**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(ссылка на проект)* | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Дагестанский государственный университет» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 0562039983 |
| Регион ВУЗа | Санкт-Петербург |
| Наименование акселерационной программы |  |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | ChocoPrint |
| **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.* | Создание шоколадных 3Д фигур на 3Д принтере при помощи 3Д моделирования по фотографиям клиентов и использования ИИ |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии |
| **4** | **Рынок НТИ** | FOODNET, TECHNET |
| **5** | **Сквозные технологии** | 3D прототипирование , новые производственные технологии, технологии компонентов робототехники и мехатроники, технологии моделирования и разработки материалов с заданными свойствами |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID - U1698845  - Leader ID - 5293488  - ФИО – Котельникова Дарья Александровна  - телефон - +79194951458  - почта – Kota2804@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 | *U1698845* | *5293488* | Котельникова Дарья Александровна | CEO, фаундер, бизнес-аналитик | +79194951458 | - | - ООО «Светламед» администратор  - ООО «Иван-Гора» администратор  - Технопарк Спб, бизнес инкубатор Ингрия, практика ассистент CEO  - ПАО «Сбербанк» практика ассистент HRBP  - ПАО «Сбербанк» ассистент клиентского менеджера | | 2 | *U1700146* | *3560033* | Киркина Кристина Алексеевна | CPO/ продуктовый менеджер/ 3Д дизайнер | +79998008841  kristinakristina.k@yandex.ru | - | Фотограф, видео оператор, художник, дизайнер, модель, трейдер | | 3 | *U1709146* | *883810* | Кручинкин Андрей Витальевич | CFO/ финансовый директор | 89875674758 kruchinkin-2015@mail.ru | СFO  Квалификация: "специалист в области управления бизнесом" | - ООО Лукойл-СЗНП" - практика на позиции менеджера проектов  - Озон холдинг "интернет решения" проект менеджер  С октября по текущий момент | | 4 | *U1698921* | *5293938* | Корелин Семен Анатольевич | CMO/ директор по маркетингу | 89049071179  Suhtovi@gmail.com | Диджитал маркетолог ЦЕХ85 | С декабря 2022 года  SMM менеджер федедеральной программы по развитию молодёжного предпринимательства "Я в деле" в Нижегородской области | | |
|  | 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* | **Проект:** ChocoPrint Печать шоколадных фигур на 3D принтере  **Проблемы клиентов:**  - Высокая стоимость персонализированной розничной продукции;  - Длительное изготовление персонализированных шоколадных фигур;  - Сложности при поиске оригинального и неповторимого подарка.  **Цель:** Создание уникальных шоколадных изделий посредством 3D-печати и ИИ  **Основные преимущества проекта:** оригинальность, персонализированность, разнообразность, конкурентная стоимость, быстрота изготовления, вкусный шоколад, экологичность и прочность упаковки  **Потребительские сегменты:**  **B2C:** Человек, который хочет сделать неповторимый подарок; Человек, который хочет купить новогодний адвент-календарь  **B2B:** Сувенирные магазины, музеи, туристические компании, кофейни и рестораны, event-агентства, литературные кафе, театры |
|  | **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* | Шоколадные 3Д фигуры, распечатанные на 3Д принтере  **Для B2C:** шоколадные 3D-портреты людей по фотографиям, адвент-календари, индивидуальные шоколадные фигуры под заказ, шоколадные шахматы  **Для B2B:** шоколадные фигуры с символикой Санкт-Петербурга для сувенирных лавок, шоколадные музейные экспонаты для музеев, шоколадные портреты поэтов и актеров для театров и литературных кафе |
| 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* | - Высокая стоимость персонализированной розничной продукции;  - Длительное изготовление персонализированных шоколадных фигур;  - Сложности при поиске оригинального и неповторимого подарка. |
| 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.)* | **B2C:** Человек, который хочет сделать неповторимый подарок; Человек, который хочет купить новогодний адвент-календарь  **B2B:** Сувенирные магазины, музеи, туристические компании, кофейни и рестораны, event-агентства, литературные кафе, театры |
| 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* |  |
| 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.* |  |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | **Прямые:** Chocolate Fiesta; Миналан  **Вторичные:** Шоколадъ из Питера; Mona Lisa 3D Studio; Candy\_hous; Шоко-дарики; Sugar Lab  **Косвенные:** Мастерская Прокреатиф; Музей шоколада; iChoco; Шоколао |
| 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* | **Для B2C:** Мы, компания ChocoPrint, помогаем клиентам, желающим создать неповторимый подарок для своих близких. В ситуации выбора подарка, где стандартные варианты не приносят удовлетворения, а индивидуальные заказы требуют много финансовых и временных ресурсов, мы решаем проблему, предоставляя возможность создания персонализированных шоколадных фигур с использованием инновационной технологии 3D-печати. Наша технология позволяет воплотить в жизнь уникальные идеи клиента, создавая не только вкусный, но и значимый подарок, который приносит радость и незабываемые воспоминания за быстрый срок.  **Для B2B:** Мы, компания ChocoPrint, помогаем сувенирным магазинам стать уникальными и привлекательными для туристов. В ситуации, где стандартные сувениры не привлекают внимание, мы решаем проблему, предоставляя уникальные авторские сувениры. Наши персонализированные товары создают ценность, позволяя туристам приобрести нечто уникальное, что напомнит им об увлекательном путешествии, когда они вернутся домой. |
| 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.)\***  *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* |  |
|  | **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* |  |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* |  |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\***  *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.)* | - Оригинальность  - Персонализированный подход к каждому клиенту и создание индивидуальных заказов  - Разнообразность  - Конкурентная стоимость  - Быстрота изготовления  - Вкусный шоколад  - Экологичность и прочность упаковки |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции\***  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* |  |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL**  *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* |  |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** |  |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* |  |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Розничные продажи, продажи через офлайн магазины и маркетплейсы |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Проект решает проблему, предоставляя возможность клиентам сделать заказ на индивидуальную и неповторимую шоколадную фигуру, подобранную под вкусы и интересы самих клиентов за конкурентную стоимость и при небольшом сроке изготовления. В целом, в других компаниях, чтобы изготовить шоколадную фигуру по индивидуальному заказу, необходимо ожидать более 3 недель (в связи с изготовлением фигур вручную мастером из монолитного куска шоколада или при помощи литья форм), а также платить более 30 тыс. руб. |
| 26 | **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* | При помощи 3Д принтера время изготовления индивидуальных заказов сокращается в несколько раз (от 1 ч до 5 ч), а стоимость изготовления не превышает 5 тыс. руб. (средняя стоимость - 1500 руб. за фигурку). При помощи 3Д моделирования по фотографиям, клиент получает возможность изготовить любую фигуру. Таким образом, решаются все проблемы клиента |
| 27 | **«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 24)* |  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Выгода от использования нашего продукта **для B2C:** возможность создать уникальный и эмоционально насыщенный подарок. Персонализированные шоколадные фигуры становятся индивидуальным выражением заботы и внимания, что делает подарок особенным и запоминающимся.  Выгода от использования нашего продукта **для B2B:** Возможность создавать уникальные шоколадные сувениры и фигуры, которые привлекают внимание посетителей и делают музей лавку более привлекательным. Возможность предложить уникальные шоколадные сувениры, которые невозможно найти в других местах, и порадовать своих близких после покупки. Клиенты получают уникальные шоколадные фигуры, которые точно соответствуют концепции и теме мероприятия, что делает события особенными и увеличивает прибыль организации. Возможность использовать шоколадные фигуры для брендирования мероприятий и специальных акций, увеличивая клиентопоток и прибыль. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | **Оценка потенциала рынка:** Широкий, есть возможности, но высококонкурентный, активно развивающийся, переходящий в стадию стабильного роста. При этом имеющий определенные устои и достаточно длинный жизненный цикл. B2C: TAM - 5378000 чел, SAM - 462508 чел, SOM - 278 чел, 5684474 руб. B2B: TAM - 3660360 чел, SAM - 314791 чел, SOM - 31479 чел, 12896504 руб.  **Оценка рентабельности бизнеса:**  Рентабельность продаж - 45%;  Период окупаемости - 4,87 мес.;  Показатель прибыли по отношению к выручке: 45% |

план дальнейшего развития стартап-проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **План будущего развития проекта** | **Инновации в сфере ИИ:**  - Разработка ИИ для генерации 3D фигурок человека в полный рост по 3-м фото лица;  - Разработка ИИ для генерации 3D фигурок любых объектов по одному фото | **Продажа франшизы:**  - Студии шоколадной 3D печати с массовой доставкой  - 3Д кондитерские с 3Д десертами и 3Д принтерами, где клиенты смогут не только насладиться необычными десертами, но и посмотреть на сам процесс печати |

**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> ) |  |
| 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* |  |
| 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.* |  |
| 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.* |  |
| 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* |  |
| 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.* |  |
| 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* |  |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость  *Указывается количество лет после завершения гранта* |  |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** | |
| Коллектив |  |
| Техническое оснащение: |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы) |  |
| 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) | |
|  | |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) | |
|  | |
| 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» |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
|  |  |  |  |

Календарный план

***Календарный план проекта:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |