**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» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | «Lapti» |
| 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.* | *- ТН2. Новые материалы, оборудование и производственные технологии.* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1753783  - 3550357  - Корниенко Константин Алексеевич  - +79850921781  - kreephatesyou@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 | U1753787 | 3555005 | Столяров Егор Сергеевич | генератор идей и ответственный за дизайн | 8-996-961-41-61  Shk.Yegor@yandex.ru | - | - | | 2 | U1753786 | 4988950 | Ратников Арсений Борисович | исследователь рынка | 8-901-759-50-66  arsenijratnikov@gmail.com | - | - | | 3 | U1753788 | 3554370 | Осмоловский Иван  Владимирович | маркетолог | 8-909-153-99-72  ivvladim2000@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* | Проект представляет собой идею переработки шин в резину для создания прочной резиновой обуви.  Цель: создать производство бюджетной резиновой обуви для всех слоев населения и, перерабатывая использованные шины, уменьшить вред окружающей среде.  Задачи:   1. Организовать полную переработку шин до резины, как основного материала производства; 2. Использовать полученную резину для формовки обуви.   Предполагается занять от 5% рынка резиновой обуви с потенциальной целевой аудиторией до 20 млн человек преимущественно в сельской местности и местности с повышенными осадками. |
|  | **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* | Прочная резиновая обувь из переработанных шин. |
| 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* | Необходимость в водостойкой прочной обуви. |
| 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 рынок: Семьи с детьми (детская резиновая обувь);  Садоводы;  Рыбаки;  Жители местности с повышенной влажностью и осадками;  Строители;  B2B рынок:  Строительные компании. |
| 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. Технология переработки шин представляет пропуск сквозь промышленный шредер и криогенный процесс (при температурах -60 ... -90 °С), позволяющий отделить резину, металл и текстиль.  2. Производство обуви методом формования на жестком дорне. |
| 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.* | Мы собираемся продавать наш продукт через интернет-магазины. Мы планируем избежать большого количества посредников для минимизации наценки на нашу продукцию. Интернет-магазины и таргетированная реклама будут основными каналами продвижения. После запуска производства и продаж будет проще понять, какие именно меры будут резоннее для дальнейшего развития. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1) Вездеход ЛПО, Лосино-Петровский  2) Дарина, Воткинск  3) Дюна-АСТ, Астрахань  4) ИСКОЖ, Киров  5) Сардоникс, Астрахань  6) Рокс Н  7) Crocs  8) Fortmen  9) Nordman  10) Следопыт |
| 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* | 1)Экологическая ценность: резиновая обувь, изготовленная из переработанных материалов, способствует сокращению использования новых природных ресурсов и снижению загрязнения окружающей среды, так как не требует добычи и переработки резины из исходных сырьевых материалов.  2)Утилизация отходов: переработка резиновых отходов, таких как шины или старая резиновая обувь, в новую обувь помогает уменьшить объем отходов и сохранить природные ресурсы.  3)Устойчивость: резиновая обувь из переработанных материалов обладает высокой прочностью и износостойкостью, что делает ее долговечной и долго сохраняющей свою форму и функциональность.  4)Удобство и комфорт: резиновая обувь обычно очень удобная, легкая и гибкая, что позволяет ноге свободно двигаться и дышать. Кроме того, резиновая обувь хорошо защищает от влаги, что делает ее идеальным вариантом для использования в дождливую и сырую погоду.  5)Разнообразие дизайнов: резиновую обувь можно производить в различных стилях и дизайнах, чтобы соответствовать разным потребностям и предпочтениям потребителей. Это позволяет сделать ее более привлекательной и модной, и в то же время экологически устойчивой.  В целом, резиновая обувь из переработанных материалов представляет собой удобный, прочный, устойчивый к влаге и экологически дружественный вариант обуви, который помогает снизить негативное влияние на окружающую среду и позволяет потребителям сделать осознанный выбор при покупке обуви. |
| 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* | Сильные стороны:  1)Экологическая ответственность: производство обуви из переработанных материалов демонстрирует заботу о природе и защите окружающей среды, что позволяет привлечь экологически осознанных потребителей.  2)Уникальность продукта: обувь из переработанных материалов может иметь оригинальный дизайн и стиль, что может привлекать внимание покупателей, искавших нечто особенное.  3)Конкурентные преимущества: использование переработанных материалов может уменьшить издержки на сырье и производство, что в свою очередь позволяет компании предлагать продукцию по более конкурентоспособным ценам.  Слабые стороны:  1)Ограниченный доступ к переработанным материалам: возможность получить достаточное количество переработанных материалов для производства обуви может представлять сложности и потребовать дополнительных затрат на их поиск и закупку.  2)Сложности с построением бренда: в начале пути компании ей может быть сложно построить узнаваемость и доверие к своему бренду на рынке, особенно среди уже установленных конкурентов.  3)Если рынок еще не настроен на восприятие продукции из переработанных материалов, может потребоваться больше времени и усилий для образования аудитории и создания спроса на такие товары.  Возможности:  1)Растущая экологическая осознанность: с увеличением интереса к экологически ответственным товарам и услугам, компания может использовать эту тенденцию в свою пользу, чтобы привлечь потребителей.  2)Возможность партнерства: сотрудничество с другими организациями или производителями переработанных материалов может помочь обеспечить надежные поставки необходимых ресурсов для производства.  3)Продвижение лояльности клиентов: компания имеет возможность построить лояльность и долгосрочные отношения с покупателями, предлагая им высококачественную обувь из переработанных материалов по доступным ценам. |
|  | **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 резиновой обуви, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению, могут быть следующими:  1. Водонепроницаемость: в тематическом направлении, связанном с работой во влажных условиях, важным техническим параметром является водонепроницаемость резиновой обуви. Она должна быть способна защищать ноги от проникновения влаги и воды, чтобы предотвратить неприятные ощущения и развитие болезней стопы.  2. Устойчивость к различным воздействиям: резиновая обувь должна быть устойчивой к воздействию различных химических веществ, нефтепродуктов, кислот, щелочей и т.д. Такая устойчивость может быть обеспечена специальной формулой резины, которая делает обувь непроницаемой для этих веществ.  3. Качество резины: резиновая обувь должна быть изготовлена из высококачественной резины, которая обеспечивает хорошую прочность и износостойкость. Это особенно важно в тематическом направлении, связанном с требованиями безопасности и защитой от опасных условий.  4. Противоскользящая подошва: в тематических направлениях, связанных с работой на скользких поверхностях, важно, чтобы резиновая обувь обладала противоскользящими свойствами. Подошва должна иметь особую шероховатость или рифление, чтобы обеспечить надежное сцепление с поверхностью и предотвратить возможные падения и травмы.  5.Эргономичность и комфорт: важным техническим параметром резиновой обуви является ее эргономичность и комфортность. Она должна быть удобной для ношения в течение длительного времени, не вызывая натирания и дискомфорта. Комфорт может быть обеспечен путем использования специальных амортизирующих материалов или систем поддержки стопы.  6. Использование вторсырья: важным аспектом нашего продукта является применения вторсырья как основного материала для производства. Этот аспект позволяет уменьшить издержки производства и загрязненность окружающей среды использованными покрышками.  Все эти технические параметры обеспечивают конкурентоспособность резиновой обуви, поскольку они делают ее надежной, безопасной и удобной для использования в данном тематическом направлении. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Мы силами своей команды можем проработать идею, концепцию, но нам необходимо больше знаний и профессионалы различных областей. Обязательные и необходимые меры:  Инвестиционная поддержка: поиск инвесторов для старта и продвижения производства.  Найм и управление персоналом: привлечение специалистов в области производства резиновой обуви, административного управления, маркетинга и других профильных областей. |
| 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.)* | Основные потенциальные преимущества над ведущими брендами резиновой обуви могут включать следующие характеристики:  Комфорт: продукт может иметь удобную посадку, мягкую подошву, хорошую амортизацию, поддержку и анатомическую форму. Это обеспечит комфорт при использовании обуви и снижение усталости ног.  Дизайн: уникальный и привлекательный дизайн может привлечь внимание покупателей и выделиться на рынке.  Цена: сравнительно низкая стоимость продукта по сравнению с аналогами может быть важным конкурентным преимуществом. Бренд может снижать затраты на производство или иметь более эффективную систему снабжения, что позволяет предложить более доступные цены без ущерба для качества продукта. |
| 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* | Для создания резиновой обуви из переработанной продукции необходимы следующие научно-техническое решение и результаты:  Методы переработки: нужно проработать и выбрать эффективные и экологически безопасные методы переработки резиновых отходов.  Разработка рецептуры: на основе результатов исследования свойств материала нужно разработать оптимальную рецептуру для создания резиновой обуви. Это включает определение оптимального соотношения переработанного материала и других компонентов, таких как упрочнители, мягчители, красители и др.  Моделирование и проектирование обуви: с использованием разработанной рецептуры необходимо провести моделирование и проектирование резиновой обуви. Это включает создание ее формы, размеров и конструкции.  Технологический процесс производства: разработка технологического процесса производства резиновой обуви на основе разработанной рецептуры и проекта. Включает определение последовательности операций, используемого оборудования и условий производства.  Тестирование и сертификация: после производства образцов резиновой обуви из переработанной продукции необходимо провести их тестирование для проверки соответствия требованиям безопасности, качества и долговечности. Также возможно потребуется сертификация обуви, чтобы убедиться в соответствии стандартам качества и безопасности. |
| 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* | Сформулирована концепция. По результатам прохождения акселератора можно отметить частичную готовность осуществить нашу идею в нынешних реалиях. Единственное, с чем могут возникнуть проблемы на первых этапах - материальные средства и кадры. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Экологическая стабильность и устойчивость: использование переработанных материалов в производстве обуви позволяет снизить воздействие на окружающую среду и уменьшить количество отходов.  Инновационность и технологическое развитие: исследования новых материалов и разработка новых технологий в области переработки и производства резиновой обуви требуют развития научных и технических знаний и навыков.  Улучшение качества жизни и комфорта: создание резиновой обуви из переработанных материалов может быть связано с улучшением качества жизни населения, предоставляя им экологически чистый и комфортный вариант обуви.  Все эти пункты дают уверенность в том, что наш проект соответствует всем нынешним приоритетам.  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\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Маркетинговая стратегия для продвижения продажи резиновой обуви из переработанных материалов может включать следующие каналы продвижения:  продажа товара в онлайн магазинах  продвижение товара через социальные сети  сотрудничество с брендами и блогерами  сотрудничество с магазинами обуви, рыболовной и охотничьей одежды.  сотрудничество со строительными компаниями  Аргументы в пользу выбора данных каналов продвижения:  Онлайн-магазины и социальные сети эффективны в плане охвата аудитории, особенно молодой, которая активно использует интернет для покупок и общения.  Сотрудничество с популярными брендами и блогерами позволит использовать их авторитет и лояльность своей аудитории для продвижения продукции.  Магазины специализированной одежды и обуви ориентированы на целевую аудиторию, которая уже проявляет интерес к устойчивым и экологичным товарам. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Онлайн-магазины. Это позволит достичь широкой аудитории потребителей, в том числе за пределами географических рамок. Кроме того, онлайн-магазины обычно имеют низкие накладные расходы, что снижает стоимость продукции.  Сотрудничество с экологическими организациями и магазинами: Партнерство с организациями, занимающимися экологической деятельностью или продавцами, специализирующимися на экологически чистых продуктах, позволит достичь целевой аудитории, которая ценит экологически ответственные товары.  Благотворительность: возможность пожертвовать некоторое количество пар такой обуви нуждающимся в этом людям выставит наш бренд с хорошей стороны, увеличит популярность и продажи обуви. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Найти качественную обувь по критериям прочности, водостойкости, износостойкости и ценовому параметру. |
| 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* | Наш продукт позволяет полностью решить проблему поиска необходимой прочной и водостойкой обуви. |
| 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)* | Обильные осадки и грязь заставляют людей искать для себя водостойкую обувь. Для некоторых из них также очень важна прочность. Резиновая обувь позволяет забыть об этих проблемах благодаря своим качествам. Это именно то, что люди могут искать, сталкиваясь со своими проблемами. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Водостойкая резиновая обувь полностью закрывает необходимость в дальнейшем поиске подобной обуви, то есть проблема потребителя будет решена. |
| 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.* | Наша цель – минимум 5% рынка резиновой обуви. Сам рынок является маленьким по сравнению с кожаной обувью, но конкуренция является серьезным аспектом. Рентабельность бизнеса может быть обоснована дешевым сырьем и относительно недорогим производством, что и позволит нам запустить линейку бюджетной резиновой обуви. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Привлечь специалистов, в первую очередь химиков и инженеров, для более подробного изучения возможностей производства и переработки шин.  В дальнейшем, наладить сотрудничество с компанией «Вездеход ЛПО» и производство в Московской области. После – открытие множества самостоятельных точек производства, масштабирование бизнеса. |