**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| 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\*** | Тепло рядом |
| 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\*** | - Unti ID- Leader ID - 4946197- Куроедова Ирина Евгеньевна- +7(916)877-13-73- flykid166@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 | U1750453 | 4946197 | Куроедова Ирина Евгеньевна | формирователь | +7(916)877-13-73;flykid166@gmail.com |  | Имеет опыт работы в командах по организации мероприятий (кинофестивали, вечеринки), съёмок; коммуникабельный человек. |
| 2 | U1750471 | 4947262 | Савилова Ксения Андреевна | коллективист | +7(977)701-56-15; kssavle@yandex.ru |  | Имеет опыт работы в командах по организации мероприятий (последний звонок, квесты), лёгкий в общении человек, способный разгрузить атмосферу в команде. |
| 3 | U1750474 | 4947223 | Дегтерёв Артур Сергеевич | разведчик | +7(926)054-18-24; artur\_degterev\_2005@mail.ru |  | Коммуникабельный человек; легко выступать перед публикой; разбирается в экономике. |
| 4 | U1750477 | 5325752 | Бобриков Даниил Юрьевич | доводчик | +7(985)264-01-80; daniil20050415@gmail.com |  | Легко выступать перед публикой; имеет опыт руководителя пресс-службой; хороший аналитик. |
| 5 | U1750476 | 4985155 | Чирков Роман Николаевич | Генератор идей | +7(958)145-20-33; lakost2222@mail.ru |  | Коммуникабельный человек, имеет опыт работы в социальных проектах как зам руководителя; подвижный ум.  |

 |
|  | **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* | Изобретение портативного микроволнового ланч-бокса станет новым словом в культуре питания, люди смогут брать еду с собой и разогревать её при необходимости.Цель проекта: создание портативной микроволновой печи в форме ланч-бокса для улучшения культуры питанияКонечный продукт: портативная микроволновая печь в форме ланч-боксаПотребительские сегменты: любители активного отдыха, учащиеся, проводящие большую часть времени в стенах учебного заведения, работающие, проводящие большую часть времени на местах работы. |
|  | **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* | Ланч-бокс с подогревом (портативная микроволновая печь) |
| 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* | В результате проведённого опроса (112 респондентов) были выявлены проблемы чрезмерного употребления вредной пищи, невозможности здорово питаться из-за нехватки времени и излишней траты денежных средств на еду среди студентов и школьников. Так же в результате другого опроса было выявлено, что многие молодые люди заинтересованы в здоровом питании во время путешествий и активного отдыха на природе. |
| 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.)* | Школьники и студенты колледжей и вузов, большую часть времени проводящие в стенах учебного заведения, а также работающие люди, проводящие большую часть времени на месте работы, любители активного отдыха вне дома. Сегмент рынка: электроника и бытовая техника. Географическое расположение потребителей роли не играет. |
| 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 существующих технологий нагрева, использующихся в микроволновых печах с добавлением литиевых батарей. За счёт корпуса из 316 стали аппарат будет долго поддерживать тепло и иметь высокую прочность. Для премиальной «S» серии будет использоваться более лёгкий материал – титан. |
| 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.*  | Структура расходов:1.Техническая проработка продукта – 1 млн. руб.2.Создание настоящих концептов – 1 млн. руб.3.Покупка материалов и запуск небольшого серийного производства на заводах (Большие инвестиции с предоставлением большинства акций или долей компании инвесторам – 50-60%)4.Логистика и хранение товаров (транспортировка, аренда склада – 1 млн. руб. в месяц, когда наберём обороты)5.Реклама в социальных сетях (YouTube, Telegram, вк по средству технообзоров у блоггеров – 1 млн. руб. в месяц)Итог: более 4 млн. руб. для запуска, на начальных этапах около 3 млн. руб. в месяц и предоставление большинства акций компании инвесторам.Потоки выручки: 1.Продажа через официальный сайт интернет-магазин – через полгода, благодаря рекламе 1 млн. руб. в месяц.2.Продажа через маркетплейсы – через полгода, благодаря продвижению товара 3 млн. руб. в месяц.3.Франчайзинг – 5% от выручки магазинов, которые продают наш товар офлайн.4.Оптовые продажи ресейлерам и большим розничным сетям типа М.Видео и т.д. – через полгода 4 млн. руб. в месяц.Итог: 8 млн. руб. + % франчайзинг в месяц.Для привлечения инвестиций планируется качественно проработать весь проект. Мы будем использовать все программы поддержки малого бизнеса и молодых предпринимателей. В качестве привлечения инвесторов планируется выступления на выставках и конференциях. Мы будем привлекать компетентных специалистов для консультации в создании продукта и дальнейшем становлении его на поток. Пиар будет осуществляться через рекламу в социальных сетях. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | FGHGF (Китай) – электрический ланч-бокс с подогревом;Kitfort (Россия) - Электрический ланч-бокс с подогревом с помощью пара;BGEKTOTH (Китай) – ланч-бокс с электрическим подогревом;Xiaomi (Китай) - Portable Cooking Electric Lunch Box;Wayv Technologies (Китай) – портативная микроволновая печь Wayv Adventurer |
| 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* | Благодаря данному техническому устройству возрастёт процент людей, которые правильно питаются. Вследствие снизятся такие болезни как ожирение, диабет. Рядовой потребитель уменьшит траты на еду и будет чувствовать себя гораздо лучше. Это первый в России портативный микроволновый ланч-бокс, работающий без розетки! |
| 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* | За счёт использования данного устройства возрастёт количество правильно питающихся людей.Устойчивость бизнеса можно предположить за счет приоритетов развития национального проекта «Создание условий для легкого старта и комфортного бизнеса» и федерального проекта «Укрепление общественного здоровья».Пользователи так же будут заинтересованы в возможности взять еду с собой и быстро разогреть (50% голосов опроса) |
|  | **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: мощность 200 ватт, размеры: 25х15х15 см.; 35х21х21 см.; 50х30х30 см. Ёмкость батареи: 10 000 mah; 15 000 mah; 20 000 mah. Масса: 1 кг; 2 кг; 4 кг. [«S» серия: 700 г; 1,4 кг., 2,8 кг.] Температура нагрева: 50-70/50-80/50-100 градусов; время зарядки: 2 часа; разъемы: type c. Материал: AISI 316 — марка аустенитной нержавеющей стали на базе AISI 304, улучшенная добавлением ~2,2% молибдена, благодаря чему сталь становится особенно устойчивой к коррозии, высоким температурам и агрессивным средам; лёгкий и прочный титан для премиальной «S» серии. Предполагается участие привлекаемых инженеров. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | рассматриваются следующие факторы:- организационные (организационно-правовая форма, наличие помещений собственных или арендованных):- маркетинговые (место расположения, маркетинговый комплекс, рынок, его сегмент; конкуренты; чем продукт (услуга) будет отличаться от конкурентной),- технические (производственные фонды: состояние и ресурсы),- финансовые (наличие собственных средств);- кадровые (навыки и профессиональные недостатки, насколько идея отвечает идеям, знаниям и умениям предпринимателя).Например, к сильным сторонам можно отнести такие факторы как:дешевое сырье;высокий профессионализм;дешевый продукт (услуга);новизна продукта (услуги);хорошая упаковка.Слабые стороны могут быть следующие:нет склада:большие издержки и, как следствие, высокая цена;слабая реклама.Возможности и опасности - это те характеристики, которые находятся вне контроля предпринимателя и могут повлиять на результат в будущем. Здесь необходимо учесть следующие факторы:экономическая среда (государственная поддержка малых форм, налоговое законодательство):политическая среда;социально-культурная среда;технологическая среда;демографическая среда.Необходимо проанализировать факторы, вызвавшие появление идеи и ее привлекательности. Как они будут развиваться в дальнейшем. |
| 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.)* | Устройство способно работать без подключения к сети (к розетке), имеет более высокую автономность из-за энергоэффективных комплектующих; имеет 3 размера, что позволит использовать её для разных задач; также обладает очень хорошими тепло сберегающими свойствами. |
| 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* | Портативный микроволновый ланчбокс с аккумулятором - это инновационное устройство, которое позволяет подогреть и насладиться теплой и свежей едой в любой момент времени,будь это завтрак,обед или ужин.Базовая версияОно оснащено специальным аккумулятором, которого будет хватать на 5+ использований (зависит от размера ланчбокса). Главный отсек ланчбокса сделан из нержавеющей стали AISI 304,которая помогает поддерживать оптимальную температуру внутри. Корпус ланчбокса представлен пластиком с двойной стенкой, что позволяет еще сильнее удерживать тепло.Премиальная версияТак как эта версия для альпенистов, серфиров, фрирайдеров, маунтинбайкеров, сноубордистов и т.д, то есть для людей, которые тратят много энергии и тратят ее достаточно быстро. Поэтому было решено сделать эту версию мощнее и легче, чем базовая версия, а именно:Премиальная версия оснащена специальным аккумулятором, которого будет хватать на 9+ использований (при нагреве до 80 градусов) и 7+ использований (при нагреве от 90 до 100 градусов). Емкость аккумулятора увеличена до 22000 mAh (размер L).Главный отсек ланчбокса сделан из титана, которая помогает поддерживать оптимальную температуру внутри еще дольше, чем сталь, также титан на 60% легче стали. Корпус премиум версии также будет представлен пластиком с двойной стенкой, что позволяет еще сильнее удерживать тепло, также на пластик будет нанесено покрытие "Soft Touch", что повысит его износостойкость.Научный прорыв заключается в том, что мы будем использовать принцип работы микроволновой печи, мы уменьшим магнетрон и все остальные ключевые части микроволновой печи(трансформатор, конденсатор и т.д.),также мы будем использовать принцип роботы не от сети напрямую ,а от аккумулятора ,который расположен внутри ланчбокса, это сделает нас лидером по времени нагрева до пиковой температуры и времени автономной работы. Это научное решение призвано облегчить повседневную жизнь людей, позволяя им наслаждаться свежей и вкусной едой в любое удобное время, не зависимо от места и обстоятельств. |
| 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* | По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:• Разработана концепция проекта • Проведён опрос целевой аудитории• Определены потребительские сегменты• Разработана бизнес-модель • Проведен технический анализ создаваемого продукта• Закреплены работы за участниками проекта• Проведён анализ рисков• Сделаны выводы касаемо устойчивости бизнеса• Разработана маркетинговая стратегия• Проведён анализ значимых качественных и количественных характеристик продукта• Разработан базовый план проекта (описание бизнес-идеи, проведение исследований и т.д.) • Проведен анализ и определены потенциальные спонсоры, партнеры. |
| 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»);- 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*  | Каналы продвижения: канал в Telegram, страница VK, канал в YouTube (+ привлечение техноблоггеров), специализированные выставки, презентации в магазинах техники. Выбор каналов продвижения обоснован с точки зрения максимального доступа к информации целевой аудитории. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Реклама через вебсайты магазинов техники (DNS М.Видео, Технопарк, Эльдорадо, Ситилинк); разработка собственного сайта; запуск таргетированной рекламы через Яндекс. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Ограниченная возможность правильного питания во время работы/учёбы; по результатам проведённого опроса около 50% людей хотели бы брать еду из дома, вместо чего стабильно покупают в заведениях общепита/магазинах, стабильно тратя 300-500 рублей за 1 покупку, в результате чего за неделю уходит до 2 000 руб. за неделю. Стоит отметить, что треть опрошенных не следует рациону здорового питания, питаясь вне дома. Любители активного отдыха (четверть опрошенных) не следует здоровому рациону, находясь в поездках. |
| 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* | Использование портативного микроволнового ланч-бокса позволит значительно снизить траты на еду, т.к. ее будут брать из дома. А дома больше возможностей и времени приготовить себе здоровую пищу, тем самым обеспечить рацион.Любители активного отдыха смогут так же отказаться от фастфуда и прочей вредной пищи в пользу полезной во время поездок, а те, кто и так старается следить за рационом получат возможность экономить время на разогревании (например вместо костра) и есть Нехолодную пищу, что так же более полезно для желудка. |
| 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)*  | Ради следования здоровому рациону питания 50% потребителей готовы брать еду с собой, если будет возможность разогреть.  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Пользователь приобретает микроволновый ланч-бокс, с помощью которого в нужное время (не подключая никуда устройство) быстро разогревает положенную туда заранее еду и кушает. |
| 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.* | Развитие портативной микроволновой печи будет продолжаться. В ней заинтересованы люди разных возрастов, но в основном от 18 до 23 лет. По результатам опроса выяснилось, что более 50% всех респондентов предпочитают есть здоровую пищу, приготовленную дома. Так как конкуренты существуют, но занимают незначительную часть рынка или вообще прекратили производство похожей техники, мы планируем занять более 30% всего рынка.Рентабельность: Будет необходим изначальный капитал на техническую проработку продукта (около 1 млн. руб.). Затем представления концептов (около 1 млн. руб.). Покупка материалов и запуск небольшого серийного производства на заводах (Большие инвестиции с предоставлением большинства акций или долей компании инвесторам, готовы пойти на 50-60%). Транспортировка всего товара и хранение его на складе (Деньги инвесторов, вероятнее всего до 1 млн. руб.). Реклама в социальных сетях и на каналах техноблоггеров (Потребуется более 5 млн. руб.). Масштабирование производства (Деньги, полученные от прошлой партии товара, инвестиции своих денег и денег инвесторов). И так по кругу. Насколько быстро мы окупимся будет зависеть от места производства, если в России, то все денежные операции в основном будут проходить в рублях, кроме покупки некоторых комплектующих, производимых в Китае. Если производство в Китае, то будут определённые сложности с постоянно растущим юанем, следовательно, и срок рентабельности увеличится. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Этап реализации**• Обеспечение команды профессиональными сотрудниками: поиск инженеров, маркетологов, программистов, веб-дизайнера, SEO-специалиста**• Разработка микроволнового ланч-бокса, тестирование продукта**• Сбор первых заказов* *Этап завершения**• Финальная проверка выполненной работы**• Закрытие бюджета* *• Запуск продукта* |