**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Регион Получателя гранта | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | «Энергия города. Среда» |
| Дата заключения и номер Договора | 19 апреля 2024г. № 70-2024-000172 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | SmartDrive |
| 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.* | – ТН1. Технологии комфортной и безопасной жизнедеятельности человека; |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | «Технологии новых и возобновляемых источников энергии, включая водородную энергетику» |
| 4 | **Рынок НТИ** | HomeNet |
| 5 | **Сквозные технологии** | "Технологии создания новых и портативных источников энергии" |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Leader ID:  - ФИО:  - телефон:  - почта: |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 | 6055948 | Анисимова Виктория Романовна | Руководитель проекта | +7 926 991 44 81  a9269914481@gmail.com |  | Студент 2-го курса бакалавриата | | 2 | 6084216 | Возженикова Ева Андреевна | Помощник руководителя | +7 912 254 09 28 |  | Студент 2-го курса бакалавриата | | |
|  | **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* | Гаджет «Smart Drive» представляет собой бортовой компьютер с общими функциями GPS-навигатора, фитнес-трекера, отслеживанием базовых показателей состояния средства, защитой от взлома и освещением, вызовом экстренных служб в случае падения, а также дополнительными функциями определения людей в измененном состоянии и определения количества людей на средстве индивидуальной мобильности для шеринговых электросамокатов и электровелосипедов. Кроме того, гаджет может подключаться к телефону, что позволяет использовать различные приложения для улучшения своей тренировки и располагает функцией искусственного интеллекта, анализирующего обстановку вокруг (люди и т.д.) и в соответствии с этим регулирующего скорость транспортного средства. |
|  | **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* | Создание умного гаджета для средств индивидуальной мобильности «SmartDrive» – это проект, который призван облегчить жизнь людям, которые занимаются велоспортом и пользуются самокатами и велосипедами в повседневной жизни. Гаджет представляет собой инновационное устройство, которое позволяет пользователям контролировать свои показатели здоровья, строить навигационный маршрут, предоставляет возможности защиты от взлома и освещения, обеспечивает безопасность поездки, а также делает спорт более доступным, интересным и эффективным. |
| 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* | 1. Проблема безопасности: неправильное использование для передвижения велосипеда или электросамоката часто приводит к травмам и увечьям окружающих или самого водителя, а так же может нанести вред чужому имуществу. 2. Проблема навигации: часто в связи со сложным устройством транспортных путей и плотной застройкой городов пользователям, использующим велосипеды или электросамокаты для передвижения, тяжело безопасно и быстро доехать до пункта назначения. 3. Проблема неэффективных тренировок: тем, кто проводит тренировки посредством езды на велосипеде, а также профессиональным спортсменам тяжело отслеживать продуктивность своих занятий без специальных средств отслеживания активности 4. Защита транспортного средства: пользователи с частой периодичностью сталкиваются с утерей или кражей своих или арендованных транспортных средств 5. Неприспособленность транспортных средств к изменениям окружающей среды: поездка на велосипеде или электросамокате значительно затрудняется при плотном движении на дорогах, в темное время суток |
| 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.)* | Рынок B2B. Юридические лица: Сервисы аренды самокатов/велосипедов; производители самокатов/велосипедов; магазины спортивных товаров.  Рынок B2C. Физические лица: Люди от 14 до 50 лет, любого пола, которые придерживаются спортивного образа жизни, пользуются велосипедами/самокатами, как постоянным средством передвижения. |
| 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* | GPS-технологии и навигационные системы, инновационные спортивные технологии, программное обеспечение, технологии освещения, защита от взлома, искусственный интеллект, спидометр, акселерометр и гироскоп. |
| 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.* | ПРОДУКТ   1. Продажа устройства. Клиенты могут приобрести устройство «SmartDrive» в магазинах спортивных товаров или заказать напрямую с сайта. 2. Партнерство с сервисами аренды велосипедов и самокатов. Устройство «SmartDrive» может быть установлено на каждый самокат и велосипед, сдаваемый в почасовую аренду. 3. Услуги технической поддержки. Компания может предоставлять услуги технической поддержки клиентам, которые столкнулись с проблемами при использовании устройства или программного обеспечения. 4. Разработка дополнительных функций и приложений. Компания может разрабатывать дополнительные функции и приложения для устройства, которые могут быть проданы клиентам отдельно. 5. Проведение маркетинговых кампаний и рекламных акций. Компания может проводить маркетинговые кампании и рекламные акции для привлечения новых клиентов и увеличения продаж устройства. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Прямых конкурентов не выявлено. На данный момент рынок устройств для велосипедов и самокатов ограничивается девайсами с одной-двумя функциями. Подобного продукта на рынке нами не найдено.  Косвенные конкуренты (несколько схожих функций): Stern, iCradle COBI, GPS-навигатор Garmin, IGPSPORT IGS618 Bundle, Wahoo ELEMNT BOLT v2, CooSpo BC200 |
| 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* | Данный товар является уникальным, конкуренты отсутствуют. Однако, по данным опросов данный товар был бы востребован среди потребителей широкой аудитории. Данный продукт сочетает в комплексе все функции конкурентов и является отечественной разработкой. |
| 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.)** *(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* | На отечественном рынке спортивных товаров в 2023 году наблюдался устойчивый рост спроса на велосипеды (+8% от прошлого года) и электросамокаты (+15% от прошлого года) по данным маркетингового анализа «Аналитика спроса на велосипеды, самокаты и моноколеса», проведенного в 2023 году платформой для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов малых, средних и крупных компаний vc.ru. Увеличивается также доля импорта велосипедов и электросамокатов в Россию, что также свидетельствует о высоком спросе на эти категории товаров. Т.к. предлагаемый товаров является уникальным и востребованным, а расчет показывает его рентабельность, можно считать выпуск данного продукта реализуемым, прибыльным и перспективным. |
|  | **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* | Проект по созданию умного устройства для велосипедов и самокатов относится к технологическому направлению проектов. Для его реализации необходимо использовать различные технологии, такие как датчики и технологии фитнес-трекинга, GPS технологии и навигационные системы, системы защиты и безопасности, технологии освещения и искусственного интеллекта, мобильные технологии. В целом, проект такого рода требует профессиональных знаний в области технологий и инженерии, а также маркетинговых и бизнес-навыков для успешного продвижения продукта на рынке. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\**  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные параметры:  1. Необходимо создать команду специалистов по разработке устройств, программного обеспечения, маркетингу, продажам и логистике.  2. Разработать план производства и распределения устройств.  3. Заключить договора с поставщиками компонентов, изготовителями и логистическими компаниями.  Производственные параметры:  1. Необходимо создать прототип устройства и провести тестирование его функциональности.  2. Организовать производство устройств в соответствии с допустимыми стандартами качества.  3. Вести контроль над производственным процессом и обеспечить своевременное выпускание продукции.  Финансовые параметры:  1. Рассчитать себестоимость устройства, учитывая все затраты на разработку, производство, маркетинг, логистику и дистрибуцию.  2. Разработать ценовую стратегию и определить рекомендуемую розничную цену устройства.  3. Проанализировать рынок и спрос на подобные устройства, чтобы определить потенциальную прибыль и окупаемость проекта.  Партнерские возможности:  1. Сотрудничество с производителями велосипедов и самокатов для интеграции устройства в их продукцию.  2. Сотрудничество с сервисами аренды самокатов и велосипедов.  2. Партнерство с онлайн-розничными платформами для продажи устройства.  3. Сотрудничество с сервисными центрами для обслуживания и ремонта устройства.  4. Размещение рекламы и спонсорство на спортивных мероприятиях и фитнес-турах для продвижения устройства. |
| 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.)* | У большинства конкурентов, присутствует только часть представленных в нашем продукте функций. Ни один из конкурентов в себе все функции не сочетает. |
| 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 пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | 1.GPS-технологии и навигационные системы:  Разработка высокоточного GPS-приемника с быстрым временем нахождения сигнала и высокой стабильностью.  Создание интегрированной навигационной системы с точными картами и возможностью определения маршрутов и точек интереса.  Тестирование и калибровка GPS-модуля для обеспечения надежной и точной работы в различных условиях, включая плохую видимость и плотную городскую застройку.  2.Инновационные спортивные технологии:  Разработка датчиков и алгоритмов для отслеживания физической активности пользователя, включая датчик измерение пульса, расстояния, скорости и калорийного сжигания.  Интеграция аналитики данных для предоставления пользователю детальной информации о его тренировках, включая графики, диаграммы и рекомендации.  3.Программное обеспечение:  Разработка мобильного приложения для синхронизации и управления функциями "Smart Drive" с помощью смартфона.  Создание интерфейса пользователя с интуитивно понятными и удобными настройками и функциями.  4.Технологии освещения:  Разработка светодиодных светильников и светодиоидных указателей с высокой яркостью и низким энергопотреблением для обеспечения безопасности и видимости в темное время суток.  Интеграция системы автоматического освещения, реагирующей на изменения освещенности и движение, для увеличения комфорта и безопасности во время вождения или тренировок.  5. Искусственный интеллект:  Разработка и интеграция ИИ, способного с высокой точностью эффективно распознавать изменения дорожного движения, потенциальные опасности и препятствия на дороге, дорожные знаки, плотность потока пешеходов, количество водителей (при использовании электросамокатов) |
| 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* | Организационно, кадрово и материально проект проработан на 30%.  Постоянные расходы:   1. Аренда помещения: 90.000 2. Зарплата работников, не связанных напрямую с производством: 160.000 3. Налоги и страховые взносы: 30%. 4. Амортизация оборудования и инструментов: 150.000. 5. Расходы на маркетинг и рекламу: 85.000. 6. Транспортные расходы на доставку готовой продукции: 60 000   Переменные расходы:  1. Сырье и материалы для производства гаджета: 1.000.000.  2. Зарплата для производственных работников: 500.000  Резервы: 1.000.000  Общие расходы проекта: 3.075.000 рублей |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия** *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | Проект соответствует следующим Стратегическим проектам, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:  - Стратегический проект 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпроект 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);  - Стратегический проект 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны» (Подпроект 2.3. «Исследование институциональных и экономических механизмов низкоуглеродного развития и формирования благоприятной среды (декарбонизация экономики)»).» |
| 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* | 1.Онлайн-реклама:  Реклама в социальных сетях, где можно точно настроить таргетирование аудитории по интересам, поведению и другим параметрам.  Рекламные баннеры на специализированных веб-ресурсах, связанных с транспортной тематикой, фитнесом и технологиями.  2.Поисковая оптимизация (SEO):  Оптимизация контента на веб-сайте и в блоге для высоких позиций в поисковых системах по ключевым запросам, связанным с GPS-навигацией, фитнесом и безопасностью вождения.  3.Создание контента в виде статей, обзоров и инструкций, которые будут полезны и интересны потенциальным пользователям.  Партнерские программы:  4.Сотрудничество со спортивными компаниями и магазинами, где можно продвигать гаджет как дополнительное оборудование или аксессуар  5.Партнерство с фитнес-клубами и магазинами, а также компаниями, связанными с арендой велосипедов и электросамокатов, для продвижения фитнес-трекера и спортивных функций устройства.  6.Продажи через популярные онлайн-площадки для расширения аудитории и увеличения видимости продукта.  7.Прямые продажи и демонстрации:  Организация презентаций и демонстраций продукта в специализированных магазинах, выставках и мероприятиях, связанных со спортивной тематикой.  8.Прямые продажи через собственные точки продаж или партнерские точки, где пользователи смогут получить консультацию и поддержку от профессионалов. |
| 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* | Каналами сбыта могут быть:   1. *Сотрудничество с розничными сетями и специализированными магазинами по продаже гаджетов, автомобильных аксессуаров и спортивного инвентаря.*   *Это позволит расширить охват аудитории и обеспечить доступность продукта для покупателей в реальном мире.*   1. *Онлайн-площадки электронной коммерции:*   *Продажи через популярные онлайн-площадки где пользователи могут увидеть продукт и сделать покупку.*  *Это позволит увеличить объем продаж за счет большого количества потенциальных покупателей.*   1. *Прямые продажи и демонстрации:*   *Организация презентаций и демонстраций продукта в специализированных магазинах и мероприятиях по фитнесу и спорту.*   1. *Продажи через собственные точки продаж или партнерские точки, где пользователи смогут получить консультацию и поддержку от экспертов.* 2. *Продажа через собственный сайт* |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **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* | 1.Навигация и безопасность: GPS-навигатор, искуственный интеллект и встроенное освещение обеспечивают надежную навигацию и повышают безопасность пользователей во время тренировок и поездок на велосипеде или самокате. Это позволяет избежать заблуждений в незнакомых местах и уменьшить риск несчастных случаев в темное время суток и при непредсказуемой ситуации на дороге  2.Мониторинг активности и результатов тренировок: Функции фитнес-трекера позволяют пользователям отслеживать свою активность, анализировать результаты тренировок и улучшать свои спортивные достижения. Это помогает им более эффективно планировать тренировки и достигать своих целей физической подготовки.  3.Защита от кражи и сохранность данных: Встроенные меры защиты от взлома обеспечивают сохранность оборудования и ценных данных пользователей. Это дает им уверенность в сохранности своих устройств и личной информации во время использования продукта. |
| 26 | **«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 11)* | Проблема: Опасность и неудобство использования смартфона во время езды  Велосипедисты и пользователи электросамокатов используют смартфоны для навигации, фитнеса и связи, что отвлекает от дороги и создает опасность.  Решение: Гаджет «Smart Drive»   Встроенный GPS-навигатор и фитнес-трекер.  \* Подключение к смартфону для управления звонками, сообщениями и приложениями.  «Smart Drive»  - безопасный и удобный способ навигации, фитнеса и связи во время езды. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Вывод на рынок нашего продукта позволит указанной аудитории качественно, безопасно и технологично совершать поездки. |
| 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 пункте 16.* | Общие расходы проекта: 3.075.000 рублей  Срок окупаемости: 3 месяцев  Точка безубыточности: 66 гаджетов в месяц  По состоянию на начало 2021 года  доля людей в возрасте 14-60 лет составляет 64,5 % (примерно 93,079 миллионов)  Примерно 22 миллиона россиян часто используют велосипеды или электросамокаты для передвижения (15%)  Примерная доля россиян, использующих различные «умные» девайсы для поездок 8 миллионов (примерно 5% от всего населения). Данный показатель также имеет потенциал для роста. |
| 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* | В дальнейшем, планируется разработка дополнительных аксессуаров, спортивного инвентаря, сопрягаемого с гаджетом и улучшающего качество тренировок, который является также дополнительной статьей дохода. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ:**

*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu> )

|  |  |
| --- | --- |
| **Фокусная тематика из перечня ФСИ**  (<https://fasie.ru/programs/programmastart/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) | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **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 | |
| **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»** |  |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

***Календарный план проекта:***

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