Приложение № 15 к Договору

от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_(ссылка на проект)* | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | Тульский филиал федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»ИНН: 7705043493КПП: 710743001ОГРН: 1037700012008Дата регистрации: 09.01.2003Руководитель: Калинин Николай Васильевич |
| Регион ВУЗа  | Тульская область |
| Наименование акселерационной программы  | ХАЙВ-АЭРО |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Tech Glass Cleaner: клининговые услуги на основе БПЛА |
| **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.* | HiveAero; технологии создания высокоскоростных транспортных средств и интеллектуальных систем управления новыми видами транспорта; технологии создания высокоскоростных транспортных средств и интеллектуальных систем управления новыми видами транспорта; новые производственные |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии создания высокоскоростных транспортных средств и интеллектуальных систем управления новыми видами транспорта.  |
| **4** | **Рынок НТИ** | Аэронет |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Новые производственные технологии, технологии беспроводной связи и «Интернета вещей», искусственный интеллект, технологии компонентов робототехники и мехатроники, технологии сенсорики. |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\***  | U1420155Leader id 4914795Гончаров Яков Романович8 926 287 00 15yyyrg@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 | U1420191 | 4914893 | Голов Денис Евгеньевич | Администратор | 8(929)622-65-45 | Аналитик, Генератор идей, Специалист БАС | Участник научно-практических конференций, опыт разработки стартап-проекта в рамках конкурса «Стартап года |
| 2 | U1424838 | 4923475 | Потапова Юлия Ярославовна | Интегратор | 8(810)945-54-15 | Мастер презентации, Дизайнер, Генератор идей | Участник научно-практических конференций |
| 3 | U1420186 | 557970 | Зайцева Дарья Дмитриевна | Интегратор |  | Мастер презентации, Маркетолог, Генератор идей | Участник научно-практических конференций |

 |
|  | 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: разработать коммерчески выгодную цепочку создания потребительской ценности, в основе которой – предлагаемый инновационный продукт, позволяющий на базе сквозных технологий и БПЛА (беспилотного летательного аппарата) оказывать клининговые услуги при обслуживании специализированных и/или многофункциональных высотных зданий. Задачи проекта (этапы реализации): - провести маркетинговый анализ целевого сегмента рынка клининговых услуг, определить ЦА продукта и спрогнозировать ожидаемые результаты от реализации проекта;- разработать идею инновационного продукта по предоставлению клининговых услуг и довести ее до этапа коммерциализации;- установить потенциальных стейкхолдеров проекта и разработать стратегию взаимодействия с ними. Внешние ожидаемые результаты проекта заключаются в завоевании рыночной доли и привлечении клиентов, укреплении деловой репутации. Внутренние ожидаемые результаты выражаются в организации бизнеса, успешно удерживающего перспективную инновационную нишу.Области применения результатов: сфера клининговых услуг для высотных и многоэтажных зданий.Потенциальные потребительские сегменты: собственники многоэтажных и высотных зданий, арендаторы помещений и офисов в них. |
|  | **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* | Во-первых, в проекте предлагается к продаже в формате B2B беспилотная авиационная система (БАС), основной задачей которой является очищение от загрязнений на большой высоте наружных панорамных окон специализированных и/или многофункциональных высотных зданий − «Tech Glass Cleaner» (TGC). Во-вторых, проект предусматривает оказание сопровождающих услуг по установке, технологическому контролю и ремонту беспилотной авиационной системы. |
| 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 последние годы вместе с общим ростом рынка недвижимости стремительно растёт и спрос на квартиры в жилых многоэтажных домах, а также на офисные помещения в многофункциональных высотных зданиях с большими панорамными окнами. Как правило, из соображений безопасности, данный тип окон не открывается. В связи с этим создается потребность у застройщиков (собственников) по решению проблемы мытья окон снаружи на больших высотах. Наш проект направлен на удовлетворение данной потребности с позиционированием своего продукта и услуг как ценной возможности для застройщиков (собственников) сформировать конкурентное преимущество в виде образа футуристичного жилого комплекса, обеспечивающего своих жильцов всеми необходимыми сервисами. |
| 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.)* | Ключевым потребительским сегментом являются юридические лица – застройщики (собственники) жилых, специализированных или многофункциональных высотных зданий.Конечными потребителями являются, например, жильцы новостроек, в домах которых установлена БАС нашего проекта. Формат оказываемых услуг − B2B. Географически потребители сосредоточены в городах с высотной застройкой: Москва, Санкт Петербург, Новосибирске, Екатеринбурге, Казани, Нижнем Новгороде и т.д. |
| 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* | 1. Использование технологии Интернета вещей в качестве основы автоматического управления дроном.
2. Технология FPV (First Person View), с помощью которой пилоты могут осуществлять приём с БПЛА видеоизображения по дополнительному видео-радиоканалу с использованием FPV-очков и FPV-шлема., что позволяет гарантировать надежное и безопасное управление БПЛА.
3. Микрокамеры с наклонно-поворотным механизмом, установленные на стабилизирующий подвес, служат для формирования единой системы ориентации в пространстве БПЛА.
4. Система передачи и приема видеосигнала для обеспечения стабильной и надежной связи между БПЛА и контролером.
5. Технология OSD (One Screen Display), позволяющая на видеопоток, транслируемый пилоту, выводить дополнительную техническую информацию о состоянии дрона: высота полёта, скорость полёта, направление полёта, напряжение аккумуляторов, датчик тока (потребление тока от АКБ), предупреждения (сигнализирующее о низком заряде АКБ и тд.), линия горизонта (помогает выравнивать коптер, опираясь на положении линии).
6. GPS-приемник и станции RTK, посылающие сигнал о точном местоположении дрона позволяют в режиме реального времени мониторить состояние и положение БПЛА.
 |
| 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.*  | Сферой реализации является модель B2B, в которой основными потребителями выступают застройщики (собственники) жилых зданий (ОКВЭД 41.20). Наш бизнес ориентируется на удовлетворение ключевой потребности любого застройщика (собственника) – формирование конкурентных преимуществ, обеспечивающих сочетание быстрой реализации квартир (помещений) по наиболее высокой цене, а также способствующих росту деловой репутации компании. Истоком данной потребности у застройщиков (собственников) выступает высокая конкуренция на рынке недвижимости. Способом решения данной проблемы, который предлагает наш проект, является формирование посредством БАС «TGC» футуристичного образа ЖК застройщика, что способствует как решению проблемы конечного потребителя – загрязнения панорамных окон на большой высоте, так и росту спроса на квартиры (помещения) застройщика.Способы привлечения финансовых ресурсов для реализации проекта следует разграничить на классические (привлечение заемных средств через банковский кредит или долевое финансирование в виде продажи доли в уставном капитале; венчурные инвестиции) и альтернативные (коллективные формы финансирования или инвестирования в виде краудинвестинговых, краудлендинговых, краудревординговых цифровых платформ).Предлагаемый нами ключевой канал продвижения проистекает из выбранного формата работы – B2B. Планируется продвижение продукта посредством организации коммерческого отдела, который будет осуществлять ознакомление потребителей с нашими продуктами и услугами; их достоинствами; с портфолио успешных «образов» ЖК застройщиков, с которыми мы уже взаимодействовали. Формирование дохода планируется за счёт продажи БАС «TGC» и оказания услуг по их эксплуатации и техническому контролю. Прибыль является частью добавленной стоимости, формируемой посредством всей цепочки потребительской ценности. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Конкурентами проекта являются компании, которые делят рассматриваемый целевой рынок и удовлетворяют ту же потребность. На этой основе ключевыми конкурентами в Москве и Московской области выступают:* ИП Сорокин В.К. «Горфокс» − мойка окон и фасадов зданий альпинистами;
* ИП Дорохин А.М. «ZigZag» − мойка окон и фасадов промышленными альпинистами;
* ООО «Альпикон» − промышленные альпинисты;
* ООО «Альпинисты» − организация высотных работ;
* ООО «ProffClean24» − оказание клининговых услуг.
 |
| 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* | Ценность нашего предложения заключается в четырёх аспектах: 1. Предлагаемый продукт создаёт в глазах конечного потребителя – собственников жилых и нежилых помещений в специализированных и/или многофункциональных высотных зданиях – образ футуристичного «умного дома», что позволяет застройщику быстрее и по более высокой цене осуществлять продажу квартир и нежилых помещений;
2. Использование БАС «TGC» в качестве очистителя окон позволяет в два с лишним раза сократить время по сравнению с работой профессиональных альпинистов-мойщиков в связи с отсутствием у первой альтернативы «усталости»;
3. Предлагаемый метод устранения загрязнений на окнах в долгосрочной перспективе выгоднее с экономической точки зрения, поскольку требует одного человек для контроля работы беспилотника «TGC» на одном строительном мкомплексе;
4. Количество несчастных случаев, связанных с работами на большой высоте, сводятся к нулю за счёт исключения человеческого фактора;
5. Предлагаемая беспилотная авиационная система «TGC» характеризуется высокой степенью надежности благодаря использованию сенсорных информационных систем, программируемых методом машинного обучения;
6. Предлагаемый продукт является инновационным на российском рынке и не имеет прямых аналогов, что в перспективе позволит прочно занять рассматриваемую нишу;
7. За счёт тщательного анализа технологических решений, предлагаемых на текущий момент, наш проект смог выявить наиболее оптимальное сочетание цены и качества.
 |
| 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* | Фундаментальным конкурентным преимуществом, способным обеспечить успех проекта, является сочетание высокого спроса целевой аудитории и инновационности предлагаемого продукта. Наш проект поставил перед собой задачу обеспечить достижение данных двух характеристик. Благодаря использованию технологии БПЛА в основе продукта мы достигаем экономических выгод для потребителя посредством экономии на ряде затрат при рассмотрении аналогичных продуктов и услуг; способствуем расширению клиентской базы (удовлетворяем ключевую потребность клиента); являемся производителем уникального продукта, не имеющего аналогов на российском рынке. Совокупность данных характеристик служит основанием прогнозирования успешной реализуемости бизнес-идеи и устойчивости проекта БАС «TGC». |
|  | **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* | БАС «TGC» для успешного оказания клининговых услуг обладает следующими параметрами:- микрокамера на корпусе дрона для оценки степени загрязнения панорамных окон;- система дистанционного управления и пилотирования, представленная технология FPV и OSD, GPS-приемниками и станциями RTK;- технология лидар ранжирования для сканирования местности и объекта; |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные параметры: общество с ограниченной ответственностью будет наиболее предпочтительной формой ведения бизнеса, которое на условиях аутсорсинга предоставляет клининговые услуги при обслуживании специализированных и/или многофункциональных высотных зданий. Производственные параметры:- Экструзионное формование интегрированного корпуса из высокопрочных авиационных материалов;- Алюминий в основе деталей БПЛА для обеспечения большей прочности и меньшего веса;- Компактная конструкция позволяет свести к минимуму габариты, а максимальная полезная нагрузка может достигать 9 кг;- Время полёта до 40 минут при полной нагрузке;- Профессионально настроенная двигательная установка, обеспечивающая резервирование мощности, более высокий коэффициент безопасности;- Разнонаправленная водонепроницаемая защитаФинансовые параметры:- Один экземпляр БПЛА типа MX860 от компании T-DRONES стоит 418 507, 65 руб. (на 18.10.23);- Совокупная стоимость деталей, требуемых для модернизации одной модели БПЛА типа MX860, оценивается в 36 700 руб.;- Стоимость услуг по модифицированию БПЛА оценивается в 15 тыс. руб.;Таким образом, совокупная стоимость изготовления единицы конечного продукта составляет 470 207, 65 руб. Организация первой БАС требует три модифицированных БПЛА. Так, конечная стоимость проекта составляет 1 410 622, 95 руб.Проект предусматривает следующую цепочку потребительской ценности: проведение НИОКР; закупка БПЛА типа MX860 от компании T-DRONES; закупка комплектующих для модификации БПЛА; модификация БПЛА; аренда соответствующего помещения, организация кадрового, производственного и коммерческого отделов; поиск клиентов и формирование заказов на договорной основе; доставка БПЛА клиенту; получение прибыли. |
| 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.)* | Основными конкурентными преимуществами являются:1. Отсутствие человеческого фактора – исключение затрат живой рабочей силы и несчастных случаев (в т.ч. заработная плата, оплата отпусков); относительный рост безопасности жильцов в отношении услуг, предоставляемых конкурентами; исключение неодобрительного отношения жильцов к возможности мойщиков окон беспрепятственно наблюдать за происходящим внутри квартир и помещений.
2. Процесс мойки окон занимает значительно меньше времени: не требуется подготовка альпинистского снаряжения и страховочных ремней, отсутствие у БАС «TGC» «усталости».
3. БАС «TGC» является экономически более выгодным, чем использование услуг альпинистов, поскольку снижает ФОТ мойщиков окон и полностью исключает ряд иных затрат.
 |
| 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* | 1. Компактная конструкция позволяет свести к минимуму габариты, а максимальная полезная нагрузка может достигать 9 кг;2. Удобный дизайн: легко разбирается, складывается и переносится, транспортировка больше не доставляет хлопот;3. Легкая конструкция: экструзионное формование интегрированного корпуса из высокопрочных авиационных материалов, алюминий для большей прочности и меньшего веса;4. Длительное время полета: до 40 минут при нормальных условиях;5. Высокая эффективность: профессионально настроенная двигательная установка. Значительное резервирование мощности, более высокий коэффициент безопасности.6. Разнонаправленная водонепроницаемая защита: объекты диаметром 1 мм больше не представляют угрозы для двигателя. Свободный полет практически в любую погоду. |
| 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* | Основные аспекты стартап проекта Tech Glass CleanerОрганизационные: для реализации проекта предлагается зарегистрировать юридическое лицо (ООО), в состав учредителей которого также войдет команда данного стартапа.Материальные: развитие проекта будет осуществляться путем привлечения партнеров (в том числе, производящих комплектующие для дрона) и инвесторов для увеличения капитала, дальнейшего внедрения БАС «TGC» |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует научно-техническом приоритетам России, в частности программе «Приоритет 2030», целью которой выступает развитие технологического предпринимательства, а также приоритетам развития Тулы и Тульской области. В дополнении наш проект направлен на крупный вклад в процесс механизации трудового процесса. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Предлагаемый нами ключевой канал продвижения продукции проистекает из выбранного формата работы – B2B. Таким образом, планируется продвижение продукции посредством организации отдела продаж, который будет осуществлять ознакомление потребителей с нашими продуктами и услугами; их достоинствами; с портфолио успешных «образов» ЖК застройщиков, с которыми мы уже взаимодействовали.  |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Главным каналом сбыта продукции (услуги) является одноуровневый канал в формате B2B. Данное решение обусловлено тем, что наша компания будет заключать договора с застройщиками для продажи беспилотных авиационных систем «TGC» и оказания сопровождающих услуг. Для дальнейшего продвижения нашей фирмы и сотрудничества с новыми застройщиками мы будем использовать интернет-ресурсы, – корпоративный сайт и социальные сети – где будет размещено наше портфолио с достигнутыми результатами и качеством произведённых работ. |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Проект БАС «TGC» решает проблемы двух потребителей – прямого и косвенного. Прямыми потребителями являются застройщики специализированных и/или многофункциональных высотных зданий (ОКВЭД 41.20), а косвенным потребителями непосредственно собственники квартир и помещений в многофункциональных и/или специализированных высотных зданиях. Проблема прямых потребителей проистекает из высокой конкуренции на рынке недвижимости – потребность в формировании конкурентных преимуществ с целью расширения клиентской базы и роста добавленной стоимости квартир и помещений. Проблема конечных потребителей связана с потребностью в чистых панорамных окнах высотных зданий. Данные две проблемы прочно взаимосвязаны, так как решение проблемы косвенного потребителя позволяет решить проблему прямого потребителя. |
| 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* | Посредством полного удовлетворения потребностей косвенного потребителя, наш проект позволяет частично удовлетворить потребность прямого потребителя. Это связано с тем, что у застройщиков жилых зданий, как правило, существуют несколько конкурентных преимуществ, одним из которых может выступать наш продукт и сопровождающие услуги. |
| 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)*  | Ключевым потребителем наших услуг являются застройщики. Основной мотивацией к решению проблемы посредством использования нашей продукции является взаимосвязь комплексного ценностного предложения нашего проекта, описанного в пункте 15, и проблемой, которую мы решаем, описанной в пунктах 25 и 26. Возможность использования нашей продукции застройщиком возникает в связи с широкими финансовыми возможностями, формируемыми спецификой деятельности застройщиков. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Посредством решения проблемы косвенного потребителя (жильцов ЖК) достигается решение проблемы прямого потребителя (застройщиков). Данная взаимосвязь детально описана в пунктах 8 и 10. |
| 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 связи с стремительным ростом рынка недвижимости в последние годы, растут как возможности ключевых игроков, так и конкуренция между ними. На этой основе можно охарактеризовать быстрый рост целевой аудитории рассматриваемого проекта и финансовой емкости предполагаемого рынка. Ожидаемая доля рынка проекта через 4 года после начала реализации составляет более половины, что аргументируется как рядом достоинств и инновационностью продукта, так и наличием свободной ниши, на которой возможно прочно закрепиться.  |

план дальнейшего развития стартап-проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu> )

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

Календарный план

 ***Календарный план проекта:***

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