**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/chameleon> 14.11.2023

|  |  |
| --- | --- |
| 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\*** | CHAMELEON |
| 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.* | *- ТН2. Новые материалы, оборудование и производственные технологии;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID: U1747764  - Leader ID: 920011  - ФИО: Дементьева Елена Александровна  - телефон: 8 916 380 65 70  - почта: rozaroza2909@gmail.com |
| 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 | U1747768 | 4976135 | Удовенко Алёна Сергеевна | Генератор идей, Социолог | 8(916) 622 72 45  a.s.udovenko@gmail.com | Студент | Магистрант  1 курс  ГУУ | | 2 | U178515 | 1424669 | Кулавская Екатерина Игоревна | Координатор, Аналитик | 89105961605  kulavskaaekaterina2@gmail.com | Студент | Магистрант  1 курс  ГУУ | | 3 | U1747769 | 1117473 | Ланчкина Анастасия Сергеевна | Мотиватор, Маркетолог | +79870143640  Anastasija\_lanchkina@rambler.ru | Студент | Магистрант  1 курс  ГУУ | | 4 | U1747789 | 5110122 | Ле Тхи Фыонг | Душа компании, Дизайнер презентаций | Phuongthile23@gmail.com  89060995994 | Студент | Магистрант  1 курс  ГУУ | | 5 | U1747764 | 920011 | Дементьева Елена Александровна | Инициатор,  3-D моделирование | 8 916 380 65 70  rozaroza2909@gmail.com | Студент | Магистрант  1 курс  ГУУ | | |
|  | **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 - заключается в разработке и производстве сумки, способной изменять свой цвет в зависимости от окружающей среды или настроения владельца.  Задачи:  1. Исследование рынка.  2. Разработка концепции.  3. Техническое испытание.  4. Дизайн и проектирование.  5. Производство и тестирование.  6. Маркетинг и продвижение.  7. Запуск продукта на рынок.  Потребительские сегменты:  - Женщины от 21 до 40 лет, которые хотят добавить в свой гардероб уникальный аксессуар, подходящий под образы разного цвета.  - Люди, которые ищут новаторские и уникальные предметы в своем гардеробе, готовы попробовать новые технологии и подчеркнуть свою индивидуальность.  - Молодежь, которая часто охотно принимает новые технологии и стремится к самовыражению через стиль и моду.  Область применения результатов:  1. Модная индустрия: такие сумки позволяют создавать яркие и необычные образы, подчеркивающие индивидуальность и стиль владельца.  2. Легкая промышленность.  Ожидаемые результаты:  - повышение прибыли  - Увеличение спроса на продукт  - Возможность расширения ассортимента продукции  - Социальный эффект |
|  | **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* | Инновационная сумка с применением технологии позволяют не просто окрашивать ткань, а проигрывать на ней анимацию. В сумки будут вшиты сенсорные датчики — благодаря им текстиль может менять окраску при нажатии кнопки. Мы считаем, что мода не должна быть «статичной» и с технологиями может предложить больше возможностей для самовыражения. Однако, такие технологии достаточно дорогие, и себестоимость продукта увеличится. |
| 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* | Решает проблему сегмента женщин от 21 – 45 лет, которые не могут определиться с выбором сумки, подходящий к их образам. |
| 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.)* | Мужчины платежеспособного возраста, которые решили сделать подарок, в виде женской сумки на такие праздники, как: Новый год, День рождения, 8 марта, 14 февраля. |
| 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 может быть создан на основе гибких текстильных дисплеев.  Для создания сумки, изменяющей цвет с помощью дисплея, можно использовать такие гибкие OLED-дисплеи. Они могут быть интегрированы в материал сумки, образуя панель с цветной графикой или дизайном. С помощью электроники и программного обеспечения, сумка может менять цвет и отображать разные изображения в зависимости от предустановленных настроек или сигналов.  Для реализации данного проекта могут быть использованы существующие разработки и технологии, такие как гибкие OLED-экраны, контроллеры дисплеев, аккумуляторы, микроконтроллеры и программное обеспечение для управления дисплеем и изменения цвета. |
| 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.* | Применение модели Lean Canvas.  Проблемы:   1. Низкая удовлетворенность девушек и женщин ассортиментом женских сумок на рынке. 2. Отсутствие возможности использования экологических ресурсов при изготовлении сумок у компании.   Решение:   1. Изменить цвет - Цель: Разработка инновационной сумки, способной изменять свой цвет в зависимости от потребления потребителей. 2. Безопасность - Технология сенсорного экрана удобна, долговечна и надежна. Предоставим пользователям четкие инструкции или руководства по навигации по параметрам настройки. 3. Тренд: Всегда будем в курсе технологических тенденций и будем готовы при необходимости скорректировать или обновить технологию.   Целевая аудитория:   1. Женщины - Женщины от 21 до 40 лет, которые хотят добавить в свой гардероб уникальный аксессуар, подходящий под образы разного цвета. 2. Модные иноваторы - Люди, которые ищут новаторские и уникальные предметы в своем гардеробе, готовы попробовать новые технологии и подчеркнуть свою индивидуальность. 3. Молодые потребители и цифровое поколение - Молодежь, которая часто охотно принимает новые технологии и стремится к самовыражению через стиль и моду.   Каналы продвижения:   1. Телеграм каналы, ВК сообщества, Elle girl, рассылка на почту, Яндекс Маркет, Оzon, Wildberries, флаеры в Cosmopolitan. 2. Показы мод и мероприятия: показы мод, торговые выставки и выставки технологий. 3. Работа с общественностью и средствами массовой информации: обратится к блогерам, журналистам, знаменитостям, а также журналам о моде и технологиях, чтобы узнать о потенциальных характеристиках продукта или обзорах. 4. Реферальная программа, скидки, бонусные карты. Сарафанный маркетинг может стать мощным инструментом для построения доверия и расширения клиентской базы.   Уникальность проекта: Наша команда предлагает стереть границы между технологиями и модой, раскрыть потенциал гибких текстильных дисплеев и превратить аксессуары в холсты для творчества. Технологии позволяют не просто окрашивать ткань, а проигрывать на ней анимацию. В сумки будут вшиты сенсорные датчики — благодаря им текстиль может менять окраску при нажатии кнопки. Мы считаем, что мода не должна быть «статичной» и с технологиями может предложить больше возможностей для самовыражения. Однако, такие технологии достаточно дорогие, и себестоимость продукта увеличится.  Скрытое преимущество: На рынке не существует сумки, способной менять цвет.  Ключевые показатели эффективности:   1. Минимальное количество продаж в 1 день - 10 сумок. 2. Опрос удовлетворенность потребителей с рейтингом не ниже 4.0. 3. Количество людей, купивших 2 сумку - 10% от общей суммы покупателей. 4. Количество людей, которые привели с собой друга - 20% от общей суммы покупателей.   Инвестиции:  Всего 50 млн. руб., в том числе:  Единовременные затраты – 32 690 880 руб.  Ежемесячные расходы – 6 922 500 руб.  Резервы – 9 903 345 руб.  Предполагаемая выручка:  Доход в 1 месяц: 6 000 000 руб.  Расход в 1 месяц: 6 922 500 руб.  Окупаемость проекта составит примерно 2 года.  Эффекты от реализации проекта:  - повышение прибыли  - Увеличение спроса на продукт  - Возможность расширения ассортимента продукции  - Социальный эффект |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | У этих компаний нет сумки с умным дисплеем, который может менять цвет по нажатию кнопки. У них есть сумки, которые меняют цвет от температуры.  1.Roarvale – компания, делающая сумки из уникального анимированного материала, который меняет цвет при контакте с солнечным светом и человеческими прикосновениями.  2. Vera Victoria Vito – российско-итальянская компания, достаточная молодая и быстро развивающая компания, имеет 2 подразделения: оптовое и розничное. Производит женские и мужские сумки, чемоданы и дорожные сумки.  3. PRO-Shopping – компания, ориентированная на создание светоотражающих, хамелеон голографических сумок и рюкзаков.  4. Adobe – компания, ведущий производитель программного обеспечения для графического дизайна, публикации, веб и продукции, и печати. Компания разработала платье, которое меняет цвет и узор, сделанное из гибких текстильных дисплеев.  5. WINTERFEEL – компания, которая ориентирована на производство сумок, которые меняют цвет на холоде.  6. Maison Margiela – французский модный дом одежды и аксессуаров, с головным офисом в Париже, основанный в 1988 году. Модели сумок выполнены из высокотехнологичной кожи – UVA, этот материал особо чувствителен к УФ-лучам, благодаря чему сумка может менять цвет в течении дня в зависимости от освещения. |
| 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* | Наша сумка единственная в своем роде на рынке аксессуаров, она уникальная, так, как только эта сумка предусматривает выбор цветов (белый, черный, розовый, голубой, зеленый, желтый) ее владельцем. |
| 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* | 1.Уникальность продукта: сумка изменяющего цвета представляет собой инновационный продукт, который позволяет потребителям выделяться из толпы и выражать свою индивидуальность. Это делает бизнес-идею привлекательной и уникальной на рынке, так как такой сумки нет в мире.  2. Потенциальная востребованность: сумки изменяющего цвета могут заинтересовать широкий круг потребителей, включая молодежь, любителей моды и тех, кто хочет выделиться из толпы. Это создает потенциал для высокого спроса на продукт.  3. Прибыльность: уникальность продукта и его потенциальная востребованность обосновывают потенциальную прибыльность бизнеса. При правильном маркетинге и управлении бизнесом, сумки изменяющего цвета могут привести к высоким доходам.  4. Устойчивость бизнеса: сумки изменчивого цвета могут оставаться востребованными на рынке благодаря постоянному развитию новых моделей и дизайнов, а также использованию экологически чистых материалов и технологий производства. Это делает бизнес устойчивым и способствует его долгосрочному успеху. |
|  | **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* | 1. Материал: специальная ткань или дисплей, способные менять цвет.  2. Прочность: высококачественные материалы и устойчивые швы, обеспечивающие долговечность и надёжность сумки.  3. Разнообразие цветов: возможность изменения цвета сумки на несколько вариантов, чтобы удовлетворить различные предпочтения потребителей.  4. Удобство использования: эргономичный дизайн, удобные ручки и лямки, функциональные карманы и отделения для хранения вещей.  5. Водоотталкивающие свойства: защита содержимого сумки от влаги и дождя.  6. Легкость и компактность: возможность складывать сумку для удобного хранения и переноски.  7. Модный дизайн: современный внешний вид, соответствующий последним тенденциям моды.  8. Экологическая безопасность: использование экологически чистых материалов и производственных технологий.  9. Цена: конкурентоспособная цена, соответствующая качеству и функциональности продукта. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | 1. Сотрудничество с производителями тканей для создания уникальных материалов, способных менять цвет.  2. Партнерство с дизайнерами моды для создания стильных и модных сумок, использующих технологию изменения цвета.  3. Сотрудничество с маркетинговыми агентствами для продвижения продукта и создания узнаваемого бренда.  4. Партнерство с розничными сетями и онлайн-платформами для продажи сумок изменяющего цвета.  5. Сотрудничество с инновационными компаниями, специализирующимися на разработке новых технологий в области текстиля и материалов.  6. Партнерство с фэшн-блоггерами и инфлюэнсерами для продвижения продукта и создания интереса у целевой аудитории.  7. Сотрудничество с производителями аксессуаров и комплектующих для создания уникальных деталей сумок изменяющего цвета.  8. Партнерство с организаторами модных показов и выставок для продвижения продукта и привлечения внимания отраслевых экспертов.  9. Партнерство с инвесторами, ищущими новые и уникальные продукты.  **Финансовая составляющая:** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Постоянные, единовременные расходы | | | | | | | | | |
|  | Название | | | | Количество, шт. | | Цена за 1 шт., руб. | Итоговая стоимость, руб. | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  | Оборудование, в том числе: | | | |  | |  |  | | |
| 1 | 1.1 оборудование для производства сумок | | | |  | |  | 15361000 | | |
|  | 1.1.1 раскройное | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.1.1.1. для вырубки кожи | | | |  | |  |  | | |
|  | DY-2C/12 И DY-2C/20 ПРЕСС РАСКРОЙНЫЙ КОНСОЛЬНО-ПОВОРОТНЫЙ | | | | 2 | | 310000 | 620000 | | |
|  | DY-350F ВЫРУБНОЙ ПРЕСС С ПЕРЕДВИЖНОЙ КАРЕТКОЙ 35 ТОНН | | | | 2 | | 1250000 | 2500000 | | |
|  | 1.1.1.2. для спускания ткани | | | |  | |  |  | | |
|  | JD-266C АВТОМАТИЧЕСКАЯ МАШИНА С ПРОГРАММНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ | | | | 2 | | 430000 | 860000 | | |
|  | 1.1.1.3. для выравнивания материала | | | |  | |  |  | | |
|  | JD-300 (ОТ 300 ДО 620ММ) ДВОИЛЬНАЯ МАШИНА ДЛЯ ВЫРАВНИВАНИЯ КОЖИ | | | | 1 | | 980000 | 980000 | | |
|  | DS-818-420 МАШИНА ДЛЯ ДВОЕНИЯ МАТЕРИАЛА ПО ТОЛЩИНЕ | | | | 1 | | 1400000 | 1400000 | | |
|  | 1.1.1.4. для автоматического раскроя | | | |  | |  |  | | |
|  | ELS-B2S ПЛОТТЕР АВТОМАТИЧЕСКОГО РАСКРОЯ | | | | 1 | | 2200000 | 2200000 | | |
|  | 1.1.1.5. для производства резаковв | | | |  | |  |  | | |
|  | ГИБОЧНЫЙ СТОЛ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕЗАКОВ (СТАЛЬ 19 И 32 ММ) | | | | 2 | | 280000 | 560000 | | |
|  | НАБОР НАСАДОК ДЛЯ РЕЗАЧНОГО СТОЛА | | | | 5 | | 110000 | 550000 | | |
|  | 1.1.1.6. дополнительно | | | |  | |  |  | | |
|  | JYL-XZ6050 МАШИНА ДЛЯ ПЕРФОРАЦИИ КОЖИ С ЦИФРОВЫМ УПРАВЛЕНИЕМ | | | | 1 | | 3000000 | 3000000 | | |
|  | LHZ-011E МАШИНА ДЛЯ РАЗГЛАЖИВАНИЯ КОЖИ ВАЛАМИ | | | | 1 | | 820000 | 820000 | | |
|  | 1.1.2. оборудование для обработки края изделия | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.1.2.1 для окрашивания | | | |  | |  |  | | |
|  | CY-24B МАШИНА ДЛЯ ОКРАШИВАНИЯ СРЕЗА (ТОРЦА КОЖИ) | | | | 2 | | 130000 | 260000 | | |
|  | 1.1.2.2 для обработки шва | | | |  | |  |  | | |
|  | XQ-819D НАСТОЛЬНАЯ МАШИНА ДЛЯ ОКЛАЧИВАНИЯ ШВА | | | | 1 | | 121000 | 121000 | | |
|  | 1.1.2.3. для загибки края | | | | 1 | | 470000 | 470000 | | |
|  | LHZ-042E ПНЕВМАТИЧЕСКАЯ ЗАГИБОЧНАЯ МАШИНА С АВТОМАТИЧЕСКОЙ БИГОВКОЙ | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.1.2.4. для шлифовки торца | | | |  | |  |  | | |
|  | LHZ-026F СТАНОК ДЛЯ ПОЛИРОВКИ СРЕЗА | | | | 1 | | 380000 | 380000 | | |
|  | 1.1.2.5. отжигание уреза | | | |  | |  |  | | |
|  | 710 МАШИНА ДЛЯ ОБЖИГА УРЕЗА | | | | 1 | | 130000 | 130000 | | |
|  | 1.1.3. для работы с молнией | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.1.3.1 металлическая молния | | | |  | |  |  | | |
|  | LHZ-175 МАШИНА ДЛЯ НАРЕЗАНИЯ ЗАСТЕЖКИ МОЛНИИ | | | | 1 | | 510000 | 510000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
| 2 | 1.2 материалы | | | |  | |  | 3500000 | | |
|  | Электронный текстиль («e-textiles») | | | | 1м2 = 30000 | | 30000 руб.\* 100 м2 | 3000000 | | |
|  | Кожа | | | | 1м2= 5000 | | 5000 руб. \* 100 м2 | 500000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
| 3 | 1.3 покупка помещения под выпуск продукции (производственный участок) | | | | 1 | | 5000000 | 5000000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
| 4 | 1.4 покупка склада | | | | 1 | | 500000 | 500000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
| 5 | 1.5. оборудование магазина | | | |  | |  | 8329880 | | |
|  | 1.5.1 торговое оборудование | | | |  | |  | 685000 | | |
|  | стеллаж-рама | | | | 4 | | 50000 | 200000 | | |
|  | полки | | | | 10 | | 15000 | 150000 | | |
|  | витрина угловая | | | | 4 | | 40000 | 160000 | | |
|  | прилавок | | | | 5 | | 35000 | 175000 | | |
|  | 1.5.2. кассовое оборудование | | | |  | |  | 110000 | | |
|  | Кассовый аппарат и денежный ящик | | | | 1 | | 50000 | 50000 | | |
|  | Терминал безналичной оплаты | | | | 2 | | 20000 | 40000 | | |
|  | Сканер штрих-кода | | | | 2 | | 10000 | 20000 | | |
|  | 1.5.3 ремонт помещения | | | | 1 | | 1000000 | 1000000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.5.4 вспомогательное оборудование | | | |  | |  | 1830000 | | |
|  | система видеонаблюдения | | | | 5 | | 200000 | 1000000 | | |
|  | охрана | | | | 1 | | 200000 | 200000 | | |
|  | тревожная кнопка | | | | 2 | | 15000 | 30000 | | |
|  | кондиционеры | | | | 2 | | 300000 | 600000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.5.5. электроника | | | |  | |  | 425000 | | |
|  | часы | | | | 1 | | 20000 | 20000 | | |
|  | компьютер | | | | 1 | | 50000 | 50000 | | |
|  | ноутбук | | | | 1 | | 35000 | 35000 | | |
|  | принтер | | | | 1 | | 100000 | 100000 | | |
|  | телефон | | | | 2 | | 60000 | 120000 | | |
|  | чайник | | | | 1 | | 25000 | 25000 | | |
|  | кофемашина | | | | 1 | | 50000 | 50000 | | |
|  | мини-холодильник | | | | 1 | | 25000 | 25000 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  | 1.5.6. мебель | | | |  | |  | 3190000 | | |
|  | стулья | | | | 3 | | 50000 | 150000 | | |
|  | стол | | | | 2 | | 100000 | 200000 | | |
|  | диван | | | | 1 | | 150000 | 150000 | | |
|  | пуфики | | | | 3 | | 30000 | 90000 | | |
|  | тумбы | | | | 3 | | 20000 | 60000 | | |
|  | зеркала | | | | 5 | | 20000 | 100000 | | |
|  | столики | | | | 3 | | 40000 | 120000 | | |
|  | кресла | | | | 4 | | 80000 | 320000 | | |
|  | машина грузовая | | | | 1 | | 1000000 | 1000000 | | |
|  | машина легковая | | | | 1 | | 1000000 | 1000000 | | |
|  | 1.5.7 оформление магазина | | | |  | |  | 900000 | | |
|  | Рекламная вывеска | | | | 3 | | 150000 | 450000 | | |
|  | логотип | | | | 5 | | 50000 | 250000 | | |
|  | логотип над входом | | | | 1 | | 200000 | 200000 | | |
|  | 1.5.8. прочее | | | |  | |  | 179200 | | |
|  | форма сотрудникам | | | | 3 | | 50000 | 150000 | | |
|  | уголок потребителя | | | | 1 | | 5000 | 5000 | | |
|  | ценники | | | | 100 | | 50 | 5000 | | |
|  | чашки | | | | 5 | | 500 | 2500 | | |
|  | блюдца | | | | 5 | | 500 | 2500 | | |
|  | ложки | | | | 5 | | 200 | 1000 | | |
|  | сахар | | | | 100 | | 70 | 7000 | | |
|  | сливки | | | | 10 | | 100 | 1000 | | |
|  | молоко | | | | 2 | | 100 | 200 | | |
|  | Чай, кофе | | | |  | | 5000 | 5000 | | |
|  | 1.5.9. канцелярские товары | | | |  | |  | 10680 | | |
|  | калькулятор | | | | 2 | | 300 | 600 | | |
|  | ручки | | | | 50 | | 100 | 5000 | | |
|  | карандаши | | | | 20 | | 50 | 1000 | | |
|  | маркеры | | | | 10 | | 50 | 500 | | |
|  | степлер | | | | 2 | | 300 | 600 | | |
|  | ножницы | | | | 2 | | 500 | 1000 | | |
|  | клей | | | | 2 | | 100 | 200 | | |
|  | замазка | | | | 3 | | 100 | 300 | | |
|  | линейка | | | | 2 | | 20 | 40 | | |
|  | тетрадь | | | | 5 | | 150 | 750 | | |
|  | Стёрка | | | | 3 | | 30 | 90 | | |
|  | органайзер | | | | 2 | | 300 | 600 | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  |  | | | |  | |  |  | | |
|  | ИТОГО | | | | 1.1+1.2+1.3+1.4+1.5 | | | 32690880 | | |
|  |  | | | |
|  |  | | | |  | | |  | | |
|  | | ежемесячные расходы | | | | | | |
|  | | Название | Количество | Цена за 1, руб. | | Итоговая стоимость, руб. | | |
| 1 | | ЗП в месяц |  |  | |  | | |
|  | | 1.1 команда | 5 | 120000 | | 600000 | | |
|  | | 1.2. субподряд |  |  | |  | | |
|  | | руководитель | 1 | 100000 | | 100000 | | |
|  | | заместитель руководителя | 1 | 75000 | | 75000 | | |
|  | | технолог | 2 | 110000 | | 220000 | | |
|  | | дизайнер | 1 | 100000 | | 100000 | | |
|  | | мастер по пошиву | 4 | 90000 | | 360000 | | |
|  | | продавец консультант | 2 | 50000 | | 100000 | | |
|  | | менеджер | 1 | 60000 | | 60000 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | | ИТОГО |  |  | | 1615000 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
| 2 | | аренда в месяц | 1 | 500000 | | 500000 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
| 3 | | расходы на рекламу в месяц | 1 | 500000 | | 500000 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
| 4 | | налог с ЗП в месяц | 50% | 1615000 | | 807500 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
| 5 | | материалы | - | 3500000 | | 3500000 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | | Итого |  | 6922500 | | | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | | резерв |  |  | |  | | |
| 1 | | единовременные | 32690880 | 25% | | 8172720 | | |
| 2 | | ежемесячные | 6922500 | 25% | | 1730625 | | |
|  | | итого |  |  | | 9903345 | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
| всего | | | | | | | | |
| 1 | | единовременные | 32690880 |  | |  | | |
| 2 | | ежемесячные | 6922500 |  | |  | | |
| 3 | | резерв | 9903345 |  | |  | | |
|  | |  |  |  | |  | | |
|  | | итого | 49516725 |  | |  | | |
| S = P х Q , где P – средняя цена продукции или услуги; Q – количество проданных единиц продукции или количество клиентов; S – выручка. | | | | | | | | | |
| |  | | --- | | 1)    Доход: | | 20000 руб. \* 10 ед. = 200 000 рублей | | 200 000 руб. \* 30 дней = 6 000 000 рублей (в месяц) | | | | | | | | | | |
| |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | расходы |  |  |  |  |  | | 1 | ЗП |  |  |  |  |  | | 2 | аренда |  |  |  |  |  | | 3 | материалы |  |  |  |  |  | | 4 | налог |  |  |  |  |  | | 5 | реклама |  |  |  |  |  | |  | итого | 6922500 |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  | |  | выручка в первый месяц | доход | - | расход |  |  | |  |  | 6000000 |  | 6922500 | = | -922500 | | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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:  1. Индивидуальный стиль: Владелец сумки сможет менять цвет в соответствии с настроением или стилем одежды, что позволит ему выглядеть всегда стильно и модно.  2. Универсальность: Благодаря возможности изменения цвета сумки, она будет сочетаться с различными нарядами и обстановкой, что делает ее универсальной для различных ситуаций.  3. Инновационность: Технология гибких текстильных дисплеев придает сумке инновационный и современный вид, что привлечет внимание окружающих и подчеркнет индивидуальность владельца.  4. Удобство использования: Возможность изменения цвета сумки с помощью электрического тока обеспечит удобство использования и позволит быстро адаптироваться к изменяющимся условиям.  5. Экологичность: Использование электрохромизма в текстильных дисплеях позволяет создавать цвета без использования химических красителей, что делает сумку экологически чистой и безопасной для здоровья.  Качественные характеристики:   1. Изменяемый цвет: сумка способна менять цветы с помощью встроенного дисплея. 2. Программируемые цвета: пользователь может выбирать из множества цветов, которые отображаются на сумке. 3. Дизайн и узоры: сумка может отображать не только один цвет, но и различные дизайны и узоры. 4. Интерактивность: сумка может реагировать на окружающую среду или на действия пользователя, например, при звонке на смартфоне или при прикосновении. 5. Регулируемая яркость: пользователь может настроить яркость отображения цветов на сумке.   Количественные характеристики:   1. Размер дисплея: размер дисплея на сумке, который определяет площадь отображаемой поверхности. 2. Разрешение дисплея: количество пикселей на дисплее, определяющее качество и четкость отображаемого изображения. 3. Время работы: время, в течение которого аккумулятор сумки может обеспечивать работу дисплея для отображения цветов. 4. Вес: вес сумки с учетом дисплея, который влияет на удобство использования и портативность сумки. 5. Технические характеристики: такие как разрешение, пропускная способность и уровень яркости дисплея, которые определяют качество отображаемых цветов. |
| 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* | Технические параметры OLED-дисплеев играют важную роль в обеспечении конкурентоспособности продукта, такой как сумка, изменяющая цвет с помощью дисплея. Ниже приведены некоторые характеристики OLED-дисплеев, которые подтверждают и обосновывают их достижение и конкурентоспособность:  1. Качество изображения: OLED-дисплеи обладают высокой контрастностью, широким углом обзора и отличной цветопередачей. Видимые цвета на OLED-дисплеях являются яркими, насыщенными и реалистичными, что обеспечивает высокое качество изображения на сумке.  2. Гибкость и тонкость: OLED-дисплеи могут быть очень гибкими и тонкими, что позволяет интегрировать их в различные формы и поверхности сумки. Это позволяет создавать сумки с гибкими дисплеями, которые сохраняют свою форму и могут адаптироваться к разным условиям использования.  3. Энергоэффективность: OLED-дисплеи не требуют подсветки, поскольку каждый пиксель самостоятельно излучает свет. Это делает OLED-дисплеи энергоэффективными и позволяет значительно экономить энергию, что особенно важно для портативных устройств, таких как сумки.  4. Быстрый отклик: OLED-дисплеи имеют высокую частоту обновления и быстрый отклик, что обеспечивает плавное отображение изображений и анимации на сумке.  5. Долговечность: Современные OLED-дисплеи имеют улучшенную стойкость к износу и длительный срок службы. Это позволяет создавать сумки с долговечными и надежными дисплеями.  6. Гибкое управление: OLED-дисплеи обладают гибкими возможностями управления, что позволяет настраивать и изменять цвета и изображения на сумке в соответствии с предпочтениями пользователя.  Вышеуказанные характеристики подтверждают, что использование OLED-дисплеев в сумках, изменяющих цвет, обеспечивает высокое качество изображения, гибкость в дизайне, энергоэффективность, быстрый отклик и долговечность. Эти факторы делают продукт конкурентоспособным на рынке и привлекательным для потребителей. |
| 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* | Проработка стартап-проекта по итогам прохождения акселерационной программы включает в себя несколько этапов, таких как:  1.Идея и концептуализация: Определение основных целей и задач проекта, а также разработка концепции сумки, которая будет способна менять цвет на дисплее. В этом этапе происходит изучение рынка, анализ конкурентов и определение потенциальных пользователей.  2. Дизайн и прототипирование: Разработка дизайна сумки и создание прототипов. Это может включать в себя создание 3D-моделей, использование специализированных программных инструментов и технологий, таких как CAD-рисование или 3D-печать.  3. Разработка программного обеспечения: Создание программного обеспечения, которое будет управлять дисплеем и позволит менять цвета сумки. Это может включать в себя программирование микроконтроллеров, дисплеев и других электронных компонентов.  4. Интеграция электроники: Соединение дисплея, микроконтроллеров и других электронных компонентов в сумке. Это может включать в себя работу с пайкой, сборку и тестирование электронных схем и устройств.  5. Тестирование и улучшение: Проведение тестирования созданного прототипа, выявление недостатков и проблем, а также внесение улучшений и исправлений. В этом этапе может потребоваться проведение дополнительных испытаний и оптимизации проекта.  6. Производство и выпуск: Массовое производство сумок с функцией изменения цвета и их выпуск на рынок. Это включает в себя планирование процесса производства, закупку материалов и компонентов, а также организацию сборки и контроля качества.  Наш проект прошел первые два этапа (идея и концептуализация, дизайн), при которых мы определили цель и задачи проекта, основных потребителей и конкурентов, проанализировали доступные объемы рынка и посчитали первоначальный бюджет стартапа, а также создали 3-D модель будущего образца сумки.  Нашему проекту не хватает финансирования и специалистов в области производства, программирования, маркетинга и рекламы, поэтому мы не можем разработать ПО, купить все нужное оборудование и материалы, для создания 1 образца-теста нашего продукта. |
| 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* | Нами были выбраны наиболее эффективные, на наш взгляд, каналы продвижения для данного продукта. Некоторые из них (Маркетплейсы, соцсети, сотрудничество с блогерами) позволят нам вывести наш продукт в онлайн-пространство, что лишь увеличит уровень технологичности нашего проекта, соответственно, способ продаж будет гармонировать с инновационной задумкой. Учитывая такие качества нашей сумки, как универсальность и уникальность, мы предполагаем довольно широкий диапазон целевой аудитории, так что в качестве маркетинговых инструментов мы используем различные каналы продвижения, в том числе и материальные носители.   1. Маркетплейсы (Яндекс Маркет, Оzon, Wildberries) 2. Показы мод и мероприятия: показы мод, торговые выставки и выставки технологий. 3. Работа с общественностью и средствами массовой информации: обратится к блогерам, журналистам, знаменитостям, а также журналам о моде и технологиях, чтобы узнать о потенциальных характеристиках продукта или обзорах. 4. Реферальная программа, скидки, бонусные карты. Сарафанный маркетинг может стать мощным инструментом для построения доверия и расширения клиентской базы. 5. Социальные сети: Телеграмм, ВК, Дзен, RUTUBE, Yappy. 6. Бумажная продукция: флаеры в Cosmopolitan, 7. Реклама на билбордах, по Телевидению и Радио. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Продвижение сумок через различные каналы позволяет привлечь многочисленную аудиторию, включая потенциальных клиентов из разных географических регионов. Продвижение сумок через свои собственные каналы, такие как собственный интернет-магазин или социальные сети, позволяет нам создать лояльность у клиентов, которые уже знакомы с нашим брендом. Использование онлайн-каналов продвижения позволяет получать мгновенную обратную связь от клиентов, что дает возможность предоставлять более персонализированный и авторитетный опыт.   1. Маркетплейсы (Яндекс Маркет, Оzon, Wildberries) 2. Сайт, интернет-магазин 3. Розничные продажи |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Проведя опрос среди потенциальных покупателей будущего продукта (женщин 21-45 лет и мужчин, желающих купить подарок), мы пришли к выводу, что у большинства людей присутствует проблема выбора аксессуара для повседневного образа (сумки). Современная женщина может быть привержена не одному конкретному стилю, а нескольким и иметь в своем гардеробе богатый выбор одежды, что затрудняет подбор сумки. Создание одной универсальной сумки. которая будет менять цвет в зависимости от предпочтения потребителя может стать решением данной проблемы. |
| 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* | Наша сумка с OLED-дисплеем предлагает решение для одной из основных проблем, с которыми сталкиваются женщины при выборе аксессуаров. Благодаря этой инновационной технологии, больше не нужно беспокоиться о соответствии цвета аксессуара вашему образу -цвет сумки может быть легко изменен всего одним нажатием кнопки. Это технология дисплеев, которая использует органические светодиоды для создания изображения. Каждый пиксель на экране состоит из органических материалов, которые светятся при подаче электрического тока. Когда ток подается через эти материалы, они излучают свет, что позволяет создавать яркие и четкие изображения. |
| 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)* | Так как нами был проведен опрос и изучена проблема выбора сумки у потребителей разных полов и возрастов, то мы пришли к выводу, что наиболее востребована инновационная сумка с возможностью трансформации цвета будет у женской аудитории возраста 21-45 лет. Именно этот сегмент наиболее озабочен проблемой создания гармоничного и стильного внешнего образа, а также выбором предметов гардероба, которые будут в наименьшей степени наносить вред окружающей среде (особенно в условиях экономики потребления, когда существует переизбыток вещей на одного человека). |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Сумка, изменяющая цвет с помощью OLED-дисплея, предлагает уникальный способ решения проблемы выбора цвета аксессуара. Вот как она поможет потребителям справляться с этой проблемой:  1. Интерактивное управление: Сумка будет оснащена специальной кнопкой и сенсорным экраном, с помощью которых пользователь сможет выбрать нужный цвет. Нажав на кнопку или задавая определенные параметры на экране, пользователь сможет изменить цвет сумки в соответствии с предпочтениями и потребностями.  2. Широкая цветовая палитра: OLED-дисплей обеспечивает широкий диапазон цветовых возможностей. Сумка сможет предложить различные оттенки, от ярких и насыщенных до нежных и пастельных, чтобы соответствовать различным настроениям, стилям и событиям.  3. Динамические эффекты: OLED-дисплей имеет возможность отображать анимацию и динамические эффекты. Сумка сможет предлагать переливающиеся цвета, эффекты свечения, пульсации или плавные переходы между оттенками. Это позволит создавать уникальные и привлекательные визуальные эффекты на сумке.  4. Персонализация и адаптация: Сумка с OLED-дисплеем может быть настроена на автоматическую смену цвета или адаптироваться к окружающей среде. Это позволит сумке легко адаптироваться к различным ситуациям и создавать уникальный стиль для каждого пользователя.  Таким образом, сумка, изменяющая цвет с помощью OLED-дисплея, предлагает потребителям удобный и креативный способ решить проблему выбора цвета аксессуара. Пользователи смогут легко настраивать и персонализировать цвет сумки в соответствии с их предпочтениями и ситуацией, что позволит им выделиться и создать уникальный образ. |
| 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* | Сегмент рынка для сумок, меняющих цвет с помощью дисплея, основывается на растущем интересе потребителей к индивидуальности и возможности выражения своей уникальности через модные аксессуары. Этот сегмент целевой аудитории включает людей разных возрастных групп и социальных слоев, которые стремятся быть в тренде и выделяться из толпы.  Доля рынка сумок, меняющих цвет с помощью дисплея, пока относительно мала, но имеет потенциал для роста. Современные потребители все больше ищут уникальные и креативные вещи, которые помогают им выделиться. Такие сумки предлагают возможность менять цвет и дизайн, что позволяет адаптировать их к разным ситуациям и настроению владельца.  Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса проекта сумок, меняющих цвет с помощью дисплея, включают расширение ассортимента сумок с различными формами и размерами, добавление новых функций (например, возможность менять цвет с помощью мобильного приложения), а также установление партнерских отношений с известными брендами или дизайнерами для создания коллаборации и повышения узнаваемости бренда. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| 1. *Разработка стратегии продвижения* 2. *Повторный и детальный анализ рынка* 3. *Найм недостающих специалистов (маркетологи, рекламщики, дизайнеры, мастера по пошиву, экономист и т.д.)* 4. *Обучение персонала* 5. *Поиск и заключение договоров с поставщиками и подрядчиками* 6. *Покупка оборудования и аренда помещения* 7. *Покупка материалов* 8. *Расширение ассортимента сумок* 9. *Создание сумки полностью из инновационного материала* 10. *Запуск рекламы* 11. *Заключение договоров с маркетплейсами и розничными магазинами* 12. *Вывод новых товаров на рынок* 13. *Поиск инвестора* |