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) | **7705043493** |
| Регион ВУЗа  | **Москва** |
| Наименование акселерационной программы | **Архипелаг 2023** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Термоподставка, поддерживающая температуру блюд, для ресторанного бизнеса. |
| **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.* | Термоподставка, относящаяся к группе теплового оборудования, которое используется в зале предприятия питания и позволяет минимизировать проблему остывания блюд. |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии. |
| **4** | **Рынок НТИ** | FOODNET, TECHNET |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Новые производственные технологии |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\***  | - Unti ID U1403522- Leader ID 2137803- ФИО Скурихина Вероника Александровна- телефон +7-904-025-41-37- почта v.skurixina@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 | *U1403785* | *4880818* | Кустова Алина Александровна | ИнтеграторСистемный администратор Копирайтер Советник | 8-925-856-37-12Alineku1820@yandex.ru | студент | В процессе получения высшего образования (РЭУ им. Г.В. Плеханова, 4 курс) |
| 2 | *U1403533* | *4880360* | Трофимова Анастасия Алексеевна | ПредпринимательМаркетолог Логист | 8-9646347832tasia02@ya.ru | студент | В процессе получения высшего образования (РЭУ им. Г.В. Плеханова, 4 курс) |
| 3 | *U1409260* | *4889863* | Варламова Екатерина Андреевна | ПроизводительДизайнер Менеджер Генератор идей | 8-977-485-78-90kati771133@gmail.com | студент | В процессе получения высшего образования (РЭУ им. Г.В. Плеханова, 4 курс) |

 |
|  | **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* | Термоподставка под тарелку для горячих блюд, позволяющая сохранить температуру блюда в течение всего приема пищи/банкета. Устройство решает проблему снижения потребительских свойств и вкусовых качеств горячих блюд ввиду снижения их температуры во время приема пищи/банкета путем непрерывного подогрева блюда непосредственно в тарелке. Цель проекта: создать продукт, который повысит качество предоставления услуг в ресторанном бизнесе. Задачи: провести маркетинговое исследование, разработать научно-техническое решение, продумать базовую бизнес-идею. Ожидаемые результаты: будет разработана схема работы устройства, решающего проблему остывания еды во время приема пищи. Основными потребителями являются юридические лица – рестораторы предприятий питания среднего и высшего класса (B2B). |
|  | **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* | Термоподставка под тарелку для горячих блюд, позволяющая сохранить температуру блюда в течение всего приема пищи/банкета. Внутрь подставки встроен нагревательный элемент *и питающий его аккумулятор*. Аппарат *заряжается от сети и работает в течение 2 часов.* Температура регулируется с помощью приборной панели, расположенной на нижней части корпуса. Внешне покрыт *нескользящим материалом,* выглядит как декоративный элемент. Благодаря различным оттенкам может вписаться в любой фирменный стиль. |
| 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* | Устройство решает проблему снижения потребительских свойств и вкусовых качеств горячих блюд ввиду снижения их температуры во время приема пищи/банкета путем непрерывного подогрева блюда непосредственно в тарелке. Решает проблему рестораторов: сокращает финансовые потери из-за переделывания остывших блюд; а также проблему гостей ресторана: остывание горячих блюд, снижение их вкусовых качеств (из-за долгой подачи во время банкета/при наличии сразу нескольких блюд, употребляемых по очереди/во время продолжительного приема пищи). |
| 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.)* | Основными потребителями являются юридические лица – рестораторы предприятий питания среднего и высшего класса (B2B). |
| 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* | Продукт будет создан на основе использования встроенных нагревательных элементов, питающихся от аккумулятора, заряжаемого от сети (220В), сохраняющих заряд в течение 2 часов. Компактность устройства позволяет использовать его непосредственно в зале предприятия питания, делая его уникальным. Планируется взаимодействие с поставщиками пластмасс, ТЭНов, аккумуляторов, стеклокерамики, что обеспечит минимальные размеры производства самого оборудования, так как потребуется только итоговая сборка. |
| 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.*  | **Ценностное предложение :**Наш продукт является уникальным в своей области, так как совмещает в себе достоинства продуктов-конкурентов: содержит компактный нагревательный элемент, что позволяет сохранять температуру каждого блюда индивидуально во время его употребления; является мобильным и удобным в использовании.**Потребительские сегменты:**Основными потребителями являются юридические лица – рестораторы предприятий питания среднего и высшего класса (B2B).**Каналы сбыта:**Для продвижения продукта будут проводиться презентации разработки на выставках оборудования для ресторанного бизнеса, таких как Пир Экспо и др., и научных конференциях , а также предполагается продажа продукта на маркетплейсах (Wildberries, Ozon, ЯндексМаркет). Предусматривается распространение информации о продукции через представителей компании (посещение представителем ресторанов, кафе и т.д. с целью рекламы и продажи продукта).**Ключевые партнеры:**Компания по производству пластмасс (литьё под давлением), компания по производству ТЭНов (спиралей двойного кручения), компания по производству аккумуляторов.**Структура издержек:**Деньги на организацию производственного цеха и аренду помещенияНа содержание командыНа маркетинг продажиНа комлектующие |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Основными конкурентами нашего продукта являются чафиндиши, встроенные в стол bbq, мармиты, карвинговая станция. |
| 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* | Наш продукт является уникальным в своей области, так как совмещает в себе достоинства продуктов-конкурентов: содержит компактный нагревательный элемент, что позволяет сохранять температуру каждого блюда индивидуально во время его употребления; является мобильным и удобным в использовании. |
| 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* | Продукт изготавливается из доступных материалов, не требует больших производственных площадей и высокотехнологичного оборудования, не возникнет трудностей с поиском материалов для производства. Предполагается сотрудничество с фирмой, изготавливающей пластмассы различных форм (литье под давлением), поставляющей деталь корпуса продукта.Доступность материалов и простота производства, а также использования готового продукта доказывает его конкурентные преимущества. |
|  | **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* | Материалы: корпус – ABS-пластик, верхнее покрытие – стеклокерамика (возможно затонированное покрытие), теплоизоляция – пенопластик. Габариты: высота – 4 см, диаметр – 25 см.Мощность: 500 Вт.Режим работы: до 2 часов непрерывной работы.Температура: до 80ºС (регулируется с помощью электронного регулятора на нижней части корпуса, температура отображается на дисплее).Аккумулятор: литий-ионный, 20мАч, 12 В. Заряжается через кабель на 5А от сети 220 В, тип подключения – USB. Тип ТЭНа: спираль двойного кручения (подобно конструкции, используемой для инфракрасных плит). Время зарядки: 2 часа.Длина кабеля: 1,5 м.Данные параметры соответствуют выбранному направлению и обеспечивают оборудованию высокую конкурентоспособность. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Производство продукта возможно при сотрудничестве с поставщиками – производителями внешнего корпуса салфетки, а также внутренней составляющей (тэна), на предприятии-изготовителе выполняется соединение корпуса с нагревательным элементов, благодаря чему создается готовый продукт.  |
| 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.)* | Термоподставка будет работать на нагревающемся от литий-ионного аккумулятора ТЭНе - спирали двойного кручения (с мощностью 20 мАч (12 Вольт)), заряжающейся от сети через USB кабель 220В. Материалами для изготовления будут служить: пенопластик для термоизоляции, стеклокерамика для наружнего покрытия, ABS пластик для боковых стенок. Такая конструкция позволит избежать нагрева поверхности по бокам, при этом создаст нужную для нагревания блюда температуру поверхности (70-80ºС). Дисплей на нижней части корпуса будет показывать температуру нагрева, которую можно скорректировать с помощью кнопок «+» и «–». Приблизительная стоимость устройства составит 5 000 рублей. Рекомендуемое количество устройств для предприятия – 20% от общего числа мест в зале, это обеспечит их комфортное использование и своевременную подзарядку оборудования.  |
| 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* | Продукт будет создан на основе использования встроенных нагревательных элементов (спирали двойного кручения), питающихся от литий-ионного аккумулятора, заряжаемого от сети (220В), сохраняющих заряд в течение 2 часов. Компактность устройства позволяет использовать его непосредственно в зале предприятия питания, делая его уникальным |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продуктаTRL***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* | Стартап проект продуман на уровне идеи и основных технических характеристик. Подобраны материалы и метод создания продукта. Это позволит развивать идею в дальнешем и реализовать производство оборудования. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | РЭУ им. Г.В. Плеханова заинтересован в поддержании разработки студентами стартапов в сфере инженерно-технического обеспечения предприятий общественного питания, приветствуются уникальные разработки для ресторанного бизнеса, чему соответствует идея нашего проекта.  |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Маркетинговая стратегия дифференциации, применяемая при продвижении продукта, позволяет показать его отличительные особенности и конкурентные преимущества на рынке. Для продвижения продукта будут проводиться презентации разработки на выставках оборудования для ресторанного бизнеса, таких как Пир Экспо, и научных конференциях , а также предполагается продажа продукта на маркетплейсах (Wildberries, Ozon, ЯндексМаркет). Предусматривается распространение информации о продукции через представителей компании (посещение представителем ресторанов, кафе и т.д. с целью рекламы и продажи продукта). Планируется создание социальных сетей компании, развитие и продвижение их с помощью рекламы заинтересованным пользователям.  |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Маркетплейсы (Wildberries, Ozon, ЯндексМаркет), сайт компании позволяют рестораторам легко и быстро приобрести товар, получить всю необходимую информацию о нем, а также оформить курьерскую доставку.  |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Термоподставка под тарелку решает проблему быстрого остывания блюд у гостей ресторана. Иногда гостям приносят несколько блюд одновременно и это приводит к остыванию блюд во время употребления другого. Благодаря термопоставке температура блюд будет сохраняться столько, сколько это потребуется (до 2 часов), это поможет сохранить тепло блюд без потери органолептических свойств и порадовать возможностью неспешного употребления любимых блюд в ресторане. |
| 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* | Если гостям приносят несколько блюд, это может привести к остыванию некоторых из них. Данная проблема может привести к утрате аромата и вкуса. Следовательно, это приводит к недовольству клиентов. Термоподставка решает эту проблему и гости остаются довольными. Со стороны владельцев предприятия питания, так как гости довольны температурой и вкусом блюда, они не требуют его переделать, что экономит на затратах предприятия. |
| 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)*  | Продукт решает проблему рестораторов: сокращает финансовые потери из-за переделывания остывших блюд. Использование данной продукции позволит поддерживать постоянную температуру блюд на протяжение двух часов, исключая ее остывание, что обеспечит положительные эмоции гостей и повысит репутацию предприятия общественного питания.  |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Использование данной продукции позволит поддерживать постоянную температуру блюд на протяжение двух часов, исключая ее остывание, что обеспечит положительные эмоции гостей и повысит репутацию предприятия общественного питания. |
| 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.* | Большинство рестораторов хотят повысить качество обслуживание в своем предприятии питания и обеспечить себе репутацию места, где все продумано до мелочей. Рынок предприятий питания огромен, с каждым годом все большее количество ресторанов открывается в масштабирующихся городах, возрастает конкуренция, а значит и желание быть лучшим и выделяться. Это увеличивает масштаб данного сегмента рынка, а значит и число потенциальных покупателей продукта.  |

**план дальнейшего развития стартап-проекта**

| Номер этапа | Сроки | Название этапа | Примерная стоимость |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Ноябрь 2023-декабрь 2023 | Поиск поставщиков комплектующих | - |
| 2 | Ноябрь 2023-декабрь 2023 | Поиск помещения для производственного цеха | - |
| 3 | Декабрь 2023 | Заключение договоров с поставщиками и аренда помещения | 100 000 руб/мес. |
| 4 | Декабрь 2023 | Поиск работников цеха | 160 000 руб/мес. |
| 5 | Декабрь 2023-Январь 2024 | Оснащение производственного цеха, закупка расходных материалов | 500 000 руб |
| 6 | Февраль 2024 | НИОКР | 20 000 руб |
| 7 | Февраль 2024-Март 2024 | Реклама и поиск покупателей | 100 000 руб |
| 8 | Март 2024-Май 2024 | Запуск производства, продажа оборудования на разных торговых площадках  | Себестоимость 1 изделия около 5 000, выручка с 1 изделия - 1000 руб |
| 9 | Июнь 2024-Август 2024 | Выход на массовое производство и получение прибыли | - |

**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, перечнюдолжностей, квалификации), который Вы представляете на момент выхода предприятияна самоокупаемость. Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от составакоманды 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 |  |  |  |
|  |  |  |  |