Приложение №6

к Договору возмездного оказания услуг №70-2023-000732 от «12» июля 2023г.

**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_(ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование акселерационной программы | Т-шейп |
| Дата заключения и номер Договора | №70-2023-000732 от «12» июля 2023г |
| Наименование Исполнителя (ИНН, ЕГРИП) | ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ",  ИНН 6165033136 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | VRFI |
| 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.* | VR-реальность в сфере продажи недвижимости |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| 4 | **Рынок НТИ** | Нейронет |
| 5 | **Сквозные технологии** | Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальностей |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1750074  - 3094019  - Семенова Диана Юрьевна  - +79287603232  - diana.smnv@mail.ru |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **№** | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | **1** | **U1754507** | **11226559** | **Рысбек кызы Элизада** | **Экономист** | **+79613302806**  **Elizadarysbek@gmail.com** | **Нет** |  | | **2** | **U1750085** | **3516796** | **Чекункова Екатерина Михайловна** | **Маркетолог** | **+79287597603**  **ekaterinacekunkova0@gmail.com** | **Нет** |  | | **3** | **U1750087** | **4282432** | **Ивченко Виктор Максимович** | **Разработчик** | **+79530905492**  **ivchenko.victor.04@gmail.com** | **Нет** |  | | **4** | **U1756145** | **4661004** | **Ильин Сергей Станиславович** | **3D-дизайнер** | **+79282044909**  **sergeygates@mail.ru** | **Нет** |  | | **5** | **U1755004** | **5510287** | **Сапрыкин Данил Александрович** | **Разработчик и дизайнер сайта** | **+79883686499**  **den20050831@gmail.com** | **Нет** |  | | |
|  | **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 ориентирован на сферу недвижимости с использованием таких передовых технологий, как vr-реальность, позволяющим переносить объекты в vr-пространство |
|  | **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* | Услуга переноса зданий/квартир/домов в vr-пространство |
| 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 большой конкуренции рынка недвижимости и неудобства клиентов |
| 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.)* | Агентства недвижимости (городская, загородная, коммерческая и зарубежная недвижимость), частные застройщики, девелоперы |
| 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* | 1. Сканирование квартир с помощью LiDAR (Light Detection and Ranging  2. Обработка данных  3. Веб-приложение  4. Интеграция с базой данных  5. Собственные разработки (специальный скрипт, позволяющий просматривать 3D-модели квартир в браузере с возможностью перемещения внутри модели, обеспечивая интерактивность  6. Для обработки моделей используется Blender, а для просмотра сканов в браузере применяется Three.js. |
| 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.* | Ключевые партнеры: Магазины мебели, магазины стройматериалов, дизайнерские агентства  Ключевые виды деятельности: Перенос объектов в vr-пространство, наложение дизайна поверх строй вариантов  Ключевые ресурсы: Сайт, помещение, команда  Ценностные предложения: Повышение эффективности компании, увеличение ее продаж, клиент сможет осмотреть все объекты, не покидая офиса  Взаимоотношения с клиентом: Личное взаимодействие с заказчиком, социальные сети, через приложение компании  Каналы сбыта: Приложение​, социальные сети, сайт  Потребительский сегмент: Застройщики, агентства недвижимости  Структура издержек: Страховые взносы, переменные расходы, оборудование  Потоки поступления доходов: Реклама на сайте , подписка, оказание услуг, контракты на предоставление рекламы для мебельных, строительных  и дизайнерских компаний |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Застройщик «Орсо групп»  2. ИА «Кельник»  Прямых конкурентов у нас больше нет, так как VR только начинает развиваться в РФ |
| 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* | 1. Высокое качество и точность: Мы стремимся предоставлять клиентам самое высокое качество продукта. Наша команда экспертов в области виртуальной реальности и 3D моделирования гарантирует, что каждая деталь вашего объекта будет точно воспроизведена. Это позволяет нашим клиентам получить максимально реалистичную и полноценную виртуальную копию дома или квартиры.  2. Широкий спектр функций: Мы предлагаем не только создание виртуальных копий объектов, но и различные дополнительные функции, которые делают наш продукт более полезным и удобным в использовании. Например, наша программа позволяет потребителям, наведя контролер на одну из стен, узнать. Это дает возможность более точно планировать ремонт или перепланировку своего помещения.  3. Быстрая и эффективная обработка данных: Мы понимаем, что время клиентов ценно, поэтому мы стремимся предоставить результаты работы в кратчайшие сроки. Наша программа обработки файлов работает быстро и эффективно, чтобы клиенты могли быстро получить свою виртуальную копию и начать использовать ее в своих проектах и планированиях.  4. Простота использования: Наш продукт разработан с учетом потребностей и удобства клиента. Мы создали интуитивно понятный и легко разбираемый интерфейс, который позволяет пользователям быстро освоиться и начать использовать наш продукт без сложностей.  5. Клиентоориентированность: Мы стараемся быть надежными и отзывчивыми к нашим клиентам. Мы ценим их отзывы и заботимся о их удовлетворенности. Мы готовы предоставить необходимую поддержку и решить любые вопросы или проблемы, с которыми они могут столкнуться. |
| 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* | VR-реальность – это технология, которая только начинает развиваться в России и которая уже довольно давно и быстро развивается за границей.  Также в сфере продажи недвижимости IT-технологии редко используются, однако IT -сфера все больше и больше проникает в нашу жизнь, делая ее проще и удобнее.  Наш проект совмещает в себе инновации, удобство и эффективность, ведь vr – это то, что позволит клиентам компаний осмотреть все квартиры и дома, не выходя из офиса, наша услуга даст возможность взглянуть на мир недвижимости в новом свете, таким образом привлекая больше потенциальных покупателей и увеличивая продажи наших клиентам. |
|  | **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. Технические параметры:  1.1 Язык программирования: TypeScript  1.3 Фреймворки и технологии:  - Vue.js для отображения страниц  - Three.js для отображения 3D моделей в браузере  Аутентификация:  - Для загрузки и изменения данных требуется аутентификация.  2. Обоснование соответствия идеи тематическому направлению:  2.1 Цель проекта: Упростить работу риелторов и застройщиков, предоставляя сервис, позволяющий просматривать квартиры в браузере, создавая опыт, аналогичный прогулке по модели в игре.    Тематическое направление:  - Проект соответствует теме, предоставляя инновационный сервис для риелторов и застройщиков.  3. Конкурентоспособность:  3.1 Уникальные особенности: Предоставление возможности просматривать 3D сканы помещений не только в VR очках, но и в обычном браузере.    Преимущества перед конкурентами:  - Расширение доступности технологии просмотра 3D сканов за пределы VR, делая их более доступными для широкого круга пользователей. |
| 18 | **Организационные, производственные и**  **финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Специальная команда, состоящая из оператора, программистов и специалиста в сфере строительства, архитектуры и дизайна, будет выезжать на объект и получать почасовую зарплату |
| 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.)* | Преимущество нашей компании перед конкурентами заключается в нашей высокой точности и реалистичности воспроизведения объектов в виртуальном пространстве. Мы используем передовые технологии сканирования и 3D моделирования, что позволяет нам создавать копии объектов с высокой степенью детализации.  Кроме того, наша программа обработки файлов обеспечивает быструю и эффективную работу с данными. Мы стремимся предоставить заказчику точные результаты в кратчайшие сроки, чтобы он мог быстро получить свою виртуальную копию объекта и начать использовать её в своих проектах и планированиях.  Дополнительным преимуществом нашей компании является легкость использования нашего продукта. Для того чтобы спроектировать свою виртуальную копию объекта, клиенту достаточно надеть виртуальные очки или шлем, и он сможет свободно перемещаться по объекту, посмотреть размеры стен и получать другую полезную информацию о своем помещении, также существует услуга наложения дизайна, которая позволяет строй-вариант превратить в готовую квартиру с отделкой, |
| 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* | 1. Сканирование квартир: Для получения точных размеров используется LiDAR (Light Detection and Ranging), а камеры используются для сбора текстурных данных.  2. Обработка данных: Собранные данные подвергаются обработке с использованием специального приложения, которое создает 3D-модели квартир. После этого 3D-дизайнеры вносят правки в эти модели.  3. Веб-приложение: Для отображения сканированных квартир на веб-сайте используются технологии Vue.js и TypeScript.  4. Интеграция с базой данных: Данные о сканированных квартирах хранятся в NoSQL базе данных Firebase.  5. Собственные разработки: Для обогащения пользовательского опыта был разработан специальный скрипт, позволяющий просматривать 3D-модели квартир в браузере с возможностью перемещения внутри модели, обеспечивая интерактивность.  6. Использование существующих решений: Для обработки моделей используется Blender, а для просмотра сканов в браузере применяется Three.js. |
| 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* | TRL 5: Работоспособность технологии может быть продемонстрирована на детализированном макете в условиях, приближенным к реальным.  Уже готов файл, в котором находится отснятая нашей командой квартира, перенесенная в vr-пространство, то есть человек может в vr-очках походить по квартире и осмотреть ее |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)**  **научно-техническим приоритетам**  **образовательной организации/региона**  **заявителя/предприятия\*** | Наш проект соответствует научно-техническому приоритету: Информационные технологии, так как мы используем технологию виртуальной реальности |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | - социальные сети (телеграм: каналы и чаты для застройщиков и риэлторов)  - специальные мероприятия, с участием нашей целевой аудитории (Всероссийская отраслевая конференция “Строительное право и юридический менеджмент” и юридический менеджмент)  - холодные звонки нашей ца  - наш сайт  - мероприятия для стартаперов (TECH WEEK, «Стартап-чемпионат № 1», Startup Weekend) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | - собственный сайт  - холодные звонки  - через связи |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | На данный момент в сфере недвижимости компании тратят много времени лишь на одного клиента, тем самым понижая эффективность своей работы и доход, который они могли бы получить, работая сразу с несколькими клиентами за то же время, что и с одним сейчас.  Локация также играет здесь ключевую роль, ведь часто, когда клиентам нужно искать варианты квартир или домов для аренды/покупки, многие объекты находятся далеко друг от друга, поэтому клиенты также тратят много времени, сил и энергии на то, чтобы добраться туда, таким образом потребитель становится раздражительнее, что негативно сказывается на человеке от компании, которая предоставляет или показывает объект, и решение о покупке/аренде затягивается.  Если же – это жк, который только проектируется, то людям также довольно сложно принять осознанное решение о покупке квартиры, так как они видят ее лишь на экране компьютера, но не могут походить по ней. |
| 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* | На данный момент мы решаем проблему полностью, то есть наше решение обеспечит компаниям высокую эффективность, увеличение продаж, клиент сможет посмотреть любой объект, независимо от его местоположения, также создание 3D модели на основе чертежей ЖК решает и последнюю проблему |
| 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)* | С проблемой, описанной нами, сталкиваются застройщики и агентства недвижимости. Одной из мотиваций решения проблемы будет увеличение эффективности работы сотрудников, тем самым и увеличение продаж посредством использования нашей услуги |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | С помощью нашей услуги и vr-очков застройщики могут дать походить клиентам по готовым квартирам в vr-пространстве, таким образом как выделяясь среди других застройщиков, так и упрощая принятие решения потребителю  Для агентств недвижимости наша услуга также является возможностью выделиться среди конкурентов и упростить жизнь своим риелторам, так как теперь клиенты смогут походить по квартире и осмотреть ее без физического присутствия в ней, это значительно сократит время поиска жилья, что благоприятно скажется на принятии решения потребителя |
| 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.* | Наш проект направлен на сферу продажи недвижимости, также стоимость нашей услуги подходит не всем предприятиям или физическим лицам, поэтому мы решили выбрать агентства недвижимости и застройщиков как наших потребителей.  Возможностью масштабирования нашего проекта является работа с гос. объектами (картинные галереи, музеи и выставки), также партнёрская деятельность со строительными магазинами и дизайнерскими агенствами |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| 1. Зарегистрироваться как ИП 2. Участие в грантах 3. Покупка или аренда оборудования 4. Выход на рынок 5. Активное продвижение компании 6. Выход на самоокупаемость 7. Увеличение штата сотрудников 8. Работа с гос. учреждениями |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu )

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ  (https://fasie.ru/programs/programmastart/  fokusnye-tematiki.php ) | Г1.XX Другое (Технология/ИТ) |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ**  **(РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)**  *Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* | |
| Коллектив *(характеристика будущего*  *предприятия)*  *Указывается информация о составе*  *коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент*  *выхода предприятия на самоокупаемость.*  *Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость*  Техническое оснащение  *Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на*  *момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | 1. Ген. Директор 2. Экономист 3. Главный программист, ответственный за VR 4. Помощник VR-программиста 5. Ответственный за сайт 6. Дизайнер (граф, 3д) 7. Строитель 8. Дизайнер помещений 9. Маркетолог 10. Таргетолог |
| Партнеры (поставщики, продавцы)  *Указывается информация о Вашем*  *представлении о партнерах/*  *поставщиках/продавцах на*  *момент выхода предприятия на*  *самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | Одна из возможных услуг - партнерство с магазинами мебели, строительных материалов  По просьбе клиента, есть возможность: выбрать цвет обоев, мебель, кухню, выбрать из какого материала будет пол. Весь ассортимент представленных ресурсов для осуществления данного конструктора будет состоять из продукции магазинов-партнеров.  Есть возможность сотрудничества с дизайнерскими агентствами, то есть если клиент(какое-либо предприятие) хочет, чтобы люди могли сразу посмотреть готовые решения по дизайну для квартир или домов, которые он сдает или продает, то дизайнерское агентство-партнер делает дизайн комнаты/квартиры/дома, а наша компания все это конвертирует в vr-пространство. |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)  *Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше*  *представление о том, как может быть осуществлено* | 6 услуг в месяц  Для достижения устойчивой самоокупаемости компании и увеличения объема реализации продукции мы будем рассматривать следующие мероприятия:  Разработка маркетинговой стратегии и продвижение продукции:  - Реализация активных мероприятий по продвижению продукции, таких как рекламные кампании, проведение презентаций и демонстраций продукта, участие в выставках и конференциях.  2. Развитие дилерской и партнерской сети:  - Поиск и привлечение надежных дилеров и партнеров, которые будут осуществлять продажи и распространение продукции на рынке.  - Обучение партнеров и дилеров основным преимуществам и функциональности продукции для повышения их продажных навыков.  3. Усиление и расширение онлайн-присутствия:  - Доработка и поддержка информативного и привлекательного веб-сайта, который будет являться центром информации о продукции и компании.  - Активное использование цифровых маркетинговых каналов, таких как социальные сети, контекстная реклама, электронная почта и т.д.  4. Анализ и адаптация стратегии ценообразования:  - Проведение анализа рынка и конкурентного окружения для определения оптимальной ценовой политики.  - Учет факторов спроса и предложения для определения гибкой ценовой стратегии с учетом сезонности и изменений на рынке.  5. Улучшение качества продукции и дополнительные услуги:  - Постоянное совершенствование процессов производства для повышения качества продукции и снижения затрат.  - Предоставление дополнительных услуг, таких как гарантийное и постгарантийное обслуживание, обучение пользователей, сервисные пакеты и т.д., для удовлетворения потребностей клиентов. |
| Доходы (в рублях)  *Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше*  *представление о том, как это будет*  *достигнуто.* | 1. Заработок от услуги сканирования и создания 3D-моделей:  - Компания будет взимать плату за процесс сканирования квартиры или дома и создание точной 3D-модели виртуального объекта.  - Цена будет зависеть от сложности и размера объекта, что позволяет нам варьировать стоимость услуги в зависимости от требований заказчика.  2. Выручка от продажи VR-оборудования:  - Мы будем предлагать своим клиентам приобретение VR-очков или шлемов, необходимых для использования виртуального пространства.  - Приобретение оборудования будет дополнительным источником дохода .  3. Партнерство с другими компаниями:  - Мы будем установливать партнерство с различными отраслями, такими как недвижимость, строительство, дизайн интерьера и другими профессиональными организациями.  4. Разработка собственного контента:  -Также будет создаваться и продаваться собственный VR-контент, такой как виртуальные туры по знаменитым достопримечательностям, архитектурные проекты и другие интересные места.  - Создание уникального контента может привлечь дополнительных клиентов и стать дополнительным источником дохода для компании. |
| Расходы (в рублях)  *Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше*  *представление о том, как это будет*  *достигнуто* | |  |  | | --- | --- | | Стартап | | | Оборудование | 2 538 282,00 р | | Месячные расходы | | | ЗП(5 сотрудников) | 150 000,00р | | Страховые взносы сотрудников | 45  000,00р | | Амортизация | 21 152,35р | | Переменные расходы(дорога до объекта) | 6 000,00р | | Свет | 4 250,00р | | Реклама | 100 000,00р | | **Итого** | 326 402,00р | | Годовые расходы | | | ЗП(5 сотрудников) | 1 800 000,00р | | Страховые взносы за сотрудников | 540 000,00р | | Амортизация | 253 828,00р | | Переменные расходы(дорога до объекта) | 72 000,00р | | Свет | 51 000,00р | | Реклама | 1 200 000,00р | | Итого | 3 916 828р | |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость  *Указывается количество лет после*  *завершения гранта* | 1 год 6 месяцев |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,**  **КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** | |
| Коллектив | 1. Лидер 2. Экономист 3. Маркетолог 4. Ответственный программист за услуги в вр 5. ЗД, граф дизайнер 6. Ответственный технхик за сайт компании |
| Техническое оснащение: | Камера LiDar, 2 компьютера, 2 клавиатуры, 2 мышки, 2 процессора |
| Партнеры (поставщики, продавцы) | - |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  *(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок,*  *но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* | |
| Формирование коллектива: | На первых этапах реализации проекта планируется работать той же командой, что и по акселератору.  Далее прогнозируется увеличение штаба сотрудников: специалист в сфере строительства, дизайнер помещений, помощник программиста в vr |
| Функционирование юридического лица: | 1. Регистрация юридического лица как ИП 2. Управлением и организацией будет заниматься ген.директор(тимлидер) компании 3. Компания также будет заниматься ведением бухгалтерского учета, составлением финансовой отчетности, управлением расходами, привлечением инвестиций 4. Маркетинг и продажи: создание и тех. поддержка сайта, проведение рекламных кампаний, участие в выставках и презентациях, партнерство с другими компаниями 5. Техническое обеспечение: закупка оборудования, поддержка и обслуживание оборудования 6. Юридические аспекты: компания обеспечит соответствие своей деятельности законодательству, включая правила о защите данных, авторские права, лицензировании 7. Услуги и клиентское обслуживание: Организация определит пакет услуг, которые будет предоставлять клиентам, установит цены, разработает процедуры приема и обработки заказов, а также обеспечит качественное клиентское обслуживание. |
| Выполнение работ по разработке  продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: | На данный момент наш продукт находится на стадии TRL 5: Работоспособность технологии может быть продемонстрирована на детализированном макете в условиях, приближенным к реальным.  Уже готов файл, в котором находится отснятая нашей командой квартира, перенесенная в vr-пространство, то есть человек может в vr-очках походить по квартире и осмотреть ее, а также посмотреть вариант с дизайном.  В ближайшее время планируется прийти к TRL9 |
| Выполнение работ по уточнению  параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): | Параметры продукции: добавление возможности потребителям клиентов самим конструировать свою квартиру только с материалами и мебелью от партнеров  Рынок быта: проведение больше проблемных интервью с застройщиками, риелторами и директорами строительных компаний, изучение статистики заграничного рынка |
| Организация производства продукции: | 1. Покупка камеры LiDAR Scanner, ПК, процессоров, мышки и клавиатуры 2. Сбор команды |
| Реализация продукции: | 1. Поступает заказ на перенос объекта. 2. Передаются данные помещения (чертежи, местоположение и др) от клиента 3. Техническая команда выезжает на указанное место, где происходит съемка помещения, внесение специальных заметок по самому объекту (визуальное состояние, ) 4. Материалы передаются ответственному по сфере вр, который производит оцифровку файлов 5. Дизайнер по желанию заказчика разрабатывает и накладывает дизайн 6. Все наработки передаются клиенту |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  **ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** | |
| Доходы: | Участие в грантах, где посредством участия покроются расходы, потраченные на реализацию проекта |
| Расходы: | 2 538 282,00р – оборудование  100 000р – реклама  6 546 – покупка ПО |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): | Грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития:  - Преимущества: Грантовая поддержка может предоставить значительные финансовые ресурсы без необходимости возвращения инвестиций, а также может быть связана с налоговыми льготами и дополнительными плюшками.  - Обоснование выбора: Разработка инновационных проектов, таких как перенос объектов в VR-пространство, может вызвать интерес со стороны фондов содействия инновациям, которые стремятся поддерживать передовые технологии и развитие инновационных решений. |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ** | |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца)   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | | Покупка оборудования | Для запуска нашей компании нам необходимо специальное оборудование | 2 538 282р | После закупки оборудования, мы сможем выйти на рынок и начать полноценно работать | | |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев)   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** | | Продвижение | Для того, чтобы привлечь большее внимание клиентов, наша компания активно займется своим продвижением | 100 000р | Приток клиентов, большая узнаваемость, развитие компании | | |
| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ**  **ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** | |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития | |
| **Платформа НТИ** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов  проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: | Никто |
| Участвовал ли кто-либо из членов  проектной команды в программах  «Диагностика и формирование  компетентностного профиля человека /  команды»: | Никто |
| Перечень членов проектной команды,  участвовавших в программах Leader ID и  АНО «Платформа НТИ»: | Никто |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** | |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных**  **программах повышения**  **предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по  программе «УМНИК» |  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» |  |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

***Календарный план проекта:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа,**  **мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Закупка необходимого оборудования | 2 недели | 2 538 282 |
| 2 | Проведение первичных договоров с застройщиками и агентствами недвижимости | 2 месяца | 0 |
| 3 | Организация процесса VR-сканирования | 2 недели | 150 000 |
| 4 | Разработка и обработка 3D-моделей объектов | 4 недели | 6 546 |
| 5 | Презентация и предоставление VR-моделей заказчикам | 1-2 недели | 0 |
| 6 | Маркетинг и продвижение услуг | Постоянно | 100 000 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Заказчик:**  Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  «Донской государственный технический университет» | **Исполнитель:**  Индивидуальный предприниматель  Гусев Дмитрий Владимирович |
| **Проректор по научно-исследовательской работе**  **и инновационной деятельности**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ефременко И.Н**. | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Гусев Д.В.** |