**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

[Заведение, где любая твоя идея может стать блюдом (2035.university)](https://pt.2035.university/project/zavedenie-gde-lubaa-tvoa-idea-mozet-stat-bludom) -*(ссылка на проект)*  07.06.2024 *(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Регион Получателя гранта | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | «Энергия города. Среда» |
| Дата заключения и номер Договора | 19 апреля 2024г. № 70-2024-000172 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | «Заведение, где любая твоя идея может стать блюдом» |
| 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.* | ТН1. Технологии комфортной и безопасной жизнедеятельности человека |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | «НАНО-, БИО-, ИНФОРМАЦИОННЫЕ, КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» |
| 4 | **Рынок НТИ** | FOODNET |
| 5 | **Сквозные технологии** | "Новые производственные технологии " |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID: U1838160  - Leader ID: 46115451  - ФИО: Будко София Игоревна  - телефон: 8 9192203861  - почта: budko.sofiya@bk.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  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 | U1838160 | 6115451 | Будко София Игоревна | Лидер | 89192203861, budko.sofiya@bk.ru | Студент 2 курса | Лидер проекта | | 2 | U1838165 | 6186140 | Сербатова Анастасия Михайловна | Интегратор | 89090777402, asya.ser@bk.ru | Студент 2 курса | Мастер презентации, дизайнер, генератор идей | | 3 | U1838169 | 6186139 | Ведерникова Арина Витальевна | Предприниматель | 89179458886, arinaved1110@gmail.com | Студент 2 курса | Аналитик, маркетолог, экономист, генератор идей | |  |  |  |  |  |  |  |  | | |
|  | **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* | В этом заведении вы сможете стать участником настоящего кулинарного эксперимента и самостоятельно выбрать ингредиенты для своего супа, ведь мы предлагаем вам собрать своё блюдо-конструктор, состав которого определяете вы сами. В контейнерах на полках больших холодильников для вас приготовлены морепродукты, мясо, курица, овощи, сосиски, грибы, травы, полученные от надежных, проверенных поставщиков. Ассортимент заведения разнообразен, в меню есть также позиции: салаты, боул, лапша и рис wok, десерты и многое другое. Вы можете выбрать любой способ приготовления вашего набора: пожарить, сварить, на пару, в печи, на мангале.  Благодаря разнообразию продуктов и готовых блюд, в нашем заведении можно приходить ежедневно и пробовать что-нибудь новое.  Цель: открыть такое заведение, чтобы все люди смогли сделать блюдо, которое удовлетворит все их потребности |
|  | **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* | Продукт проекта – ресторан |
| 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* | Люди, приходящие в обычное заведение, зачастую остаются не удовлетворены предложенными блюдами в меню из-за: определенный вкусовых предпочтений, религиозных и нравственных убеждений, ограничений по состоянию здоровья и т.д. |
| 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.)* | - Семьи с детьми  - Молодёжь (школьники и студенты)  - Любой человек, которого заинтересует концепция заведения |
| 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* | Использование специализированных кулинарных технологий для приготовления блюд, автоматизированные системы управления для оптимизации процессов, инновационные методы обслуживания и маркетинга для привлечения клиентов. |
| 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.* | Для создания ценности и получения прибыли ресторан будет сосредотачиваться на высоком качестве и оригинальности блюд, предоставлении инновационного сервиса и удовлетворении потребностей клиентов. Отношения с потребителями будут строиться на базе персонализации обслуживания и обратной связи, а с поставщиками - на долгосрочном сотрудничестве и поиске качественных ингредиентов. Финансовые и иные ресурсы будут привлекаться через инвестиции, кредиты или партнерства. Каналы продвижения и сбыта продукта будут включать онлайн-продажи, социальные медиа, рекламу и сеть партнерских заведений. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1.Nudles  2. Rostics  3. Tokyo - city  4. Кофемания  5. Вареничная №1 |
| 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* | Здесь вы сможете стать участником настоящего кулинарного эксперимента и самостоятельно выбрать ингредиенты для своего супа, ведь мы предлагаем вам собрать своё блюдо-конструктор, состав которого определяете вы сами. В контейнерах на полках больших холодильников для вас приготовлены морепродукты, мясо, курица, овощи, сосиски, грибы, травы, полученные от надежных, проверенных поставщиков. Ассортимент заведения разнообразен, в меню есть также позиции: салаты, боул, лапша и рис wok, десерты и многое другое. Вы можете выбрать любой способ приготовления вашего набора: пожарить, сварить, на пару, в печи, на мангале.  Благодаря разнообразию продуктов и готовых блюд, в нашем заведении можно приходить ежедневно и пробовать что-нибудь новое. |
| 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.)** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *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* | Люди, приходящие в обычное заведение, зачастую остаются не удовлетворены предложенными блюдами в меню из-за: определенный вкусовых предпочтений, религиозных и нравственных убеждений, ограничений по состоянию здоровья и т.д. |
|  | **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* | Основные технические параметры ресторана, обеспечивающие его конкурентоспособность и соответствующие выбранному тематическому направлению, могут включать:  1. Специализированные кулинарные технологии: Использование современного оборудования для приготовления высококачественных и оригинальных блюд.  2. Автоматизированные системы управления: Решения для оптимизации процессов, управления запасами, заказами и учета клиентской базы.  3. Инновационные методы обслуживания: Например, использование приложений для онлайн-заказов, технологий самообслуживания или интерактивных меню.  4. Инновационные методы маркетинга: Включая использование социальных медиа, геотаргетинга, а также уникальных маркетинговых кампаний для привлечения клиентов.  5. Персонализация обслуживания и обратная связь: Системы для сбора обратной связи от клиентов и персонализации предложений и скидок.  6. Долгосрочные отношения с поставщиками: Установление партнерских отношений с надежными поставщиками качественных ингредиентов.  7. Финансовое планирование и управление ресурсами: Эффективное использование инвестиций, кредитов и партнерств для обеспечения стабильности и роста бизнеса.  8. Многоканальные каналы продвижения и сбыта: Включая онлайн-продажи, социальные медиа, рекламу и партнерские соглашения с другими заведениями. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы) \**  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Создание эффективной системы управления персоналом, закупок, хранения и приготовления продуктов, обслуживания гостей и контроля качества. Сотрудничество с поставщиками продуктов, развитие программ лояльности для клиентов, участие в фестивалях и мероприятиях, а также создание сети партнеров для обмена опытом и ресурсами. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *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.)* | Посетитель нашего заведения сможет стать участником настоящего кулинарного эксперимента и самостоятельно выбрать ингредиенты для своего супа, ведь мы предлагаем вам собрать своё блюдо-конструктор, состав которого определяете вы сами. Он может выбрать любой способ приготовления вашего набора: пожарить, сварить, на пару, в печи, на мангале.  Благодаря разнообразию продуктов и готовых блюд, в нашем заведении можно приходить ежедневно и пробовать что-нибудь новое. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Использование специализированных кулинарных технологий для приготовления блюд:  1. Пароконвектоматы: это устройства для приготовления пищи с помощью пара и горячего воздуха, что позволяет сохранить питательные вещества в продуктах, сократить время приготовления и улучшить вкусовые качества блюд.  2. Индукционные плиты: они обеспечивают быстрое и равномерное нагревание посуды за счет электромагнитного поля, что позволяет экономить энергию и ускорять процесс приготовления пищи.  Автоматизированные системы управления для оптимизации процессов:  1. POS-системы: позволяют автоматизировать учет продаж, контроль запасов, управление персоналом и создание отчетов для анализа эффективности бизнеса.  2. Системы управления резервированием столов: позволяют клиентам бронировать столики онлайн, управлять очередью и облегчают работу персонала.  Инновационные методы обслуживания и маркетинга для привлечения клиентов:  1. Мобильные приложения: с их помощью можно предлагать клиентам удобный способ заказа еды и оплаты, отправлять уведомления о специальных предложениях и акциях.  2. Виртуальные туры и рекламные видео: использование таких инструментов помогает привлечь новых клиентов, продемонстрировать атмосферу ресторана и продукцию. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *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* | Проект на стадии концептуализации |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | Проект соответствует следующим Стратегическим проектам, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:  - Стратегический проект 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпроект 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);  - Стратегический проект 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны» (Подпроект 2.3. «Исследование институциональных и экономических механизмов низкоуглеродного развития и формирования благоприятной среды (декарбонизация экономики)»).» |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Уникальное предложение: Разработка уникального стиля кухни, атмосферы ресторана или специальных акций поможет выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание клиентов. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Канал нулевого уровня: от производителя к потребителю |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **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* | Люди, приходящие в обычное заведение, зачастую остаются не удовлетворены предложенными блюдами в меню из-за: определенный вкусовых предпочтений, религиозных и нравственных убеждений, ограничений по состоянию здоровья и т.д.  Благодаря нашему заведению решается вся проблема, так как идея заведения заключается в том, что любой посетитель может приготовить любое блюдо из абсолютно разных ингредиентов, которое удовлетворит его желание. |
| 26 | **«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)* | Проблема, которую решает проект «Заведение, где любая идея может стать блюдом», заключается в предоставлении свободы выбора посетителю. Часто возникают ситуации, когда клиент приходит в любое другое заведение и не может выбрать блюдо, которое полностью удовлетворит все желания его организма.  Потенциальными потребителями проекта могут быть люди, которые не успевают поесть дома или не любят готовить. Такие люди заинтересованы в том, чтобы съесть то, что они хотят и по оптимальной цене.  Наше заведение с предоставлением абсолютно разных ингредиентов на выбор для готовки может решить эту проблему, так как посетитель может выбрать любые ингредиенты, из которых ему приготовят то блюдо, которое он хочет, тем самым его потребности будут удовлетворены. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Проект заведения, где каждая идея может стать блюдом, может решить проблему удовлетворения потребностей потребителя, желающего поесть, путем создания уникального и разнообразного меню, способного удовлетворить широкий спектр вкусовых предпочтений. Это также позволяет привлекать и удерживать клиентов за счет постоянного обновления и разнообразия предложений, что способствует повышению лояльности и привлечению новых посетителей. |
| 28 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 16.* | Сегмент: Ресторан быстрого питания в деловом районе.  Доля рынка: 10% доля среди других ресторанов быстрого питания в районе.  Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса:  - Внедрение технологий самообслуживания для улучшения сервиса.  - Расширение доставки еды до часов позднего вечера для привлечения клиентов на ужин.  - Партнерство с местными офисами для предоставления корпоративного обеда.  Эти шаги помогут увеличить оборот и привлечь больше клиентов, что в долгосрочной перспективе сделает возможным масштабирование бизнеса. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*  *Укажите, какие шаги будут предприняты в*  *течение 6-12 месяцев после завершения*  *прохождения акселерационной программы,*  *какие меры поддержки планируется привлечь* | Месяц 1-2: Подготовка и изучение концепции  - Поиск и аренда подходящего помещения под ресторан.  - Разработка бизнес-плана и финансовых прогнозов.  Месяц 3-4: Оформление документов и заключение контрактов  - Оформление всех необходимых разрешений и лицензий для открытия ресторана.  - Регистрация фирмы и заключение арендных контрактов.  - Подбор поставщиков продуктов и оборудования.  Месяц 5-6: Реклама и маркетинг  - Разработка и запуск маркетинговой стратегии.  - Создание логотипа, фирменного стиля и дизайна интерьера.  - Разработка меню и ценовой политики.  - Проведение рекламной кампании и продвижение ресторана в социальных сетях.  Месяц 7-8: Подготовка к открытию  - Найм и обучение персонала ресторана.  - Закупка и установка оборудования для кухни и зала.  - Проведение тестирования меню и обучение персонала.  Месяц 9: Открытие ресторана  - Официальное открытие ресторана и проведение промо-мероприятий.  - Запуск работы ресторана по расписанию.  Месяц 10-12: Поддержание и развитие бизнеса  - Мониторинг работы ресторана и улучшение сервиса.  - Анализ прибыли и расходов, корректировка финансовых планов.  - Развитие бизнеса, добавление новых позиций в меню, расширение услуг и т.д. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ:**

*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Фокусная тематика из перечня ФСИ**  (<https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php> ) |  |
| **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* | 1. Ресторанный менеджер  2. Шеф-повар, повара  3. Официанты  4. Бармены  5. Помощники по кухне и уборщики |
| **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.* | 1. Кухонное оборудование: плиты, духовки, микроволновые печи, холодильники, морозильные камеры, посудомоечные машины и другие приборы.  2. POS-система (Point of Sale): компьютеры, кассовые аппараты, программное обеспечение для учета заказов и выставления счетов.  3. Мебель и посуда: столы, стулья, посуда, столовые приборы, стекло и посуда для сервировки.  4. Аудио- и видеооборудование: музыкальные системы, телевизоры, проекторы для проведения мероприятий или трансляции специальных предложений.  5. Системы безопасности: камеры видеонаблюдения, сигнализации, датчики дыма и огня.  6. Интернет и связь: Wi-Fi для гостей, телефоны, компьютеры для управления бронированием и другими аспектами бизнеса. |
| **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.* | 1. Поставщики продуктов: фермеры, поставщики мяса, рыбы, овощей, фруктов, молочных продуктов и других ингредиентов.    2. Поставщики напитков: поставщики вина, пива, спиртных напитков, безалкогольных напитков и других напитков.  3. Поставщики посуды и оборудования: компании, предоставляющие посуду, столовые приборы, кухонное оборудование, мебель для ресторанов и другие предметы.  4. Поставщики услуг: компании, предоставляющие услуги уборки, обслуживания клиентов, маркетинга, доставки еды и другие услуги.  5. Финансовые партнеры: банки, инвесторы, кредиторы, страховые компании и другие финансовые институты, которые могут поддерживать финансовую устойчивость ресторанного бизнеса.  6. Маркетинговые партнеры: агентства маркетинга, рекламные компании, PR-агентства и другие специализированные компании, помогающие привлекать клиентов и продвигать бренд ресторана. |
| **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* | Средний чек – 500 рублей. В среднем в день – 150 посетителей.  Объем реализации в день = 75000 рублей |
| **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* | Доход от продажи блюд и напитков в день – 75000 рублей + доп. услуги (доставка, кейтеринг) – 25000 рублей = 100000 рублей  В месяц – 3000000 рублей |
| **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* | Аренда помещения ~ 200 тыс. руб.  Заработная плата сотрудникам ~ от 40 тыс. руб. на сотрудника  Закупка продуктов ~ 150 тыс. руб. на первый месяц  Реклама и маркетинг ~ 75 тыс. руб.  Коммунальные услуги и доп. расходы ~ 60 тыс. руб.  Итого: 685000 рублей в месяц |
| **Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость**  *Указывается количество лет после завершения гранта* | 2 года |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,**  **КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** | |
| **Коллектив** | Ведерникова Арина Витальевна  Сербатова Анастасия Михайловна  Будко София Игоревна |
| **Техническое оснащение:** | нет |
| **Партнеры (поставщики, продавцы)** | В поисках |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  *(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок,*  *но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* | |
| **Формирование коллектива:** |  |
| **Функционирование юридического лица:** |  |
| **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 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта:** |  |
| **Выполнение работ по уточнению**  **параметров продукции, «формирование»**  **рынка быта (взаимодействие с**  **потенциальным покупателем, проверка**  **гипотез, анализ информационных**  **источников и т.п.):** |  |
| **Организация производства продукции:** |  |
| **Реализация продукции:** |  |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  **ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** | |
| **Доходы:** |  |
| **Расходы:** |  |
| **Источники привлечения ресурсов для**  **развития стартап-проекта после**  **завершения договора гранта и**  **обоснование их выбора (грантовая**  **поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.):** |  |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ** | |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца) | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | |  |  |  |  | | |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | |  |  |  |  | | |
| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** | |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития | |
| **Платформа НТИ** |  |
| **Участвовал ли кто-либо из членов**  **проектной команды в Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации**  **команд»:** |  |
| **Участвовал ли кто-либо из членов**  **проектной команды в программах**  **«Диагностика и формирование**  **компетентностного профиля человека /**  **команды»:** |  |
| **Перечень членов проектной команды,**  **участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»:** |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** | |
| **Участие в программе «Стартап как**  **диплом»** |  |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности**  **и наличие достижений в конкурсах**  **АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| **Номер контракта и тема проекта по**  **программе «УМНИК»** |  |
| **Роль лидера по программе «УМНИК» в**  **заявке по программе «Студенческий**  **стартап»** |  |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ этапа** | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Исследование рынка и анализ конкурентов | 1 | 0 |
| 2 | Разработка бизнес-плана | 2 | 0 |
| 3 | Создание команды | 1 | 0 |
| 4 | Разработка технических решений и MVP | 4 | 180 000 |
| 5 | Тестирование MVP на целевой аудитории | 3 | 60 000 |
| 6 | Запрос и анализ обратной связи от пользователей | 2 | 0 |
| 7 | Изменение продукта на основе обратной связи от пользователей | 1 | 400 000 |
| 8 | Налаживание сотрудничества с магазинами приложений | 1 | 100 000 |
| 9 | Разработка стратегии маркетинга | 3 | 200 000 |
| 10 | Запуск рекламной кампании для привлечения первых пользователей | 1 | 300 000 |
| 11 | Официальный запуск приложения | 2 | 200 000 |
| 12 | Анализ эффективности работы маркетинговых каналов и корректировка стратегии | 3 | 100 000 |
| 13 | Масштабирование маркетинговых усилий и увеличение осведомленности о приложении | 1 | 300 000 |
| 14 | Систематическое обновление приложения и масштабирование бизнеса (расширение команды, увеличение оборота) | 1 | 180 000 |
| 15 | Налаживание сотрудничества с корпоративными партнерами | 1 | 200 000 |
|  | Итого |  | 2 220 000 |