Приложение № 15 к Договору

от №

**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| [https://pt.2035.university/project/mir-v-karmane](theme/theme1.xml) | *24.12.2024 14:55* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет» |
| Регион Получателя гранта | **Псковская область** |
| Наименование акселерационной программы | **Акселератор «Политехник»** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Мир в кармане |
| **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.* | Мобильное приложения с помощью которого можно формировать индивидуальные маршруты с учётом возрастной категории и интересов |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| **4** | **Рынок НТИ** | EduNet, NeuroNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | Искусственный интеллект |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - 1882520  - 5283476  - Орлов Арсений Евгеньевич  - +7 953 237 08 66  - orlow.sen@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 | Опыт и квалификация | | 1 | 908653 | 3297888 | Драгунов Виктор Алексеевич |  | +7 (951) 753-49-44, dragunovviktor01@gmail.com | | 2 | 1882535 | 5287650 | Павлов Артём Олегович |  | +7 (953) 243-01-83, +7 (953) 243-01-83, detreexconnet@gmail.com | | 3 | 1890770 | 6342242 | Чипурко Павел |  | +7 (911) 899-76-23, +7 (911) 899-76-23, chippaul@yandex.ru | | 4 | 1885248 | 5285210 | Дьяков Иван Олегович |  | +7 (911) 372-31-22, vanya-dyakov@list.ru | | |
|  | **проект плаНа 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* | 1. Описание продукта: Мобильное приложения с помощью которого можно формировать индивидуальные маршруты с учётом возрастной категории и интересов 2. Цель проекта: Разработать мобильное приложение для формирования индивидуальных туристических маршрутов с использованием искусственного интеллекта 3. Задачи проекта: 1. Разработка приложения с искусственным интеллектом 2. Тестирование мобильного приложения 3. Запуск и продвижение мобильного приложения 4. Организовать службу поддержки 5. Заключение партнерских соглашений с заинтересованными лицами 4. Ожидаемые результаты: 1.Функционирующее мобильное приложение к 1 квартал 2025 года 2. Подписание партнерских соглашений ко 2 кварталу 2025 году 3. Первое число пользователей к 3 кварталу 2025 года 4. Масштабирование на другие регионы в 1 квартале 2026 года 5. Области применения результатов (где применяем продукт): 1. Туристическая деятельность 2. Ресторанный и гостинный бизнес 3. Образование и экскурсии 6. Потенциальные потребительские сегменты: 1. Люди, которые любят путешествовать по России 2. Жители Псковской области, ведущие активным образом жизни и интересующиеся историческими местами 3. Министерство туризма 4. Экскурсионное бюро, кинотеатры, рестораны |
|  | **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* | Услуга: Доступ к мобильному приложению, включающий два вида тарифа: бесплатный доступ и платный доступ(подписка с дополнительными функциями), размещение рекламы от партнеров Функционал: Для бесплатных пользователей: ограниченное количество создание маршрутов Для платных пользователей: скрытие рекламных баннеров и всплывающих окон, любое количество создание маршрутов Для рекламодателей: размещение рекламных баннеров и всплывающих окон с информацией об акциях |
| 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 удобство и комфорта пользователей при передвижении, проблема выбора оптимального маршрута с учетом потребностей, предпочтений и ограничений, недостаток актуальной и необходимой информации для удобного составления маршрутов, а также помогает пользователю находит интересные места для посещения, изучать историю и культурное наследие городов |
| 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.)* | 1. Люди, которые любят путешествовать по России 2. Жители Псковской области, ведущие активным образом жизни и интересующиеся историческими местами 3. Министерство туризма 4. Экскурсионное бюро, кинотеатры, рестораны |
| 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* | Для разработки первичного прототипа мобильного приложения использовалась платформа: https://ru.adalo.com/, сервис, позволяющий без кода создать и коммерциализировать пользовательское приложение без наличия навыков программиста. В готовом продукте, выводимой на рынок, будут использованы следующие решения: 1.В мобильно приложении будет формироваться несколько баз данных: 2. Мобильно приложение будет содержать систему аутентификации пользователей при входе в систему с личным кабинетом 3. Мобильное приложение требует разработки системы безопасности - создания механизмов безопасности, позволяющих защитить данные пользователей от несанкционированного доступа 4. В мобильном приложении будет реализована функция поиска и фильтрации - получение быстрого доступа к определенной информации на основе определенных параметров 5. Функция выдачи рекомендаций будет реализована посредством разработки чат-бота, работающего на основе методов предиктивной аналитики и искусственного интеллекта. 6. Приложение должно учитывать параметры здоровья, что бы подбирать оптимальный пеший маршрут с возможностями дополнительного отдыха или развлечений 7. Создание системы оплаты - разработка механизмов для обработки платежей и оплаты доступа к мобильному приложению |
| 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.* | Ключевые сегменты потребителей: 1. Люди, которые любят путешествовать по России 2. Жители Псковской области, ведущие активным образом жизни и интересующиеся историческими местами 3. Министерство туризма 4. Экскурсионное бюро, кинотеатры, рестораны Описание проблемы: Проблема удобство и комфорта пользователей при передвижении, проблема выбора оптимального маршрута с учетом потребностей, предпочтений и ограничений, недостаток актуальной и необходимой информации для удобного составления маршрутов, а также помогает пользователю находит интересные места для посещения, изучать историю и культурное наследие городов Ценностное предложение: Удобное и простое мобильное приложение которое анализирует индивидуальные интересы пользователя и составляет по ним оптимальный маршруты по Псковской области с учетом времени, ограничений и интересов Решение: Мобильное приложения с помощью которого можно формировать индивидуальные маршруты с учётом возрастной категории и интересов Существующие альтернативы: Яндекс карты, яндекс, социальные сети, тематические группы, экскурсионное бюро + прямые конкуренты(ДЗ) Ключевые метрики: Количество пользователей, упоминания в сети, количество платных пользователей, количество сгенерированных маршрутов, количество положительных отзывов, количество рекламодателей Каналы распространения: Социальные сети, контекстная реклама, кросс-маркетинговые мероприятия, СМИ, сотрудничество с блогерами и министерством туризма Структура издержек: Разработка(команда и технологии), маркетинг, обслуживание Затраты на разработку: Найм программистов, дизайнеров, специалиста по машинному обучению. Выплата зарплат. Покупка ПО. Постоянные затраты: ФОТ, аренда сервера, хостинг, банковское обслуживание, налоги Переменные затраты: Реклама, налоги на прибыль, ИИ, банковский экваринг Потоки поступления доходов: Платная подписка, реклама от партнеров |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | tripmir, OsmAnd+, maps.me, Nakarte.me, Яндекс-навигатор |
| 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* | Удобное и простое мобильное приложение которое анализирует индивидуальные интересы пользователя и составляет по ним оптимальный маршруты по Псковской области с учетом времени, ограничений и интересов |
| 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* | 1. Быстрое составление маршрутов по одному клику 2. Персонализированость 3. Удобство составление маршрута при помощи искусственного интеллекта 4. Более актуальная карта 5. Удобный интерфейс |
|  | **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* | Мобильное приложение относится к рынкам TechNet и NeroNet Основные технические параметры, которые способствуют конкурентоспособности нашего продукта 1. Гибкость и масштабируемость системы. Наше мобильное приложение должно быть способно адаптироваться к индивидуальным требованиям и потребностям пользователей. Это возможно реализовать за счет наличия индивидуальных настроек контролируемых параметров, выбора функционала пользователем. 2. Легкость использования. Наше мобильное приложение должно быть простым в использовании как молодых людей, так и для людей старшего поколения. 3. Функциональность. Наше мобильное приложение должно обеспечивать широкий спектр функциональных возможностей 4. Надежность и безопасность. Наше мобильное приложение продукт должно быть надежным и безопасным, для защиты от утечек конфиденциальной информации. 5. Поддержка. Наше мобильное приложение должно обеспечивать достаточную техническую поддержку для пользователей. 6. Интеллектуальный анализ данных. Наше мобильное приложение должно посредством интеллектуального анализа и использования технологии предиктивной аналитики позволять выдавать рекомендации каждому конкретному человеку |
| 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.)* | 1.Интерактивная карта с возможностью выбора различных видов туризма (культурно-познавательный, активный, экологический и т. д.). 2.Возможность создавать собственные маршруты и делиться ими с друзьями. 3.Функция поиска и бронирования отелей, ресторанов и других объектов размещения. 4.Наличие информации о достопримечательностях, музеях, парках и других интересных местах региона. 5.Возможность оставлять отзывы и оценки посещённых мест. 6.Интеграция с социальными сетями для обмена впечатлениями и рекомендациями. 7.Регулярное обновление информации и добавление новых маршрутов и объектов. |
| 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* | Технические параметры научно-технических решений: 1. Скорость работы и отзывчивость: обусловлены высокой производительностью арендуемых серверов, объемом памяти арендуемых виртуальных дисков и оптимизацией программного обеспечения и вычислительных процессов. 2. Функциональность: широкий набор функций и возможностей, предоставляемых мобильным приложением 3. Удобство использования: интерфейс проработан с точки зрения его удобства и простоты, позволяет интуитивно управлять приложением, быстро находить ответы на поставленные вопросы, вводить запросы голосовым и текстовым сообщением, наличие гайда (инструкция для пользователя в картинках) и видео инструкции по настройке и использованию приложения. 4. Безопасность: защита от несанкционированного доступа, возможность резервного копирования данных, защита от вирусов и других вредоносных программ. 5. Надежность: устойчивость к сбоям и неполадкам, эффективная обработка ошибок и автоматическая система восстановления. 6. Масштабируемость: возможность расширения функционала, совершенствования интерфейса. Возможность увеличения количества пользователей за счет увеличения вычислительных мощностей, объемов памяти арендуемых виртуальных дисков, а также расширения штата технической поддержки. Поддержка различных операционных систем и устройств. Возможность увеличения перечня интегрируемых устройств, сервисов и систем. 7. Совместимость: совместимость с другими программными и аппаратными продуктами 8. Поддержка и обновления: качественная техническая поддержка, регулярные обновления и устранение ошибок. |
| 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* | TRL-2 На текущий момент выполнены следующие этапы работ по проекту - выбрана идея проекта и сформулирована фундаментальная концепция разрабатываемого мобильного приложения, проверены выдвинутые гипотезы обоснованности актуальности и полезности продукта - определены целевые области применения мобильного приложения и его критические элементы - проведен анализ потенциального рынка и конкурентов, выявлены уникальные продажные предложения проекта. Также проведена оценка потенциального спроса и экономической жизнеспособности проекта - определены шаги для перехода к следующему уровню готовности технологии (TRL-3), включая план действий для разработки макетного образца (прототип продукта) и демонстрации его характеристик |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**  *(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | Проект соответствует научным и научно-техническим приоритетам Псковского государственного университета |
| 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* | Мобильное приложение будет реализовано на рынке В2С и В2В, поэтому маркетинговая стратегия будет направлена на привлечение конечных потребителей. В В2С сегменте решающее значение имеет понимание потребностей и предпочтений клиентов, а также создание доверия и демонстрация ценности продукта. Для выработки качественной маркетинговой стратегии в ходе проекта было проведено определение демографических и психографических характеристик целевой аудитории, а также проведено проблемное интервью для лучшего понимания потребностей и мотивации потенциальных клиентов. Исходя из проведенного исследования в качестве основных каналов продвижения были выбраны: 1. Участие в Событиях и Конференциях: Присутствие на профильных мероприятиях для демонстрации продукта т.к. живое общение с потенциальными клиентами и партнерами помогает установить личные контакты и лучше понять потребности аудитории. 2. Сотрудничество с блогерами, т.к. рекомендации от доверенных лиц, в особенности, рекомендации связанные с использованием продуктов связанных с поддержанием здоровья, воспринимаются людьми более доверительно, а значит имеют более высокую конверсию. 3 .Размещение рекламы (видеороликов) на телевидении и онлайн платформах для просмотра фильмов. На телевидении планируется размещение рекламы в рамках программ, посвященных внутреннему туризму по РФ 4. Контекстная и таргетированная реклама в социальных сетях для привлечения трафика на сайт о мобильном приложении и на ссылку на приложение в библиотеку приложений, Использование данного канала позволяет точечно достигать целевую аудиторию, которая уже интересуется подобными продуктами или ищет информацию в интернете. На протяжении периода реализации проекта важен постоянный анализ данных и A/B тестирование для улучшения маркетинговых стратегий и увеличения конверсии. Данные помогают понять, какие каналы и подходы наиболее эффективны, и оптимизировать маркетинговый бюджет. Каждый из описанных каналов будет анализироваться на предмет ROI, будет проводиться анализ юнит-экономики, что даст возможность существенно повысить эффективность маркетинговой кампании. |
| 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* | Мобильное приложение будет реализовано на рынке В2С Основные каналы сбыта: 1. Мобильное приложение. Продажа продукта будет реализована на основе двух моделей: - модель Fremium, когда пользователю предоставляется бесплатный доступ с ограниченным функционалом. Это дает возможность пользователю ознакомиться с продуктом, оценить его удобство и эффективность и принять решение о платной подписке после живого тестирования продукта - платная подписка на мобильное приложение, предоставляющая пользователям доступ к расширенному функционалу. Оплата подписки на мобильное приложение планируется через онлайн банк. Использование данного канала даст полный контроль над пользовательским опытом, сбор данных для последующего анализа и персонализации, прямое взаимодействие с клиентами. 2. Реферальные программы: мотивирование текущих пользователей к распространению информации о продукте среди своих знакомых и друзей. 3. Партнерские программы дающие возможность мотивирования потенциальных пользователей воспользоваться продуктам на основании рекомендации лица или компании, пользующихся высоким уровнем доверия. |
|  | **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* | С помощью стартап проекта «Мир в кармане», будут частично решены следующие проблемы: Проблема удобство и комфорта пользователей при передвижении, проблема выбора оптимального маршрута с учетом потребностей, предпочтений и ограничений, недостаток актуальной и необходимой информации для удобного составления маршрутов, а также помогает пользователю находит интересные места для посещения, изучать историю и культурное наследие городов |
| 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)* | Держатель проблемы — это человек или организация, заинтересованные в развитии туризма в Псковской области. Они мотивированы повышением привлекательности региона для туристов, созданием новых рабочих мест и увеличением доходов от туристической индустрии. Возможности решения проблемы с помощью мобильного приложения по составлению туристических маршрутов включают: Удобство использования: приложение должно быть простым и интуитивно понятным, чтобы пользователи могли легко находить и выбирать подходящие маршруты. Интерактивная карта: приложение должно предоставлять подробную карту Псковской области с указанием достопримечательностей, музеев, парков и других интересных мест. Создание собственных маршрутов: пользователи должны иметь возможность самостоятельно составлять маршруты, выбирая интересующие их места и объекты. Поиск и бронирование отелей, ресторанов и других объектов размещения: приложение должно включать функцию бронирования, чтобы пользователи могли легко найти и забронировать подходящие варианты проживания и питания. Отзывы и оценки: пользователи должны иметь возможность оставлять отзывы и оценки посещённых мест, что поможет другим пользователям сделать выбор. Интеграция с социальными сетями: приложение должно позволять обмениваться впечатлениями и рекомендациями с друзьями и знакомыми через социальные сети. Регулярное обновление информации: приложение должно регулярно обновляться с добавлением новых маршрутов, объектов и информации о событиях и мероприятиях в регионе. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Проблема будет решена следующим образом: Для потенциальных пользователей - туристов: - Персонализация и рекомендации: путешественники смогут получать персонализированные рекомендации на основе предпочтений, истории поездок и интересов; - Удобство в планировании: приложение может предоставлять удобные инструменты для планирования поездок; - Локальные советы и информация; - Социальные возможности и общение; - Навигация и карты; - Отзывы и рекомендации путешественников. Для покупателей: - популяризация услуг в сфере гостеприимства и туризма - увеличение числа посетителей - экономия на маргетинге |
| 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)*

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - [https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu](https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/%23documentu) )

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ (<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»** | Нет |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** | Нет |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» | Нет |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» | Нет |

**Календарный план**

***Календарный план проекта:***

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