**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

| 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\*** | Эко-кафе “Природный дворик” |
| 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* | Проект Эко-кафе. создание экологического кафе, для людей которые ведут спортивный образ жизни, использующих мобильное приложение кафе. |
| 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-Leader ID-ФИО-телефон-почта |
| 7 | Команда стартап-проекта

| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность(при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  4240802 | Абрамова А.В. | Арт-дизайнер | 89969496141abramovo04@mail.ru |  |   |
| 2 | U1824284 | 4805531 | Афанасьева М.Р. | Кофе-носильщица, рабочая)  | 89021040856Shumeleva2013@mail.ru |  |  |
| 3 | U1824443 | 6110264 | Шахбазов Р.И. | Филантроп, финансист, бухгалтер, motivation-менеджер,  | 89376619513chri\_9@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* | Задачи проекта: Разработать спектр услуг для эко-кафеРазработать мобильное приложение кафе для онлайн заказовНе менее 5 оригинальных услугКонцепция интерьера на открытом воздухеХодовое меню с учетом семейного профиляЦель проекта:Предоставить целевой аудитории эко-кафе (без табака и алкоголи) на открытом воздухе с упором на экологичность, в контакте с природой, без вреда окружающей среде. |
|  | **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* | Экологически чистые продукты, привезенные из региона. Например, блюда из сезонных овощей, фруктов, бобовых, семян, кореньев.Также можно подавать вегетарианские и веганские блюда. Производство растительных продуктов, в отличие от мяса, наносит намного меньше вреда окружающей среде.Можно попробовать выращивать какие-то ингредиенты прямо на территории кафе.Приложение кафе, в котором можно будет ознакомиться с меню и сделать онлайн-заказ до посещения кафе с возможностью услуги бронирования и сервировки стола; сделать онлайн-заказ находясь в 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 продукт* | В Йошкар-Оле мало кафе, в которых продают здоровую пищу, и люди, заботящиеся о своем здоровье вынуждены питаться тем, что не нравится.  |
| 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.)*
 | Люди, которые придерживаются правильного питания и здорового образа жизни; (люди от 18 до 35 лет, имеющие средний и высший доход, проживающие в городе Йошкар-Ола)Родители, думающие о своем здоровье и здоровье своих детей. |
| 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* | 1)Информационная база данных 2)Онлайн меню заказов |
| 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.* | 1) Коллаборации с фитнес-центрами; спа-салонами; массажными салонами; центрами косметических услуг; 2) Брифинги, квизы, на экологические темы; темы здорового питания;3) Создание сообществ в социальных сетях Telegram, Вконтакте и др.4) Активное ведение соц.сетей и продвижение продукта засчёт публикации в соц.сетях контента |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. "Зеленый уголок" - уютное и стильное эко-кафе с большим ассортиментом вегетарианских и веганских блюд.2. "Эко-Бистро" - кафе с уникальным дизайном, специализирующееся на органической еде и напитках.3. "Столица" - кафе с домашней едой, средний чек 250 руб.4."Изба" - Средний чек 1500 ₽, Бизнес-ланч от 290 руб. Русская кухня, Европейская кухня, Вегетарианская кухня, Бизнес-ланч и тд. 5. "Простая Еда" - кафе, домашние готовые блюда, средний чек 500 руб. |
| 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* | Мы предлагаем своим гостям не только экологически чистые и натуральные продукты, но и рекомендации к заказу, основывающиеся на личных предпочтениях посетителя, его среднесуточной активности, а также целях (набор/снижение веса, поддержание массы тела) . Рекомендации можно получить в приложении кафе от специального обученного искусственного интеллекта. |
| 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* |  |
| **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* | Кафе будет готовить экологически чистые и “правильные” блюда за счёт простой термической обработки без использования масел, а также термически необработанные блюда. Продукцию можно будет заказать в самом кафе или в приложении. В приложение будет встроена база данных клиентов и искусственный интеллект, помогающий потребителю с заказом. |
| 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* |  |
| 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.)* |  |
| 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* |  |
| 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* |  |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* |  |
| 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* |  |
| 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* |  |
| 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* | В современном мире не у всех есть финансовая возможность правильно питаться , потому что даже отдельные продукты стоят дорого , не говоря уже о полноценных боксах , где рассчитано КБЖУ. Или же не питаются правильно , потому что думают , что правильное питание -это скучно , невкусно . С помощью данного кафе мы хотим доказать , что это совсем не так.  |
| 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)* | Люди, которые заботятся о своём здоровье, зачастую, - финансово-состоявшиеся мужчины от 25 лет. И когда люди начинают следить, в том числе, за своим питанием, проблема возникает не только с повседневным питанием, но и с питанием во время различной досуговой деятельности. Так как вопрос питания требует определённых знаний, времени, мотивации, а также навыков, для многих всё это становится время- и энергозатратно. Эко-кафе разом решает все вышеперечисленные проблемы: нужно просто сделать заказ. А вопрос мотивации решается тем, что посетить кафе всегда приятно. Также в кафе можно будет с пользой для себя и своего здоровья проводить отведённое на отдых время, посещая различные мероприятия в определённые дни.  |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Потребитель сможет выбирать размер порции блюда исходя из своей среднедневной физической активности, а также что именно есть (если взять, например, белок, то его можно получать из разных продуктов: из мяса, творога, бобовых, из яиц. У каждого продукта свой набор витаминов и микроэлементов, что позволит дополнительно балансировать питание). Также, если потребитель не обладает достаточными знаниями, он сможет получить рекомендации непосредственно в кафе или в приложении от специально обученного искусственного интеллекта. |
| 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* |  |
| 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* |  |