*Заполняйте паспорт в электронном виде, чтобы иметь возможность вносить изменения. Для удобства доступа можно сохранить файл в папку вашей команды на Google-диске.*

*Этот файл доступен для чтения, чтобы его заполнить, сделайте копию или скачайте. Если скачиваете, то загрузите на диск в формате Word-документа.*

*При редактировании выделенное цветом можно убрать :)*

**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

 *не заполнять (ссылка на проект)*  не заполнять *(дата выгрузки)*

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ПсковГУ |
| --- | --- |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 6027138617 |
| Регион ВУЗа | 60 |
| Наименование акселерационной программы | Курс для школьников и студентов по основам предпринимательство |
| Дата заключения и номер Договора | - |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | «Спасение ПсковГУ и не только…» |
| **2** | **Тема стартап-проекта\****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.* | Автоматы со здоровой едой для голодный студентов/сотрудников |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| **4** | **Рынок НТИ** | **EduNet**— рынок продуктов и сервисов, которые вовлекают человека в развитие и реализацию своего потенциала.  |
| **5** | **Сквозные технологии** | - |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * Шарапова Юстина Римовна
 |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** |
|  | № | UntiID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткоеописание) |
| 1 | - | <https://leader-id.ru/users/4832026> | Шарапова Юстина Римовна | Визуализатор | ustinasarapova@gmail.com+79118998731 | - | Школьные проекты |
| 2 | - | <https://leader-id.ru/users/4832308> | Карттунен Алина Андреевна | Координатор, коммуникатор | Karttunen@bk.ru+79113868729 | - | Школьные Проекты |
| 3 | - | 4831932 | Ермакова Мария Сергеевна | Продуктолог | V8921921@gmail.com89113724169 | - | Школьные Проекты |

|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| --- | --- |
| 8 | **Аннотация проекта\****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* | 1. Цель проекта: реализовать автоматы со здоровым питанием.
2. Задачи проекта: разработать меню вендингового аппарата, купить вендинговые аппараты, сделать макет автомата, реализовать макет, договориться с владельцами зданий, поставить автоматы, распространить рекламу вендинговых аппаратов в социальных сетях.
3. Прибыль от автоматов.
4. Вузы/бизнес-центры.
5. Студенты, преподаватели, работники ПсковГУ/сотрудники бизнес-центров Пскова.
 |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет****продаваться\****Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации**которого планируется получать основной доход* |  Вендинговый автомат со здоровым питанием для студентов ПсковГУ/сотрудников. |
| 10 | **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* | *Голодные студенты и сотрудники бизнес-центров получают здоровую еду без очереди.* |
| 11 | **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.)* |

| Анастасия, 19 лет, учится в Псковском Государственном университете на специальности «Филология», на 2 курсе, любит фотографировать пейзажи, людей, играет на пианино, а также любит читать классическую литературу и детективы, живёт в общежитии. Благодаря своей маме Анастасия следит за режимом питания и кушает 3 раза в день, для неё это очень важно, потому что, соблюдая режим питания, Анастасия чувствует себя хорошо и учится на «отлично».  |
| --- |
| Анастасия каждый день, даже в выходные, встаёт очень рано, в 7:00. Каждый день её наполнен усердной учёбой и разными мероприятиями, студенческой активностью, из-за чего Анастасия не успевает занимать большую очередь в столовой на перерывах и есть. Для неё день становится идеальным, когда у неё получается соблюдать свой режим питания и есть достаточно в день, т.к. это очень влияет на её продуктивность и физическое/ментальное здоровье. |
| После установки в университете  автоматов с едой и напитками, Анастасия пользуется данным продуктом, на перерывах она может быстро купить себе здоровый перекус, что поможет ей чувствовать себя отлично на протяжении всего дня.Анастасия всегда придерживается в своём рационе здоровой пищи, очень редко ест фаст-фуд и сладкое.  |
| Студенты и преподаватели и работники университета, которые придерживаются ЗОЖ и которых не устраивают огромная очередь в столовой, большая трата времени на ожидание, могут купить перекус или напитки в автомате с едой и напитками, это быстро, не занимает много времени и не собирает очередей, а также в автомат входит здоровая пища, которой мало или вообще отсутствует в студенческой столовой. |

 |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\****Указывается необходимый перечень научно- технических решений с их кратким описанием**для создания и выпуска на рынок продукта* |  *Для реализации проекта нам нужны такие технологии как* ***искусственный интеллект, технологии машинного обучения и когнитивные технологии.*** |

|  13 | 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.* |  Выставление рекламы с вендинговым аппаратом, реклама поможет привлечь внимание клиентов (студентов, преподавателей, сотрудников университета и сотрудников бизнес-центров), что создаст ценность вендингового аппарата. Мы планируем выстраивать отношения с потребителями нашего продукта через сообщество Псковского Государственного Университета, беседы в социальной сети ВК, где состоят студенты и преподаватели. Мы хотим привлечь финансовые ресурсы, такие как: заёмные средства (долгосрочные или краткосрочные кредиты и займы), и уставной капитал. Наша команда планирует продвигать вендинговый аппарат через наши социальные сети (ВК, телеграм), через рекламу в сообществах в социальной сети ВК Псковского Государственного Университета, в чатах и беседах нашего университета. Развитие вендиногового аппарата в первую очередь будет происходить исходя из обратной связи клиентов, мы хотим создать специальный чат для обратной связи, где клиенты смогут оставлять свои отзывы и возможные предложения, а наша команда будет анализировать отзывы потребителей и с помощью них развивать вендинговый аппарат.  |
| --- | --- | --- |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Столовая ПсковГУ, магазины около зданий, а также кафе недалеко от ПсковГУ (ДОДО пицца, французская булочка, наше место и др.) |
| 15 | **Ценностное предложение\****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* | Потенциальные клиенты сталкиваются каждый день с огромной проблемой: большие очереди в студенческой столовой, в магазинах и кафе, малое кол-во или же полное отсутствие здоровой пищи, дорогая стоимость еды. Наш вендинговый аппарат поможет устранить все эти проблемы и обегчить жизнь.  |
| 16 | **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. Почему вы уверены, что проект может быть реализован? Потому что он нужен студентам.
2. В чем полезность и востребованность вашего проекта по сравнению с другими? Он действителен и реален в реализации.
3. Как вы думаете, почему ваш проект будет прибыльным? Потому что многие не хотят стоять в очереди.

  |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\****Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют**выбранному тематическому направлению* | Сенсорное меню, автоматика (в автоматических аппаратах за всё отвечает микроконтроллер: он принимает купюры, выдаёт товар, контролирует температуру, давление, уровень наполнения и даже текст, который покупатель видит на экране),GSM/GPRS-модули: предназначены для централизованного мониторинга устройств: собирают информацию о техническом состоянии аппаратов, а также данные о количестве продаж. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей)**стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая**партнерские возможности* | Шарапова Юстина Римовна- **визуализатор** Карттунен Алина Андреевна- **координатор, коммуникатор** Ермакова Мария Сергеевна- **продуктолог**  |

| 19 | **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, техническим**параметрам и проч.)* | * **Минимальный стартовый капитал**. Все, что нужно на начальном этапе после оформления соответствующих документов, – приобрести один или несколько вендинговых автоматов, заплатить за аренду для установки в ТРЦ, магазине, аэропорту или на вокзале и заполнить киоск продуктами. Нам не придётся нанимать продавцов, снимать торговый павильон, делать ремонт, оплачивать коммунальные услуги и т.д. Достаточно только анализировать продажи и вовремя пополнять опустевшие полки.
* **Отсутствие расходов на рекламу**. Устройство выпускается в антивандальном корпусе и оформляется в соответствии с предпочтениями клиента. Яркие панели, подсветка, бегущая рекламная строка и красиво уложенный товар сами по себе являются мощным маркетинговым ходом.
* **Стабильность**. В условиях постоянных политических и экономических перемен торговый сектор принимает на себя основные удары. Покупательская способность падает, как и доходы предпринимателей. Однако небольшая сумма на покупку кофе, жвачки или сладкого батончика обязательно найдется у каждого человека. Достаточно подстраивать ассортимент под покупательскую способность аудитории.
* **Возможность планировать своё время**. Вендинговые автоматы работают круглосуточно, в отличие от магазинов. Наполнять опустевшие полки можно в любое время, оптимизируя свой рабочий день или совмещая вендинговый бизнес с другой деятельностью.
* **Отсутствие необходимости нанимать персонал**. Нам не потребуется искать продавцов и кассиров, не придется платить заработную плату, оформлять отпускные, больничные и искать замену в случае невыхода сотрудника на работу. Автомат функционирует круглосуточно, не устаёт, не совершает ошибок.
 |
| --- | --- | --- |
| 20 | **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* | * **Фундаментальные исследования**. Они помогают познать законы природы и закономерности, связанные с производством вендингового оборудования. Например, изучение реакции выбранного вида пластика на высокую температуру воздуха и влажность важно при желании размещать аппараты в курортных зонах на открытом воздухе.
* **Поисковые исследования**. Они используются для практического применения итогов фундаментальных научных исследований. Например, на этом этапе подбирается подходящий по своим параметрам материал. Также поисковые исследования помогают определить и создать собственную технологию по обработке металлов и пластика.
* **Разработка способа идентификации номинала монеты**. Для этого изучают геометрические размеры монет, запоминают и сравнивают полученные данные. [2](https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/7659/1/%D0%A1%D0%B0%D0%B2%D1%91%D0%BB%D0%BE%D0%B2%20%D0%9B.%D0%92._%D0%AD%D0%9B%D0%B1-1401%20%281%29.pdf)
* **Использование GSM/GPRS-модулей**. Они предназначены для централизованного мониторинга устройств, сбора информации о техническом состоянии и количестве продаж
 |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL***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* | **Разработка проекта**. Составление грамотного бизнес –проеккта,с учетом конкуренции,возможностей, ресурсов для реализации идеи.1. Поиск многолюдных мест для **установки вендингового автомама** (корпуса ПсковГУ, бизнес-центры Пскова).

3) Выбрана **подходящая продукция** для заполнения продуктового автомата –полезные снеки, напитки (холодный чай, вода с газом и без). |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | *Дети, подростки и студенты - будущее страны, поэтому их здоровье заслуживает огромного внимания.* Сегодня правительство страны уделяет большое внимание качеству питания детей в детских садах и школах: на разных уровнях принимают законы, издают указы. Питание же, студентов, практически не регламентируется, поэтому большинство из них питаются не полноценно. На наш взгляд, причинами этому служат нехватка времени, некомпетентность в вопросах культуры питания, темп современной жизни. Чаще всего студенты питаются крайне нерегулярно. Вендинговые автоматы нужны в школах и университетах, так как они предлагают учащимся разнообразные продукты, напитки и другие товары, обеспечивая удобство, шаговую доступность и широкий выбор**.** |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую**стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | **Картографические сервисы**. Аппараты можно размещать с метками на картах, которые интегрированы с поисковиками. Также стоит проложить маршруты, настроить меню и раскрыть функционал автомата через отзывы. **Социальные сети**.  Группы и каналы в социальных сетях позволяют напрямую общаться с покупателями, информировать их о предстоящих событиях и привлекать новую аудиторию (например: официальный сайт ПсковГУ).**Собственный сайт**. Собственный корпоративный ресурс — мощная система привлечения клиентов. На сайте можно публиковать не только рекламную информацию о вендинговых автоматах, но и полезный контент, например, тематические статьи |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | **Некоторые каналы сбыта вендинговых автоматов:*** **Размещение в местах большого скопления людей**. Это могут быть образовательные учреждения, аэропорты, вокзалы, торговые центры, кинотеатры, рынки, государственные организации, автозаправочные станции.
* **Использование онлайн-платформ и приложений**. Они помогают продвигать вендинговый бизнес, сбывать товары и реализовывать программы лояльности. Например, можно использовать схему, когда при каждой последующей покупке клиент на свой номер банковской карточки или номер телефона получает число баллов, которые потом суммируются и в дальнейшем он получает скидку в размере 5–10% с каждой покупки.
* **Сотрудничество с вендинговыми операторами**. Поставщики напрямую работают с операторами вендинговых автоматов, что позволяет увеличить продажи наиболее популярных позиций.
 |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | **Экономия времени.** Вендинговое оборудование работает круглосуточно, что позволяет посетителям быстро приобрести нужные товары без необходимости стоять в очередях. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\****Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая**часть проблемы или вся проблема решается с**помощью стартап-проекта* |  1. **Удобство.** Посетители могут в любой момент перекусить, не покидая зону отдыха.
2. **Экономия времени.** Вендинговое оборудование работает круглосуточно, что позволяет посетителям быстро приобрести нужные товары без необходимости стоять в очередях.
3. **Разнообразие выбора.** В ассортименте могут быть как горячие и холодные напитки, так и разнообразные закуски.
4. **Безналичная оплата.** Современные автоматы поддерживают различные способы оплаты, включая банковские карты и мобильные платежи.
 |

| 27 | **«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 24)* | . **Взаимосвязь между выявленными проблемами и потенциальными потребителями вендинговых автоматов** заключается в том, что некоторые проблемы могут отталкивать клиентов от покупки. [1](https://alfa-kiosk.ru/press-center/news/osnovnye-problemy-ulichnogo-vendinga-i-ikh-resheniya/)Например:* **Насекомые**. Мухи, осы и пчёлы могут мешать клиентам наслаждаться товаром и отпугивать их от покупки. Чтобы решить проблему, необходимо следить за. [1](https://alfa-kiosk.ru/press-center/news/osnovnye-problemy-ulichnogo-vendinga-i-ikh-resheniya/)
* **Неухоженное место установки автомата**. Грязный автомат и территория вокруг него, заваленная мусором, могут оттолкнуть большую часть аудитории покупателей.. [1](https://alfa-kiosk.ru/press-center/news/osnovnye-problemy-ulichnogo-vendinga-i-ikh-resheniya/)

Также для привлечения потенциальных потребителей важно изучать аудиторию в конкретном месте размещения автоматов: определять платёжеспособность потенциальных покупателей, их интересы и потребности, которые можно удовлетворить с помощью автомата.  |
| --- | --- | --- |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям**справляться с проблемой* | * Чтобы решить проблему, необходимо следить за герметичностью и корректной работой аппарата, не допускать скопление жидкости, регулярно протирать поверхности устройства, поддерживать чистоту вокруг киоска и постоянно выгружать мусорные контейнеры.
* необходимо проводить регулярную уборку: очищать внешние стенки киоска, протирать панели, купюро- и монетоприёмники, выгружать близстоящие мусорки, договариваться с местным дворником о тщательной уборке прилегающей территории. [1](https://alfa-kiosk.ru/press-center/news/osnovnye-problemy-ulichnogo-vendinga-i-ikh-resheniya/)

\*.*  |
| 29 | **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 7.* | * **Насыщенность рынка**.  По оценкам экспертов, отечественный рынок вендинга заполнен только на 10%. При этом плотность покрытия торговыми автоматами в России составляет 625 человек в расчёте на один автомат, что в сравнении с другими странами говорит о большом потенциале вендинговой торговли.
* **Доля вендинга в структуре розницы**. В РФ этот показатель составляет не более 1% от ритейла, тогда как в Европе — в среднем 5%.
* **Перспективы роста**.  В ближайшие годы можно ожидать пятикратное увеличение вендингового рынка в России.

**Рентабельность бизнеса вендинговых автоматов** зависит от различных факторов, например от места расположения, ассортимента, цен и сезонности.  По расчётам, рентабельность (доля чистой прибыли в выручке) может составлять 27,9%.  |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

Следующую информацию нужно заполнить в том случае, если вы претендуете на участие в конкурсе и получение гранта

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu>)

| Фокусная тематика из перечня ФСИ ([https://fasie.ru/programs/programma-](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php)[start/fokusnye-tematiki.php](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php) ) | Информационные технологииВ1.XX Другое (Продукт/ИТ) |
| --- | --- |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ****(РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* |
| Коллектив *(характеристика будущего предприятия)**Указывается информация о составе**коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации),**который Вы представляете на момент выхода предприятия на самоокупаемость.**Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы**представляете себе штат созданного**предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость* | Ермакова Мария Сергеевна- ПродуктологПубличные выступления ,Лидерские навыки ,Языки программирования, Написание текстовКарттунен Алина Андреевна- Координатор, коммуникаторПубличные выступления.Дебаты и умение вести переговорыПроектные навыки ,Использование программШарапова Юстина Римовна- ВизуализаторКомандная работа,Устная коммуникация,Рисование и визуализация,Организация команд |

| Техническое оснащение*Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие**технических и материальных ресурсов) на**момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | Укажите, какое оборудование вам необходимо для реализации проекта. Это могут быть компьютеры, какие-либо станки и всё, что может быть необходимо для реализации.  |
| --- | --- |
| Партнеры (поставщики, продавцы) *Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/**поставщиках/продавцах на момент выхода предприятия на**самоокупаемость, т.е. о том, как может**быть.* | Опишите всех возможных партнеров, с которыми вы планируете работать.  |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)*Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть**осуществлено* | Опишите то, каким вы видите объем реализации продукции |
| Доходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их**источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет**достигнуто.* | Опишите, какой объем дохода планируется, и как вы этого достигнете |
| Расходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет**достигнуто* | Опишите, какие расходы будут, и как вы к этому придете |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость*Указывается количество лет после завершения гранта* | Опишите, когда вы планируете выйти на самоокупаемость продукта |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** |
| Коллектив | Опишите то, что у вас есть сейчас  |
| Техническое оснащение: | Опишите то, что у вас есть сейчас  |
| Партнеры (поставщики, продавцы) | Опишите то, что у вас есть сейчас  |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА***(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* |
| Формирование коллектива: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| Функционирование юридического лица: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |

| Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 иобоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| --- | --- |
| Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие спотенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| Организация производства продукции: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| Реализация продукции: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА****ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** |
| Доходы: |  Примерный рассчёт: 100 рублей- сэндвич, салаты50 рублей- злаковые батончики, йогурты, орехи20 рублей- вода (негазированная, газированная) 50 рублей- натуральный сок  |
| Расходы: | Закупка еды и напитков: более 1000 рублей на закупкуЗакупка автоматов с едой: 80000 (1 штука) Установка автоматов: 2000 рублей  |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта послезавершения договора гранта и обоснование их выбора (грантоваяподдержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств,венчурных инвестиций и др.): | Личный доход создателей проекта, грантовая поддержка Фонда содействия инновациям, привлечение кредитных средств |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ**Здесь нужно описать каждый этап реализации проекта. Пример: <http://joxi.ru/J2b1pavS0PVDOm> Стоимость работ можно взять среднюю из поисковой выдачи.  |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца) |
|  |
|  | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |  |
|  | Согласование с дирекцией Псковского государственного университета, размещение автоматов с едой и напитками | Написание заявления на имя ректора и бухгалтерии Университета и получение согласия от них на установку автоматов | - | Получение согласия на размещения автоматов с едой |
|  | Закупка автоматов  | Анализ рынка и покупка нескольких автоматов (3) | 240000 рублей | Получаем в наличие автоматы для размещения в них еды и напитков |  |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) |
|  |  |  |
|  | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |  |
|  | Установка автоматов | Наем рабочих и установка автоматов в помещении главного корпуса ПсковГУ | 6000 | Готовые к работе автоматы |
|  | Закупка товаров для продажи в автоматах со здоровой едой и напитками и размещение их в автоматах | Организовать процесс закупки, покупательную деятельность, составить список необходимых продуктов для продажи.Загрузить купленные продукты в автоматы | 16800 | Заполненные автоматы со здоровой едой и напитками  |  |

| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** |
| --- |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития |
| **Платформа НТИ** | Нет  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно- образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: | Нет  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах«Диагностика и формированиекомпетентностного профиля человека / команды»: | Нет  |
| Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»: | Нет  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** | Нет  |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** | Нет |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» | Нет  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческийстартап» | Нет |

***Календарный план проекта:***

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | Согласование с дирекцией Псковского государственного университета, размещение автоматов с едой и напитками | **1 месяц** | **0** |
| **2** | Закупка автоматов | **1 месяц**  | **240000** |
| **3** | Установка автоматов | **2-3 месяца** | **6000** |
| **4** | Закупка товаров для продажи в автоматах со здоровой едой и напитками и размещение их в автоматах | **4 месяца** | **16800** |