установления связей с инвесторами, создание и курирование маркетинговой стратегии

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

- Продукт (Product): постельное белье с дизайном животных “Под крылом панды”
- Цена (Price): ~1500-3000руб за комплект
- Каналы дистрибуции (Place): Маркетплейсы
- Продвижение (Promotion): спонсирование приютов для животных(5% с каждой покупки идет в фонд помощи животным), Instagram, YouTube

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

- целевой потребитель: семейный человек, любящий животных, со средним достатком
- ценностное предложение: белье из натуральных материалов с уникальным дизайном
- прогнозный период проекта – 3 года

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

- Традиционные конкуренты: IKEA, традиционный дизайн, высокая цена при среднем качестве
- Letto, невысокая цена, однако крайне низкое качество материалов, в основном используется синтетика

- Новизна: За рубежом постельное белье высокого качества стоит очень дорого, мы готовы предложить людям альтернативу в качестве нашего продукта из превосходных органических тканей за небольшие деньги, в то же время люди будут помогать бездомным животным.

- Преимущества: финансовая помощь приютам, крайне высокое качество, уникальный дизайн

Инвестиционные затраты:

- Стоимость оборудования 1 600 000

Производственная себестоимость:

- Материалы и комплектующие 50 000

- Амортизация 80 000

- Зарплата производственного персонала 450 000 в мес.

- Начисления на з.п. 160 000 в мес.

- Административные расходы 40 000 в месяц

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на рынок

Мероприятие	Стоимость мероприятия
Создание Instagram аккаунта, оформление профиля, продвижение аккаунта	SMM-специалист: ~60 000 руб/месц
Размещение магазина на различных маркетплейсах	~0 – 50 000 руб
Реклама у блогеров в Instagram и YouTube	~100 000 руб

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

IP- стратегия проекта (как будете защищать ИС)

- патент на продукт
- патент на технологию производства
- юридическая регистрация бренда

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (1) Создание RoadMap

	Этап	Срок реализации этапа
1.	Бизнес-планирование, стратегия	октябрь-декабрь 2020г
2.	Поиск первичных инвестиций (3F, гранты и т.п.)	январь-апрель 2021г
3.	Поиск оборудования и помещения, заключение договора об аренде	
4.	Поиск сотрудников	
5.	Разработка MVP (minimum viable product)	март-июль 2021г
6.	Патент	
7.	Маркетинговые мероприятия. Создание соц.сетей, распространение рекламы, разработка сайта.	
8.	Старт тестовых продаж (1000 комплектов)	август 2021г
9.	Маркетинговые мероприятия: работа с клиентами, сбор обратной связи	август-октябрь 2021г
10.	Разработка продукта v 1.0	сентябрь-декабрь 2021г
11.	Поиск и выбор инвестора для расширения производства и организации продаж	
12.	Запуск производства	январь-февраль 2021г
13.	Мероприятия по продвижению	
14.	Организация продаж	

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Характеристика модели	Применимость/важность для проекта, +/-	Достижимость
Потенциал высоких доходов	Важен	Да, но через длительное время
Легкость масштабирования	+, на первых этапах не так важно	+
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/услуг	+, важно	+
Высокие первоначальные затраты	-	+
Требуется большое количество времени и энергии на создание и развитие	+	+
Меньше времени на проработку продукта	-, важно полностью проработать продукт	-

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

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
3F (family, friends and fools)	Поддержка на ранних этапах развития	Нестабильный источник финансирования, не популярны в области нашего проекта.	Основной источник инвестирования для всех стартапов на начальном этапе
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков	Огласка в СМИ => PR проекта		Можно быстро получить деньги и рекламу проекта.
Бизнес-ангелы	Поддержка на ранних этапах развития	Фондам уйдёт процент с нашей прибыли	Стабильный источник финансирования.
Венчурные фонды	Крупным фондам легче пожертвовать.		

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (1)

Период проекта		2021	2022	2023
Номер периода	0	1	2	3
Чистый доход по проекту	0	600000	1100000	1980000
Инвестиционные затраты	2000000	200000	300000	400000
Кумулятивный денежный поток	-2000000	348000	951000	2003000

Ставка дисконтирования ,%	15,00%
NPV, тыс. руб.	4.77
PI, коэф.	1
IRR,%	15.11
ROI,%	9.36
PB, лет	2.14

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

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?
  Основываясь на похожих продуктах из данной категории мы видим что достичь высокого уровня качества возможно, именно поэтому главные инвестиции идут на высококвалифицированных сотрудников и профессиональное оборудование

- **Рыночная реализуемость**. Существует ли на рынке потребность в подобном продукте? Как обеспечить спрос на продукцию проекта?

  Проанализировав рынок, мы пришли к выводу, что на данный момент на рынке отсутствует высококачественное постельное белье по доступной цене, ввиду этого наш продукт станет весьма востребованным среди всех слоев общества.

- **Экономическая реализуемость**. Сможет ли проект в будущем окупить свои затраты?

  Основываясь на расчетах коэф. экономической привлекательности, мы видим что проект жизнеспособен и прибылен.

РИСКИ ПРОЕКТА

1. Не окупимся
2. Не сможем провести грамотную маркетинговую компанию
3. Высокая конкуренция на рынке

УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

РВК

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ИНСТРУМЕНТЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ РИСКОВ

1. Основной капитал будем брать у бизнес-ангелов, венчурных фондов
2. Сделать ставку на сильный маркетинг
3. Найм SMM-специалиста, маркетолога
4. Честное взаимодействие с аудиторией, объяснение каждого ингредиента состава

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕСТОРУ

Укажите объем запрашиваемых инвестиций ~75% (1.5 млн)

Какую долю предприятия вы готовы передать инвестору 20-25%, процент с продаж: 1 года - 10%, далее 5%