**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

**<https://pt.2035.university/project/healthi> 18 июня 2023 г.**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 Здоровой Жизни |
| Дата заключения и номер Договора | 30 июня 2023г. №70-2023-000648 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта** | Помощь рядом |
| 2 | **Тема стартап-проекта** | *– ТН2. Новое медицинское оборудование, материалы и технологии* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | *«Биомедицинские и ветеринарные технологии»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Технологии машинного обучения и когнитивные технологии"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта** | - ФИО Мусина Гузель Рефилевна  - телефон 89659395652  - почта guzelka.r17@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 |  | 4501224 | Гузель Мусина | Лидер, руководитель проекта | 89659395652, guzelka.r17@gmail.com | - | Неоконченное высшее образование, опыт участия в проектах | | 2 |  | 4501258 | Киданова Екатерина Игоревна | Юрист | 89045393810, ekidanova00@mail.ru | - | Неоконченное высшее образование, опыт участия в проектах | | 3 |  | 3720530 | Белова Мария Сергеевна | Экономист | 89852816965 belovamaria260@yandex.ru | - | Неоконченное высшее образование, опыт участия в проектах | | |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта** | Концепция стартап-проекта заключается в создании и выпуске медицинского прибора, что поможет cледить за здоровьем: уровнем сахара в крови, давлением, пульсом - человека вне больницы и вызвать скорую в случае необходимости.  Целью проекта является создание медицинского прибора и запуск его производства. 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: создание медицинского прибора, относительно точного для отслеживания за состоянием здоровья пациента вне поликлиник.  Потенциальные потребительские сегменты: родственники/друзья/знакомые людей с хроническими заболеваниями и пациенты, что не нуждаются в больнице |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Прибор для отслеживания здоровья и критических состояний у больных людей |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | Около половины населения Земли страдает от хронических заболеваний, далеко не все из них опасны сами по себе, но грозят серьёзными осложнениями, что могут наступить в любой момент. Поэтому, чтобы лучше контролировать состояние своего здоровья или здоровья родственника, можно приобрести прибор, который поможет в критических ситуациях, даже если никого не будет рядом |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | Потребители: Люди с серьёзными хроническими заболеваниями, не находящиеся в больнице, спортсмены, рабочие на опасных производствах, туристы  Демографические данные: 16-100 лет  Вкусы: не имеет значения  Уровень образования: не имеет значения  Географическое расположение: вне зависимости от места нахождения  Сектор рынка: B2C |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | 1. GPS 2. Тонометр 3. Глюкометр 4. Пульсометр 5. Средство связи |
| 13 | **Бизнес-модель** | Бизнес-модель проекта состоит из нескольких частей:   1. Проблемы и существующие альтернативы. Отсутствие уверенности в собственном здоровье и своей способности в критической ситуации оперативно вызвать скорую помощь. 2. Сегменты потребителей. Люди с сердечно-сосудистыми заболеваниями, сахарным диабетом, пенсионерам, только выписавшимся из больницы после операции. 3. Уникальная ценность. Относительно высокая точность для прибора, который можно носить на руке постоянно, и уверенность, что всё будет нормально, так как есть механизм решения непредвиденных ситуаций. 4. Решение. Создание медицинского прибора, что будет отслеживать пульс, сахар и давление в автоматическом режиме и вызывать скорую, если какие-либо значения серьёзно превысят норму. 5. Каналы. Специализированные медицинские журналы и газеты, медицинские конференции и выставки и контекстная реклама в интернете с социальными сетями. 6. Потоки прибыли. Продажи приборов. 7. Структура издержек. Большая часть - оперативные расходы на закупку таких частей, как тонометры, глюкометры и пульсометры. Довольно большая часть уходит на разработку прибора и закупку оборудования. Все остальные расходы занимают гораздо меньшую долю 8. Ключевые метрики. NPV, sales volume, net income, IRR 9. Скрытое преимущество. Связь с людьми, что разрабатывает медицинские приборы позволит более оперативно реагировать на изменения рынка. |
| 14 | **Основные конкуренты** | Конкуренты есть. Это как смарт браслеты - Apple watch, Xiaomi, пульсометры для спортсменов, так и точные приборы, что стоят в больницах и поликлиниках. |
| 15 | **Ценностное предложение** | Этот прибор будет более точным, чем альтернативы в спорт браслетах и телефонах. От существующих медицинских приборов отличается относительным удобством и мобильностью, устойчивостью к неблагоприятным факторам среды. |
| 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.)** | Обоснованностью реализуемости проекта является относительная распространённость комплектующих, распространённость проблемы среди людей, так как по меньшей мере 10 000 000 человек имеют потребности и проблемы, что удовлетворяются нашим товаром.  Уникальность нашего товара основывается на соединении относительного удобства фитнес браслетов и точности настоящего медицинского прибора. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | 1. Встроенный глюкометр 2. Встроенный тонометр 3. Встроенный измеритель пульса 4. GPS 5. Беспроводное соединение с поликлиникой и электронная система передачи связи. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | Это будет малое предприятие, чьей организационно-правовой формой будет являться общество с ограниченной ответственностью. Финансово мы будем первое время существовать за счёт средств инвесторов. Первые три года мы будем отбивать привлечённые средства. Производственные особенности предприятия в дальнейшем будут конкретизироваться. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | Конкурентное преимущество заключается в большей точности как прибора в сравнении с фитнес браслетами и мобильностью и удобством в сравнении с приборами, что стоят в больнице, а также возможностью вызвать врача в случае необходимости. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | 1. Манометр для измерения артериального давления.  2. Пульсоксиметр для измерения пульса и уровня сатурации кислорода в крови.  3. Глюкометр для измерения уровня сахара в крови.  4. Беспроводное соединение с поликлиникой и электронная система передачи данных.  5. Программное обеспечение для обработки и анализа данных. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | На данном этапе сформулирована идея проекта, возможный план действий, кадровый состав проекта, предварительная себестоимость и ресурсы, каналы сбыта и целевая аудитория. |
| 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** | 1. Социальные сети 2. Таргетированная реклама 3. Реклама в журналах с тематикой “Здоровье” 4. Медицинские коныеренции |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | Возможные варианты рынков сбыта:  1) Частные больницы (легкость в договоренности)  2) Врачи  3) Интернет-магазины (легко в обслуживании и популярно среди пользователей)  4) Магазины техники и др. (стандартное размещение подобного товара)  5)Аптеки  6) Телемагазины |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы** | Очень многие люди страдают от хронических заболеваний, что не требует стационарного лечения, но могут в любой момент осложниться. Часто люди могут не иметь рядом близкого, который вызовет скорую в случае несчастья или симптомы плохого самочувствия могут быть неявными, из-за чего можно допустить смерть человека, потому что промедлили с оказанием помощи. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Основная проблема, которая решается благодаря нашему стартап-проекту – это проблема реагирования на угрожающие жизни состояния. Таким образом, родственники и сам пациент смогут чувствовать себя более спокойными, если прибор сможет помочь вовремя среагировать на опасные симптомы. Кроме того, дополнительно этот прибор может передавать информацию о показателях на телефон, чтобы пациент смог лучше контролировать своё состояние. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Пациент беспокоится о своём здоровье и жизни. Так как стационарное лечение ему не показано, он беспокоится, всё ли будет нормально, особенно если проблема серьёзная. Если человек один, может быть ситуация, что пациент будет не в состоянии вызвать скорую помощь. Кроме того, даже близкие люди могут проглядеть опасное состояние, так как не всегда приступ выглядит угрожающе. Поэтому для предупреждения и дополнительной защиты можно приобрести прибор. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | За счёт встроенного GPS, глюкометра, тонометра и измерителя пульса, средства связи прибор будет отслеживать состояние пациента и, в случае выхода за пороговые значения, вызывать скорую. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | Потенциал рынка есть. Около 40% людей страдают хроническими заболеваниями. При этом около 10% реально подвергаются опасности в случае неоказания медицинской помощи. Допустим, 10% решат обезопасить себя и купить наш прибор. Тогда около полумиллиона человек ориентировочно будут нашими потребителями. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
|  |