**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(ссылка на проект)*  10.11.2023

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | VinaMed |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Экологичные средства из апельсиновой корок «Organic Liquids» |
| 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.* | *- ТН3. Медицина и технологии здоровьесбережения.* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *, Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - ФИО :Кхук Тхи Куинь  - телефон :+7 929 562 2352  - почта: Quynhkhuc222@gmail.com |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 | Кхук Тхи Куинь | Прогнозирование рисков и анализ рынка | +7 929 562 2352 | Лидер стартап-проекта | Студент 2-го курса бакалавра | | 2 | Куан Лам Нгок | Ведение проекта и маркетинг | +7 968 011 3452 | Помощник руководителя | Студент 2-го курса бакалавра | | |
|  | **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* | Создание экологических средств — это проект, который делает заботу о вашем здоровье проще и приятнее, а также помогает окружающей среде. |
|  | **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* | Экологические средства из апельсиновых корок помогают потребителям больше не беспокоиться о химикатах, вредных для их здоровья. Кроме того, эти экологически чистые решения также менее вредны для природной водной среды. Их упаковка также будет изготовлена ​​из биоразлагаемых материалов. |
| 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* | Если эффективность бытовой химии можно проверить опытным путем отстиралось или нет, то как быть с безопасностью? Помимо индивидуальных реакций, от которых никто не застрахован, использование некоторых чистящих средств может нанести вред здоровью: вызвать химический ожог, раздражение кожи или слизистых, затруднение дыхания. Чтобы этого избежать, можно стараться избегать компонентов, признанных небезопасными. Согласно некоторым научным исследованиям, апельсиновая корка имеет много преимуществ для здоровья, таких как уменьшение воспалений и аллергий, повышение сопротивляемости и т. д. В кожуре апельсина содержится больше витамина С, чем в мякоти апельсина. В кожуре апельсина содержится до 136 миллиграммов витамина С, а в мякоти — всего около 71 миллиграмма. Этот проект решит проблемы, связанные с химическими веществами, вредными для здоровья и окружающей среды. |
| 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.)* | Экологически чистые решения имеют огромный потенциальный сегмент на рынке фитнес-продуктов. Рынок для этого проекта B2C — рынок товаров и оборудования для дома. В данном случае сегментом проекта могут стать домохозяйки, заботящиеся о здоровье своей семьи, люди со слабым здоровьем, а также молодежь, желающая найти продукцию с нежным, дружелюбным ароматом апельсина, экологически чистым. |
| 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* | Способ прессования эфирного масла, техника сушки, использование спирта в качестве растворителя, перегонка с водяным паром. |
| 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.* | УСЛУГА/ПРОДУКТ + ВОЗМОЖНОСТЬ ДАЛЬНЕЙШЕГО СОПРОВОЖДЕНИЯ   1. Oтправка продуктов фармацевтам и влиятельным лицам, чтобы они могли испытать продукт и поделиться им со своими подписчиками. 2. Интернет-реклама в социальных сетях, таких как Инстаграм, Фейсбук, ВК и т.д. Это веб-сайты, которые многие люди используют каждый день. 3. Выпуск тестовой продукции. Покупатели могут опробовать продукцию, прежде чем принять решение о покупке. 4. Стойки тестирования продукции в людных местах. Связывание торговых центров с открытыми стендами для тестирования продукции, что помогает привлечь новых клиентов. 5. Размещение товаров на платформах электронной коммерции: Ozon, Wildberries, Shopee и т. д. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | На рынке не так много продуктов из апельсиновых корок. Однако на рынке существует множество брендов, производящих экологически чистые решения: Green Love, Synergetic, Bio Mio |
| 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* | Хотя сегодня на рынке представлено множество брендов, производящих экологически чистую продукцию, наша продукция состоит из простых натуральных ингредиентов и не содержит вредных для здоровья химикатов. Продукт подойдет тем, кто любит нежный, расслабляющий аромат апельсина после напряженного рабочего дня. |
| 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* | Растет потребность в использовании экологически чистой продукции для защиты здоровья и оказания положительного воздействия на окружающую среду. Сегодня потребление в современном обществе не только предъявляет требования к качеству, полезности и цене, но также требует устойчивости и экологичности каждого продукта. Особенно после периода Covid видно, что потребители много вложили в «зеленые» продукты и уделили приоритетное внимание здоровью и защите окружающей среды.  Можно сказать, что это уникальные продукты. Аромат апельсина помогает успокоить разум, дезодорировать и отпугивать насекомых. Благодаря обильному количеству витамина С, создающего кислую среду, эссенция из апельсиновой корки способна очистить даже нержавеющую сталь!  Фабрика Orange Fiber родилась в 2014 году в городе Катания (Италия) На этой фабрике прессованные апельсиновые корки перерабатываются в ткань. В апреле прошлого года роскошный дом моды Salvatore Ferragamo впервые использовал эту ткань для пошива пальто, платьев и шарфов и продал ее на рынок. Что касается итальянских предприятий, то каждый год они выбрасывают около 700 000 тонн кожуры цитрусовых, которая сейчас является отходами и не может быть использована даже в качестве удобрения, поскольку для компостирования требуется много времени. нужно всего шесть недель. С апельсиновой коркой обращаются как с отходами, хотя она по-прежнему имеет такой замечательный эффект. |
|  | **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* | Этот проект создает решения из апельсиновых корок, которые кажутся расточительными. Ингредиенты просты, но требуют знаний и опыта в области химии, экологии, а также опыта в бизнесе, анализе и продвижении. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Партнёрами проекта могут выступать:   1. Супермаркеты и интернет-магазины товаров для дома: партнеры могут получать комиссионные с каждого проданного продукта. 2. Экологические организации: Покупатели могут получить скидки при вводе промокода этих организаций. 3. Фармацевты и влиятельные лица: партнеры могут получать комиссионные с каждого проданного продукта. |
| 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.)* | 1. Натуральное происхождение: Наш продукт использует только высококачественную апельсиновую цедру, не содержащую синтетических или вредных веществ. Это позволяет нам предложить более безопасное и экологически чистое решение по сравнению с существующими аналогами.  2. Высокая эффективность: Наша формула основана на уникальных свойствах апельсиновой цедры, которые обеспечивают высокую способность очищения и удаления загрязнений. Это позволяет значительно сократить время и усилия, затрачиваемые на уборку, и обеспечивает лучшую производительность в сравнении с аналогами.  3. Экономическая выгода: Наш продукт будет иметь конкурентоспособную стоимость в сравнении с аналогами, благодаря использованию доступных и натуральных сырьевых материалов. Это позволит клиентам получить экологически чистые чистящие средства по доступной цене без ущерба для их эффективности.  4. Устойчивое производство: Производство наших чящих средств будет осуществляться с учетом принципов устойчивого развития. Мы будем использовать энергию и воду рационально, минимизировать выбросы в окружающую среду и стремиться к полной утилизации отходов. |
| 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* | Способ прессования эфирного масла, техника сушки, использование спирта в качестве растворителя, перегонка с водяным паром. |
| 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* | Организационно, кадрово и материально проект проработан на 30%. Постоянные расходы:   1. Аренда помещения: 100.000 2. Зарплата работников, не связанных напрямую с производством: 200.000 3. Налоги и страховые взносы: 6%. 4. Амортизация оборудования и инструментов: 400.000 5. Расходы на маркетинг и рекламу: 200.000 6. Транспортные расходы на доставку готовой продукции: 400.000   Переменные расходы:  1. Сырье и материалы для производства : 2.000.000  2. Зарплата для производственных работников: 1.025.000  Резервы: 15% - 585.000  Общие расходы проекта: 3.900.000 |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | 1. Исследование: Проект может предполагать научное исследование по оптимизации процесса получения чистящих средств из апельсиновой цедры. Это может включать исследование оптимального состава, процесса экстракции, расчета экологического влияния и других научных аспектов.  2. Экология и устойчивость: Проект может иметь соответствие с научными и научно-техническими приоритетами, связанными с экологической устойчивостью и обеспечением зеленого развития. Использование апельсиновой цедры вместо традиционных химических компонентов может снизить экологическое воздействие чистящих средств. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Продажа через Интернет: использование онлайн-платформ, таких как собственный веб-сайт или онлайн-торговые площадки, для продажи и продвижения продуктов. Это позволит потенциальным клиентам легко найти и приобрести продукт, а также узнать больше об его уникальных особенностях и преимуществах.  2. Социальные сети. Активное использование популярных социальных сетей, таких как Instagram, Facebook и YouTube, поможет нашим продуктам стать известными более широкой аудитории. Вы можете создавать вдохновляющий контент, интересные фотографии и видео, а также привлекать потребителей с помощью конкурсов и показателей эффективности.  3. Сотрудничать с экологически ориентированными организациями: Рассмотреть возможность сотрудничества с организациями, занимающимися экологическими вопросами. Это поможет установить доверие и подтвердить качество и экологическую ценность нашей продукции.  4. Офлайн-продажи: можем организовать установку продукции в магазинах, специализирующихся на продаже экологической продукции. Это позволит нашим продуктам быть более доступными для офлайн-покупателей, предпочитающих физические покупки. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | 1. Розничная торговля: Продукт можно предложить в супермаркетах, магазинах органической продукции и специализированных магазинах, которые продают экологически чистые товары. Это расширит охват и позволит достучаться до широкой аудитории покупателей.  2. Интернет-магазины: Создание собственного онлайн-магазина или продажа продукта через популярные платформы электронной коммерции (например, Amazon, Etsy) позволит привлечь клиентов, предпочитающих покупки в сети. Это также убережет от ограничений географического местоположения.  3. Оптовая торговля: Предложение продукта оптовым клиентам, таким как хозяйственные и органические магазины, гостиницы, рестораны и отели, поможет развить партнерские отношения и обеспечить стабильные объемы продаж. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | 1. Безопасность для здоровья человека: Традиционные химические чистящие средства могут содержать токсичные вещества, которые могут нанести вред здоровью при контакте с кожей или вдыхании паров. Продукты, созданные из апельсиновой цедры, предлагают безопасную альтернативу, не содержащую вредных химических соединений.  2. Отсутствие негативного воздействия на водную среду: Также часто традиционные чистящие средства содержат вещества, которые могут загрязнять воду, такие как фосфаты и хлориды. Экологически чистые чистящие средства, созданные из апельсиновой цедры, имеют меньший негативный воздействие на водные ресурсы, так как они биоразлагаемы и не содержат вредных веществ.  3. Использование натуральных материалов: Продукты, созданные из апельсиновой цедры, являются экологически чистыми, так как их основными компонентами являются натуральные материалы. Это позволяет сохранить экологическую устойчивость, не нанося вреда окружающей среде.. |
| 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* | Этот проект решает проблему снижения содержания токсичных веществ в моющих средствах для здоровья человека и окружающей среды. |
| 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)* | Держателями проблемы являются люди, которые ценят натуральные и органические ингредиенты в чистящих средствах и заботятся о своем здоровье и окружающей среде. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Наш проект предоставляет устойчивое и экологически чистое решение для уборки дома. Мы производим зеленое моющее средство из апельсиновых корок, что позволяет повысить эффективность утилизации отходов и снизить использование химических компонентов в бытовых продуктах. |
| 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.* | Общие расходы проекта: 3.900.000 рублей  Срок окупаемости: 12 месяцев  Точка безубыточности: 1250 товаров в месяц |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *В будущем мы планируем производить другие продукты из апельсиновой корки, такие как губки для ванны, средства для ухода за телом и средства по уходу за кожей с экстрактом апельсиновой корки.* |