**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

https://pt.2035.university/project/green-glamour/invite/72cee8b4-d0f1-42da-8f4d-7560232d3a42 13.05.2024

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Марийский государственный университет» |
| Регион Получателя гранта | Республика Марий Эл |
| Наименование акселерационной программы | Техно-форсаж: инновационный старт |
| Дата заключения и номер Договора | 19.04.2024 № 70-2024-000232 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Green Glamour |
| 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* | Наш проект направлен на то, чтобы дать старым вещам вторую жизнь и решить проблему перепотребления |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| 4 | Рынок НТИ |  |
| 5 | Сквозные технологии |  |
| **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | -Unti ID U1824560  -Leader ID 4046550  -ФИО Габдуллина Ленара Рашидовна  -телефон 89026716757  -почта gabdullina.2003@list.ru |
| 7 | Команда стартап-проекта   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность  (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) | | 1 | U1821782 | 4043799 | Гурьянова Екатерина Юрьевна | Клиент-менеджер и дизайнер | 89600911966  katya.guryanova.04@mail.ru |  |  | | |
| **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* | Цель – привить культуру осознанного потребления жителям мегаполисов РФ.  Задачи: в 2024 году разработать свою платформу, на которой люди смогут обмениваться вещами.  Ожидаемые результаты: люди начнут осознанно относиться к потреблению вещей, привитие людям экологической культуры, заставить людей задуматься об окружающей среде, сделать так, чтобы в городе Йошкар-Ола выбрасывалось на 5 процентов меньше вещей. Упадет объем продаж одежды в местных торговых центрах. Достичь 10000 пользователей в приложении, где эти люди обменялись 10000 вещей  Потенциальные потребительские сегменты:  1. Мамочки проживают в городе Йошкар-Ола, возраст 22-35 лет, доход средний и ниже среднего (дети очень быстро пачкают одежду, и если каждая вещь будет заменяться на другую новую, то это выльется в бесконечную трату денег)  2. Студенты города Йошкар-Ола, которые следят за модными трендами, доход у них низкий  3. Творческие личности, люди, которые занимаются живописью, скульптурой. Чаще всего они находятся в творческом хаосе в ходе своей деятельности |
|  | **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* | Модернизация старых вещей, которые пришли в негодность путем покраски эко-красками, в стильный предмет одежды.  Мы открываем покрасочное производство. Человек может сдать вещи нам и через 5 дней забрать идеально покрашенную одежду. Или же можно приобрети у нас набор красок с мастер-классом за 2000 рублей и покрасить футболку самостоятельно. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\***  *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить продукт* | 1. Мамочки: большое количество одежды, которые в пятнах, а ребенку необходимо новое, так как это выглядит не презентабельно, соответственно на это нужны финансы, а мамочка находиться в декрете  2. Студенты: у них маленький доход и им необходимо выражать свою индивидуальность путем ношения стильной одежды, на которую часто не хватает денег; можно модернизировать старую футболку с пятнами от кофе в стильный предмет одежды  3. Творческие личности: у них может быть нестабильный доход, а человек хочет выделиться, но не знает как, когда покупает типовые вещи в магазине |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\***   * + *Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик: для юр.лиц – категория бизнеса, отрасль и т.д.; для физ.лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (В2В, В2С и др.)* | 1. Мамочки проживают в городе Йошкар-Ола, возраст 22-35 лет, доход средний и ниже среднего (дети очень быстро пачкают одежду, и если каждая вещь будет заменяться на другую новую, то это выльется в бесконечную трату денег)  2. Студенты города Йошкар-Ола, которые следят за модными трендами, доход у них низкий  3. Творческие личности, люди, которые занимаются живописью, скульптурой. Чаще всего они находятся в творческом хаосе в ходе своей деятельности |
| 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* | Мы планируем создать сайт для продвижения нашего продукта и привлечения клиентов. Сайт будет сделан на тильде и будет содержать интерактивные модули для взаимодействия с клиентами. В дальнейшем планируется выкладывать на нем библиотеку мастер-классов. Параллельно мы сделаем чат-бота на базе искусственного интеллекта, который будет выступать в лице консультанта |
| 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.* | Продажи будут проходить посредством социальных сетей, т.е. у нас будет реклама в соц. сетях и потенциальные клиенты будут выходить на наша адрес, обращаться к нам за помощью, и, соответственно, получать услугу в дистанционном формате, т. е. люди, которые живут не в Йошкар-Оле, могут отправить почтой нам вещи, которые хотят покрасить, и мы также готовый результат отправим обратно |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Секонд-хенды, куда люди сдают ненужные вещи  2. Магазины новой одежды, поскольку людям проще выкинуть и купить новую одежду  3. Пункты приема одежды, например, приюты  4. Химчистки, куда люди могут сдать грязную одежду, а получить чистую |
| 15 | **Ценностное предложение\***  *Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не вашими конкурентами, и самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | Основная ценность в том, что наше производство позволяет минимизировать расходы людей на одежду. |
| 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.д.)  *(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* | 1. Низкая цена  2. Возможность отдать нам свою футболку, пришедшую в ненадлежащий вид и получить уже готовую, покрашенную эко-красками, стильную футболку  3. Возможность приобрести у нас мастер-класс и самим покрасить футболки |
| **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* | Покраска будет осуществляться посредством краски тай-дай, она является экологически чистой за счет натуральной основы пигментов и поэтому будет нанесен минимальный ущерб для окружающей среды.  Мы планирует разработать сайт с возможностью интерактивного канала и возможностью обмениваться вещами. На сайте будут предоставляемые услуги, их стоимость, наш адрес и наши контакты, также можно увидеть отзывы клиентов. Так же мы планируем подключить к сайту бота с нейросетью. Это даст возможность связаться с нами оперативно. |
| 18 | ***Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса***  ***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\****  *Приводится видение основателя (-лей) стартап в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные – мы планируем зарегистрировать ИП  Производственные – производство на первом этапе будет организовано дома у одного из участников. Для этого требуются эко-краски, емкость для покраски, балкон, чтобы сушить футболки. Этого достаточно для производства десяти футболок в неделю, также нет никаких ядовитых испарений, поэтому специального оборудования не требуется.  Финансовые – в случае, если мы получим на данном этапе 20 заказов на покраску футболок, себестоимость футболки с покраской стоит 319 рублей, продадим мы это за 1500 рублей, то с каждой майки мы будем зарабатывать 1181 рубль, что в пересчете на 20 футболок составит 23620 рублей. |
| 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.)* | 1. 1. Безопасность для здоровья. Экологические краски не содержат вредных химических веществ, поэтому не вызывают аллергических реакций. 2. 2. Защита окружающей среды. Растительные компоненты, в отличие от минеральных масел, — это возобновляемый ресурс, потребление которого не наносит большего ущерба природе. 3. 3. Экономия времени и денег. Экологически чистые краски лучше сохраняют цвет, покрывают поверхность и устойчивы к истиранию, чем традиционные краски. Это означает, что не нужно так часто перекрашивать или подправлять пятна. 4. 4. Возможность утилизации или передачи на переработку. Продукцию, отпечатанную с помощью таких красок, можно будет безопасно утилизировать или отдать на переработку. |
| 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 в пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Все основано на использовании экологически чистых красок Тай-дай, которые производятся по уникальной технологии и состоят из экологически чистых компонентов. |
| 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* | TRL 1: сформулирована фундаментальная концепция технологии и обоснование её полезности.  Организационные – нам нужно место для покраски (дом одного из участников), эко-краски, место для того, чтобы сушить покрашенные футболки (балкон).  Кадровые – нам нужен маркетолог, чтобы помочь определить, какие тренды актуальны в данный момент, и как они могут повлиять на спрос на покраску эко-красками, также для нашего продвижения.  Материальные - на данном этапе у нас есть все, чтобы начать покраску футболок.  Коммерческие планы в процессе проработки. |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия  *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | В тренде забота об экологии, а наш проект как раз позволяет снизить количество производимых вещей, что, в свою очередь, снижает углеродный след. |
| 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* | Мы планируем запустить рекламу в социальных сетях, в группах во ВКонтакте своего университета с прицелом на студентов, в телеграмм-канале «Подслушано в Йошкар-Оле», также продвижение посредством проведения мастер-классов. |
| 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* | Мастер-классы и прямое общение с заинтересованными людьми, общение в мессенджерах, социальных сетях |
| Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект | | |
| 25 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\***  *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в п.10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Решается финансовая часть проблемы. Нет денег на новые вещи, мы поможем начать экономить на том, чтобы вместо покупки новых вещей использовать свою модернизированную одежду. |
| 26 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\***  *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (п.9, п.10 и 11)* | Модернизируются старые вещи, функционал по обмену решить во вторую очередь. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Человек находит нас на сайте  2. Отправляет нам вещь  3. Мы красим полученную вещь  4. Отправляем покрашенную вещь назад  5. Человек имеет новую старую крашеную вещь и может еще использовать ее полгода и даже может перекрасить ее повторно |
| 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 п.16* | 1000000 футболок в год в России выбрасывается, а мы бы могли их покрасить. 1 000 000\*319=319 000 000 рублей - общий объем рынка.  Целевой рынок – 300 000 футболок в Йошкар-Оле, 600 000 футболок можем покрасить в Йошкар-Оле.  Реально достижимый объем рынка 6000000:319=2000 маек  30\*12\*319=114000 рублей – оборот в год |
| 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* | Июнь 2024 – разработка платформы для продвижения  Июль – выпустить рекламу и наработать клиентскую базу  Август – проведение мастер-класса и первые покраски футболок  футболок  Октябрь – покраска 30 футболок  Ноябрь – покраска 40 футболок  Декабрь - покраска 50 футболок |