ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

*https://pt.2035.university/project/poleznye-cipsy (ссылка на проект) 11/12/2023(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Тульский государственный университет |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7106003011710601001. https://www.rusprofile.ru/id/3579784 |
| Регион ВУЗа | Тульская область |
| Наименование акселерационной программы | Международный технологический акселератор Тульского государственного университета  |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | ООО «ОвощеВита» |
| **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.* | Создание производства полезных снеков из дегидрированных овощей (моркови, свёклы, тыквы) с нуля |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Food net |
| **4** | **Рынок НТИ** |  |
| **5** | **Сквозные технологии** |  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * Unti ID4422665
* Leader ID 4422665
* ФИО Татаринцева Владислава Андреевна
* Телефон +79107045168
* Почта tatarinceva11@icloud.com
 |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** |
|  | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткоеописание) |
| 1 |  5694573 |  5694573 |  Осипова Вероника | Отдел маркетинга и продаж | 89017409110 | партнер | Нутрициолог, руководитель отдела продаж курсов по нутрициологии |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **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* | Снеки из дегидрированных овощей - моркови, свёклы, бамии, стручковой фасоли, кабачков - идеальная замена нездоровым закускам без добавления консервантовСушеные овощи сохраняют пользу (витамины, минералы). Снеки могут храниться долго, их удобно брать с собой, можно покупать детям и не бояться повышения холе-стерина, веса и ряда др. заболеваний.Цель – поменять потребительские привычки на более здоровые, поддержание тенденции здорового питания и здоровой нации |
|  | **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* |  Снеки из дегидрированных овощей - моркови, свёклы, бамии, стручковой фасоли, кабачков |
| 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* | Снеки из дегидрированных овощей - моркови, свёклы, бамии, стручковой фасоли, кабачков - идеальная замена нездоровым закускам без добавления консервантов.Глобально продукт решает проблему возникновения многих заболеваний, избавляет от чувства вины за употребление вредных перекусов с большим содержанием масла и трансжиров |
| 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.)* | Потребители продукта – осознанное поколение, готовое менять свои привычки на здоровые. Их волнует состояние организма и долголетие.* родители, желающие дать лучшее и полезное детям, например на перекус в школу
* вегетарианцы, веганы
* клиенты нутрициологов
* посетители магазинов здорового питания Вкусвилл, Азбука Вкуса…
* спортсмены, любители фитнеса и спортзалов
 |
| 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* |  Уникальная рецептура дегидратации овощей для сохранения всей пользы продукта без добавления сахарозы Дегидратация будет осуществляться в специальных сушильных камерах. В зависимости от масштаба производства, 1 сушильная машина может производить до 2400 кг |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 13 | Бизнес-модель\* организации по форме канвы Остервальдера-Пенне*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.* |   |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | «Можно» Зелёная горка , Зеленика «Морковь» , ВкусВилл Свекла, тыква,Морковь, Яндекс маркет «кстати…» ,Лэйс, русская картошка  |
| 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* |  Уникальная рецептура без добавления патоки и сахара, большая узнаваемость – реклама у блогеров, перед показом сериалов и фильмов, реализация в кинотеатрах, заправках – большая доступность в плане офлайн покупки |
| 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* |  *уникальная рецептура, хрустящие, без вредных добавок и усилителей вкуса, уникальный дизайн, стоимость ниже**доступность к покупке*Снеки можно есть в большем количестве, чем жареные картофельные чипсы, т к они полезнее и берегут фигуру + более выгодная стоимость + тренд на здоровый образ жизни и правильное питание + при должном масштабировании чистая прибыль составляет от 350 000 руб/мес на начальных этапах  |
|  | **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* |  Снеки хрустящие, без вредных добавок и усилителей вкуса, уникальный дизайн, стоимость нижедоступность к покупке |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей)**стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая**партнерские возможности* |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)* | *в сравнении с существующими аналогами можно сделать более выгодный формат упаковки, разнообразие вкусов и овощей, уникальная рецептура без добавления патоки, более стильный брендинг* |
| 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* |  |
| 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* | * Крафтовое домашнее производство и первая тестовая партия сублимированных овощей, для друзей и знакомых. (MRL=5) Разработка бренда и сайта, Получение документов на право ведения бизнеса
* Нахождение партнёров, написание рецептуры и концепции бренда, дизайн упаковки, предварительные договорённости с производствами, пиар-отделами супермаркетов – основными точками сбыта, получение сертификации
 |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** |  |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую**стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Регулярные акции и скидки на товар на начальных этапах продажПовышать узнаваемость, покупать рекламу у нутрициологов и ПП блогеров, учавствовать в ярмарках, размещать рекламу в различных ТГ каналах, запустить рекламу, которую показывают перед просмотром сериалов на различных интернет-ресурсах |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Поставка на полки магазинов ВкусВилл и подобные, заправки, в прикассовые зоны кино, спортзалов, мини-бары отелей, кондитерские магазины, магазины специализирующиеся на правильном питании, меню заведений общественного питания, презентация на мероприятиях и ярмарках |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | **Какие из проблем наших клиентов мы помогаем решить?**Избавиться от чувства вины за постоянные перекусы вредными чипсами с большим содержанием углеводов и канцерогенных трансжиров |
| 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* |  Полезными чипсами из овощей полностью закрывается потребность клиента постоянно жевать и перекусывать, при этом продукт не содержит вредных веществ.  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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)* | Держатель проблемы – голод потребителя, желание перекусыватьГлобально продукт решает проблему возникновения многих заболеваний, избавляет от чувства вины за употребление вредных перекусов с большим содержанием масла и трансжиров |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям**справляться с проблемой* | В рамках акселератора была построена бизнес-модель и намечен план и расчет прибыльности бизнеса. Путем реализации проекта постепенно культура употребления картофельных чипсов сменится на более здоровую привычку – полезный перекус и пополнение рациона клетчаткой |
| 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.* |  Продукт на рынке новый, появился совсем недавно и устойчивого бренда с сильным позиционированием пока что нет  |
| 30 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** | * ноябрь-декабрь 2023:
* Крафтовое домашнее производство и первая тестовая партия сублимированных овощей, для друзей и знакомых. (MRL=5) Разработка бренда и сайта, Получение документов на право ведения бизнеса
* Нахождение партнёров, написание рецептуры и концепции бренда, дизайн упаковки, предварительные договорённости с производствами, пиар-отделами супермаркетов – основными точками сбыта, получение сертификации
* Участие в конкурсе Фонд Бортника, Фонд содействия инновациям, Стартап на миллион
* январь-март 2024
* Получение гранта и старт реализации проекта с участием производств, запуск продаж через сайт и маркетинговых акций (MRL=7,продукция испытанная опытным путем )
* Наиболее важные расходы на данном этапе:4 месяца – декабрь 2023 - март 2024
* Маркетинг -закуп рекламы у блогеров[Сушильная машина 6 000руб](https://market.yandex.ru/product--sushilka-dlia-ovoshchei-i-fruktov-sushilka-dlia-ovoshchei-i-fruktov-elektricheskaia-elektro-sushilka-dlia-ovoshchei-i-fruktov/1916167926/reviews?sponsored=1&sku=102288603351&do-waremd5=fBDDascs_4fecp67GQhXvg&cpc=ygu1xRyGne8MNsHjedYuB1pupWy-tPbVf9lppZ6Z232YREBZKy5hndFKoVRQO7SH-UR2wFD38tR-B_dz6eZdgUJl7E0_ys5KeLBHZBwi3CdcKCbJgTAQvflDyYbWrGn22Nj_e8uRlW0GndQlvJgODAKbEGRSSs-4bpntSBeSvAqX9Si3LSRBgr0knYGsjFxUaEiOrc3fGTj0EZ5A7cwEEznuSAxtZN6z4ywVBJBquwfyENlU3AysfKW5H8lQIT2ZtCUeIyDhVy2_7K_RJrGcPg%2C%2C&uniqueId=82801022&businessReviews=1), на 8 поддонов (до 10 кг овощей)+1 Аренда помещения для хранения и производства + оплата электроэнергии 30 000/мес, 140 000руб/4 мес +Расчет электроэнергии 0,6 кВТ, 5рубкВт/час. 36руб/день, 720 руб/мес на 4 мес 2880 руб + 3000руб водаАппарат для резки овощей 1000рубЗакуп сырья. 1,25 кг получаем из 10 кг ежедневно за 1 цикл, длительностью 4 часа, таких цикла можно сделать 3, получая 4кг продукции с одной сушильной машины1050руб из сырья 30кг Моркови -> 4 кг стоимостью 4000 руб/партия (по 100руб/100г). В месяц можно производить от 150 кг продукта всего с двух бюджетных сушильных машинКоэффициент дегидратации 1/8Расходы на упаковку 280 руб за 100 шт, в перерасчете Оплата услуг маркетолога и на закуп рекламы 400 тысКаналы продаж: ВБ, Авито, Яндекс маркет, через соц сети и сайт на нач. этапе, далее договоренности с заправками, кофейнями, супермаркетами
 |