**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects:** [**https://pt.2035.university/project/mikrorostok-detoks-smuzi**](https://pt.2035.university/project/mikrorostok-detoks-smuzi)

|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта** | **Beefamily**  |
| **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 | Использование технологии интернета вещей внутри пчело-домиков для уменьшения смертности пчел и снижения стоимости на пчелопродукцию |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | Анализ состояние пчел внутри уликов для контроля за состоянием пчелБиомедицинские и ветеринарные технологии |
| **4** | **Рынок НТИ** | FoodNet |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Интернет вещей (датчики, измеряющие состояние пчел и температурный режим в ульях) |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта**  | - Unti ID U1567218- Leader ID **4540203**- Фадин Филипп Сергеевич- 8929-301-09-96- fs.fadin2010@omgau.org  |
| **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 |  U1567218 | 4540203 | Фадин Филипп Сергеевич | лидер, спикер | 8929-301-09-96fs.fadin2010@omgau.org | студент |  |
| 2 | U1595748 | 2259798 | Демидов Вадим Анатольевич | Аналитик | 8-929-361-06-90va.demidov2010@omgau.org  | студент |  |
| 3 |  | 2258571 | Зайцева (Лобищева) Марина Васильевна | спикер | 8-962-037-54-74mv.lobischeva2010@omgau.org  | студент |  |
| 4 | U1571169 | 4537104 | Марина Викторовна Лобанова | ответственный за тайминг | 8-950-334-45-87mv.lobanova2110@omgau.org | студент |  |
| 5 | U1567217 | 4537051 | Пушница Софья Васильевна | продажник, маркетолог | 8-903-939-87-21sv.pushnitsa2110@omgau.org  | студент |  |
| 6 | U1571085 | 4234664 | Буторина Валерия Игоревна | дизайнер | 8-913-965-73-74vi.butorina2110@omgau.org  | студент |  |
| 7 | U1749110 | 4544079 | Худяков Степан Сергеевич | инженер, разработчик | 8-902-164-15-29ss.khudyakov2110@omgau.org  | студент |  |

 |
|  | **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 | Наш проект - это инновационный подход к пчеловодству, направленный на упрощение труда пчеловодов и снижение затрат при производстве высококачественного меда для потребителей. Создаем пчелопродукцию для людей, не потребляющих сахар напрямую, ищущих сахарозаменители естественного происхождения с определенной ценностью для здоровья и исключающие влияние на эндокринную систему |
|  | **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*  | Доступный и высококачественный мед для личного потребления, обогащенный множеством полезных свойств. Благодаря передовым технологиям мониторинга и ухода за пчелами, будет обеспечено высокое качество продукта, при этом мед будет доступен (цена) для широкого круга потребителей.  |
| **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*  | Наш продукт решает проблему потребителей, которым сложно найти качественный мед круглый год и качественные альтернативы сахару по доступной цене. Мед предназначен для людей, стремящихся избегать сахара и ищущих естественные, здоровые и главное качественные сахарозаменители. |
| **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.)* | B2С:1) Здоровье-сознательные потребители: Люди, особенно внимательные к своему здоровью, предпочитающие натуральные продукты и альтернативы сахару (ЗОЖ, ПП). 2) Родители, стремящиеся обеспечить своих детей полезными и безопасными продуктами. 3) Пожилые люди, ищущие продукты, благоприятные для их здоровья.4) Кондитеры, кулинары, которые ищут качественное сырье.Вкусы - любители меда и продукции, способствующей укреплению здоровья.Уровень потребления меда у всех категорий - от среднего до высокого (0,5 - 1,0 кг на человека в год).Любое географическое расположение (города, районы и т.д.). |
| **12** | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок)** *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Технология Интернет вещей играет ключевую роль в процессе производства нашего продукта (меда), делая его получение более эффективным, менее затратным и инновационным. Основные ее научно-технические решения:1. использование тепловизора для мониторинга состояния пчел (размер, паразиты и другое).
2. автоматическая система регуляции температуры в улье.
3. устройства и датчики будут обеспечивать непрерывный сбор данных о состоянии ульев и пчел, что позволяет пчеловодам получать актуальную информацию в реальном времени.
 |
| **13** | **Бизнес-модель\*** *Указывается краткое 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.*  | Продаем мед побаночно, предлагаем различный ассортимент, в зависимости от объема продукции (маленькие или большие баночки и т.д.), растения (сорт меда) и различных натуральных добавок (различные вкусы).Планируем договариваться с крупными торговыми центрами и иными подходящими территориями на которых проводятся фестивали и ярмарки для популяризации своего продукта.Также планируем заключение договоров с крупными маркетплейсами на продажу нашей продукции.Открытие дегустационных точек.С транспортными компаниями будут заключены договора на привоз продукции от наших пасек к точкам сбыта продукции в различных местах (магазины, ярмарки и т.д.).У поставщиков будет закуплено необходимое оборудование для обустройства пасек, ульев, также будут закуплены датчики, тепловизоры и другое оборудование, связанное с нашей технологией.Будет заключен договор аренды за землю, обустроенную под пасеки (если земля не будет собственной). |
| **14** | **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Люди занимающиеся частной продажей меда, Люди продающие мед на маркетплэйсах,Крупные заготовители меда (бренды),Зарубежные марки меда (как привычные, так и уникальные сорта) |
| **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* | Мы предлагаем качественный мед как натуральный сахарозаменитель, обладающий полезными свойствами для организма, решая проблему отсутствия доступных и здоровых альтернатив сахару, благодаря использованию экономной технологии производства и обеспечивая при этом сохранность полезных качеств.  |
| **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* | Изготовление пчелопродукции является устойчивой бизнес моделью, так как количество крупных производителей пчелопродукции не так велико. Продукт является долгохранящимся. |
|  | **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* | Технологии производства, сертифицированность продукции. |
| **18** | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Договоренность с управлением лесного хозяйства.Партнерство с лесхозами, с охотхозяйствами, а также с продуктовыми лавками здорового питания. |
| **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.)*  | Наш продукт будет обладать меньшей стоимостью за счет технологий уменьшающих производственные издержки |
| **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* | Использование умных пчелодомиков с системой дистанционного мониторинга. |
| **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* | TRL1 |
| **22** | **Соответствие проекта научным и (или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**\* | Биомедицинские и ветеринарные технологииПрограмма УМНИКПрограммы развития сельскохозяйственной деятельности в продовольственной индустрии |
| **23** | **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | 1. Создание профессионального веб-сайта нашей продукции, на котором интерактивно и понятно будет размещена подробная информация о продукте.
2. Продажа через существующие маркетплейсы (Вайлдберриз, Озон, Яндекс-маркет).
3. Продажа через социальные сети (Вконтакте, инстаграм), что поможет больше взаимодействовать с клиентами и привлекать их внимание.
4. Участие в ярмарках и фестивалях для продвижения и рекламы продукции, создание дегустационных точек, что обеспечит непосредственное взаимодействие с клиентами и рекламу нашей продукции
5. Партнерство с крупными магазинами, что поможет повысить узнаваемость нашего меда.
 |
| **24** | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | Маркетплейсы, ярмарки. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| **25** | **Описание проблемы\*** **Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9**  | Людям сложно найти круглый год качественный мед для личного потребления, а существующие сахарозаменители не обладают полезными свойствами для организма.* Высокая цена качественного меда
* Определенное канцерогенное влияние доступных сахарозаменителей
* Малое содержание витаминов и минералов в сходной по вкусовым параметрам продукции
 |
| **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 стартап-проекта будет решаться вся проблема потребителей, которым сложно найти качественный мед круглый год и качественные альтернативы сахару по доступной цене.1) Доступность качественного меда круглый год: Мед - это ценный и полезный продукт, который многие люди хотели бы включать в свою диету из-за его природной сладости и здоровых свойств. Однако, в зависимости от местоположения и времени года, доступ к качественному меду может быть ограничен. Наш продукт обеспечивает стабильный доступ к высококачественному меду независимо от времени года. 2) Поиск качественных альтернатив сахару: В современном мире сахар становится объектом заботы для многих людей, так как его избыточное потребление имеет негативное воздействие на здоровье. Мед является одной из наиболее естественных и здоровых альтернатив. Наш продукт предоставляет потребителям высококачественный мед, который может служить идеальной заменой сахару.3) Наш продукт будет использовать современные технологии, что значительно удешевит мед для потребителей.  |
| **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)* | Категории: -Приверженцы ЗОЖ -Люди, занимающиеся спортом-Пожилые людиПотребители часто сталкиваются с ограниченной доступностью качественного меда, который может быть слишком дорогим или недоступным в зависимости от сезона или региона. Мы будем поставлять мед независимо от сезона или региона, что обеспечит доступность и привлекательность нашей продукции.Наши технологии мониторинга и ухода за пчелами используются для понижения цены конечного продукта. Это обеспечивает потребителям доступ к высококачественному меду по разумной цене.Это решение будет интересно потребителям, которые активно следят за своим здоровьем и питанием, но которые не могут/не хотят тратить большие средства на данную продукцию.Маркетплейсы и ярмарки будут служить важным каналом распространения для продукта. На них можно предоставлять информацию о продукте и его преимуществах, а также продавать его напрямую потребителям.  |
| **28** | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*  | Заинтересованные в своем здоровье потребители, а также любители меда будут покупать качественный и доступный по цене мед, а также другую пчелопродукцию, обогащенную витаминами и минералами, что будет недорого, полезно для здоровья, т.е. они смогут позволить себе потреблять качественный продукт в любое время по выгодной цене. |
| **29** | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\*** *Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | Примерно каждый третий россиянин покупает мед и пчелопродукцию хотя бы 1 раз в год.TAM = 31 875 000 000 рублейSAM = 21 250 000 000 рублейSOM = 85 000 000 рублей |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  | Описать технологию производства меда  | Техническое задание для технологии производства (в т.ч. требования к домикам, датчикам контроля популяции пчел, схема расположение ульев по новой технологии) | Январь 2024 г. |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Проведение исследования рынка и целевой аудитории на соответствие решения требования клиентов | Решенческое интервью, тестирование MVP (лендинг) | январь-февраль 2024 г. |
|  | Подготовка маркетинговой стратегии, тестирование каналов продвижения |  | январь-февраль 2024 г. |
|  | Поиск поставщиков (датчики, вентиляционные охладители, дополнительное оборудование для установки датчиков, домики) |  | Январь-февраль 2024 г. |
|  | Поиск территории по размещению пасек  | получить разрешение на размещение пасеки на территории лесхоза | Февраль 2024 г. |
|  | Нахождение источников финансирования |  | Март 2024 г. |
|  | Установка пчелодомиков и оборудования для начала производственного цикла |  | Апрель 2024 г. |
|  | Проведение тестирования, экспериментов с работой технологии при производстве меда |  | Май 2024 г. |
|  | Оптимизация технологического процесса | Анализ тестов, уточнение технологии | Май 2024 г. |
|  | Проведение PR-кампании, разработка бренд-бука |  | Май 2024 г. |
|  | Сбор урожая |  | Май-сентябрь 2024 г. |
|  | Получение сертификатов качества, разрешений на продажу | Исследования качества продукта | Май 2024 г. |
|  | Установление договоренностей с ярмарками и точками сбыта (торговыми центрами) |  | Май-июль 2024 г. |
|  | Закупка оборудования для хранения меда и упаковки, изготовление готового продукта |  | Май-сентябрь 2024 г. |
|  | Сбыт продукции |  | Май 2024 - апрель 2025 г. |