**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_https://pt.2035.university/project/mind-self\_\_\_\_\_\_30 июня 2023г.

|  |  |
| --- | --- |
| 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 Здоровой Жизни |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | VitaMeter |
| 2 | **Тема стартап-проекта\****Указывается тема стартап-проекта врамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях всоответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозныхтехнологиях.* | *ТН2. Новое медицинское оборудование, материалы и технологии.* |
| 3 | **Технологическое направление всоответствии с перечнем критическихтехнологий РФ\*** | *«Биомедицинские и ветеринарные технологии»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Технологии машинного обучения и когнитивные технологии"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID - Leader ID 3564030- ФИО Колесникова Арина Ильинична- телефон 8(906)052-22-66- почта kai-04@bk.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 |  | 3564030 | Колесникова Арина Ильинична | Аналитик | 8(906)052-22-66Kai-04@bk.ru |  | ГУУ бакалавриат Экономика общий профиль |
| 2 |  | 3564625 | Мухаметшина ОльвияВладимировна | Маркетолог | 8(924)696-10-04Olviia1004@mail.ru |  | ГУУ бакалавриат Экономика общий профиль |
| 3 |  | 2560388 | Власова Ирина Юрьевна | Экономист | 8(905)605-11-07irinavlasss05@mail.ru |  | ГУУ бакалавриат Экономика общий профиль |

 |
|  | **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 проекта:** Создание компактного прибора, который будет измерять соль, сахар и витамины в продуктах**Продукт проекта:** Прибор будет оснащен небольшим экраном и специальной иглой, которая вставляется в продукт и измеряет количество сахара, соли и витаминов. Результат измерения показывается на экране. Сам по себе прибор небольшой, компактный с металическим корпусом. VitaMeter содержит в себе несколько функций, что позволяет не покупать много разных устройств. Его функционал актуален абсолютно для всех:дети, взрослые, пожилые люди. Необходимо найти специалиста, который мог бы полностью продумать и сделать прибор со всеми нужными функциями |
|  | **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 основнойдоход* | «VitaMeter» представляет собой компактный прибор, который будет измерять количество сахара, соли и витаминов в продуктах  |
| 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* | ЦА включает 17,5 млн. человек: 10. 500. 000 человек в России страдает от диабета, 7.000.000 занимаются спортом и следят за своим питанием. В нашу смежную ЦА попадают люди с расстройствами пищевого поведения (209.600 человек).  |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\****Указывается краткая информация опотенциальных потребителях с указанием иххарактеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц – категория бизнеса, отрасль, и т.д.; дляфизических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)* | Целевая аудитория: платежеспособные граждане крупных городов России, желающие следить за своим здоровьем и питанием. |
| 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* | На основе рефрактометрии прибор будет измерять количество соли и сахара. Сущность рефрактометрического метода определения содержания сахара в пищевых концентратах заключается в том, что определяют показатель преломления испытуемых водных растворов, при этом отмечают температуру на призмах рефрактометра и, используя показатель преломления дистиллированной воды при температуре опыта , рассчитывают содержание сахара в процентах по установленной формуле. |
| 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 каналыпродвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.*  | Бизнес-модель(способ монетизации) – продажа прибораПрогнозируемая выручка в первый год при оптимистичном подходе: 50 000 000 рублей Прогнозируемая чистая прибыль в первый год при оптимистичном подходе: 40 000 000 рублей Срок окупаемости: 7 месяцев Прогнозируемая выручка в первый год при пессимистичном подходе: 30 000 000 рублей Прогнозируемая чистая прибыль в первый год при пессимистичном подходе: 16 200 000 рублей Срок окупаемости: 10 месяцевДоход от данного пользователя (LTV): 2000 рублей Основные этапы проекта:1. Разработка концепции, бизнес-плана и бизнес-стратегии2. Участие в конкурсе на грант3. Разработка прибора 4. Тестирование прибора5. Внесение необходимых изменений в продукт6. Тестирование прибора7. Знакомство тех. поддержки с проектом 8. Запуск прибора в продажу9. Рекламная кампания |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Прямых конкурентов нашему продукту нет.Рефрактометр для измерения сахара и спирта (измеряет сахар и спирт только в жидкостях)Основные отличия от конкурентов:1. Компактность
2. 3 показателя измеряются одним прибором
 |
| 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* | «VitaMeter» представляет собой прибор, который будет измерять количество соли, сахара и витаминов в продуктах. Прибор отвечает требованиям направления хелснет, которое подразумевает создание цифрового медицинского продукта или услуги, способных улучшить здоровье или качество жизни своего владельца, функционирую в рамках рынках здравоохранения |
| 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 потенциальнаяприбыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым* | Порядок и структура финансированияОбъем финансового обеспеченияСебестоимость: 5 000 000 рублейДля запуска: 5 500 000 рублейПредполагаемые источники финансированияКредит, деньги инвестора, грант**Оптимистичный подход** (от рекламы ожидается приход в размере 20% от аудитории инфлюенсеров-блогеров)Прогнозируемая выручка в первый год при оптимистичном подходе: 50 000 000 рублейПрогнозируемая чистая прибыль в первый год при оптимистичном подходе: 30 000 000 рублейСрок окупаемости: 7 месяцев**Пессимистичный подход** (от рекламы ожидается приход в размере 5% от аудитории инфлюенсеров-блогеров)Прогнозируемая выручка в первый год при пессимистичном подходе: 27 000 000 рублейПрогнозируемая чистая прибыль в первыйгод при пессимистичном подходе: 16 200 000 рублейСрок окупаемости: 10 месяцев |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствияидеи/задела тематическому направлению (лоту)\****Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению* | «VitaMeter» представляет собой первый в России прибор для одновременного измерения количества сахара, соли и витаминов в продуктах.  |
| 18 | **Организационные,производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Разработка концепции, бизнес-плана и бизнес-стратегии 0 руб., 2 месяцаУчастие в конкурсе на грант 0 руб., 1,5 месяцаРазработка прибора 2 000 000 руб., 5 месяцевТестирование прибора 500 000 руб., 4 месяцаВнесение необходимых изменений в продукт 0 руб., 1 месяцЗнакомство тех.поддержки с проектом 3,5 неделиЗапуск прибора в продажуОбщий срок разработки 14 месяцевРекламная кампания Ежемесячно 500 000 рублей, со 2 месяца расходы на рекламу покрываются доходами с нее. |
| 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 отличия от конкурентов — это уникальный функционал, связанный с:1. наличием датчиков для измерения 3 показателей (сахар, соль и витамины) 2. Ориентацией на российскую аудиторию3. Компактность  |
| 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 ихконкурентоспособность* | Основные конкуренты не могут измерять 3 показателя одном прибором, а также они не компактные и неудобные в использовании для обычных потребителей.  |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL***Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап-проект по итогам прохожденияакселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать стартап дальше* | По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:• Разработана концепция проекта • Проведён опрос целевой аудитории• Проведён расчет окупаемости проектного предложения• Разработана бизнес-модель и бюджетом проекта• Проведён социальный анализ• Проведён анализ рисков и разработаны мероприятия по их минимизации• Проведен маркетинговый анализ• Разработан календарный график проекта• Закреплены работы за участниками проекта• Разработан базовый план проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.)• Проведен анализ и определены потенциальные спонсоры, партнеры и инвесторы |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | 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»); |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Компания продвижения включает в себя два направления:Реклама, направленная на конечных пользователейИнфлюенс-маркетинг на платформах YouTube, TelegramРеклама на маркетплейсах.Реклама в специализированных изданиях по правильному питанию. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Прибор будет продаваться через маркетплейсы, например, Ozon, мегамаркет, ЯндексМаркет и т.д. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Отсутствие компактного прибора, который может измерять количество сахара, соли и витаминов в продуктах.  |
| 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* | 10. 500. 000 человек в России страдает от диабета, но не все следят за своим питанием и количеством потребляемого сахала из-за чего человек с данным заболеванием может столкнуться с большими проблемами со здоровьем.7.000.000 занимаются спортом и следят за своим питанием, и наш прибор может помочь им. |
| 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)*  | По данным ВЦИОМ и росстата 10.5 млн человек в РФ страдают диабетом и 7 млн человек занимаются спортом и следят засвоим питанием. Для них важно знать что и в каких количествах они потребляют. Наш прибор поможет потребятелям с этой проблемой. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Прибор будет одновременно измерять количество сахара, соли и витаминов в продуктах питания, выводя значения показателей на интерактивном экране. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» ирентабельности бизнеса\****Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | в ЦА входят 17.5 млн. человек |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап разработки*** Поиск инвесторов, источников финансования
* Подбор профессионалов медицинских экспертов, программистов

**Этап реализации*** Разработка ПО, настройка и тестирование
* Запуск рекламной кампании
* Сбор первых заказов

**Этап завершения*** Финальная проверка выполненной работы
* Закрытие бюджета и всех схем
* Запуск продукта
 |  |