**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/air-cleaning-pro/invite/a60e983d-4409-4ece-8dcf-fe7cbc268bfd> 13.11.2023г

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | Технологии будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта** | Модернизация системы фильтрации в общественном транспорте |
| 2 | **Тема стартап-проекта** | *- ТН2. Новые материалы, оборудование и производственные технологии;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта** | - Unti ID  - Leader ID - 4954629  - ФИО - Дагирова Тамила Мусаевна  - телефон +79298809077  - почта - millierova@gmail.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  (краткое  описание) | | 1 | 1748705 | 4954606 | Большакова Дарья Сергеевна | Производитель | +79268566232  d3599466@yandex.ru | - | - | | 2 | 1748682 | 4954629 | Дагирова Тамила Мусаевна | Лидер | +79298809077  millierova@gmail.com | - | - | | 3 | 1748706 | 4954644 | Достай Айлан Аясовна | Предприниматель | +79235456888  aylandostay@mail.ru | - | - | | 4 | 1748703 | 5052752 | Морозова Ольга Дмитриевна | Администратор | +79151697570  olga.moro2019@yandex.ru | - | - | | |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта** | Развитие социальной инфраструктуры для граждан, пользующихся общественным транспортом, с целью обеспечения комфортных условий поездки. Основная идея заключается в модернизации системы вентиляции для аэрации в салоне общественного транспорта.  Цель проекта: Улучшение системы фильтрации воздуха.  Конечный продукт: Системы фильтрации воздуха.  ﻿Потребительские сегменты: Государство и пассажиры общественного транспорта.  Для решения данной проблемы можно использовать разные способы. Например, использование системы кондиционирования или круглосуточное открытие окон в общественном транспорте. И тот и другой способ малоэффективны и, в некоторой степени, пагубны для здоровья пассажиров. Наша идея ,в первую очередь, не нанесет вреда здоровью, а также применима ко всей категории лиц пассажиров. Она является инновационной и более долгосрочной в использовании. Разумеется, пробное тестирование мы сначала предлагаем представить на наземном общественном транспорте и после успешно пройденных этапов, внедрить продукт во все виды общественного транспорта. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Система фильтрации воздуха |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | Наша проблема имеет социальное направление, т.е. она ориентирована на людей. Поэтому потенциальными потребителями являются сами граждане, пользующиеся общественным транспортом. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | Потенциальными потребителями является, во-первых, Правительство, ведь с помощью этого можно улучшить жизнь граждан. А также сами пассажиры общественного транспорта, это не зависит от уровня образования, вкуса, возраста. |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | Наш продукт будет создан на основе системы кондиционирования, с дальнейшим его улучшением. |
| 13 | **Бизнес-модель** | Наш проект является социальным, поэтому как таковой прибыли мы не получим. Однако, мы получим выручку от продажи нашего продукта покупателю – Правительству РФ, а также деньги за патент. |
| 14 | **Основные конкуренты** | Основным конкурентом у нас является по отношению к продукту это кондиционерная система в транспорте. |
| 15 | **Ценностное предложение** | В отличие от продуктов- конкурентов, которые имеют узкий профиль направленности, наш продукт – это самая удобная и улучшенная система фильтрации, с помощью которой будут убираться неприятные запахи и лучше регулироваться концентрация чистого воздуха и температуры. |
| 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.)** | Система фильтрации воздуха сделает общественный транспорт более востребованным и комфортным для передвижения. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | Основной технический параметр, который дает нашему продукту преимущество в сравнение с конкурентами, это большой забор воздуха и его фильтрация. Это помогает быстрой смене воздуха в транспорте. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | Финансовые параметры на один товар:  Труба 4 метра диаметр 100мм = 350 руб.  Фильтр нулевого сопротивления 100мм = 1 000 руб.  Система кондиционирования = 30 000 руб.  Решетка 25см\*25см = 350 руб.  Работники, которые соберут систему фильтрации на основе прототипа. А также работники, которые установят наш продукт в сам транспорт. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | Главным преимуществом конкурентов это наименьшее количество финансов для реализации проекта. По техническим параметрам наш продукт лучше, чем у конкурентов. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | Для решения данной проблемы можно использовать разные способы. Например, использование системы кондиционирования или круглосуточное открытие окон в общественном транспорте. И тот и другой способ малоэффективны и, в некоторой степени, пагубны для здоровья пассажиров. Наша идея ,в первую очередь, не нанесет вреда здоровью, а также применима ко всей категории лиц пассажиров. Она является инновационной и более долгосрочной в использовании. Разумеется, пробное тестирование мы сначала предлагаем представить на наземном общественном транспорте и после успешно пройденных этапов, внедрить продукт во все виды общественного транспорта.  А наша система фильтрации будет выполнять те же функции охлаждения и нагрева воздуха когда надо, но главная функция это забор большого количества воздуха для быстрого кругооборота воздуха в транспорте. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | На данный момент мы проработали наш проект, как только мы могли в силу наших знаний в этой области. И мы создали прототип нашего продукта в 3D формате. |
| 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** | Каналы продвижения: пост в Телеграмме, новости по телевизору. Выбор каналов продвижения обоснован с точки зрения максимального доступа к информации целевой аудитории. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | Канал сбыта продукта будет одноуровневым. Мы как создатели товара продадим его большой организации, которая его воплотит в реальность. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы** | Наша идея сделает передвижение в общественном транспорте более комфортным и не будет вызывать нехватку воздуха. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Наш продукт будет создавать достаточный и оптимальный воздухообмен в салоне, не вызывая нехватки кислорода и не причиняя дискомфорта пассажирам во время поездки |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Наша проблема имеет социальное направление, то есть она направлена на людей. Поэтому потенциальными потребителями являются сами граждане, пользующиеся общественным транспортом. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | Модернизированная система фильтрации воздуха улучшит качество поездки в общественном транспорте |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | По настоящее время открытым на рассмотрение остается вопрос развития социальной инфраструктуры. Наш ориентир, в первую очередь, направлен на социум, в котором мы живем и цель нашей конечной стадии заключается в обеспечении всех пассажиров максимально комфортных условий для поездки в любое время дня. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| **Этап реализации**  • Обеспечение команды профессиональными сотрудниками  • • Разработка и тестирование системы фильтрации  **Этап завершения**  • Финальная проверка выполненной работы  • • Запуск продукта |