**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 |  |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта** | Возрождение |
| 2 | **Тема стартап-проекта** | *Создание биоурн с саженцами для захоронения праха домашних животных* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | *«Биомедицинские и ветеринарные технологии»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** |  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта** | - Leader ID 934460- ФИО Жукова Александра Александровна- телефон +7 (916)175 45-11- почта vpochhhte@yandex.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 | U1763773 | 934460 | Жукова Александра Александровна | Лидер, руководитель проекта | +7 (916) 175 45-11vpochhhte@yandex.ru | - | Высшее образование, неоконченная магистратура, опыт участия в проектах |
| 2 | U17673 | 321420 | Цыбенко Валерия Александровна | Специалист по техническим вопросам, дизайнер | +7 (911) 638 28-61tsybenko.captains@mail.ru | - | Высшее образование, неоконченная магистратура, опыт участия в проектах |
| 3 | U1763775 | 889570 | Тимофеева Алёна Дмитриевна | Маркетолог-аналитик | +7 (906) 616 65-91al.tim1@yandex.ru | - | Высшее образование, неоконченная магистратура, опыт участия в проектах |

 |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 8 | **Аннотация проекта** | Стартап-проект заключается в разработке Био-урны для экологичного захоронения домашних животных. Линейка располагает вариантами разного размера, а также свободным выбором вида саженца, помещаемого в верхнюю часть урны.Именно концепция перерождения жизни делает такой способ захоронения домашних любимцев наиболее достойным и экологичным.Целью проекта является создание условий для возможности семей оставить физический след о важном члене семьи, за которым можно будет ухаживать, поливать, да и просто знать о том, что жизнь их домашнего животного имеет буквально физическое продолжение.Задачи проекта: проведение анализа рынка для определения конкурентной позиции, проведение анализа для определения потребностей и характеристик продукта проекта, разработка технических аспектов продукта проекта, определение каналов продвижения и сбыта продукта проекта.Ожидаемый результат проекта: Экологически чистые урны для захоронения праха животных, сделанные из биоразлагаемых материалов, которые со временем превратят прах домашнего любимца в часть живой природы.Потенциальные потребительские сегменты:Владельцы домашних животных со средним достатком, которые хотят сохранить память о своем питомце и внести вклад в экологию |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Био-урны для экологичного захоронения домашних животных. Линейка располагает вариантами разного размера, а также свободным выбором вида саженца, помещаемого в верхнюю часть урны.Урна состоит из двух капсул:- в верхнюю часть помещаются семена/саженцы и удобрения- в нижнюю часть помещается прах покойного животного |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | 59% жителей нашей страны являются владельцами домашних животных, 64 миллиона питомцев проживает в российских семьях. Только лишь в Москве ежегодно уходит из жизни порядка 350 тысяч любимых друзей человека, которые являются буквально равными членами семей. Данная потеря редко проходит бесследно, она задевает сердца и взрослых, и детей.Вопросы, касающиеся дальнейших действий относительно «прощания» у большинства людей туманны и решаются спонтанно в вет-клиниках или же вообще в домашних условиях.Био-урны способны выступить достойным решением данной проблемы. Саженец, находящийся внутри, с течением времени вырастет в дерево или куст любимых цветов, что даст семьям возможность физически наблюдать за второй жизнью их любимца. Порой нам так хочется прикоснуться к тому, что уже для нас недоступно, чтобы заглушить боль и горе от потери маленького члена семьи. С био-урнами это станет возможным.Помимо решения моральной стороны данной проблемы будет осуществлен и вклад в экологическую составляющую вопроса.Так как присутствует определенное ограничение в виде законодательно установленного запрета на захоронение в землю, а также учитывая экологический вред от останков и воздействия трупного яда, био-урны с прахом и саженцем способны стать обходным и наиболее удачным решением. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | Потребители: Владельцы домашних животных со средним достатком, которые хотят сохранить память о своем питомце и внести вклад в экологиюДемографические данные: 18+Уровень образования: не имеет значенияГеографическое расположение: вне зависимости от места нахожденияСектор рынка: B2C |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | В качестве основы используются научные исследования и множество описанных экспериментов, заключающихся в определении экологичных и безопасных для природы материалов и вариантов их применения.Урны изготавливаются из экологичных материалов, таких как бамбук, прессованный торф, кокосовая скорлупа или переработанная бумага, что делает их экологически чистыми. |
| 13 | **Бизнес-модель** | Бизнес-модель можно представить с помощью следующей схемы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **КЛЮЧЕВЫЕ ПАРНЕРЫ**Зоомагазины, ветклиники, ритуальные услуги, маркетплейсы | **КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**Производство | **ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ** * Экологичность
* Новизна
* Эмоциональность
 | **ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ**Прямые продажи с персональной поддержкой | **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЕГМЕНТЫ** Рынок B2C |
| **КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ*** Материальные ресурсы (оборудование)
* Интеллектуальные ресурсы (процесс и способ производства)
* Персонал
* Финансы
 |
| **КАНАЛЫ СБЫТА**Основным каналом взаимодействия является Интернет и взаимодействие с партнерами |
| **СТРУКТУРА ИЗДЕРЖЕК**Закупка материалов, обслуживание производства, обеспечение продаж, ЗП сотрудников, маркетинговые расходы | **ПОТОКИ ПОСТУПЛЕНИЯ ДОХОДОВ**Способы генерирования дохода:* Плата за продукт - биоурны
 |

 |
| 14 | **Основные конкуренты** | Прямых конкурентов изделию на рынке не найдено. Однако на рынке все же присутствуют варианты погребальных урн для захоронения после кремации:Стандартные погребальные урны для захоронения праха из металла, дерева, керамикиПреимущество: стоимостьСлабые стороны: не экологично, отсутствие “продолжения жизни”Данные предложения не несут в себе созвучной концепции и идей решения многих сторон вопроса. |
| 15 | **Ценностное предложение** | Предлагаемый продукт является новым предложением на рынке. Ценностное решение заключается в предлагаемых возможностях выбора размера/формы/вида саженца.На этапе разработки идеи по итогам проведенного опроса были выявлены следующие показатели:Потребителям интересен продукт, чья себестоимость (с учетом материалов, саженцов, производства, рекламы) будет варьироваться от 1500 до 2500 рублей. Примерная итоговая стоимость рассчитана в районе 3000-4000 рублей в зависимости от личных пожеланий и выпора потребителя. |
| 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.)** | «Возрождение» предполагает направленность продукта стартапа на решение списка существующих у потребителя вопросов. Проект вписывается в реалии экологических тенденций, используются бамбук, прессованный торф, кокосовая скорлупа или переработанная бумага, что делает их экологически чистыми. Данные материалы свободно распространены на рынке.59% жителей нашей страны являются владельцами домашних животных, 64 миллиона питомцев проживает в российских семьях. Только лишь в Москве ежегодно уходит из жизни порядка 350 тысяч любимых друзей человека. Исходя из этой статистики доказывается востребованность продукта и спрос на рынке.Прибыльность бизнеса обосновывается низкой конкуренцией на рынке и введением на этот рынок нового продукта. Устойчивость продукта будет зависеть от отзывов покупателей, рекламных действия продукта, а также от возможностей модификации и развития продукта по требованиям целевой аудитории. |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | «Возрождение» состоит из 2 капсул:- в верхнюю помещаются семена дерева/саженец и удобрения- в нижнюю — прах покойногоБиоурну закапывают неглубоко в землю, и вскоре прах питомца становится питательной средой для дерева, буквально давая ему жизнь.Сами урны изготавливаются из биоразлагаемых материалов, поэтому, когда из праха прорастет дерево, остатки урны безпоследствий растворятся в почве. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | Сотрудники со знанием производства, экологии и ветеринарии. Организация производственной линии. Разработка технологического процесса.Наличие материалов для производства – кокос, целлюлоза, бамбук, спрессованный торф и другие.Первоначально – инвестиции от партнеров/краудфандинговых платформ, далее – прибыль от продаж.  |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | Уникальность «Возрождения» основана на самой идее поддержания жизни после смерти с экологичным решением проблемы захоронения домашних питомцев, а также является преимуществом и относительно низкая цена, и широкий спектр возможных каналов распространения. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | В качестве основы используются научные исследования и множество описанных экспериментов, заключающихся в определении экологичных и безопасных для природы материалов и вариантов их применения.Урны изготавливаются из экологичных материалов, таких как бамбук, прессованный торф, кокосовая скорлупа или переработанная бумага, что делает их экологически чистыми. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | На данном этапе сформулирована идея проекта, определены основные технические решения, которые будут положены в дальнейшую реализацию проекта, определен необходимый кадровый состав проекта, рассчитана приближенная себестоимость и предлагаемая цена Био-урны, проанализированы риски и определены каналы сбыта.  |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:- Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);- Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта** | Онлайн-продажиСоциальные сетиИнформационные ресурсы и блогиУчастие в выставках и ярмаркахРекомендации и отзывыПартнерство с ветеринарными клиниками и специалистамиТрадиционная реклама |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | Физические магазиныОнлайн-маркетплейсыСобственный интернет-магазинКорпоративные сделкиБлоги и социальные сетиСотрудничество с ветеринарными клиникамиПартнерство с приютами для животныхМероприятия, связанные с домашними животными |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы** | 59% жителей нашей страны являются владельцами домашних животных, 64 миллиона питомцев проживает в российских семьях. Только лишь в Москве ежегодно уходит из жизни порядка 350 тысяч любимых друзей человека, которые являются буквально равными членами семей. Данная потеря редко проходит бесследно, она задевает сердца и взрослых, и детей.Вопросы, касающиеся дальнейших действий относительно «прощания» у большинства людей туманны и решаются спонтанно в вет-клиниках или же вообще в домашних условиях.Био-урны способны выступить достойным решением данной проблемы. Саженец, находящийся внутри, с течением времени вырастет в дерево или куст любимых цветов, что даст семьям возможность физически наблюдать за второй жизнью их любимца. Порой нам так хочется прикоснуться к тому, что уже для нас недоступно, чтобы заглушить боль и горе от потери маленького члена семьи. С био-урнами это станет возможным. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Помимо решения моральной стороны данной проблемы будет осуществлен и вклад в экологическую составляющую вопроса.Так как присутствует определенное ограничение в виде законодательно установленного запрета на захоронение в землю, а также учитывая экологический вред от останков и воздействия трупного яда, био-урны с прахом и саженцем способны стать обходным и наиболее удачным решением. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | С ростом числа домашних животных многие владельцы ищут надежные и индивидуальные способы почтить память своих пушистых друзей после их смерти. Данная потеря редко проходит бесследно, она задевает сердца и взрослых, и детей.Ценной в такой ситуации оказывается именно возможность дать своему питомцу вторую жизнь, «поселить» его рядом с домом, научить детей с уважением относиться к смерти, утрате, природе и ее сохранности. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | Био-урны для праха домашних животных предлагают уникальный и персонализированный способ почтить память питомца. На них можно выгравировать послания, персонализированные рисунки или другие украшения, которые отражают уникальную личность и характер питомца. Это позволяет владельцам домашних животных создать индивидуальную и подходящую дань уважения своему пушистому другу, которую они смогут бережно хранить долгие годы. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | Потенциал рынка высокий, 59% жителей нашей страны являются владельцами домашних животных, 64 миллиона питомцев проживает в российских семьях. Только лишь в Москве ежегодно уходит из жизни порядка 350 тысяч любимых друзей человека. Исходя из этой статистики доказывается востребованность продукта и спрос на рынке. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Для дальнейшего развития проекта необходимо привлечение инвестиций, которые позволят приступить непосредственно к созданию продукта проекта. Кратко план развития проекта можно представить: |





**Список работ**

1. Исследование рынка:

Провести маркетинговое исследование, чтобы оценить потенциальный спрос на эко-урны для захоронения праха домашних животных с саженцем. Изучить существующие решения и анализировать их преимущества и недостатки.

1. Разработка дизайна и функциональности:

Создать эскизы и прототипы эко-урны, учитывая ее экологичность, эстетический вид и практичность. Учесть требования для установки и ухода за саженцем в верхней части урны.

1. Инженерные и технические аспекты:

Сотрудничать с инженерами и техническими специалистами для разработки урны, которая будет полностью экологичной и удобной в использовании, а также обеспечит правильные условия для роста саженца.

1. Поиск поставщиков материалов:

Найти поставщиков экологически чистых, устойчивых и прочных материалов для создания урн. Учесть их доступность и возможность соответствия дизайну и требованиям проекта.

1. Производство:

Организовать процесс производства эко-урн с учетом всех разработанных дизайнов, технических спецификаций и требований к материалам. Обеспечить контроль качества процесса производства.

1. Тестирование и сертификация:

Проверить качество и функциональность эко-урны путем тестирования ее способности поддерживать рост саженца. Получить соответствующую сертификацию, удостоверяющую ее безопасность и экологичность.

1. Маркетинг и продажи:

Разработать стратегию маркетинга и рекламы для привлечения потенциальных клиентов. Создать веб-сайт, листовки и другие рекламные материалы для продвижения эко-урны. Установить партнерские отношения с магазинами домашних животных, ветеринарными клиниками и другими релевантными предприятиями.

1. Обратная связь и улучшение:

Активно сотрудничать с клиентами и собирать их отзывы о продукте. Учитывать обратную связь и проводить необходимые улучшения в дизайне и функциональности эко-урны.

1. Масштабирование и расширение:

С учетом роста спроса и улучшений, разработать план для расширения производства и продаж, включая возможность предоставления дополнительных услуг, например, гравировка или индивидуальный выбор декора и материалов для урн.

1. Социальная ответственность:

Создать партнерство с организациями по охране животных или зелеными организациями, чтобы часть выручки от продажи эко-урн направлялась на поддержку их деятельности и стимулирование экологических инициатив.

**Каналы продвижения**

1. Онлайн-продажи:

Создание собственного интернет-магазина для продажи данного продукта. Это позволит привлечь широкую аудиторию, которая ищет удобные и этичные способы захоронения животных. Онлайн-магазин также может предлагать другие сопутствующие товары, такие как мемориальные статуэтки или семена для посадки цветов на месте захоронения.

1. Социальные сети:

Создание аккаунтов в социальных сетях (например, ВКонтакте, Instagram, Яндекс Дзен), где можно делиться информацией о продукте, привлекать внимание пользователей и отвечать на вопросы. Это также позволит распространиться о принципах экологичности и этичности данного продукта.

1. Информационные ресурсы и блоги:

Разработка информационных материалов и статей о преимуществах использования данной экологичной урны для захоронения животных. Партнерство с блогерами или написание статей на популярных ресурсах, посвященных домашним животным, позволит продвигать продукт среди соответствующей аудитории.

1. Участие в выставках и ярмарках:

Представление эко-урны на специализированных выставках для животноводов, зоологических садов и других мероприятиях, связанных с животными. На мероприятии можно показать урну вживую и рассказать о ее преимуществах, привлекая зрелых профессионалов и потенциальных покупателей.

1. Рекомендации и отзывы:

Получение положительных отзывов от клиентов, которые уже использовали эту эко-урну. Использование таких отзывов в рекламных материалах и на веб-сайте поможет дать потенциальным покупателям уверенность в качестве продукта и позитивных эффектах его использования.

1. Партнерство с ветеринарными клиниками и специалистами:

Установление сотрудничества с ветеринарными клиниками, приютами для животных и другими специалистами в области ухода за животными. Это позволит продвигать продукт среди целевой аудитории и получать рекомендации от профессионалов.

1. Традиционная реклама:

Использование печатных и телевизионных объявлений для продвижения продукта. Рекламные объявления могут быть размещены в журналах и газетах, которые фокусируются на животных, или на специализированных ТВ-каналах.

**Важно** комбинировать и использовать несколько каналов продвижения одновременно, чтобы достичь наибольшего охвата целевой аудитории. Кроме того, регулярное изучение результатов и анализ эффективности каждого канала поможет определить, какие стратегии наиболее эффективны для данного продукта.

**Каналы сбыта**

1. Физические магазины:

Установление партнерства с питомниками, зоомагазинами и магазинами для домашних животных. Продукция может быть представлена на прилавках этих магазинов, что позволит достичь широкой аудитории покупателей.

1. Онлайн-маркетплейсы:

Размещение продукта на популярных онлайн-торговых площадках, таких как WB, Ozon. Это позволит достичь большой аудитории, которая активно делает покупки в интернете.

1. Собственный интернет-магазин:

Создание собственного веб-сайта, где клиенты могут ознакомиться с продуктом, сделать заказ и получить консультацию от команды поддержки. Это также позволит строить лояльность клиентов и повышать осведомленность о продукте путем рассылки новостей и акций.

1. Корпоративные сделки:

Возможность заключения партнерских соглашений с фирмами, специализирующимися на услугах питомников или зоотоваров. Это может включать предоставление скидок или специальных условий для клиентов, обращающихся к этим компаниям для похоронных услуг.

1. Блоги и социальные сети:

Активное присутствие в социальных медиа-сетях и блогах, посвященных домашним животным и уходу о них. Предоставление полезной информации и советов по темам, связанным с захоронением животных, может помочь привлечь целевую аудиторию и увеличить узнаваемость бренда.

1. Сотрудничество с ветеринарными клиниками:

Установление партнерских отношений с ветеринарными клиниками и ветеринарами, которые могут рекомендовать продукт своим клиентам, сталкивающимся с потерей домашнего животного.

1. Партнерство с приютами для животных:

Сотрудничество с приютами и организациями, занимающимися помощью бездомным животным, может помочь продвинуть продукт среди людей, которые оказывают помощь и устройство найденных животных.

1. Мероприятия, связанные с домашними животными:

Участие в ярмарках, выставках и конференциях, связанных с домашними животными и их уходом, где можно продемонстрировать продукт и обсудить его с потенциальными клиентами.

**Результаты опроса (51 человек)**

1. Укажите Ваш возраст?
2. Есть ли у Вас домашние питомцы?
3. Волнует ли Вас проблема захоронения домашних животных?
4. Считаете ли Вы, что захоронение домашних животных в землю наносит вред экологии?
5. Знали ли Вы о существовании биоразлагаемых урн?
6. Какую характеристику биоразлагаемой урны Вы считаете преимущественной?
7. Вы бы воспользовались биоурной для захоронения своего питомца?
8. Какое растение Вы хотели видеть на месте захоронения питомца?
9. Где, на Ваш взгляд, захоронение в биоурне будет наиболее уместным?
10. Вы бы предпочли в биоурне использовать семена деревьев или комнатных растений?
11. Сколько Вы готовы заплатить за биоурну «Возрождение»?
12. Считаете ли Вы, что «Возрождение» является уникальным продуктом?
13. Вы бы воспользовались биоурной «Возрождение»?
14. Порекомендовали бы Вы друзьям/родственникам данный продукт?