**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\*** |  |
| 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.* | *- ТН3. Медицина и технологии здоровьесбережения.* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID  - Leader ID: 924059  - Ибрагимов Рамазан Рамильевич  - +79637841469  - tatar\_malai52@mail.ru |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 |  | 1507367 | Парфёнов Александр Сергеевич | аналитик/специалист | +79152183175,  parfyonow188@gmail.com | Высшее образование | | 2 |  | 924059 | Ибрагимов Рамазан Рамильевич | лидер/генератор идей | +79637841469, tatar\_mamai52@mail.ru | Высшее образование | | 3 |  | 849613 | Солтанов Исмаил Г. | душа компании | 8-996-960-70-20, Ismail.soltanov01@mail.ru | Высшее образование | | |
|  | **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* | Цель: разработать к 2030г портативное устройства для исследования функций внешнего дыхания. Задачи: -анализ отечественного и зарубежного опыта в сфере превентивной медицины. - оценить рынок превентивной медицины в России - повышение мотивации у граждан к сохранению собственного здоровья  - повышение продуктивности превентивной медицины в России |
|  | **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* | Мы хотим, чтобы наш проект существовал в виде производства портативных датчиков дыхания. Данный продукт поможет больным с ХОБЛ и людям с никотиновой зависимостью контролировать состояния объёма лёгких, что является основным фактором определения тяжести протекания болезни лёгких. При негативном изменении считываемых показателей, прибор будет подавать звуковой и световой сигнал, а также графическое изображение данных в виде таблиц. Контроль позволит своевременно обратиться за профильной медицинской помощью в случае ухудшения состояния.  Датчик оснащён Bluetooth-модулем, который передаёт информацию с датчика на мобильное устройство пользователя (ноутбук, планшет, телефон). |
| 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* | Проблема заключается в трудности диагностики и лечения ХОБЛ. ХОБЛ 1 и 2 степеней протекает бессимптомно до определённого возрастного периода (50 лет), при этом сами симптомы: отдышка после физических нагрузок, сухой кашель, - могут быть приняты человеком за симптомы простуды или ухудшения физической формы. Это значительно снижает скорость принятия решений при оказании медицинской помощи, например в экстренной ситуации, потому что люди, страдающих заболеванием на ранних стадиях, несвоевременно обращаются за медицинской помощью. |
| 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.)* | Потенциальные потребители нашего продукта – это курящие мужчины, средним возрастом от 56-57 лет и курящие женщины возрастом 40-50 лет. Уровень образования - среднее профессиональное и высшее. Потребительский сегмент рассматривался на территории Москвы и Московской области. |
| 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* | Представленный аппарат работает на принципе регистрации изменения объёма грудной клетки. С помощью 3-осевого гироскопа устройство определяет объём лёгких при вдохе и выдохе. Микросхема прибора определяет вектор силы тяжести и скорости вращения,  высчитывает угловую скорость и ускорение, с помощью чего определяется  положение датчика в пространстве. |
| 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.* | - Использование доступных СМИ, в частности, печатной продукции  -участие в российских тендерах на оказание медицинских услуг и пр.  - Проведение маркетинговых исследований по проекту с целью усовершенствования продукта.  - В2G: предоставление автоматизированных сервисов для учета и контроля показателей здоровья граждан в рамках нормативной базы по охране труда и здоровья. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Heal Be, newtopia(фитнес-советники),  традиционные медицинские организации,  яндекс-доктор, компания EINSTEIN, Betford Scienfic, китайская компания Contec Medical Systems Co., Ltd, China. |
| 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* | Отечественный продукт(усредненная стоимость);  Высокое качество продукта и точное измерение данных;  Стильная и удобная в хранении форма устройства (поместиться в маленькой сумочке) |
| 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* | Реализуемость проекта превентивной медицины кажется нам устойчивым по некоторым факторам: Сфера превентивной медицины с использованием технических устройств в РФ только начинает популяризироваться, наличие медицинских институтов и лабораторий для разработок, сравнительная дешевизна. |
|  | **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* | Технические характеристики: мелко-габаритное устройство с высокой точность и скорость измерения. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные параметры бизнеса заключаются в распределении организационных и административных полномочий между организаторами бизнеса. При этом каждый организатор будет являться ответственным за определённую деятельность. |
| 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 конкурентные преимущества продукта заключаются в доступности: цена за устройство – 11 тысяч рублей, что вдвое ниже, чем у зарубежных аналогов (цена 26 тысяч рублей), портативность и удобство: за счёт применяемой технологии отсутствует необходимость в применении респираторов и дыхательных трубок, помехозащищённость (возможность работы при изменении положения в пространстве) |
| 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* | Технические параметры устройства:   * Питание от 2 батареек 1,5 V; * Размеры: 85\*53\*17мм * Наличие Bluetooth – модуля передачи данных и контроллера; * Энергонезависимая память EEPROM. |
| 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* | В рамках стартап-проекта проработаны технические характеристики устройства ( его размеры, основные компоненты и программное обеспечение), а также организационное и материальное обеспечение (создана структура организации, её состав, логистические каналы сбыта и поставок). |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Датчик дыхания представляет собой уникальный медицинский продукт, который позволяет предоставить медицинскую информацию своего владельца. Направление Хелснет подразумевает создание медицинского продукта или  услуги, способные улучшить здоровье или качество жизни своего владельца, функционируя в рамках рынка здравоохранения. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Каналами продвижения будущего продукта является реклама в средствах массовой информации (радио, телевидение, печатные издания), а также в сети Интернет. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Каналами сбыта будущего продукта являются аптечные пункты аптечной сети “Аптеки Столички” в районе Перово ВАО города Москвы.  Данное размещение каналов сбыта было определено в связи с хорошей репутацией сети “Аптеки Столички”, которая также является государственной. Район Перово характеризуется как старый район Москвы с хорошей транспортной доступностью (шоссе Энтузиастов, Северо-Восточная хорда, Калининско-Солнцевская ветка метро) и удовлетворительным уровнем достатка населения (69 тысяч рублей – средняя зарплата жителя района на 2017 год). Также на территории района присутствует 8 торговых точек сети “Аптеки Столички”. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Проблема заключается в трудности диагностики и лечения ХОБЛ. Основные пациенты с данным заболеванием дыхательных путей являются людьми среднего возраста (40-50 лет), которые при улучшении своего состояния, прекращают соблюдать терапию или же не обращаются к специалистам. Так как легкая степень хронической обструктивной болезни лёгких часто проходит бессимптомно, то диагностика заболевания представляет трудность для медицины. Так, только 26% пациентов применют длительно действующие бронхолитики на постоянной основе. |
| 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* | С помощью разрабатываемого устройства должна быть решена проблема с оповещением больных с лёгкой формой заболевания и курящих людей о изменениях состояния дыхательной системы, а точнее, о изменении объёма воздуха в лёгких. Данный показатель является основным для определения тяжести течения ХОБЛ и представлен в клинических рекомендациях Министерства здравоохранения РФ. Данные о изменении объёма воздуха будут поступать на мобильное устройство потребителя |
| 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)* | При отсутствии адекватного и своевременного лечения лёгкая стадия обструктивной болезни лёгких может перетечь в более тяжёлую. При этом уменьшается доступный человеку объём воздуха в лёгких. Возможно развитие лёгочной недостаточности. Развитие осложнения ХОБЛ, которое происходит после 2 недель с начала болезни, приводит к к значимому снижению качества жизни пациентов и сопряжено с существенными экономическими расходами на лечение. Повышается риск инфаркта. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Наш товар поможет пациентам в непрерывном режиме следить за состоянием своего дыхания. Информация будет преобразовываться в графическое изображение. При отклонении лёгочного объёма от нормы датчик будет давать на мобильное устройство звуковой и визуальный сигнал. Возможно будет сравнить полученные данные и медицинские рекомендации. Потребитель затем сможет оценить представленные параметры и своевременно обратится к специалисту или же продолжить лечение. |
| 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.* | TAM: На сегодняшний день в России численнность человек, которые стратают хронической обструктивной болезнью лёгких - 2,4 миллиона человек. При этом, по данным исследований число граждан, стратающих ХОБЛв Москве достигает 43 тысяч. Также к потенциальным пациентам с ХОБЛ являются курильщики, которых по данным Росстата, в Москве насчитывается 2 миллиона 201,5 тысяча человек. То есть 2,244 миллиона человек.  Если цена устройства будет 22819 рублей, то TAM составит 51 миллиард 205,8 миллионов.  SAM: Только 40% больных хронической обструктивной болезнью лёгких готовы купить наш прибор. Тогда SAM составит 51 миллиард 906 миллионов рублей.  50% курящих людей – 25 миллиардов 180 миллионов рублей.  SOM: Продажи приборов будут осуществляться за счёт рекламы в СМИ. Учитывая эффективность рекламы и конкурентов, количество покупателей будет 10% от SAM - 17200 человек. Тогда SOM составит 39 миллионов 248 тысяч рублей. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *План дальнейшего развития проекта заключается в постепенном наращивании объёмов продаж и, соответственно, объёмов производства продукта, а также расширение сотрудничества с сетями аптечных пунктов. В конечном итоге, планируется расширения продаж на всю территорию ВАО и ЮВАО города Москвы.* |