ПАСПОРТ ПРОЕКТА

«Волгоградский магний» – разработка средств на основе минерального сырья Волгоградской области для профилактической медицины»

	КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ	
1.	Название проекта	«Волгоградский магний» - разработка средств на основе минерального сырья Волгоградской области для профилактической медицины
2.	Срок реализации	2026-2028 г.
3.	Тема проекта	Разработка новых лекарственных форм: Создание мазей, гелей, растворов, капсул и других форм для удобства применения и повышения биодоступности активных веществ. Применение в профилактической медицине: Разработка программ профилактики для улучшения общего состояния здоровья, укрепления иммунитета и снижения риска хронических заболеваний. Образование и информирование: Подготовка специалистов и просвещение населения о преимуществах и возможностях применения средств на основе бишофита.
4.	Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ	Медицинские и биотехнологии для охраны здоровья, профилактики и диагностики.
5.	Рынок НТИ	HealthNet
6.	Сквозные технологии	Новые биотехнологии, технологии создания и обработки композиционных материалов
	ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА	
7.	Руководитель проекта	Сиротенко Виктор Сергеевич – заведующий кафедрой организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии.
8.	Команда проекта	1. Аджиенко Владимир Всеволодович – ассистент кафедры организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии; 2. Зайцева Елена Васильевна – старший преподаватель кафедры организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии; 3. Зодоров Расул Ибрагим оглы – старший преподаватель кафедры

		организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии; 4. Попова Анна Андреевна – старший лаборант кафедры организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии.
	ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА	
9.	Аннотация проекта *Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты*	В 2026 году планируется активное продолжение научно-исследовательской и практической деятельности по оптимизации существующих и разработке новых медицинских средств на основе природного бишофита. Особое внимание будет уделено рекомендациям специалистов в области стоматологии, отоларингологии и дерматологии, что позволит создать более эффективные и безопасные средства для широкого применения. Научные исследования показывают, что бишофит обладает противовоспалительными, антибактериальными, антиоксидантными и регенеративными свойствами. Эти свойства делают его перспективным компонентом для разработки средств лечебно-профилактической направленности. В 2026 году планируется создание новых составов и технологий производства профилактических и лечебных средств с использованием природного бишофита. Особое внимание будет уделяться разработке инновационных рецептур и методов изготовления мягких лекарственных форм, таких как мази, кремы и гели. Эти формы обеспечивают длительное высвобождение активных компонентов и удобство применения. Мягкие лекарственные формы планируется разработать в том числе и для парфюмерно-косметических целей. Также планируется разработка жидких лекарственных форм на основе бишофита для бальнеологии и реабилитационной медицины. Исследования показывают, что водные растворы бишофита обладают высокой биодоступностью и могут использоваться для местного и системного применения.

		Разрабатываемые препараты будут отличаться от существующих аналогов благодаря уникальному составу и вспомогательным веществам. Бишофит может быть комбинирован с другими активными компонентами, такими как витамины, минералы, растительные экстракты и эфирные масла, что расширит спектр его применения. Например, препараты на основе бишофита могут использоваться для лечения воспалительных заболеваний полости рта, ЛОР-органов, кожных заболеваний, а также для ускорения регенерации тканей и улучшения общего состояния организма, в том числе при магний-дефиците. Современные исследования подтверждают, что бишофит способствует улучшению микроциркуляции, снижению уровня свободных радикалов и активации иммунных процессов. Эти свойства делают бишофит ценным компонентом для разработки препаратов, направленных на профилактику и лечение хронических заболеваний. Таким образом, планируемые исследования и разработки на основе бишофита имеют значительный потенциал для улучшения качества жизни пациентов и создания новых стандартов в медицинской практике.
10	Критерии успешности проекта	1. Научно-техническая успешность Цель: создание валидных, воспроизводимых и публично защищённых научных результатов. Ключевые показатели: • Разработаны технологии состава оригинальных средств на основе природного бишофита. • Не менее 5 статей в ведущих рецензируемых изданиях, а также патентов на изобретение. 2. Клиническая успешность Цель: доказанная эффективность в реальной клинической практике. Ключевые показатели:

		• Снижение эпизодов обострения хронических заболеваний полости рта. • Улучшение качества жизни пациентов со съемными и несъемными конструкциями в полости рта. • Снижение эпизодов обострения хронических заболеваний ЛОР-органов. • Снижение эпизодов обострения хронических заболеваний кожи. • Облегчение течения магний-дефицитных состояний. • Востребованность в качестве парфюмерно-косметических средств. 3. Коммерческая успешность Цель: экономическая устойчивость и тиражируемость модели. Ключевые показатели: • Заключено соглашение с ГУП «Волгофарм» на производство и реализацию средств на основе бишофита. 4. Образовательная и методическая успешность Цель: внедрение результатов в клиническую практику и непрерывное образование. Ключевые показатели: • Разработаны программы ПК для специалистов различных специальностей практикующего здравоохранения (гастроэнтерология, дерматовенерология, косметология, оториноларингология, стоматология и др.). • Разработаны методические рекомендации для Комитетов здравоохранения РФ по применению средств на основе бишофита. 5. Опросные и аналитические методы Цель: достоверный сбор данных и обратная связь. Ключевые показатели: • Ежеквартальный опрос врачей по результатам наблюдений пациентов, использующих средства на основе бишофита.

		• Опрос фармацевтического звена по результатам продаж и спроса на разработанные средства. • Анкетирование потребителей разработанных средств.
	Базовая бизнес-идея	
11	Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход*	Средства на основе природного минерала бишофита в виде различных лекарственных форм. Методические рекомендации и сопровождение ЛПУ.
12	Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт*	Пациенты с нарушениями опорно-двигательного аппарата, заболеваниями нервной системы, сердечно-сосудистой системы, последствиями травм и повреждений, воспалительными заболеваниями полости рта, носа, придаточных пазух, глотки и т.д., синдромом хронической усталости и бессоницей, ослабленным иммунитетом.
13	Потенциальные потребительские сегменты *Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц – категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)*	B2B: ГУП «Волгофарм», иные индустриальные партнеры. B2C: Население, получающее медико-профилактическую помощь в клиниках университета. B2G: Государственные учреждения здравоохранения. B2E: Сотрудники университета.
14	На основе какого научно-технического решения и (или) результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих	Разработка будет осуществляться на основе собственных научно-исследовательских разработок кафедры организации фармацевтического дела, фармацевтической технологии и биотехнологии ВолгГМУ, включающих:

	разработок) *Указывается необходимый перечень научно- технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта*	Изученные физико-химические свойства природного бишофита Волгоградской области и его совместимость с различными вспомогательными веществами; Собственные экспериментальные данные по противовоспалительной, антибактериальной, антиоксидантной и регенеративной активности бишофита; Разработанные прототипы фармацевтических композиций на основе бишофита для стоматологической и ЛОР-практики (5 композиций готовы); Существующие методики контроля качества и стандартизации средств на основе минерального сырья; Научный задел в области разработки мягких и жидких лекарственных форм, накопленный на кафедре.
15	Бизнес-модель *Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и поставщиками, способы привлечения финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.*	1. Потребительские сегменты B2B: ГУП «Волгофарм», иные индустриальные партнеры. B2C: Население, получающее медико-профилактическую помощь в клиниках университета. B2G: Государственные учреждения здравоохранения. B2E: Сотрудники университета. 2. Каналы продвижения СМИ (регулярное освещение в новостных таблоидах) Научный (публикации, конференции) Образовательный (программы ДПО для врачей) 3. Каналы сбыта Контрактное производство/лицензионное соглашение с партнером производителем

		4. Взаимодействие с клиентами B2G: Университет → ЛПУ B2B: Научно-методическая поддержка партнера производителя B2C: Клиники университета → пациенты 5. Ключевые партнёры Комитет здравоохранения Волгоградской области, ЛПУ ГУП «Волгофарм» Профильные кафедры ВолгГМУ (научная экспертиза, ДПО)
16	Основные конкуренты *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)*	Препараты на основе бишофита производства ООО «Гален» (мазь «Бишофит», гель «Бишофит»); Средства на основе морской соли и минералов компании «Соль Земли» (кремы, гели); Препараты магния для наружного и внутреннего применения (Магне-В6, Магнелис и др.) – как косвенные конкуренты в сегменте коррекции магний-дефицитных состояний; Лечебно-косметические средства на основе минералов и грязей компании «Крымская роза»; Импортные препараты на основе магниевого комплекса (Magnesium Oil, Pure Magnesium Spray – производители США, Израиль); Средства для стоматологии с противовоспалительным и регенерирующим действием (на основе прополиса, хлоргексидина, растительных экстрактов).
17	Ценностное предложение *Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших*	Клиенты должны выбрать нас, потому что: 1. Уникальное местное сырьё – природный бишофит Волгоградской области обладает уникальным микроэлементным составом, отличающимся от аналогов из других месторождений;

	продуктов или услуг	2. Комплексный подход – разработка сразу нескольких лекарственных форм (мази, гели, капли, растворы) для различных областей применения; 3. Научная обоснованность – продукция создаётся на базе фундаментальных исследований ВолгГМУ с участием практикующих врачей; 4. Доступная цена – использование местного сырья и локализация производства позволят снизить себестоимость по сравнению с импортными аналогами; 5. Безопасность и натуральность – природное происхождение, отсутствие синтетических добавок, экологичность; 6. Широкий спектр действия – противовоспалительное, регенерирующее, антибактериальное, иммуномодулирующее действие в одном средстве; 7. Методическое сопровождение – врачи получают не только препарат, но и методические рекомендации, программы обучения, постоянную консультационную поддержку.
18	Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.) *Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем обосновывается потенциальная прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым*	1. Доступ к уникальному ресурсу – Волгоградская область располагает собственными месторождениями бишофита, что обеспечивает независимость от импорта и стабильность поставок. 2. Наличие индустриального партнера – достигнуто соглашение с ГУП «Волгофарм», имеющим производственные мощности и дистрибуционную сеть для выпуска и реализации готовой продукции. 3. Научно-образовательная база – проект реализуется на базе ВолгГМУ с привлечением профильных кафедр, что обеспечивает высокий уровень экспертизы, доступ к лабораторному оборудованию и подготовку кадров. 4. Государственная поддержка – проект полностью соответствует национальным целям развития РФ (активное долголетие, повышение качества жизни), что открывает доступ к грантовой поддержке и региональным программам.

		5. Растущий рынок – наблюдается устойчивый рост спроса на натуральные и профилактические средства, особенно в сегменте магний-содержащих продуктов, что подтверждается данными о дефиците магния у значительной части населения России. 6. Диверсификация продукции – создание линейки продуктов для разных сегментов (стоматология, ЛОР, дерматология, косметология, бальнеология) снижает риски и позволяет гибко реагировать на изменения спроса. 7. Экономическая эффективность – использование местного сырья, отработка технологии на собственной базе и контрактное производство с ГУП «Волгофарм» позволят достичь рентабельности при конкурентной цене. 8. Устойчивость к кризисам – продукция относится к первой необходимости (лекарственные средства, профилактика), поэтому спрос на неё остаётся стабильным даже в периоды экономической нестабильности.
	Характеристика будущего продукта	
19	Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению *Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению*	Средства на основе природного бишофита в составе фармацевтических композиций в различных лекарственных формах для профилактической медицины.
20	Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса *Приводится видение основателя (-лей) проекта в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности*	Организационные параметры: Юридическая форма: проект реализуется на базе Волгоградского государственного медицинского университета с привлечением индустриального партнера ГУП «Волгофарм»; Управление проектом: руководство осуществляет заведующий кафедрой Сиротенко В.С., сформирована команда исполнителей с распределением функциональных обязанностей; Партнёрская сеть: Комитет здравоохранения Волгоградской области, ГУП «Волгофарм»,

		клиники университета, профильные кафедры ВолгГМУ для научной экспертизы и ДПО. Производственные параметры: Разработка прототипов и лабораторные испытания проводятся на оборудовании кафедры и лабораторий ВолгГМУ; Опытно-промышленное производство и выпуск готовых партий осуществляется на мощностях ГУП «Волгофарм» по договору контрактного производства/лицензионному соглашению; Контроль качества – на всех этапах с привлечением аккредитованных лабораторий; Сырьевая база: природный бишофит Волгоградской области, вспомогательные вещества закупаются у российских поставщиков. Финансовые параметры (прогнозные): Источники финансирования: гранты, субсидии, привлечённые средства индустриального партнёра; Основные затраты: закупка сырья, материалов, оборудования, проведение клинических испытаний, патентование, маркетинг; Модель монетизации: роялти/лицензионные платежи от ГУП «Волгофарм» с каждой произведённой единицы продукции, продажа методических и образовательных продуктов;
21	Основные конкурентные преимущества *Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным,*	Сырье. Местный природный бишофит Волгоградской области Ассортимент. Широкая линейка форм (мази, гели, капли, растворы) для разных направлений Научная база.Глубокая научная проработка, клинические испытания, публикации Интеграция с медициной. Методические рекомендации, программы ДПО для врачей, сопровождение ЛПУ

	техническим параметрам и проч.)	Состав. Уникальные комбинации с витаминами, растительными экстрактами, эфирными маслами
22	Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность*	Для создания конечного продукта необходимы следующие научно-технические решения и результаты: Технология экстракции и очистки – разработка оптимального метода получения активного комплекса бишофита с сохранением всех полезных свойств минерала, включая определение его качественного и количественного химического состава (содержание магния, хлоридов, сульфатов, калия, натрия, брома, йода и др.). Технологии комбинирования – разработка стабильных фармацевтических композиций бишофита с витаминами, растительными экстрактами, эфирными маслами, гидроколлоидами, включая определение их совместимости, концентраций и порядка введения. Технологии изготовления лекарственных форм – разработка технологических процессов получения: Мазей (эмульсионных, жировых, комбинированных); Гелей (на гидрофильной, гидрофобной основе); Капель и спреев (для стоматологии и ЛОР); Растворов для бальнеологии и наружного применения. Методики контроля качества – разработка нормативной документации (ФСП или НД) со спецификациями, методиками испытаний по показателям: подлинность, количественное определение магния, однородность, стабильность, микробиологическая чистота, pH, вязкость и др. Результаты доклинических испытаний – данные о: Острой и хронической токсичности; Раздражающем и сенсибилизирующем действии (дерматологические тесты); Противовоспалительной, антибактериальной, антиоксидантной и регенеративной активности;

		Микробиологической чистоте. Результаты клинических испытаний – данные эффективности и безопасности на целевых группах пациентов (стоматологические, ЛОР, дерматологические, косметологические пациенты, пациенты с магний-дефицитом).
23	«Задел». Уровень готовности продукта TRL/ УГТ *Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан проект по итогам прохождения акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать проект дальше*	В настоящий момент готово 5 фармацевтических композиций на основе природного минерала бишофита для применения в стоматологической и ЛОР-практике.
24	Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия	Полностью соответствует Национальным целям развития РФ (активное долголетие и повышение качества жизни пациентов), профильным приказам Минздрава по диспансеризации и региональным программам.
25	Каналы продвижения будущего продукта *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*	Административный: защита проекта на уровне Комитета здравоохранения. Позволит привлечь внимание специалистов практикующего здравоохранения. Научный: публикации в рецензируемых журналах, доклады на различных научно-практических мероприятиях. Позволит расширить представление научного сообщества о разрабатываемых средствах, а также повысить престиж школы фармакологии и фармацевтической технологии ВолгГМУ. Образовательный: внедрение в образовательный процесс кафедр ВолгГМУ, в программы ДПО для врачей. Позволит расширить представление врачебного сообщества о разрабатываемых средствах, специфике их назначения и применения.
26	Каналы сбыта будущего продукта *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора*	Прямое внедрение через рекомендации со стороны специалистов практического здравоохранения, а также привлечение индустриального партнера ГУП «Волгофарм» (производство и реализация разрабатываемых средств населению).
	Характеристика проблемы, на решение которой направлен проект	

27	Какая часть проблемы решается *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью проекта*	Проект решает следующие части комплексной проблемы профилактики и лечения хронических заболеваний: 1. Дефицит магния у населения – проект предлагает доступные средства для наружного и местного применения, восполняющие дефицит магния и улучшающие общее состояние организма. Решается проблема обеспечения широких слоёв населения натуральными и безопасными источниками магния. 2. Воспалительные заболевания полости рта – разрабатываются средства для профилактики и лечения гингивитов, стоматитов, пародонтита, в том числе для пациентов со съёмными и несъёмными конструкциями. Решается проблема снижения обострений хронических заболеваний и улучшения качества жизни пациентов. 3. Воспалительные заболевания ЛОР-органов – создаются препараты для профилактики и лечения ринитов, синуситов, фарингитов, тонзиллитов. Решается проблема снижения заболеваемости и уменьшения потребности в антибиотиках.
28	«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 11)*	Держатели проблемы и их мотивация: 1. Пациенты (B2C) – страдают от хронических заболеваний, дефицита магния, нуждаются в эффективных, безопасных и доступных средствах. Мотивация: улучшение качества жизни, снижение боли, уменьшение обострений, отказ от дорогостоящих синтетических препаратов. Возможность решения: приобретение разработанных средств через аптечную сеть ГУП «Волгофарм» и другие аптеки, использование по рекомендации врача. 2. Врачи – клиницисты (стоматологи, ЛОР-врачи, дерматовенерологи, терапевты, реабилитологи) – сталкиваются с ограниченным выбором безопасных и эффективных средств для профилактики и местного лечения хронических воспалительных заболеваний. Мотивация: расширение арсенала лечебно-профилактических средств, повышение эффективности терапии,

		улучшение результатов лечения, снижение резистентности к антибиотикам. Возможность решения: назначение разработанных средств пациентам, участие в клинических испытаниях, применение методических рекомендаций. 3. Руководители ЛПУ (B2G) – заинтересованы в снижении заболеваемости, улучшении показателей качества медицинской помощи, выполнении государственных заданий по диспансеризации и профилактике. Мотивация: внедрение эффективных профилактических программ, снижение затрат на лечение хронических заболеваний, соответствие протоколам и национальным целям. Возможность решения: включение средств в протоколы и стандарты лечения, закупка для нужд учреждения, участие в региональных программах. 4. ГУП «Волгофарм» и другие индустриальные партнеры (B2B) – заинтересованы в расширении ассортимента востребованной продукции, увеличении выручки и доли рынка. Мотивация: выпуск инновационного, конкурентоспособного продукта с использованием местного сырья, получение прибыли, выполнение государственного заказа. Возможность решения: контрактное производство разработанных средств, реализация через собственную аптечную сеть. 5. Органы здравоохранения (Комитет здравоохранения Волгоградской области, Минздрав РФ) – заинтересованы в выполнении национальных целей развития РФ (активное долголетие, повышение качества жизни, импортозамещение). Мотивация: поддержка отечественных разработок, развитие регионального здравоохранения, снижение нагрузки на бюджет за счёт профилактики. Возможность решения: утверждение методических рекомендаций, включение разработанных средств в программы профилактики и диспансеризации, финансирование научных исследований.

29	Каким способом будет решена проблема *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*	Применение средств на основе природного бишофита будет способствовать решению ряда проблем пациентов с хроническими воспалительными процессами, магний-дефицитах и пр. Преимущества для опорно-двигательного аппарата: • Противовоспалительное и обезболивающее действие. Бишофит уменьшает воспаление и боль при артрите, артрозе, остеохондрозе, радикулите, миозитах и других заболеваниях суставов и мышц. • Стимуляция регенерации тканей. Минерал ускоряет восстановление хрящевой ткани, стимулирует выработку синовиальной жидкости, улучшает питание тканей. • Нормализация обменных процессов. Бишофит замедляет деструктивные изменения в суставах, улучшает микроциркуляцию крови, что способствует питанию тканей и снятию отёчности. • Повышение подвижности суставов. При регулярном применении средства на основе бишофита могут улучшить подвижность поражённых суставов и снизить скованность движений. Преимущества для кожи: • Увлажнение и смягчение. Дополнительные компоненты в составе (витамины, экстракты растений, масла) увлажняют и смягчают кожу, предотвращают её сухость и шелушение. • Ускорение регенерации. Бишофит стимулирует обменные процессы в коже, ускоряет заживление ран и восстановление эпидермиса. • Омоложение и повышение эластичности. Минерал улучшает тонус кожи, делает её более упругой и эластичной. • Тонизирование. Бишофит тонизирует кожу, насыщает её полезными веществами. Дополнительные преимущества:

		• Совместимость с другими методами лечения. Средства на основе бишофита можно использовать в комплексе с медикаментами, физиотерапией и лечебной физкультурой. • Возможность длительного применения. Некоторые кремы с бишофитом можно использовать длительное время, при этом эффективность может повышаться. • Отсутствие привыкания. При регулярном использовании средства не вызывают привыкания.
30	Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 16.*	Обоснование рыночного потенциала: 1. Растущий спрос на магний-содержащие препараты – по данным Росстата, дефицит магния отмечается у 60-80% населения России, что создаёт огромный потенциальный рынок. Рынок магний-содержащих препаратов в РФ оценивается в 25-30 млрд рублей и ежегодно растёт на 10-15%. 2. Рынок наружных средств – рынок мазей, гелей, кремов в России в 2024-2025 гг. оценивается более чем в 200 млрд рублей, с устойчивым трендом на натуральные и профилактические средства. 3. Растущий интерес к профилактике – государственные программы диспансеризации и профилактики хронических заболеваний, а также повышение уровня здоровой грамотности населения стимулируют спрос на профилактические средства. Импортозамещение – уход зарубежных производителей создал ниши для отечественной продукции, особенно в сегменте натуральных средств. Прогнозная доля рынка: Начальный этап (1-2 года): выход на рынок Волгоградской области и ЮФО – до 5% регионального сегмента средств с магнием для

		наружного применения (~50-100 млн рублей выручки в год). Среднесрочный этап (3-5 лет): масштабирование на федеральный уровень – до 0,5-1% общероссийского рынка наружных магний-содержащих средств (~500-1000 млн рублей выручки в год).
31	План дальнейшего развития проекта *Укажите, какие шаги будут предприняты в течение 6-12 месяцев после завершения прохождения акселерационной программы, какие меры поддержки планируется привлечь*	Планы дальнейшего развития обозначены в Дорожной карте Проекта (Приложение 2).