

ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<https://pt.2035.university/project/kapsula-zdorova>

Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)	ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»
Карточка ВУЗа (по ИНН)	
Регион ВУЗа	Тамбовская область
Наименование акселерационной программы	Акселератор «ЦифРаПром» ТГТУ
Дата заключения и номер Договора	70-2023-000644 11.07.2023

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ		
1	Название стартап-проекта*	Капсула здоровья
2	Тема стартап-проекта* <i>Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.</i>	Капсула здоровья – биологически активная добавка к пище
3	Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*	Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии

4	Рынок НТИ	FoodNet, HealthNet							
5	Сквозные технологии	Молекулярный инжиниринг, технологии управления свойствами биологических объектов							
ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА									
6	Лидер стартап-проекта*	- 1172662 - 1555622 - Недосекина Алена Андреевна - 7(900) 513-82-49 - nedosekina-alena@mail.ru							
7	Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)								
	№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон	Почта	Должность	Опыт и квалификация
	1	1172662	1555622	Недосекина Алена Андреевна	лидер		nedosekina-alena@mail.ru		
	2	1172741	1563999	Воропаев Максим Александрович			zereх290@gmail.com		
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА									
8	Аннотация проекта* <i>Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты</i>				Продукт - Пищевой дрожжевой экстракт — это концентрированный источник белка, витаминов и минералов. Цель проекта разработка технологии биологически активной добавки на основе дезинтегрированной биомассы дрожжей. Задачи проекта: 1. Проанализировать рынок БАД. 2. Проанализировать аналоги, провести пользовательские интервью. 3. Подобрать штамм дрожжей и определить оптимальные условия культивирования биомассы. 4. Подобрать способ разрушения клеток УЗ, позволяющий сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. 5. Разработать бизнес-модель проекта. Описание прототипа: порошок. Способ разрушения клеток УЗ, позволяющий сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. На текущий момент это суспензия, содержащая дезинтегрированные клетки дрожжей с содержанием аминокислот, нуклеиновых кислот и белка 50 %, витаминов группы В и простых углеводов, калорийностью 150 ккал на 100 г продукта, отличающийся от аналогов более эффективным способом разрушения клеток, позволяющим сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. Подходит для веганов, вегетарианцев и спортсменов.				
Базовая бизнес-идея									

9	<p>Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться*</p> <p><i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получить основной доход</i></p>	<p>Пищевая добавка на основе дезинтегрированной биомассы дрожжей с низкой калорийностью и высокой биологической ценностью, обеспечиваемой за счет технологии, позволяющей сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. Подходит для веганов, вегетарианцев и спортсменов. Пищевой дрожжевой экстракт — это концентрированный источник белка, витаминов и минералов.</p>
10	<p>Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает*</p> <p><i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i></p>	<p>Дефицит незаменимых АК и витаминов в питании для людей, которые имеют дефицит определенных витаминов или минералов, а также для тех, кто хочет улучшить свое здоровье или поддержать иммунную систему.</p>
11	<p>Потенциальные потребительские сегменты*</p> <p><i>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.)</i></p>	<p>Люди, которые хотят улучшить питательную ценность своей пищи, повысить иммунитет, поддержать здоровье костей и мышц, а также те, кто следит за своим весом и хочет контролировать уровень сахара в крови.</p>
12	<p>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)*</p> <p><i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i></p>	<p>Разработка технологии отечественного белкового концентрата из дезактивированных дрожжей, который будет иметь лучшую усвояемость организмом за счет введения в технологическую схему стадии дезинтеграции клеток.</p>
13	<p>Бизнес-модель*</p> <p><i>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.</i></p>	<p>1. Потребительский сегмент 1) веганы; 2) вегетарианцы; 3) спортсмены. 2. Проблема Дефицит незаменимых АК и витаминов 3. Уникальная ценность отличается от аналогов более эффективным способом разрушения клеток, позволяющим сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. 4. Решение Порошок. Способ разрушения клеток УЗ, позволяющий сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. 5. Каналы распространения Социальные сети: ВК, ТГ (Группы здорового питания). Маркетплейсы: Яндекс, Ozon. 6. Потоки доходов Фиксированная стоимость за покупку. 7. Структура издержек Затраты на разработку: на 1 т 1) Сырье и материалы 200000 2) Транспортные (в том числе тара) расходы 14000 3) Вода и электроэнергия на технологические нужды 8000 4) Основная и доп зп производственных рабочих 3000 5) Расходы на подготовку и освоение производства 20 6) Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования 1500 7) Цеховые расходы 3400 8)</p>

		Общепроизводственные расходы 300 9) Внепроизводственные расходы 4400 10) Полная себестоимость 234620 11) Сертификация - от 49000 рублей 8. Ключевые метрики Кол-во проданных банок в месяц, наличие и размер прибыли, кол-во подписчиков в ТГ. 9. Скрытое преимущество Разрушение клеток УЗ.
14	Основные конкуренты* <i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i>	Пищевые неактивные 100% дрожжи NOYER (Россия), Marmite Yeast Extract (США), Дрожжи пищевые неактивные в хлопьях Веган пармезан Кето. Концепт вкуса (Россия)
15	Ценностное предложение* <i>Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг</i>	Пищевая добавка с низкой калорийностью и высокой биологической ценностью, обеспечиваемой за счет технологии, позволяющей сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ. Подходит для веганов, вегетарианцев и спортсменов.
16	Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих промышленных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)* <i>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</i>	Высокая питательная ценность, возможность использования в различных продуктах питания, длительный срок хранения и низкая стоимость производства. Кроме того, при производстве экстракта могут использоваться различные виды сырья, что позволяет расширять ассортимент и удовлетворять потребности разных групп потребителей.
Характеристика будущего продукта		
17	Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)* <i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i>	Суспензия, содержащая дезинтегрированные клетки дрожжей с содержанием аминокислот, нуклеиновых кислот и белка 50 %, витаминов группы В и простых углеводов, калорийностью 150 ккал на 100 г продукта, отличающийся от аналогов более эффективным способом разрушения клеток, позволяющим сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ.
18	Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса* <i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i>	ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Организационно-правовая форма: ООО Штат: 4 чел. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Человек, испытывающий недостаток незаменимых АК и белков, но не знающий об этом, видит сообщение в канале ТГ рассказывающее об этой проблеме, заинтересовывается, читает о способах решения проблемы, узнает о существовании дрожжевых БАДов, переходит на наш сайт и изучает информацию о продукте, затем о его сертификации, затем читает соответствующие статьи с научными исследованиями, которые подтверждают ранее указанные в описании продукта функции, убеждается в том, что этот продукт может ему помочь и оформляет заказ. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Себестоимость продукта: 234620 Структура затрат из бизнес-модели: Постоянные: - Сырье и материалы - Транспорт - Вода и электроэнергия - Основная и доп зп - Расходы на подготовку - Расходы на содержание -

		Цеховые расходы - Общепроизводственные расходы - Внепроизводственные расходы Переменные: - Бюджет на продвижение - Содержание сайта - облачная касса Точка безубыточности из фин.модели: 5 мес. Потенциальная прибыль по итогу 12 мес.: 8 501 040 ПАРТНЕРСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ: Поставщики: бродильные производства Агенты влияния: ВУЗ
19	<p>Основные конкурентные преимущества*</p> <p><i>Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)</i></p>	Разрушение клеток УЗ, что позволяет сохранить нативное состояние большей части биологически активных веществ.
20	<p>Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции*</p> <p><i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность</i></p>	Создание пищевого дрожжевого экстракта — это сложный процесс, который включает в себя несколько этапов. Сначала сырье (дрожжи) подвергается механической и химической обработке, чтобы получить белок и другие полезные вещества. Затем полученный материал подвергается ферментации, чтобы улучшить его питательную ценность и вкусовые качества. После этого экстракт фильтруется и концентрируется, чтобы получить конечный продукт.
21	<p>«Задел». Уровень готовности продукта TRL</p> <p><i>Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап-проект по итогам прохождения акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать стартап дальше</i></p>	В проекте уже проведены начальные эксперименты, подтверждающие жизнеспособность основных функций прототипа, что позволяет отнести проект к уровню TRL-3
22	<p>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*</p>	С момента основания ТГТУ активно развивался, с 2017 года ТГТУ входит в сотню лучших вузов России по версии ежегодного Национального рейтинга университетов. ТГТУ предлагает обширную образовательную программу, включающую бакалавриат, специалитет, магистратуру и аспирантуру в различных направлениях. Стартап-проект соответствует научным и научно-техническим приоритетам ФГБОУ ВО "ТГТУ" и Тамбовской области. ТГТУ имеет приоритет в развитии исследований и разработок в области биотехнологий и биомедицины. Университет активно работает над разработкой новых методов диагностики и лечения различных заболеваний, а также исследует потенциал использования биологических систем и организмов в различных технологических процессах.
23	<p>Каналы продвижения будущего продукта*</p> <p><i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i></p>	Масс медиа ТГТУ; Реклама через социальные сети; Продвижение сайта проекта. Реклама в поисковиках (яндекс директ)

24	<p>Каналы сбыта будущего продукта*</p> <p><i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i></p>	<p>Продажа на маркетплейсах(Озон, Яндекс Маркет), Магазины спортивного питания, Аптеки, Магазины правильного питания («Вкусвилл»)</p>
<p>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</p>		
25	<p>Описание проблемы*</p> <p><i>Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9</i></p>	<p>Наш потенциальный потребитель (веганы / вегетарианцы, спортсмены) нуждается в высокобелковой добавке к пище, которая позволит нивелировать потенциальный суточный дефицит белка. Существующие зарубежные аналоги - дрожжевые БАДы обладают недостатками такими как невысокая эффективность усвоения, дороговизна и труднодоступность на территории России из-за ограничений ввоза импортных товаров.</p>
26	<p>Какая часть проблемы решается (может быть решена)*</p> <p><i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i></p>	<p>Проблема дефицита незаменимых АК и витаминов решается использованием в качестве добавки к пище пищевого дрожжевого экстракта. По результатам решенческого интервью мы получили позитивный отклик от опрашиваемых категорий людей и сделали вывод, что наш продукт способен решить проблему многих респондентов.</p>
27	<p>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции*</p> <p><i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)</i></p>	<p>Товарная форма в виде порошка. Можно использовать как специю или ингредиент для изготовления пищи. Низкокалорийный продукт. Отечественный продукт. Высокая биологическая ценность.</p>
28	<p>Каким способом будет решена проблема*</p> <p><i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i></p>	<p>Продукт позволит при использовании в качестве добавки к пище удовлетворить дефицит незаменимых АК и витаминов.</p>
29	<p>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса*</p> <p><i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.</i></p>	<p>В целом, рынок биологически активных добавок имеет значительный потенциал, обусловленный растущим интересом к здоровому образу жизни, увеличением числа пожилых людей, расширением ассортимента продуктов, ростом онлайн-продаж и увеличением осведомленности о преимуществах БАД. РАМ: 25 млрд. рублей. Точка безубыточности: 5 месяцев. Прибыль по итогам 12 мес: 8 501 040 рублей.</p>

ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

1. До декабря 2023 г. - доработка прототипа до MVP 2. Январь-февраль 2024 г. - Проведение решенческого интервью с целевой аудиторией 3. Март 2024 г. - Корректировка MVP 4. Апрель-май 2024 г. - Настройка рекламных компаний среди студентов и работодателей 5. Июнь-июль 2024 г. - Запуск продаж 6. Сентябрь 2024 г. Масштабирование