ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

https://pt.2035.university/project/intellektualnaa-sistema-proektirovania-sozdania-kastomizirovannyh-aromasredstv/invite/a456dc24-a072-4eff-bee0-69e0ed4e8613

\_\_\_\_\_\_\_\_\_*(ссылка на проект)*  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\*** | Интеллектуальная система проектирования создания кастомизированных аромасредств |
| 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.* | *- ТН1. Цифровые технологии и информационные системы;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет, Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | **Лидер стартап-проекта\*** |
| 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 | 1331864 | 4516251 | Камалова Алия Альфридовна | координатор | 8(932)617-38-41  kamalova.aliya@internet.ru |  | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе, опыт публичной защиты концепции проекта | | 2 | 1331924 | 4516567 | Козикова Алёна Андреевна | контролер | 8(982)381-16-86 |  | Год обучения в ГУУ по дисциплине «Проектная работа», участие в акселераторе, опыт публичной защиты концепции проекта | | |
|  | **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 и построению архитектуры интеллектуальной системы для создания кастомизированных 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 всесторонней анкеты клиента, создании состава средства с учетом реакций (в частности кожи) человека на составляющие. |
|  | 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* | В основе интеллектуальной системы будет лежать база знаний, управление которой будет осуществляться на основе нейросети, которая будет формировать состав аромасредства с учетом индивидуальных особенностей и предпочтений человека. |
| 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* | Растущая обеспокоенность по поводу побочных эффектов химических веществ в продуктах личной гигиены, которые приводят к таким заболеваниям, как раздражение кожи, аллергия и тусклость, подпитывает спрос на органические средства по уходу за кожей. С другой стороны, потребители считают органические и натуральные ингредиенты более безопасными для здоровья человека и окружающей среды. Таким образом, это обосновывает заменить синтетические химикаты натуральными и органическими ингредиентами. Среди потребителей активно развивается тенденция стимулирует спрос на натуральные и органические средства личной гигиены.  Длительное использование синтетической косметики может вызвать различные проблемы со здоровьем, такие как раздражение, гормональный дисбаланс и токсичность. Однако косметические продукты, изготовленные из органических ингредиентов, таких как растительные экстракты и натуральные масла, не вредны для кожи. |
| 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.)* | Физические лица женского и мужского пола, проживающие на территории России. Ограничение по возрасту – от 3х лет.  Предприниматели, менеджеры организаций, которые реализуют концепцию аромаменеджмента в организации.  Особенности целевой аудитории – склонность к аллергическим реакциям; имеющие ограничения по приему медикаментов; имеющие заболевания кожи |
| 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* | Ключевыми технологическими направлениями, способствующими обновлению существующего производства аналогичных продуктов, являются: передовые экоматериалы материалы; цифровое моделирование и проектирование, включая бионический дизайн; аддитивные и гибридные технологии. ****YandexGPT**** Наш ответ ChatGPT. Нейросеть от «Яндекса», которая работает прямо на главной странице поисковика. Может генерировать тексты на заданные темы на разных языках, создавать описания продуктов и услуг, общаться с пользователями, искать информацию в интернете, переводить тексты и многое другое. ****Katteb**** Ещё одна [нейросеть](http://katteb.com/), которая с помощью ИИ создаёт статьи в блогах, сообщения в социальных сетях, описания товаров и другие виды контента. Она рерайтит и дописывает тексты, а также умеет проводить несложный фактчекинг — то есть проверять информацию, использующуюся в тексте. ****Codeium**** [Нейросеть](https://codeium.com/), ускоряющая разработку кода. Поддерживает более 70 языков программирования. Онлайн-сервис можно использовать в популярных средах программирования в качестве инструмента для проверки и дополнения кода, а также запускать в браузерах с помощью расширений. ****Adrenaline**** [Нейросеть](https://useadrenaline.com/), которая ищет ошибки в программном коде и даёт рекомендации по их исправлению.  Пользователь импортирует на сайт фрагмент кода или даёт ссылку на репозиторий на GitHub, а затем в чате отправляет запрос ИИ. Запрос можно делать не только на английском, но и на русском языке. Нейросеть может объяснить, что делает этот код, найти в нём ошибки и предложить исправления. ****CodePal**** Ещё одна [нейросеть](https://codepal.ai/) для работы с кодом. Она генерирует код по запросу, анализирует уже существующий код, создаёт тесты и пишет SQL-запросы. |
| 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 аромасредств для  удовлетворения потребностей в обеспечении  личной и бытовой гигиены клиента, поддержании здоровья немедикаментозным способом, создание уютной атмосферы путем ароматизации воздуха  (нейтрализация запаха)  Удаленное взаимодействие с клиентом на этапе  подачи заявки, очный и удаленный сбор данных  о клиенте и от него.  Предполагаемые источники финансирования –  Собственные средства, венчурные фонды, гранты  Каналы продвижения – социальные сети,  медицинские учреждения, фитнес клубы,  маркетплейсы   |  |  |  | | --- | --- | --- | | 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 | |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Рынок аромасредств личной гигиены отличается высокой конкуренцией, с присутствием региональных и глобальных игроков. L'Oréal SA, Beiersdorf AG и Korres Natural Products SA, Korres Natural Products SA^ Groupe Rocher являются одними из ключевых игроков, доминирующих на рынке. Крупные компании вкладывают значительные средства в исследования и разработки, чтобы представить на рынке ассортимент продукции из органических источников для удовлетворения растущего спроса со стороны потребителей. Инновации в продуктах являются наиболее принятой стратегией ключевых игроков, работающих на рынке, за которой следуют расширения, слияния и поглощения. |
| 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* | Предоставление изготовленных под требования и индивидуальные особенности клиента аромасредста, в основе которых лежат органические и натуральные ингредиенты безопасные для здоровья человека и окружающей среды.  Аромасредства позволяют поддерживать здоровье организма, улучшать эмоциональное состояние и атмосферу в помещении.  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. |
| 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* | Разработка нейросети и приложения возможна с помощью нейросетей, которые находятся в свободном доступе и их использование бесплатно.  Создание уникального и особенного аромата для каждого клиента и саму форму товара.  В настоящее время конкуренты предоставляют отдельные виды продуктов, услуг.  Наша концепция не ограничивает фантазию, собственный фирменный аромат и продукт дает свободу самовыражению  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.   * Экологичность. Масла получают из так называемых эфиромасличных растений различными способами – экстракцией, дистилляцией, холодным прессованием и др. * Антибактериальные свойства. Все эфирные масла обладают эффектом подавления роста числа бактерий, могут служить антисептиками. Таким образом, их применение позволяет дезинфицировать воздух, очищать его не только от микробов, но и от плесени. * Лечебные свойства. Ароматерапия, основанная на воздействии запахов на настроение, здоровье и работоспособность людей, применяется с давних пор. Масла влияют не только на психологическое, но и физическое состояние человека. Кроме помощи при простудах, некоторые из них могут нормализовать уровень давления, снять головные боли. * Из натуральных масел можно составить множество композиций, сымитировать практически любой запах.   Бизнес-направления использование аромасредв   * Аромамаркетинг (включая консультации по применению ароматов)   Гипоаллергенные аромаэкосредства для личной гигиены   * Нейтрализация запахов * Аромабрендинг (Разработка аромата для вашего бренда, в любых форматах) |
|  | **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* | Использование 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.  Использование натуральных компонентов и сырья в изготовлении гипоаллергенных аромасредств для сохранения экологичности продукции и поддержании на должном уровне качества (отслеживать показатели качества будет нейросеть)  Характеристики нейросети:   * **Поддерживаемые языки:** C#, C, Python, PHP, Ruby, Kotlin * Возможность обучения ИИ обучается на различных хранилищах, включая GitHub, но заточен под корпоративное использование. * Принцип управления - рограмма анализирует код и предлагает варианты. Главное отличие в том, что корпоративный Tabnine можно отдельно развернуть в инфраструктуре или в облаке. Тогда у программы появляются централизованные средства управления, ее можно обучить на конкретном хранилище данных. Это улучшает качество предлагаемого кода: он более точно соответствует корпоративным стандартам. * Должна работать с большинством популярных редакторов кода. Также к плюсам можно отнести полноценную поддержку самых популярных фреймворков и библиотек: React для JavaScript, Sass для CSS и Matlab для технических вычислений. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Организационные – бизнес-модель, основанная на всестороннем использовании цифровых технологий  Формирование цифрового пути клиента (все этапы клиент может пройти в онлайн формате, кроме непосредственного получения продукта и оценки влияния аромата на мозговые центры)  Круглосуточная поддержка и взаимодействие с клиентом  Производственные параметры:  Создание умной технологии производства гипоаллергенных аромасредств для личной гигиены и дома  Цифровое проектирование производства кастамизированного продукта  Патентование умной технологии  Передовые экоматериалы  Финансовые параметры бизнеса  Общие первоначальные инвестиции 2 941 500  Привлечение средств – грантовая поддержка, участие в национальных проектах, 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.)* | Умная технология для создания кастомизированного аромапродукта с учетом индивидуальных потребностей клиента:   * Создание продукта под потребность клиента (например, ароматизация воздуха для снятия стресса) * Гипоаллергенный экопродукт * Тестирование влияния аромата на клиента (его мозговые центры)   Создание уникальных индивидуальных продуктов и его дизайна с использованием нейросети |
| 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* | 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 будет использована для обработки анкеты клиента, на базе чего будет сформирован рекомендованный состав средств; создании дизайна упаковки, и для управления аддитивными технологиями (включая быструю переналадку оборудования) и последующей доработки анкеты клиента. |
| 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  • Закреплены работы за участниками 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 посещает потенциальные клиенты, имеющие аллергические заболевания в разных проявлениях и есть доверие ко врачу  Через спортивные мероприятия, поскольку есть проблема «неприятного запаха» у организаций – участников  Аккаунт в социальной сети – большой охват аудитории, быстрота распространения обширной информации, относительно невысокая стоимость канала продвижения. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Клиенты - физические лица, имеющие высокий статус аллергичности и низкую толерантность к компонентам средств для личной гигиены, производящихся массово вне зависимости от ценового сегмента  Клиенты - физические лица, имеющие потребность создавать уникальную аромаатмосферу дома  Клиенты – физические лица, которые испытывают потребность в поддержании нервной системы немедикаментозным способом  Клиенты – юридические лица, которые хотят внедприть аромамаркетинг в организации и испытывают потребность «борьбы с нейтрализацией запаха» |
| 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* | Продукт позволяет немедикаментозно и экологично поддерживать состояние нервной системы в стабильном состоянии – проблема решается частично  Продукт позволяет без побочных эффектов и индивидуальных особенностей заботься о здоровье и помещении – проблема решается полностью  Нейтрализация запахов – проблема решается полностью  Создание аромаатмосферы - проблема решается полностью |
| 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)* | Гипоаллергенный аромаэкопродукт позволяет учитывать кожные реакции на продукты для личной и бытовой гигиены, произведённых массовым способом  Нейтрализация запаха и одновременное формирование аромаатсмосферы в спортивных организациях, медицинских учреждениях |
| 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, затем ее обрабатывает нейросеть и формирует перечень ароматов, и сочетание, разрабатывает дизайна продукта, управляет аддитивными технологиями (включая быструю переналадку оборудования) |
| 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.* | Ожидается, что объем европейского рынка эфирных масел вырастет с 1,80 млрд долларов США в 2023 году до 2,30 млрд долларов США к 2028 году при среднегодовом темпе роста 5,03% в течение прогнозируемого периода (2023-2028 годы). Объем рынка в России составляет 0, 36 млрд. США |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| *Этап реализации*   * Интервьюирование целевой аудитории * Поиск инвесторов * Обеспечение команды компетентными специалистами: инженеры, IT – специалисты, бухгалтера, юристы * Формирование реестра поставщиков компонентов * Разработка умной технологии, сервиса, настройка и тестирование * MVP - продукта   *Этап завершения*  • Выполнение первых заказов  • Исправление и корректировка интеллектуальной системы  • Масштабирование, продвижение и внедрение в другие города и страны |