**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\*** | **Ultra** |
| 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** | *Технет, Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | Торманов Николай Сергеевич 89093349240tormanov05@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 | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 | 1752341 | 4629889 | Торманов Николай Сергеевич | Руководитель | 89093349240 | - | Следит за выполнением работы, руководит процессом, общается со стейкхолдерами и инвесторами  |
| 2 | 1385324 | 4633623 | Кондратенко Анастасия Дмитриевна | Аналитик | 89773336292 | - | Анализирует рынок, конкурентов, потребителей и целевую аудиторию |
| 3 | 1752378 | 4629990 | Осмолец Павел Анатольевич | Финансист | 89207588193 | - | Помогает в аналитике, а также рассчитывает показатели и следит за изменениями |
| 4 | 1752342 | 4633568 | Казанцева Дарья Дмитриевна | Дизайнер | 89636828964 | - | Занимается оформлением презентаций, разрабатывает дизайн продукта и работает над будущей рекламной компанией |

 |
|  | **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: помочь людям, у которых есть проблемы с кожей и склонность к раковым заболеваниям, через создание умных часов для отслеживания объема поглощенного ультрафиолета.Задачи:* Разработать и создать устройство, для определения уровня потребленного ультрафиолетового излучения.
* Разработать приложение для устройств (телефон, планшет, часы, компьютер и др.).

Области применения: медицина, наука, образование. |
|  | **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* | Умные часы, а также брелки на карабинах, которые будут считывать уровень получаемого ультрафиолета. |
| 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* | Есть различные категории людей, которым необходимо знать об уровне потребленного ультрафиолетового излучения, и мы своим проектом поможем им с профилактикой онкологических заболеваний, контролировать уровень облучения для предотвращения возможного солнечного удара и ожогов тканей кожи. Наше устройство удобно в использовании благодаря наличию приложения в телефоне, и также оно поможет в отслеживании получения витамина D. |
| 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.)* | **Потенциальный рынок**: люди в возрасте от 15 до 70 лет, которые хотят следить за своим здоровьем по различным причинам;**Целевая аудитория:**1. Люди, родственники которых имели подобное заболевание, обладающие генетическими факторами;
2. Жители регионов России, где солнечное излучение наиболее велико: регионы Центрального федерального округа, регионы Южного федерального округа, Северный Кавказ, Урал и Поволжье;
3. Люди со светлой кожей и светлыми глазами, рыжими или русыми волосами;
4. Люди с большим количеством родинок и веснушек;
5. Люди, имеющие пигментацию, псориаз и прочие заболевания;
6. Люди, обладающие ослабленным иммунитетом;
7. Люди с выявленным вирусом папилломы человека;
8. Люди в возрасте от 15 до 70 лет, родители детей (от 1 до 14 лет);
9. Люди, проводящие чрезмерное количество времени под солнечными лучами.

Мы работаем на рынке B2C.  |
| 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* | Наш проект создан на основе УФ-радиометра – устройства, предназначенного для измерения энергетической облученности в УФ – диапазоне. |
| 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.*  | Наш продукт будет распространяться благодаря личным рекомендациям, в медицинских учреждениях, в социальных сетях. Мы планируем выстраивать деловые отношения с потребителями и поставщиками посредством социальных сетей и напрямую. Мы планируем привлечь финансовые средства с помощью получения гранта на развитие нашего проекта, а также привлечь инвесторов и государство. После производства продукта он будет поступать с помощью доставки (курьером или по почте) до клиента. Способы сбыта и продвижения указаны в пунктах 23 и 24. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Смарт-браслет УФ-детектор. |
| 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* | Клиенты будут делать выбор в пользу нашего продукта, потому что наш прибор позволит достаточно точно измерять уровень ультрафиолетового излучения в отличие от конкурента, у которого нет приложения, ограниченный функционал и менее качественный материал, по сравнению с нашим. |
| 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* | Польза и востребованность нашего продукта заключается в том, что каждый день, находясь на улице, люди не задумываются о том, какое количество ультрафиолетового излучения они потребляют каждый день. Также многие люди забывают о приеме витамина Д, столь необходимого для их здоровья и самочувствия. Поэтому наш проект необходим практически всем людям, поскольку позволит контролировать и отслеживать эти моменты.Конкурентные преимущества: * наличие удобного приложения;
* наличие премиум подписки

(Премиум подписка позволяет:1. видеть количественное превышение уровня ультрафиолетового излучения (обычная подписка предоставляет данные об уровне ультрафиолетового излучения до превышения включительно);
2. напоминание о приеме витамина D;
3. пуш-уведомление о том, что пора ограничить пребывание на солнце;
4. отключение рекламы в приложении и др.);
* большое количество функций (полезная информация об ультрафиолетовом излучении и витамине Д, статистика потребленного количества ультрафиолетового излучения, графики, рекомендации о безопасном контакте с ультрафиолетовыми лучами и о необходимом количестве витамина D для людей разного возраста в зависимости от региона их проживания);
* удобство в ношении самих часов и брелока;
* уникальность продукта в достаточно точном измерении ультрафиолетового излучения;
* охват достаточно большого количества потребителей ввиду того, что информация о потребленном ультрафиолете напрямую сказывается на здоровье людей и большое количество людей заботится о своем здоровье.
 |
|  | **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* | В мобильном приложении нашего устройства будет находиться статистика потребленного количества ультрафиолетового излучения, графики, а также информация об ультрафиолете, рекомендации о безопасном контакте с ультрафиолетовыми лучами и о необходимом количестве витамина D для людей разного возраста в зависимости от региона их проживания. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Концепцию проекта мы делаем силами команды и в дальнейшем нам понадобится привлечение дополнительных рекламных, финансовых источников, а также группы IT-специалистов. У нас будет возможность организовать партнерство через рекламу внутри нашего приложения. |
| 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.)* | Конкурентные преимущества: * наличие удобного приложения;
* наличие премиум подписки

(Премиум подписка позволяет:1. видеть количественное превышение уровня ультрафиолетового излучения (обычная подписка предоставляет данные об уровне ультрафиолетового излучения до превышения включительно);
2. напоминание о приеме витамина D;
3. пуш-уведомление о том, что пора ограничить пребывание на солнце;
4. отключение рекламы в приложении и др.);
* большое количество функций (полезная информация об ультрафиолетовом излучении и витамине Д, статистика потребленного количества ультрафиолетового излучения, графики, рекомендации о безопасном контакте с ультрафиолетовыми лучами и о необходимом количестве витамина D для людей разного возраста в зависимости от региона их проживания);
* удобство в ношении самих часов и брелока;
* уникальность продукта в достаточно точном измерении ультрафиолетового излучения;
* охват достаточно большого количества потребителей ввиду того, что информация о потребленном ультрафиолете напрямую сказывается на здоровье людей и большое количество людей заботится о своем здоровье.
 |
| 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* | Умные часы и брелок, которые легкие по весу, а также приложение для их использования. Включают датчик, считывающий количество поглощенного ультрафиолета, солнечную панель, блютуз модуль, а также батарейку и плату, которая их связывает, а также корпус из пластика. |
| 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* | На данный момент сформирована концепция нашего стартап проекта, начаты исследования рынка, ведутся исследования нашей целевой аудитории и их потребностей через опросы в социальных сетях. Также проработаны риски нашего проекта. Для дальнейшей разработки необходимы специалисты различных направлений, а также финансирование. |
| 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*  | Наш продукт будет продвигаться посредством таргетированной рекламы, социальных сетей, онлайн – магазинов, маркетплейсов, личных рекомендаций, медицинских учреждений. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Онлайн – магазин, так как это наиболее удобно и быстро в современных условиях. Также планируем выйти на маркетплейсы, так как это очень популярно сейчас. Планируется страничка нашей компании в ВК, чтобы общаться с аудиторией и делиться различной информацией.  |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Проблема, связанная с контролем уровня получения организмом витамина D и облучения ультрафиолетом |
| 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* | Люди смогут следить за тем, сколько витамина D они получили за день, а также уровень поглощенного ультрафиолета в течение дня. Данная информация будет отображаться в приложении, что поможет более структурированно за всем наблюдать. Также эта информация поможет врачам сделать необходимые выводы и прописать нужные препараты, если они будут необходимы. |
| 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)*  | Основные «держатели» проблемы прописаны в пункте 11, при этом многие их проблемы могут быть решены при помощи нашего продукта. Они купят наш продукт, так как будет активная рекламная компания, которая расскажет людям о том, как наше устройство поможет справиться целевой аудитории с их проблемами.  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | С помощью учета получаемого витамина D и уровня ультрафиолета через брелки и часы информация будет поступать в приложение, где будет соответствующим образом обрабатываться для формирования соответствующих рекомендаций и отражения итогов. |
| 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.* | В России проживают около 147 млн. человек, 8% от количества всего населения подходит под нашу целевую аудиторию и нуждается в нашем продукте. Тогда объем TAM составит 12 млн. человек. Если наш товар будет продаваться по 1 тыс. рублей, то общий объем целевого рынка составит 12 млрд. рублей. Наши клиенты это те, кто хотят следить за своим здоровьем и имеют возможность приобрести наш продукт. Предположим, что таких людей 30% от объема TAM, то есть 3,6 млн чел. – это количество доступных клиентов, а SAM – 3,6 млрд руб. Если мы будем производить 1,5 тыс. продукции в месяц, то реально достижимый объем рынка составит: 1500 \* 12 \* 1000 = 18 млн рублей – это и есть SOM. Теоретически объем продаж может существенно вырасти, соответственно SOM также может вырасти. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Планируется расширение клиентской базы, новые функции в приложении, постоянное совершенствование продукта исходя из пожеланий и замечаний клиентов, а также усовершенствование продукта в соответствии с научно-техническим прогрессом.* |