Приложение № 15 к Договору от № 70-2024-000218

ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | Стартап-проект «О! Афиша» | | | |
| **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.* | | | | | | Приложение для поиска мероприятий в Оренбургской области | | | |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | Информационные технологии и телекоммуникации | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | Большие данные и аналитика | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | * U1981939 * Leader ID 6357677 * Лапин Виктор Михайлович * +79867988900 * o714b12@voenmeh.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 | U1981939 | 6357677 | Лапин Виктор Михайлович | Full-stack разработчик | | +79867988900 | - | - |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **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 представляет собой веб-приложение, которое собирает и структурирует мероприятия для городов Оренбургской области. Позволяет организовать досуг для жителей или посетителей региона.  Цель: разработать веб-приложения для организации мероприятий в Оренбургской области.  Задачи:   * проанализировать деятельность пользователя; * разработать интерфейс для приложения; * разработать онбординг и средства поддержки пользователя; * систематизировать источники для поиска мероприятий; * разработать клиентскую и серверную часть приложения; * разработать бизнес-логику проекта.   Ожидаемые результаты:  Разработанное приложение, которое позволяет пользователям удобно и быстро находить желаемое мероприятие.  Потенциальный потребительский сегмент:   * организаторы – люди старше 18 лет, которые желают создавать мероприятия; * посетители – люди любого возраста, которые желают посетить мероприятия. |  |
|  | **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* | **Премиум-листинг мероприятий** – платная услуга, предложение организаторам возможность размещать свои мероприятия в разделе «Премиум», что обеспечит им большее внимание и видимость на сайте, а также возможность выделять свои мероприятия.  **Подписка на новости и предложения** - внедрение сервиса подписки, который позволит пользователям получать обновления о новых мероприятиях, акциях и скидках. Эксклюзивный контент или ранний доступ к билетам для подписчиков.  **Продажа билетов онлайн** - интеграция функционала для онлайн-продажи билетов на мероприятия. Это может быть широкая платформа для разных типов мероприятий, включая концерты, выставки, спортивные события и корпоративы.  Специальные предложения для организации мероприятий: **Пакеты услуг для корпоративных клиентов**, включая организацию праздников, тимбилдингов и других событий, а также специальные условия для постоянных клиентов.  **Реклама на сайте** – платная услуга, как возможность расширения для премиум-листинга мероприятия. Предложение организаторам мероприятий размещать баннерную или контекстную рекламу на вашем сайте. Тем самым они смогут продвигать свои мероприятия среди вашей аудитории.  **Системы лояльности и накопительные карточки**: Внедрение накопительной программы, где пользователи могут накапливать баллы за участие в мероприятиях, которые могут быть использованы для приобретения билетов на будущие события или получать скидки на услуги.  **Календарь событий с функцией напоминания**: Внедрите интерактивный календарь, в котором пользователи смогут добавлять интересующие их события и получать напоминания по электронной почте или через мобильное приложение. |  |
| 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* | Актуальность темы заключается в недостаточной структуризации афиширования мероприятий для локализованного участка – Оренбургской области.  Продукт покрывает недостаток афиширования мероприятий для Оренбургской области и позволяет обратить внимание на мероприятия в том числе детскую (до 6 лет) и подростковую (до 18 лет) аудиторию. |  |
| 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.)* | Потенциальный потребительский сегмент выражен следующими категориями пользователей:   1. Организаторы   Каждая подкатегория должна состоять из организаторов из Оренбургской области и иметь необходимую спецификацию для организации мероприятий. Возраст – более 18 лет, любого пола.   * 1. Крупные организаторы (например, от проекта «Культура РФ» и «Яндекс Афиша»)   2. Частные организаторы (например, частная выставка, не определенная в каких-либо проектах, но имеющая официальные документы, позволяющие создавать выставку);   3. Малые организаторы (например, корпоративы, встречи, детские утренники);  1. Посетители   Пользователи могут быть любого пола, возраста. Отличительная особенность – желание разнообразить досуг и удовлетворить культурную потребность. |  |
| 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* | Создание вашего продукта в области организации волонтёрской деятельности может основываться на нескольких научно-технических решениях и результатах. Направления:   1. **Платформенные технологии**:   Использование существующих платформ для разработки веб-сайтов - WordPress, в комбинации с плагинами для управления мероприятиями (например, The Events Calendar), что позволяет быстро и эффективно создать основу для сайта.   1. **Базы данных и системы управления**:   Реализация базы данных для хранения информации о волонтёрах, организаторах и мероприятиях с использованием SQL. Это позволит им легко регистрироваться на мероприятия и управлять информацией.   1. **Мобильные технологии**:   Создание адаптивного дизайна, используя фреймворки, такого как Next.js, чтобы сайт был доступен и на мобильных устройствах, улучшая взаимодействие пользователей.   1. **UX/UI-дизайн**:   Применение методов проектирования пользовательского интерфейса на основе научных принципов психологии восприятия и пользовательского опыта (UX). Исследования показывают, что простота навигации и визуальная привлекательность сайта увеличивают уровень вовлечённости.   1. **Аналитика и обратная связь**:   Использование инструментов аналитики - Google Analytics для отслеживания поведения пользователей на сайте и сбора обратной связи с целью его постоянного улучшения. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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. Описание ценности**  Веб-приложение предназначено для создания единой платформы, где пользователи могут:   * Находить информацию о различных мероприятиях в Оренбургской области (концерты, выставки, выставки, фестивали и т.д.). * Создавать и управлять собственными мероприятиями, получая доступ к аудитории. * Общаться друг с другом, оставлять отзывы и рекомендации, что формирует лояльное сообщество вокруг приложения.   **2. Способы получения прибыли**  Прибыль будет извлекаться через несколько потоков, указанных в пункте 9 паспорта проекта.  **3. Выстраивание отношений с потребителями**   * Поддержка клиентов: Создание службы поддержки, доступной для помощи пользователям и организаторам. * Обратная связь: Регулярные опросы пользователей и организаторов для улучшения функциональности и качества услуг. * Сообщество: Запуск форумов и групп в социальных сетях для пользователей и организаторов с целью обмена опытом и идеями.   **4. Взаимодействие с поставщиками**   * Партнёрство с организаторами мероприятий: Формирование базы организаторов мероприятий для представления их услуг на платформе. * Коллаборации с рекламными агентствами: Составление совместных предложений по продвижению мероприятий. * Сотрудничество с местными учреждениями: Поиск взаимовыгодных соглашений с культурными центрами, театрами, залами и другими учреждениями.   **5. Каналы привлечения пользователей**   * Целевая реклама в социальных сетях: Рекламные кампании на платформах, таких как Facebook и Instagram, нацеленные на людей, интересующихся культурой и досугом. * СЕО и контент-маркетинг: Оптимизация сайта и создание блога о событиях в Оренбурге для привлечения органического трафика. * Событийный маркетинг: Участие в мероприятиях и выставках для представления приложения и сбора обратной связи. * Публикации в местных СМИ: Пресс-релизы и статьи о запуске приложения в газетах и журналах для повышения общественного интереса.   **6. Привлечение финансовых и иных ресурсов**   * Инвестиции: Поиск грантов на технологии и развитие бизнеса, особенно если приложение будет направлено на глубокий анализ данных о мероприятиях. * Собственные средства: Инвестирование собственных средств основателя для начальной разработки и внедрения приложения. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. <https://orenburg.kassir.ru/> 2. <https://www.afisha.ru/orenburg/> 3. <https://afisha.yandex.ru/orenburg> 4. <https://oren.afishagoroda.ru/> 5. <https://56.ru/afisha/> |
| 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* | Мы предлагаем уникальное веб-приложение, которое не только облегчает поиск и организацию мероприятий, но и создает сообщество людей, стремящихся к интересному досугу. Вот почему вы должны выбрать нас:   1. **Уникальная платформа для местных мероприятий**: Наше приложение специально разработано для Оренбургской области, что позволяет откликаться на потребности местного сообщества и предлагать актуальные события, которые интересуют именно вас. 2. **Интуитивно понятный интерфейс**: Мы сделали навигацию по приложению простой и удобной, что позволяет быстро находить мероприятия по интересам, датам или местам, без необходимости тратить время на поиск среди ненужной информации. 3. **Полный спектр услуг для организаторов**: Наша платформа предлагает организаторам все необходимые инструменты для создания, управления и продвижения мероприятий. От продажи билетов до аналитики встреч — все, что нужно для успешной организации вашего события. 4. **Кастомизация и персонализация**: Мы понимаем, что каждый пользователь уникален. Наше приложение позволяет настраивать уведомления и рекомендации based на ваших интересах, что делает поиск мероприятий более персонализированным. 5. **Сообщество и взаимодействие**: У нас есть встроенные функции для взаимодействия между пользователями, включая возможность оставлять отзывы, делиться впечатлениями и обсуждать события с другими участниками. Это создает доверительное сообщество, в котором пользователи могут находить единомышленников. 6. **Поддержка и обучение**: Мы не просто предоставляем платформу — мы обучаем организаторов и пользователей, предоставляя ресурсы, советы и поддержку, чтобы сделать каждое событие успешным. |
| 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* |  |
|  | **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* | Основные технические параметры   1. **Мобильная адаптивность:**   **Описание**: Приложение должно быть полностью адаптивным для работы на мобильных устройствах различных форматов (смартфоны, планшеты).  **Обоснование**: Большинство пользователей предпочитают доступ к сервисам через мобильные устройства, поэтому высококачественная мобильная версия улучшит пользовательский опыт и привлечет больше активных пользователей.   1. **Интуитивно понятный интерфейс:**   **Описание**: Создание интерфейса с простым и понятным дизайном, минимизированным количеством шагов для выполнения задач (поиск, регистрация и т.д.).  **Обоснование**: Легкость и комфортность в использовании приложения важны для привлечения и удержания пользователей. Понятный интерфейс способствует быстрому обучению пользователей и снижает количество обращений за технической поддержкой.   1. **Мощные функции поиска и фильтрации:**   **Описание**: Разработка системы фильтров для быстрого поиска мероприятий по категориям, дате, месту, популярности и т.д.  **Обоснование**: Пользователи хотят быстро находить интересующие их мероприятия. Эффективный поиск способствует улучшению пользовательского опыта и увеличивает вероятность участия в мероприятиях.   1. **Интеграция социальных сетей:**   **Описание**: Возможность делиться событиями, приглашать друзей и оставлять отзывы через социальные сети.  **Обоснование**: Социальные сети играют важную роль в дистрибуции контента и вовлечении пользователей. Интеграция с популярными платформами помогает увеличить охват и привлечение новых пользователей.   1. **Система уведомлений:**   **Описание**: Реализация системы push-уведомлений и уведомлений по электронной почте о предстоящих мероприятиях, изменениях в расписании и новых событиях.  **Обоснование**: Уведомления поддерживают связь с пользователями и способствуют повышению вовлеченности, напоминая им о событиях, которые могут их заинтересовать.   1. **Поддержка онлайн-оплаты:**   **Описание**: Внедрение системы для безопасной online-оплаты билетов и услуг, с поддержкой популярных банковских карт и электронных платежных систем.  **Обоснование**: Удобство оплаты — ключевой фактор для пользователей, желающих участвовать в мероприятиях. Безопасная и простая система онлайн-оплаты значительно повышает вероятность успешных продаж.   1. **Аналитика и статистика:**   **Описание**: Внедрение инструментов для отслеживания пользовательского поведения, анализа посещаемости мероприятий и их популярности.  **Обоснование**: Понимание данных помогает организаторам оптимизировать свои мероприятия, а также улучшать условия для пользователей. Аналитика также позволит предлагать индивидуальные рекомендации. |
| 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* |  |
| 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 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)\*** | Проблема решается полностью. Путём организации источников по уже созданным мероприятиям, а также привлечением организаторов со стороны. Но поднимается другой вопрос – привлечение посетителей и интеграция новых сервисов в веб-приложение. В рамках проекта "Разработка веб-приложения для организации мероприятий в Оренбургской области" решается несколько |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с*  *помощью стартап-проекта* | ключевых проблем:  **Недостаток информации о мероприятиях**: Часто жители и гости региона не знают, какие события происходят в их городе или области, что затрудняет выбор досуга.  **Сложности в организации мероприятий**: Организаторов мероприятий могут смущать вопросы логистики, рекламы и поиска нужной аудитории, а веб-приложение поможет структурировать эти процессы.  **Отсутствие централизованного ресурса**: На данный момент может отсутствовать единая платформа, где пользователи могли бы найти все доступные мероприятия, что приводит к дублированию услуг и нехватке информации.  **Трудности в взаимодействии организаторов и посетителей**: Приложение может облегчить связь между этими двумя группами, обеспечивая им удобную коммуникацию. |
| 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)* | Держателями проблемы являются два сегмента пользователей:  **Организаторы мероприятий**: Это люди старше 18 лет, которые инициируют и руководят созданием мероприятий. Их мотивации включают:   * Желание привлечь больше участников на свои мероприятия. * Необходимость в эффективных инструментах для рекламы и управления мероприятиями. * Возможность наладить связь с аудиторией и потенциальными партнерами.   **Возможности решения проблемы**:  Веб-приложение даст организаторам доступ к обширной пользовательской базе и удобным инструментам для создания и продвижения мероприятий.  Система может предлагать аналитические данные о посещаемости и интересах аудитории.  **Посетители мероприятий**: Люди любого возраста, желающие провести время с пользой. Их мотивации включают:   * Поиск интересных и уникальных событий. * Удобство в планировании досуга.   **Возможности решения проблемы**:  Пользователи смогут быстро находить мероприятия по фильтрам (по дате, типу, местоположению и т.д.).  Приложение предложит персонализированные рекомендации на основе интересов пользователей. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | Способы решения проблемы включают:   1. **Анализ пользовательской деятельности:** Проводится исследование целевой аудитории для выявления их потребностей, предпочтений и способов взаимодействия с приложением. Это поможет создать более адаптивный и удобный интерфейс. 2. **Разработка интерфейса приложения:** Создание интуитивно понятного и привлекательного интерфейса, который позволит как организаторам, так и посетителям легко находить информацию и взаимодействовать с функционалом приложения. 3. **Онбординг и поддержка пользователя:** Процесс внедрения новых пользователей в использование приложения через обучающие модули и доступные средства поддержки 4. **Систематизация источников для поиска мероприятий:** Использование различных источников информации (социальные сети, афиши, организации и т.д.) для наполнения приложения актуальными мероприятиями, а также создание механизма для обратной связи и предложения пользователями собственных событий. 5. **Разработка клиентской и серверной части приложения:** Это обеспечит надежную работу приложения, безопасность хранения данных пользователей и масштабируемость для будущих обновлений. 6. **Разработка бизнес-логики проекта:** Определение ключевых бизнес-процессов и правил, которые обеспечивают взаимосвязь между организаторами мероприятий и посетителями, а также создание системы монетизации (например, платные рекламы организаторов, платные функции). |
| 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.* |  |
| 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* |  |

ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ

НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ:

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ ([https://fasie.ru/programs/programma-](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php)  [start/fokusnye-tematiki.php](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) | | | | | | |
|  | | | | | | |
|  | **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 проекта:***

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2 |  |  |  |
|  |  |  |  |