

ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

(ссылка на проект)

(дата выгрузки)

Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)	
Карточка ВУЗа (по ИНН)	
Регион ВУЗа	
Наименование акселерационной программы	
Дата заключения и номер Договора	

	КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ								
1	Название стартап-проекта*		Основы стиля						
2	Тема стартап-проекта* <i>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.</i>		Наш магазин предлагает высококачественные базовые вещи, которые не выходят из моды. Мы фокусируемся на универсальности, долговечности и устойчивом производстве, чтобы клиенты могли создавать стильные образы с минимальными усилиями.						
3	Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*								
4	Рынок НТИ								
5	Сквозные технологии		Необязательно для заполнения, при желании вы можете выбрать технологии из Списка >>						
	ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА								
6	Лидер стартап-проекта*		Здесь заполняем информацию о капитане команды. - UntiID — https://www.2035.university/ - Leader ID — https://leader-id.ru/ - ФИО - телефон - почта						
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 (краткое описание)	
	1	Описать по каждому члену команды	https://leader-id.ru/users/5112537	Боброва Дарья Сергеевна	Визуализатор, Коммуникатор	+79211125041		участие в проекте «Мосты дружбы». Создание и защита проектов	

							и исследовательск ой деятельности в школе.	
	2		https://leader-id.ru/users/6481981	Пилипенко Полина Игоревна	продуктолог	89215046224	организация школьных мероприятий	
	3		https://leader-id.ru/users/5114893	Котюкова Полина Геннадьевна	координатор	89811401507	защита проектов в школе, вузе, организация школьных мероприятий	

	ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА	
8	Аннотация проекта* <i>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</i>	1. Цели проекта: Создать магазин, который предлагает качественные и универсальные предметы гардероба, подходящие для повседневной носки. 2. Задачи проекта: - Исследовать основные элементы стиля в разных областях. - Создать основные элементы в гардеробе потребителя - Продвигать экологичность и базовый ассортимент гардероба 3. Ожидаемые результаты: Создание простых удобных вещей для ежедневной носки Прорабатывание стиля для каждого клиента Создание капсул для потребителей 4. Области применения результатов (где и как сможем применить проект), пример: В торговом центре для женщин от 25 и более лет, помощь в подборе повседневной одежды и капсул. 5. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать):
	Базовая бизнес-идея	
9	Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться* <i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход</i>	Капсула базовой одежды
10	Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает* <i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i>	<i>Быстрая мода</i> <i>Вещи на один сезон</i> <i>Быстрая изношенность вещей из-за некачественных материалов</i> - Молодежь (18-30 лет), стремящуюся к комфорту и стилю. - Работающих людей (30-50 лет), ценящих практичность и универсальность в одежде. - Семьи с детьми, ищущие качественную и доступную одежду для всей семьи. - Люди заботящиеся об экологии и устойчивом потреблении - люди с желанием хорошо одеваться и с деньгами, но не имеющие достаточно времени

11	Потенциальные потребительские сегменты* <i>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.)</i>	Высокий ценовой контингент Люди из Пскова, со средним доходом, которые не хотят тратить время на выбор одежды, но хотят хорошо выглядеть. Люди, заботящиеся об экологии.
12	На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)* <i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i>	

13	Бизнес-модель* <i>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.</i>	1. Как проект создаёт и доставляет ценность клиентам? 1.Продуктовая линейка: · Качество и доступность: Предложение высококачественной базовой одежды (футболки, свитера, брюки, платья) по разумным ценам. · Устойчивость: Использование экологически чистых материалов и этичного производства для привлечения сознательных покупателей. 2.Удобство покупок. 3.Персонализация: · Стильные рекомендации: Использование технологий для предоставления персонализированных рекомендаций на основе предпочтений клиентов. · Программа лояльности: Внедрение системы скидок и бонусов для постоянных клиентов. 4.Обслуживание клиентов: · Поддержка: Обеспечение высококачественного обслуживания клиентов через различные каналы (чат, телефон, электронная почта). · Возврат и обмен: Упрощённая процедура возврата и обмена товаров для повышения доверия клиентов. 2. Как проект генерирует прибыль для компании и владельца? 1.Модели ценообразования: · Конкурентоспособные цены: Установка цен, которые соответствуют качеству продукции и конкурентам на рынке. · Сезонные распродажи: Проведение акций и распродаж в определённые сезоны для увеличения объёма продаж. 2.Расширение ассортимента: · Кросс-продажи: Предложение сопутствующих товаров (аксессуары, обувь) для увеличения среднего чека. 3.Увеличение клиентской базы: · Маркетинг и реклама: Использование социальных сетей, контентного маркетинга и SEO для привлечения новых клиентов. · Инфлюенсеры: Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами для расширения охвата и повышения доверия к бренду. 4.Оптимизация затрат: · Эффективное управление запасами: Использование аналитики для управления запасами и минимизации издержек. · Автоматизация процессов: Внедрение технологий для автоматизации процессов (например, управление заказами,
----	--	--

		учёт товаров). 5. Повторные продажи: • Программа лояльности: Стимулирование повторных покупок через программы лояльности и специальные предложения для постоянных клиентов. • Регулярное обновление коллекций: Частое обновление ассортимента для поддержания интереса клиентов. 1. Бизнес-функции (ЧТО делает предприятие) • Продажа базовой одежды: Предложение разнообразного ассортимента базовой одежды (футболки, брюки, свитера и т.д.). • Обслуживание клиентов: Обеспечение высокого уровня обслуживания, включая помощь в выборе, консультации и поддержку после покупки. • Маркетинг и реклама: Привлечение клиентов через различные каналы (социальные сети) • Управление запасами: Эффективное управление товарными запасами для обеспечения наличия популярных товаров. • Логистика: Управление процессом возврата. 2. Бизнес-процессы (КАК предприятие выполняет бизнес-функции) • Процесс закупки: Выбор поставщиков, закупка товаров, контроль качества. • Процесс продаж: Физический магазин, обработка платежей. • Процесс обслуживания клиентов: Обработка запросов и жалоб, предоставление информации о товарах и услугах. • Процесс маркетинга: Разработка и реализация рекламных кампаний, анализ рынка и целевой аудитории. • Процесс логистики: Организация складирования, упаковки товара. 3. Организационная структура (ГДЕ исполняются процессы и функции) • Отдел закупок: Ответственный за выбор поставщиков и закупку товаров. • Отдел продаж: Сотрудники, работающие в магазине. • Отдел маркетинга: Команда, занимающаяся продвижением бренда и рекламы. • Отдел обслуживания клиентов: Специалисты по работе с клиентами, отвечающие на запросы и жалобы. • Логистический отдел: Ответственный за управление запасами 4. Фазы (КОГДА выполняются процессы и функции) • Фаза планирования: Определение ассортиментной политики, разработка маркетинговых стратегий (ежегодно/ежеквартально). • Фаза закупок: Закупка товаров перед началом сезона или акций
--	--	--

		(сезонно). • Фаза продаж: Осуществление продаж в течение всего года с акцентом на сезонные распродажи. • Фаза анализа: Анализ продаж, отзывов клиентов и эффективности маркетинга (ежемесячно/ежеквартально). • Фаза обновления ассортимента: Регулярное обновление коллекций для поддержания интереса клиентов (каждые 1-2 месяца). 5. Роли (КТО исполняет бизнес-процессы) • Менеджер по закупкам: Управляет процессом выбора и закупки товаров. • Продавцы: Обслуживают клиентов в магазине. • Маркетолог: Разрабатывает и реализует рекламные кампании. • Специалист по обслуживанию клиентов: Работает с запросами и жалобами клиентов. • Логист: Организует процесс управления запасами. 6. Правила (определяют связь между вышеперечисленными) • Правила взаимодействия между отделами: Установить чёткие коммуникационные каналы между отделами для обмена информацией о запасах, продажах и клиентах. • Стандарты обслуживания клиентов: Определение стандартов качества обслуживания для всех сотрудников. • Политика возврата товаров: Чёткие правила возврата и обмена товаров для обеспечения доверия клиентов. • Процедуры закупок: Установление критериев для выбора поставщиков и контроля качества продукции. • Маркетинговые стратегии: Определение целевой аудитории и методов привлечения клиентов.
14	Основные конкуренты* <i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i>	BEFREE, Глория джинс, Твое, Zarina -Lamoda -Локальные бренды на Wildberries, Ozon. -Локальные маленькие местные магазины -Ателье -Секонд-хенды-
15	Ценностное предложение* <i>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</i>	Наш магазин предлагает высококачественные базовые вещи, которые не выходят из моды. Мы фокусируемся на универсальности, долговечности и устойчивом производстве, чтобы клиенты могли создавать стильные образы с минимальными усилиями.

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.)* <i>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</i>	проект будет прибыльным потому что рынок базовой одежды в России последнее время увеличился, а спрос упал во Пскове
	Характеристика будущего продукта	
17	Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лону)* <i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i>	1. Платформа и архитектура - Обоснование: Выбор подходящей платформы (например, веб или мобильное приложение) позволит пользователям удобно взаимодействовать с магазином. Архитектура должна быть масштабируемой для поддержки роста и увеличения числа пользователей. 2. База данных - Тип: Реляционная (например, PostgreSQL) или NoSQL (например, MongoDB). - Обоснование: База данных должна обеспечивать хранение информации о товарах, пользователях и их предпочтениях, а также поддерживать быстрый доступ к данным для персонализации предложений. 3. Алгоритмы машинного обучения - Обоснование: Использование алгоритмов для анализа покупательских привычек и формирования рекомендаций поможет в создании персонализированных капсул, что соответствует идее о базовых вещах, адаптированных под каждого пользователя. 4. Интерфейс пользователя (UI/UX) - Обоснование: Удобный и интуитивно понятный интерфейс необходим для привлечения и удержания клиентов. Дизайн должен быть адаптивным для различных устройств. 5. Интеграция с IoT - Обоснование: Внедрение умных устройств позволит пользователям отслеживать запасы товаров и получать уведомления о необходимости пополнения. Это повысит удобство использования магазина. 6. Система управления запасами - Обоснование: Эффективная система управления запасами необходима для обеспечения наличия товаров и оптимизации логистики, что критично для магазина базовых вещей. 7. Безопасность данных - Обоснование: Защита личной информации пользователей и финансовых данных должна быть приоритетом. Реализация шифрования и защиты от утечек данных соответствует современным требованиям безопасности.

		8. Экологические инициативы • Обоснование: Внедрение устойчивых практик (например, использование переработанных материалов) будет соответствовать растущему интересу потребителей к экологии. 9. Механизмы обратной связи • Обоснование: Внедрение системы отзывов и рейтингов позволит улучшать качество сервиса и адаптировать ассортимент под потребности пользователей. 10. Маркетинговые инструменты • Обоснование: Интеграция инструментов для продвижения (например, SEO, контекстная реклама) поможет в привлечении целевой аудитории и увеличении продаж.
18	Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса* <i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i>	Организационные параметры: план по организации деятельности предприятия, в котором указываются статус, размер уставного капитала, состав организации, распределение долей, форма собственности претендента, члены совета директоров и т. д. Производственные параметры: • программа производства и реализации продукции; • действующая технология производства и влияние внедрения новых технологий на объемы производства; • анализ основных средств (первоначальная, остаточная стоимость, форма и норма амортизационных отчислений), их поставщики и условия поставок (аренда, покупка, лизинг), поставщики сырья и материалов (название, условия поставок) и ориентировочные цены; Финансовые параметры: • объем финансирования проекта; • финансовые результаты реализации проекта: выручка, издержки производства; • движение денежных средств (основополагающим условием реализуемости проекта является положительное значение показателя денежного потока); • эффективность инвестиционного проекта по показателям срока окупаемости, индекса рентабельности, бюджетной эффективности.

19	Основные конкурентные преимущества* <i>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.)</i>	Мы предлагаем: -базовые вещи -готовые капсулы -высокое качество одежды -экологичные материалы -возможность сходить в наш магазин офлайн, примерить и получить новую капсулу вещей.
20	Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции* <i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность</i>	Пример: 1. экологичные вещи хорошего качества. 2. стилист создающий капсулы на каждый день и работающий на каждого клиента 3. постоянное обновление капсул и индивидуальная работа . 4. Анализ данных и машинное обучение: Использование алгоритмов для анализа потребительских предпочтений и тенденций. Это позволит предлагать пользователям персонализированные капсулы, основанные на их вкусах и потребностях. 5. Интернет вещей (IoT): Интеграция умных устройств, которые могут отслеживать запасы товаров и напоминать пользователю о необходимости пополнения определённых базовых вещей. 6. Устойчивое производство: Применение экологически чистых материалов и технологий для создания товаров, что может привлечь внимание сознательных потребителей.
21	«Задел». Уровень готовности продукта TRL <i>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</i>	TRL 1 – Утверждение и публикация базовых принципов технологии
22	Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*	Псковская область , проект важен в нашей области так как хорошую, качественную одежду очень трудно найти и не всегда известно как ее комбинировать.
23	Каналы продвижения будущего продукта* <i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i>	-Экологичные материалы: Используйте органические и переработанные ткани, чтобы привлечь клиентов, заботящихся об экологии. - Персонализация: Предложите услуги по индивидуальному пошиву или настройке одежды под клиента. - Модные сочетания: Предоставляйте рекомендации по стилю, показывая, как базовые вещи можно сочетать друг с другом. Чтобы воплотить данный аспект в жизнь мы будем нанимать стилистов, которые будут составлять образы и индивидуально помогать людям в подборе одежды.

24	Каналы сбыта будущего продукта* <i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i>	
	Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект	
25	Описание проблемы* <i>Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9</i>	Быстрая мода 1. Экологические проблемы: Быстрая мода способствует чрезмерному потреблению ресурсов, таких как вода и энергия, а также приводит к образованию огромного количества отходов. Одежда часто изготавливается из синтетических материалов, которые не разлагаются и загрязняют окружающую среду. 2. Условия труда: Многие бренды быстрой моды производят свои товары в странах с низкими затратами на рабочую силу, где работники часто сталкиваются с плохими условиями труда, низкой зарплатой и отсутствием прав. 3. Качество продукции: Одежда, произведенная по модели быстрой моды, часто имеет низкое качество и недолговечна. Это приводит к тому, что потребители вынуждены чаще покупать новую одежду, что усугубляет проблему отходов. 4. Психологическое воздействие: Быстрая мода создает культуру постоянного потребления и давления на потребителей, чтобы они следовали последним трендам. Это может приводить к финансовым трудностям и негативному влиянию на психическое здоровье. 5. Социальные последствия: Быстрая мода может способствовать созданию неравенства в обществе, так как доступ к модной одежде становится символом статуса, что может приводить к социальному давлению и исключению. 6. Культура одноразовости: Быстрая мода поддерживает идею о том, что одежда должна быть недорогой и легко заменяемой, что подрывает ценность устойчивого подхода к моде и осознанного потребления. Вещи на один сезон 1. Экологические последствия: Одежда, предназначенная для ношения всего один сезон, часто изготавливается из недолговечных материалов, что приводит к большому количеству текстильных отходов. По оценкам, миллионы тонн одежды ежегодно оказываются на свалках, где они могут разлагаться десятилетиями. 2. Избыточное потребление ресурсов: Производство одежды требует значительных ресурсов, включая воду, энергию и сырьевые материалы. Когда одежда используется всего один раз или несколько раз, это приводит к неэффективному использованию ресурсов и увеличивает углеродный след. 3. Качество и долговечность: Одежда, предназначенная на один сезон, часто изготавливается с акцентом на низкую цену, а не на качество. Это означает, что такие вещи быстро изнашиваются и теряют свою привлекательность, что вынуждает потребителей снова и снова покупать новые вещи. 4. Социальные и экономические последствия: Потребительская культура, ориентированная на одноразовую моду, может привести к финансовым трудностям для людей, которые пытаются следовать последним трендам. Это также создает

		давление на производителей, которые вынуждены сокращать затраты на производство, что часто негативно сказывается на условиях труда. 5. Психологическое воздействие: Культура одноразовой моды может способствовать формированию у потребителей чувства недостаточности и постоянной гонки за новыми трендами. Это может негативно сказаться на психическом здоровье и самооценке. 6. Устойчивое потребление: Проблема вещей на один сезон подчеркивает необходимость перехода к более устойчивым практикам потребления. Это включает в себя выбор качественной одежды, которая прослужит дольше, а также поддержание принципов осознанного потребления и переработки. Быстрая изношенность вещей из-за некачественных материалов 1. Низкое качество материалов: Многие бренды быстрой моды используют дешевые синтетические ткани, такие как полиэстер, акрил и нейлон, которые могут выглядеть привлекательно на витрине, но часто не выдерживают длительного использования. Эти материалы могут быстро терять форму, выцветать и образовывать катышки. 2. Упрощенные технологии производства: Для снижения затрат на производство многие компании используют упрощенные процессы, что часто приводит к снижению качества конечного продукта. Это включает в себя плохую строчку, недостаточную отделку и некачественные фурнитуры. 3. Планируемое устаревание: Некоторые бренды намеренно проектируют свои изделия так, чтобы они быстро выходили из моды или быстро изнашивались. Это создает необходимость в частых покупках, что способствует циклу потребления и увеличивает количество отходов. 4. Экологические последствия: Быстрая изношенность вещей приводит к большему количеству текстильных отходов, что негативно сказывается на экологии. Одежда, которая выбрасывается, часто не перерабатывается и оказывается на свалках, где может разлагаться десятилетиями. 5. Финансовые затраты для потребителей: Частая замена одежды из-за ее быстрого износа может привести к значительным расходам для потребителей. Вместо того чтобы инвестировать в качественные вещи, которые прослужат долго, люди вынуждены постоянно покупать новые. 6. Психологическое воздействие: Быстрая изношенность одежды может вызвать у потребителей чувство разочарования и неудовлетворенности, особенно если они ожидают, что купленная одежда будет служить дольше. 7. Устойчивое потребление: В ответ на эту проблему растет интерес к устойчивой моде и брендам, которые используют высококачественные материалы и этичные методы производства. Потребители все чаще осознают важность инвестирования в долговечные вещи и поддерживают компании, которые придерживаются принципов устойчивого развития.
--	--	--

26	Какая часть проблемы решается (может быть решена)* <i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i>	Необходимо провести исследование потребностей целевой аудитории, чтобы понять их предпочтения в дизайне, материалах и ценовом диапазоне. Также важно наладить связи с надежными поставщиками и производителями.
----	--	--

27	«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции* <i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)</i>	
28	Каким способом будет решена проблема* <i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i>	Качество Сервис Долгая актуальность вещей Экология
29	Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса* <i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.</i>	

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-start/fokusnye-tematiki.php)	Выберите из списка по ссылке
ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ (РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА) <i>Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):</i>	
Коллектив (<i>характеристика будущего предприятия</i>) 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	Важно описать именно будущий состав. В него могут быть включены не только текущие члены команды, но и специалисты, которые понадобятся вам в будущем.

Техническое оснащение <i>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.</i>	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) <i>Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/поставщиках/продавцах на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.</i>	Опишите всех возможных партнеров, с которыми вы планируете работать.
Объем реализации продукции (в натуральных единицах) <i>Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть осуществлено</i>	Опишите то, каким вы видите объем реализации продукции
Доходы (в рублях) <i>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.</i>	Опишите, какой объем дохода планируется, и как вы этого достигнете
Расходы (в рублях) <i>Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто</i>	Опишите, какие расходы будут, и как вы к этому придете
Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость <i>Указывается количество лет после завершения гранта</i>	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 <i>(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)</i>	
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 и обоснование 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 с потенциальным 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:	Урок 8.
Расходы:	Урок 8.
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.):	Опишите, откуда вы планируете привлекать средства

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

Этап 2 (длительность – 10 месяцев)

Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат

ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Опыт взаимодействия с другими институтами развития

<u>Платформа НТИ</u>	
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

Календарный план проекта:

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, мес	Стоимость, руб.
1	Пример заполнения: http://joxi.ru/J2b1pavS0PVD0m		

2			
---	--	--	--

