ФОРМА ПАСПОРТА СТАРТАП-ПРОЕКТА

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Общая информация о стартап-проекте | |
| Название стартап-проекта | Разработка и развитие нового продукта (создание гипоаллергенных аромасредств для личной гигиены и дома) |
| Команда стартап-проекта | Мкртчян Эвелина Григорьевна  Козикова Алёна Андреевна  Камалова Алия Альфридовна |
| Ссылка на проект в информационной системе Projects | <https://pt.2035.university/project/razrabotka-i-razvitie-novogo-produkta-sozdanie-gipoallergennyh-aromasredstv-dla-licnoj-gigieny-i-doma#pulse145269>  Ссылка-приглашение: <https://pt.2035.university/project/razrabotka-i-razvitie-novogo-produkta-sozdanie-gipoallergennyh-aromasredstv-dla-licnoj-gigieny-i-doma/invite/b10e2031-3529-4af2-8e7c-a107084327b5> |
| Технологическое направление | *TechNet* |
| Описание стартап-проекта  (технология/ **услуга**/продукт) | Проект по разработке и развитию нового продукта (создание гипоаллергенных аромасредств для личной гигиены и дома) видит своей главной целью создание гипоаллергенных аромасредств для личной гигиены и дома основе экологически чистых новых материалов, способствующих снятию возбуждения нервной системы и улучшению состояния человека на базе использования нейросети, предназначенной для создания обработки анкеты клиента, создании дизайна упаковки и управления аддитивными технологиями.  Возможности нейросети: проектирование и дизайн конечного продукта, поддержание высокого качества оказываемой услуги, индивидуализация продукта.  Искусственный интеллект отлично анализирует потребности заявленной целевой аудитории, за более короткий промежуток времени презентовать (генерация макетов) проект и эффективнее и системно обрабатывать запросы клиентов. Индивидуализация продукции – основной принцип предоставляемой услуги.  Использование натуральных компонентов и сырья в изготовлении гипоаллергенных аромасредств для сохранения экологичности продукции и поддержании на должном уровне качества (отслеживать показатели качества будет нейросеть)  Направления кастомизации:   * индивидуальный подбор аромасредства на основе изучения влияния ароматов на мозговые центры человека * индивидуальная упаковка |
| Актуальность стартап-проекта (описание проблемы и решения проблемы) | Ароматерапия является немедикаментозным и нетоксичным методом влияния на нервные центры головного мозга, что расширяет спектр ее применения у людей с различными заболеваниями и может применять на долгосрочной основе.  В настоящее время ароматерапия является эффективным методом восстановительного лечения и одновременно происходит формирование научной ароматерапии как ветви профессиональной медицины с использованием методов, характерных для доказательной медицины.   Современные технологии позволяют глубоко изучить все свойства аромасредств, их влияние на человека. За счет экспериментов и опытов, проводимых благодаря инновационным технологиям, ученные выявляют новые методы применения, влияние на человека и просто свойства ароматических средств.  Ароматерапия несет много преимуществ с точки зрения хорошего самочувствия и снятия стресса, она действительно оказывает влияние на мозговые волны  Какой сейчас спрос на аромасредства?  Спрос на данную продукцию есть. Рынок в основном определяется пользой для здоровья. Таким образом, на рынке наблюдается устойчивый рост его применения. Спрос, например, на эфирное масло лаванды значительно увеличился благодаря преимуществам, которыми оно обладает, таким как уничтожение вредных бактерий, снятие мышечных спазмов, дезинфекция и успокоение воспаленной кожи, особенно в результате укуса ядовитого, зудящего насекомого, стимулирование скорейшее заживление раздраженной и рубцовой кожи, снятие мышечного напряжения при использовании во время массажа. Считается, что при использовании в ароматерапии это мягкое успокаивающее средство снижает стресс, расслабляя мозговые волны, что также снижает уровень кортизола, который способствует выработке гормона стресса. Благодаря своим успокаивающим и расслабляющим свойствам он также используется в качестве снотворного для тех, кто страдает бессонницей.  Таким образом, спрос на аромасредства есть, и он устойчивый за счет того, что данные товары обладают полезными свойствами.  Отношение покупателей к брендам, которые производят кастомизированный продукт Клиентам нравится покупать товары с «индивидуальным» дизайном. Кастомизация помогает доработать массовый товар под каждого покупателя, учесть все его пожелания и вкусы, что, безусловно, нравится клиентам и они в основной массе реагируют положительно на кастомизацию. В настоящее время кастомизация набирает обороты  Кастомизация продукции позволяет ориентироваться на желания каждого клиента по отдельности:создать уникальный и особенный запах (аромат) для каждого клиента и саму форму товара. Данная концепция не ограничивает фантазию, собственный фирменный аромат дает свободу самовыражению.  Решение: создание кастомизированного товара с учетом индивидуальных предпочтений и особенностей человека.  Такой подход предоставляет возможность радикально повысить производительность, экологичность и энергоэффективность производства как массовой, так и кастомизированной продукции, удовлетворяющей требованиям рынка и потребителей |
| Технологические риски | * Возможно, не будет разработчика самой платформы. * Может возникнуть проблема с обработкой персональных данных. * Трудности с коммуникациями между бизнесом и платформой. |
| Потенциальные заказчики | Инвесторы: увеличение собственного благосостояния  Банковские организации: получение процентов от предоставления кредитных средств  Научно-технологическая платформа: улучшение здоровья населения и создание безопасного продукта, получение достижений в результате научной деятельности, разработка новых методов и технологий  Поставщики и продавцы: рост экономико-социальных результатов бизнеса, расширение рынка сбыта  Подрядчик (субподрядчик): расширение технологического опыта, рост показателей бизнеса  Госструктуры: развитие отечественного производства, повышение качества жизни населения, развитие малого и среднего предпринимательства |
| Бизнес-модель стартап-проекта[[1]](#footnote-1) (как вы планируете зарабатывать посредствам реализации данного проекта) | В первую очередь, это продажа кастомизированного продукта, суть которого заключается в индивидуальном подборе аромасредств. |
| Обоснование соответствия идеи технологическому направлению (описание основных технологических параметров) | Создание умной технологии производства гипоаллергенных аромасредств для личной гигиены и дома  Цифровое проектирование производства кастамизированного продукта  Комплекс процессов проектирования и изготовления на современном технологическом уровне кастомизированных (индивидуализированных) материальных объектов (аромасредст для дома и личной гигиены) различной сложности – основанных на комплексе мультидисциплинарных знаний, системы интеллектуальных ноу-хау – в первую очередь цифрового моделирования и проектирования, новых материалов и аддитивных технологий с последующим добавлением к этой цепочке новых технологических элементов – робототехники, сенсорики, Big Data:  нейросеть для обработки анкеты клиента и создании дизайна упаковки, и для управления аддитивными технологиями (включая быструю переналадку оборудования) и последующей доработки анкеты клиента.  Ключевыми технологическими направлениями, способствующими обновлению производства, являются: передовые материалы; цифровое моделирование и проектирование, включая бионический дизайн; аддитивные и гибридные технологии. |
| 2. Порядок и структура финансирования | |
| Объем финансового обеспечения[[2]](#footnote-2) | 300 000 рублей |
| Предполагаемые источники финансирования | Собственные средства, венчурные фонды, гранты |
| Оценка потенциала «рынка» и рентабельности проекта[[3]](#footnote-3) | Этот вид бизнеса относят к категории высокорентабельных. Средняя норма этого показателя – 120-200 процентов, в зависимости от ассортимента и отлаженности сбыта. |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Календарный план стартап-проекта  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Название этапа календарного плана | Длительность этапа, мес | Стоимость, руб. | | Государственная регистрация юридического лица | 0,2 | 800 | | Регистрация 2 товарных знаков компании: название и логотип | 18 | 55 200 | | Взнос в уставный капитал | 4 | 15 000 | | Поиск помещения, оформление договора аренды (55 м2) | 1,5 | 1 200 000 в год | | Поиск выгодных поставщиков сырья и материалов, заключение договора на сотрудничество | 3 | 80 000 | | Оснащение помещения | 1,5 | 500 000 | | Разработка нейросети и сайта | ~ 3-4 | ~ 350 500 | | Размещение продукта и его продвижения на маркетплейсах | 2 | 50 000 | | Поиск каналов распространения рекламы информации о проекте | ~ 2-3 | ~ 120 000 | | Размещение рекламы | 1 | ~ 320 000 | | Открытие онлайн офиса продаж | ~ 1-2 | ~ 250 000 |   Итого: 2 941 500 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Предполагаемая структура уставного капитала компании (в рамках стартап-проекта)  |  |  |  | | --- | --- | --- | | Участники |  | | | Размер доли (руб.) | % | | 1. Камалова 2. Козикова 3. Мкртчян | 1. 5 000 2. 5 000 3. 5 000 | 1. 33,4 2. 33,3 3. 33,3 | | Размер Уставного капитала (УК) | 15 000 | 100 | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Команда стартап- проекта | | | | |
| Ф.И.О. | Должность (роль) | Контакты | Выполняемые работы в Проекте | Образование/опыт работы |
| Камалова Алия Альфридовна | координатор | 8(932)617-38-41 | руководитель команды | бакалавриат,  1 курс |
| Козикова Алёна Андреевна | контролер | 8(982)381-16-86 | экономист | бакалавриат,  1 курс |
| Мкртчян Эвелина Григорьевна | специалист | 8(926)308-12-32 | маркетолог | бакалавриат,  1 курс |

1. Бизнес-модель стартап-проекта - это фундамент, на котором возводится проект. Есть две основные классификации бизнес-моделей: по типу клиентов и по способу получения прибыли. [↑](#footnote-ref-1)
2. Объем финансового обеспечения достаточно указать для первого этапа - дойти до MVP [↑](#footnote-ref-2)
3. Расчет рисков исходя из наиболее валидного (для данного проекта) анализа, например, как PEST, SWOT и.т.п, а также расчет индекса рентабельности инвестиции (Profitability index, PI) [↑](#footnote-ref-3)