ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<https://pt.2035.university/project/razrabotka-kastomizirovannyh-emkostej-dla-sredstv-gigieny/invite/49de9a80-c9a7-42ec-a52d-cf09ff1654cd>

28.11.2023 *(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Разработка кастомизированных емкостей для средств гигиены |
| 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 СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1755801  - id 5140207  - Кончева Александра Владиславовна  - +7-906-042-33-40  - aleksandra.koncheva@yandex.ru |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | 1 | U1755801 | Id 5140207 | Кончева Александра Владиславовна | руководитель | +7-906-042-33-40,  aleksandra.koncheva@yandex.ru | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе | | 2 | U1755549 | Id 5081757 | Огурцовская Ксения Андреевна |  | +7-915-434-39-91, ksyu.ogurtsovskaya.02@mail.ru | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе | | 3 | U1756001 | Id 5082626 | Терехова Анна Александровна |  | +7-977-851-44-90, vesnina.anna97@mail.ru | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе | | 4 | U1755998 | Id 5075845 | Дешпит Арина Сергеевна |  | +7-977-754-09-28, 45144514m@gmail.com | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе | | 5 | U1755554 | Id 5529212 | Година Алла Васильевна |  | +7-915-248-62-40, alla.godina04@gmail.com | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе | | |
| **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* | Проект по разработке кастомизированных емкостей для средств гигиены видит своей главной целью удовлетворение потребности потребителей и изготовлении индивидуальных емкостей для средств гигиены |
| **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* | Планируемый продукт для реализации:  Искусственный интеллект по обработке изображений с целью формирования цветовой гаммы конечного изделия; по обработке анкеты предпочтений клиента с целью создания перечня форм емкостей.  Емкость для средств гигиены, изготовленные по индивидуальному заказу потребителя |
| 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* | Кастомизация решает проблему избыточного производства для производителей емкостей средств для личной гигиены, потребность в самовыражении, сокращает время на поиск и подбор емкостей под интерьер, проблема самостоятельного использование емкостей у людей с ограниченными возможностями |
| 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.)* | * Министерство здравоохранения * Люди с ограниченными возможностями * Поставщики гипоаллергенного пластика * Производители средств гигиены * Дизайнеры интерьеров   Посредниками могут выступать юридические лица, готовые поставлять из-за границы специальные материалы для производства емкостей, безопасного пластика для упаковки изделия |
| 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* | Цифровое проектирование производства кастомизированных емкостей для средств гигиены  Ключевыми технологическими направлениями, способствующими обновлению производства, являются: передовые материалы; цифровое моделирование и проектирование, включая бионический дизайн; аддитивные и гибридные технологии. |
| 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.* | Формирование ценности путем создания кастомизированных товаров, которые позволяют сократить время на поиск средств, подходящих под интерьер, дают возможность в самовыражении; дают чувство сопричастности в заботе об окружающей среде по средством рационального использования материалов и отказ от перепроизводства.  Предполагаемые источники финансирования -собственные средства, инвестиции от бизнес-ангелов, венчурные фонды. Как источник дополнительного дохода на сайте магазина может быть размещена реклама.  Удаленное взаимодействие с клиентом на этапе подачи заявки, очный и удаленный сбор данных о клиенте и от него.  Каналы продвижения – социальные сети, медицинские учреждения, маркетплейсы.  Предполагается использование комбинированных каналов сбыта.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | Название этапа календарного плана | Длительность этапа, мес | Стоимость, руб. | | Государственная регистрация юридического лица | 0,1 | 0 | | Регистрация 2 товарных знаков компании: название и логотип | 18,5 | 66 000 | | Поиск помещения под цех, оформление договора аренды (25 м2) | 1 | 350 000 в год | | Закупка оборудования и материалов | 1 | 2 000 000 | | Разработка сайта и нейросети, регистрация сайт (привлечение IT-специалиста) | ~ 3-4 | ~ 3 000 000 | | Разработка рекламной кампании | ~ 2-3 | ~ 300 000 | | Размещение рекламы |  | ~ 600 000 | | Доработка сайта и нейросети, обучение нейросети | ~ 1-2 | ~ 1 000 000 | | Получение сертификата, разрешения на деятельность | 1,5 | 200 000 |   Итого: 7 516 000 руб. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Прямых конкурентов нет.   * ГП «Готэк» * ДЕЗНЭТ * Чистовье * АМС-Мед * Троичная компания ЦКТ |
| 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* | **Высокое качество**  **Индивидуальные товары для потребностей физических лиц**  **Получение прототипа изделия и возможность корректировки**  **Короткие сроки изготовления**  **Профессиональная команда дизайнеров** |
| 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* | Создание уникальных емкостей, отвечающие на индивидуальные предпочтения.  Конкурентные преимущества:   * качественная упаковочная продукция, * яркие интересные этикетки, * запатентованная цифровая технология * высококвалифицированная команда дизайнеров, способная воплотить идеи * мы не создаем подделки под известные бренды * формирование макета и ЗД модели емкости, получение прототипа и его корректировка по потребности клиента |
| **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* | *Онлайн-заявка на сайте организации.*  *Нейросеть.* Создание и последующее обучение нейросети для обработки заявки анкеты и создание на ее основе образцов емкостей. Будут использованы сервисы глубокого обучения AWS  *Цифровое моделирование с учетом индивидуальных потребностей клиента.* После подачи заявки она обрабатывается и формируется задача, с помощью специального программного обеспечения запускается процесс цифрового моделирования, в результате создается трехмерный объект из цифровых конструкций.  *«Personal Fabrication».* Отправка модели на согласование заказчику или его удаленное подключение для внесения корректировок модели «вручную».  Согласование модели и заключение умного контракта с клиентом через *специальный сервер.*  Использование *3D-принтера* позволяет осуществить сборку физической версии цифрового прототипа. Будет использован рулон тонкой пластмассовой нити, плавящий пластик, а затем осаждая его точно для охлаждения и затвердевания. Процесс происходит в течение нескольких часов.  Запуск производства индивидуализированной игрушки. Нейросеть: ее создание и последующее обучение для контроля соответствия требованиям и качества. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | *Организационные параметры*:  - Бизнес-модель, основанная на всестороннем использовании цифровых технологий.  - Формирование цифрового пути клиента. (все этапы клиент может пройти в онлайн формате, кроме непосредственного получения продукта)  - Круглосуточная поддержка и взаимодействие с клиентом.  *Производственные параметры:*  - Создание умной технологии производства обработки макета и эскиза емкости  - Цифровое проектирование производства кастомизированного продукта.  - Патентование умной технологии.  - Передовые материалы.  *Финансовые параметры:*  - Общие первоначальные инвестиции 7 516 000 руб.  - Привлечение средств – инвестиции от бизнес-ангелов, венчурные фонды. |
| 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.)* | * Адаптация под людей с ограниченными возможностями * Реализация концепции устойчивого развития путем отсутствия перепроизводства * Профессиональная поддержка при разработке дизайна емкости * Формирование индивидуальной стоимости заказа |
| 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* | **Stable Diffusion**  Это приложение с открытым исходным кодом, которое можно запускать прямиком на своем компьютере. Stable Diffusion позволяет генерировать изображения из текста или другого изображения, воссоздавать 2D-сцены в 3D, улучшать качество изображений, создавать текстуры для 3D-моделирования, дорисовывать изображения или заменять отдельные элементы. [Midjourney](https://www.midjourney.com/home/) Платформа для генерации оригинальных изображений с помощью нейросетей. Можно создавать качественные графические материалы для различных сфер деятельности.  [**Board Fabrication View – Вид платы для сборки**](https://www.altium.com/ru/documentation/altium-nexus/draftsman-board-fabrication-view?version=2.0)  Свойства объектов Draftsman определяют вид, содержимое и поведение размещенных объектов. Настройки свойств объектов каждого типа определяются двум различными способами:   * **Определение настроек перед размещением объекта** – большинство настроек объекта [Board Fabrication View](https://www.altium.com/ru/documentation/altium-nexus/draftsman-board-fabrication-view?version=2.0)(те, которые могут быть заданы предварительно) доступны для редактирования в качестве настроек по умолчанию на странице **Draftsman - Defaults** диалогового окна [Preferences](https://www.altium.com/ru/documentation/altium-nexus/client-dlg-alloptionsformpreferences-ad?version=2.0)dialog (доступ к которому осуществляется с помощью кнопки  в верхней правой части рабочего пространства). Выберите объект в списке **Primitive List** для отображения его свойств в правой части. * **Определение настроек после размещения объекта** – все свойства объекта [Board Fabrication View](https://www.altium.com/ru/documentation/altium-nexus/draftsman-board-fabrication-view?version=2.0) доступны для редактирования в панели [Properties](https://www.altium.com/ru/documentation/altium-designer/properties-panel-draftsman), когда размещенный вид Board Fabrication View выделен в рабочей области. |
| 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* | По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:  • Разработана концепция проекта  • Разработана бизнес-модель с бюджетом проекта  • Проведён анализ конкурентов  • Выявлены потенциальные риски проекта  • Проведен технический анализ создаваемого продукта  • Проведен маркетинговый анализ  • Сформировано резюме проекта  • Разработан календарный график проекта  • Разработан базовый план проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.) |
| 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* | Продвижение в онлайн: социальные сети, блогеры, сайт компании, маркетплейсы.  Офлайн – своя печатная продукция, партнерские мероприятия.  Основные аргументы в пользу указанных каналов:   * Охват большой аудитории. * Наличие лояльной аудитории. (использование имеющегося доверия у аудитории к блогеру, к партнеру) * Отслеживание результатов. * Проведение рекламных кампаний с минимальными затратами. * Контроль эффективности рекламы. * Получение обратной связи от клиентов. * Оперативное реагирование на изменения в поведении клиентов. * Быстрый запуск рекламы. * Печатная продукция позволяет демонстрировать и детально обосновывать применение научного подхода в изготовлении продукции. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Медицинские учреждения, поскольку их посещают потенциальные клиенты, с людьми, имеющие ограниченные возможности  Маркетплейсы  Магазины сантехники  Магазины бытовой химии  Аккаунт в социальной сети – большой охват аудитории, быстрота распространения обширной информации, относительно невысокая стоимость канала продвижения.  Разработанный нами веб-сайт. |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОБЛЕМЫ,**  **НА РЕШЕНИЕ КОТОРОЙ НАПРАВЛЕН СТАРТАП-ПРОЕКТ** | | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Клиенты – люди с ограниченными возможностями, которым необходимо определенного размера и формы емкости для удобства использования  Клиенты – производители бытовой химии, которые планируют использовать стратегию широкой дифференциации и формировать новые конкурентные преимущества  Клиенты – производители, которые испытывают потребность в оптимизации производственного процесса и реализовывать принципы устойчивого развития  Клиенты – физические лица и юридические, которые испытывают потребность подобрать емкости, подходящие под интерьер. |
| 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* | Кастомизация решает проблемуизбыточного производства для производителей емкостей средств для личной гигиены, помогает получить «зеленые инвестиции», поскольку реализует принципы устойчивого развития  Клиентам - физическим и юридическим лицам удовлетворить потребность в самовыражении путем работы с профессиональным дизайнером, который помогает создать макет под интерьер помещения, при этом клиент экономит время на поиск и подбор емкостей под интерьер,  Клиенты, испытывающие потребность в помощи при использовании стандартных емкостей, приобретают возможность самостоятельного использования емкостей |
| 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)* | Потребительские расходы на косметику и средства личной гигиены продолжают расти, способствуя тенденции к переходу на обработанные, упакованные и дорогие продукты.  Главной мотиваций в использовании кастомизированных емкостей для физических лиц является возможность в самовыражении, создание стилизованных под интерьер продуктов, раскрывающих индивидуальный стиль; возможность самостоятельного использования без посторонней помощи процедур гигиены  Для юридических лиц – инструмент реализации стратегии дифференциации, управление масштабами бизнеса, удержание имеющийся и расширение целевой аудитории, сокращение объемов перепроизводства |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Клиент в любое удобное для него время заполняет анкету, и получает разработанный нейросетью макет будущей емкости для средства гигиены на свою электронную почту. Далее может онлайн или офлайн внести поправки или согласиться сразу. Продукт приходит по указанному в анкете адресу |
| 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.* | Рынок упаковки для личной гигиены сегментирован по первичным материалам (пластик, бумага, металл и стекло), типу упаковки (пластиковые бутылки и контейнеры, стеклянные бутылки и контейнеры, металлические контейнеры, складные картонные коробки, гофрокоробки, тубы и палочки, крышки и крышки, насос и дозатор, гибкая пластиковая упаковка), тип продукта (уход за полостью рта, уход за волосами, декоративная косметика, уход за кожей, мужской уход, дезодоранты), и география.  Объем рынка упаковки для личной гигиены оценивается в 30.53 млрд долларов США в 2023 году и, как ожидается, достигнет 39.85 млрд долларов США к 2028 году, а среднегодовой темп роста составит 5.47% в течение прогнозируемого периода (2023-2028 гг.). |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Этап реализации*   * Интервьюирование целевой аудитории * Поиск инвесторов * Обеспечение команды компетентными специалистами: медицинскими экспертами, IT - специалистами * Формирование реестра поставщиков компонентов * Разработка нейросети, настройка и тестирование * MVP - продукта   *Этап завершения*  • Выполнение первых заказов  • Исправление и корректировка этапов организации производства, обучение нейросети  • Масштабирование производства |