**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | ТехноДрайв |
| Дата заключения и номер Договора | 28 июня 2023г. №70-2023-000647 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | «FashionBOT» |
| 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\*** | 1. *«*Технологии доступа к широкополосным мультимедийным услугам*»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Fashionnet, medianet* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | Калакин Ярослав Рулснович  +7 916 719 62 15 |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | Ф.И.О. | Должность (роль) | Контакты | Выполняемые работы в Проекте | Образование/опыт работы | | Калакин Ярослав Русланович | Руководитель  проекта | +7 916 719 62 15 | Ведение проекта и маркетинг | Студент 2-го курса бакалавриат | | Давыдов Данила Денисович | Аналитик рынка и ЦА | +7 925 327 42 21 | Прогнозирование рисков и анализ рынка, анализ ца | Студент 2-го курса бакалавриат | | Джанбеков Мамам  А. | Финансовый анализ | +7 909 628 58 91 | Финансы | Студент 2-го курса бакалавриат | | |
|  | **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* | В рамках данного проекта будет разработана нейронная сеть для распознавания одежды и предложения обновлений гардероба. Также будет создан функционал для пользователей, позволяющий создавать 3D модели одежды. Этот проект представляет собой увлекательное и полезное исследование в области компьютерного зрения и моды, и имеет потенциал привлечь внимание широкой аудитории. |
|  | **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* | Продуктом данного стартап-проекта будет нейронная сеть для распознавания одежды и предложения обновлений гардероба, а также функционал для создания 3D моделей одежды для пользователей. |
| 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* | Данный стартап-проект решает проблему потребителей, которые хотят быть в тренде и следить за модными тенденциями, но имеют ограниченное время или знания в области моды. Нейронная сеть для распознавания одежды поможет пользователям быстро определить, что они носят, и предложит обновления гардероба на основе их предпочтений и текущих модных тенденций. Функционал для создания 3D моделей одежды также поможет потребителям визуализировать, как новые предметы одежды будут смотреться на них, что поможет им сделать более информированный выбор при покупке новой одежды. |
| 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.)* | Потенциальные потребительские сегменты для данного стартап-проекта включают в себя: 1. Молодые люди, ведущие активный образ жизни, интересующиеся модой, но имеющие ограниченное время на посещение магазинов и выбор новой одежды. 2. Работающие люди, которым необходимо выглядеть стильно и модно, но у них ограниченное количество времени на шопинг из-за занятости на работе. 3. Люди, живущие в крупных городах, где модные тенденции меняются быстро, и которые хотят быть в тренде, следить за модой, но не всегда могут уделить достаточно времени на выбор новых предметов гардероба. 4. Онлайн-магазины и розничные магазины, которые хотят предложить своим клиентам инновационный и удобный способ выбора одежды. Географический сегмент: города с высоким уровнем модной активности, такие как Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токио и другие мировые модные столицы. Сектор рынка: B2C (для физических лиц) и B2B (для онлайн-магазинов и розничных магазинов). |
| 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. Разработка алгоритма машинного обучения для анализа предпочтений пользователей и предложения персонализированных модных решений. 2. Создание приложения с использованием дополненной реальности для виртуальной примерки одежды. 3. Использование технологии компьютерного зрения для распознавания моделей и стилей одежды на фотографиях, чтобы предложить похожие варианты из каталога. 4. Использование больших данных и аналитики для прогнозирования модных тенденций и предложения актуальных товаров. Эти научно-технические решения помогут создать продукт, который будет предлагать пользователям удобный способ выбора модной одежды, экономящий их время и удовлетворяющий их потребности в стиле. |
| 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.* | Бизнес-модель для этого продукта может включать в себя несколько компонентов. Во-первых, можно предложить приложение бесплатно для скачивания, чтобы привлечь больше пользователей. Затем можно использовать модель монетизации через встроенные покупки, чтобы предложить дополнительные функции или доступ к эксклюзивным коллекциям одежды.  Также можно установить партнерские отношения с магазинами и брендами одежды, чтобы предложить пользователям возможность покупки предложенных товаров напрямую из приложения, получая комиссионные от продаж.  Для привлечения финансовых ресурсов можно использовать инвестиции от венчурных капиталистов или поиска инвесторов, заинтересованных в развитии инновационных технологий в сфере моды.  Каналы продвижения могут включать в себя цифровой маркетинг, социальные сети, партнерство с блоггерами и инфлюэнсерами в сфере моды, а также участие в модных мероприятиях и выставках. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Amazon Fashion2. ASOS 3. Zara4. H&M 5. Boohoo |
| 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. Уникальность и инновационность: Наш проект основан на использовании нейронных сетей для распознавания одежды и предложения обновлений гардероба, что является новым и уникальным подходом к моде. Это позволяет нам предложить клиентам инновационные и технологически продвинутые решения.  2. Качество и точность: Наша нейронная сеть обучена на большом объеме данных, что позволяет добиться высокой точности распознавания одежды. Это значит, что клиенты получат наиболее точные и релевантные рекомендации по обновлению своего гардероба.  3. Пользовательский опыт: Мы постоянно работаем над созданием удобного и интуитивно понятного интерфейса для наших пользователей. Наш функционал для создания 3D моделей одежды позволит клиентам воплотить свои модные идеи в реальность.  4. Потенциал для привлечения внимания широкой аудитории: Наш проект может быть интересен и полезен не только для модных энтузиастов, но и для профессиональных дизайнеров, стилистов и магазинов модной одежды. Это открывает нам возможности привлечь различные сегменты рынка. |
| 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. Уникальные РИД (ресурсы, способности, знания) - Если у бизнеса есть уникальные и защищенные правами интеллектуальной собственности, такие как новые технологии, патенты, бренды или технические навыки, это может создать преимущество перед конкурентами. Наличие таких РИД обеспечивает монопольное положение на рынке и увеличивает возможности для прибыли. 2. Партнеры в индустрии - Заключение партнерских отношений с ключевыми игроками в индустрии может быть коммерческим преимуществом. Бизнесу будет действовать как посредник или иметь доступ к эксклюзивным ресурсам или технологиям, которые другим конкурентам недоступны. 3. Доступ к ограниченным ресурсам - Если бизнес имеет эксклюзивный доступ к ограниченным ресурсам (например, редким сырьем, стратегическим локациям или определенным специалистам), это может обеспечить устойчивость бизнеса. Конкуренты могут оказаться ограничены в доступе к аналогичным ресурсам и, следовательно, не смогут предложить аналогичный продукт. 4. Уникальность продукта или услуги - Если бизнес предлагает продукт или услугу, которые отличаются от существующих на рынке, это создает конкурентное преимущество. Уникальность может выражаться в новых технологиях, дизайне или функциональности продукта, а также в особенностях предоставления услуги, например, высококачественного обслуживания клиентов. 5. Недостаток аналогичных предложений на рынке - Если бизнес предлагает продукт или услугу, для которых на рынке существует недостаток, это может обеспечить востребованность бизнеса и прибыльность. Если спрос превышает предложение, бизнес имеет возможность закрепиться на рынке и привлекать постоянных клиентов. |
|  | **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. Высокая производительность: Наш продукт обладает высокой скоростью обработки данных и эффективностью работы, что позволяет достичь быстрых результатов при использовании. 2. Большая емкость: Наш продукт обладает большой емкостью хранения данных, что позволяет хранить и обрабатывать большие объемы информации. 3. Гибкость и масштабируемость: Продукт имеет возможность гибкой настройки и масштабирования, что позволяет легко адаптировать его под разные потребности и объемы работы. 4. Надежность и безопасность: Наш продукт обеспечивает высокий уровень надежности и защиты данных, что является важным параметром в современных условиях, где важна конфиденциальность и сохранность информации. 5. Совместимость и интеграция: Наш продукт может легко интегрироваться с другими системами и программами, что позволяет снизить затраты на разработку и внедрение. 6. Экономичность: Наш продукт обладает оптимальным соотношением цены и качества, что делает его доступным и конкурентоспособным на рынке. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Внутренние процессы организации бизнеса являются важным аспектом успешной деятельности стартапа. Они включают в себя организационные, производственные и финансовые параметры, которые следует учитывать при разработке и реализации бизнес-плана.  Организационные параметры включают в себя структуру компании, распределение обязанностей и ответственности, систему управления и коммуникаций. Важно определить роли и функции каждого члена команды, чтобы обеспечить эффективную работу и достижение поставленных целей. Также нужно разработать процессы принятия решений, коммуникацию и обратную связь для обеспечения эффективного саморазвития и роста предприятия.  Производственные параметры касаются процессов, необходимых для производства товаров или оказания услуг. Важно определить цепочку поставок, процедуры контроля качества, а также разработать эффективные процессы производства и доставки товаров или услуг. Автоматизация и оптимизация производственных процессов помогут повысить эффективность и улучшить качество продукции или услуги.  Финансовые параметры включают в себя планирование бюджета, учет и анализ финансовых операций, контроль затрат и доходов. Это важно для обеспечения финансовой устойчивости и роста предприятия. Необходимо также оценить финансовые риски и разработать стратегию управления ими, а также исследовать партнерские возможности для привлечения инвестиций, расширения рынка или получения доступа к новым ресурсам.  Основатель (-ли) стартапа должен иметь четкое видение этих параметров и разработать план действий для их реализации. Также важно осознавать, что внутренние процессы могут изменяться и корректироваться по мере развития бизнеса, и поэтому необходимо быть готовым к адаптации и изменениям внутри организации. |
| 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.)* | 1. Высокое качество: продукт имеет высокий уровень качества по сравнению с конкурентами. Это может быть обусловлено использованием более качественных материалов, тщательным контролем качества производства или инновационными технологиями.  2. Технические параметры: продукт имеет лучшие технические характеристики по сравнению с аналогами. Например, он может обладать более высокой скоростью работы, большей емкостью или более продвинутыми функциями.  3. Низкая стоимость: продукт имеет более низкую стоимость по сравнению с конкурентами. Это может быть обусловлено эффективными производственными процессами, снижением затрат на материалы или оптимизацией цепи поставок.  4.Инновации: продукт предлагает инновационные решения, которые отсутствуют у конкурентов. Новые функции, уникальный дизайн или передовые технологии могут быть ключевыми конкурентными преимуществами.  5. Удобство использования: продукт обладает удобством использования, которое превосходит удобство аналогов. Разработка простого интерфейса, удобная эргономика или специальные функции, упрощающие использование, могут привлекать больше потребителей.  6. Широкий ассортимент: продукт предлагает широкий ассортимент моделей, вариаций или размеров, что позволяет удовлетворить различные потребности клиентов. |
| 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* | AR-технологии (дополненная реальность), ИИ (искусственный интеллект), инновационные спортивные технологии, программное обеспечение для тренировок датчики движения, камеры, программное обеспечение для обработки данных и создания интерфейса для пользователей |
| 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* | Организационно, кадрово и материально проект проработан на 50%. Постоянные расходы:   1. Зарплата работников, не связанных напрямую с производством: 200.000 2. Зарплата работников связанных напрямую с созданием и поддержкой приложения – 1000000 3. Расходы на рекламу – 1500000 4. Налог – 6% 5. Расходы на хост, подписки для работников, электроэнергию и др. – 300000 6. Аренда офиса – 300000   Итого - 3300000 |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | 1. Интеграция проекта с учебными программами: Проект может быть оценен по степени интеграции с академическими программами и обучающими потребностями, обеспечивая студентам или учащимся актуальные знания и практические навыки.  2. Поддержка научно-исследовательской работы: Проект может способствовать развитию научно-исследовательской деятельности образовательного учреждения, повышая научную репутацию и привлекая финансирование и партнеров для дальнейших исследований.  3. Продвижение инноваций и практической применимости: Проект может ориентироваться на разработку новых технологий, методов или продуктов, имеющих потенциал для практического применения в регионе или на предприятии.  Если проект ассоциируется с предприятием, то:  1. Проект может напрямую поддерживать научные исследования, связанные с областью деятельности предприятия, что помогает расширить его научные и технические возможности.  2. Разработка проекта может быть связана с локальными или региональными приоритетами развития, что способствует устойчивому развитию региона или обеспечивает экологическую устойчивость предприятия.  3. Проект может привлечь студентов для совместной работы или практики, обеспечивая образовательной организации доступ к практическим аспектам индустрии и инноваций в предприятии. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Социальные медиа: Рекламные кампании в социальных сетях могут быть направлены на аудиторию, интересующуюся модой и индивидуальным подбором одежды. Использование таргетированной рекламы и публикации контента, демонстрирующего возможности приложения, сможет привлечь внимание потенциальных пользователей.  2. Инфлюенсерский маркетинг: Сотрудничество с блогерами, инфлюенсерами и знаменитостями, у которых большая аудитория с интересом к моде, может помочь привлечь внимание к приложению и увеличить его популярность.  3. Поисковая оптимизация (SEO): Оптимизация контента приложения и его описания для поисковых систем может помочь повысить его видимость в поисковых результатах, привлекая пользователей, ищущих индивидуальные способы подбора одежды.  4. Email-маркетинг: Создание эффективных email-кампаний, направленных на пользователей, которые выразили интерес к моде и индивидуальному подбору одежды, может помочь удерживать пользователей и стимулировать повторное использование приложения.  5. Сотрудничество с модными брендами: Установление партнерских отношений с модными брендами и магазинами позволит приложению получить дополнительную видимость и доступ к аудитории, заинтересованной в моде и стиле. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Каналами сбыта могут быть:  1. Мобильные платформы: Размещение приложения в мобильных магазинах, таких как App Store и Google Play, позволит пользователям легко найти и скачать его на свои устройства.  2. Партнерство с онлайн-розничными магазинами: Установление сотрудничества с онлайн-магазинами одежды позволит приложению интегрироваться с платформами электронной коммерции, что сделает процесс покупки одежды после подбора более удобным для пользователей.  3. Эксклюзивное партнерство с модными брендами: Непосредственное партнерство с модными брендами может сделать приложение официальным каналом подбора одежды для этих брендов, что привлечет любителей моды и увеличит приверженность пользователя.  4. API-интеграция с другими мобильными приложениями: Возможность интеграции с другими популярными мобильными приложениями (например, социальными сетями, приложениями для покупок и т. д.) может стать дополнительным каналом для распространения и использования приложения.  5. Сотрудничество с услугами персональной стилистики: Приложение может также развивать партнерские отношения с услугами персональной стилистики и аутфитерами, чтобы предложить пользователям дополнительные возможности для использования предложенного стиля и подбора одежды. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | 1. Индивидуальный подход к стилю: Позволяет каждому пользователю получить персонализированные рекомендации по стилю и подбору одежды на основе их предпочтений, телосложения и других персональных характеристик.  2. Экономия времени: Упрощает процесс выбора одежды, предоставляя подходящие варианты, что помогает сэкономить время при поиске и покупке новых нарядов.  3. Решение проблемы несоответствия размеров: Предлагает оптимальные варианты размеров и моделей, основываясь на данных о физических параметрах пользователей, тем самым уменьшая вероятность неправильной покупки.  4. Повышение самооценки и уверенности: Помогает пользователям выражать свою индивидуальность через стиль и подбор одежды, что может привести к улучшению их самочувствия и уверенности.  5. Тенденции моды и изменения стиля: Предоставляет информацию о самых актуальных тенденциях в мире моды, помогая пользователям быть в курсе и оставаться стильными. |
| 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* | С помощью нашего проекта проблема выбора одежды может быть решена максимально быстро, в домашних условиях |
| 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)* | 1. Люди, испытывающие затруднения с выбором стиля: Это могут быть люди, которые интересуются модой, но имеют сложности с пониманием своего собственного стиля, а также те, кто хочет обновить свой гардероб и требует помощи в выборе подходящих вещей.  2. Покупатели, сталкивающиеся с проблемами покупки одежды онлайн: Люди, заказывающие одежду через интернет, могут испытывать трудности с выбором правильного размера и соответствия изображения в интернет-магазине реальности.  3. Люди, которым нужен индивидуальный подход к выбору одежды: Потребители, которые ищут нестандартные решения в подборе одежды, например, люди с непропорциональной фигурой или специфическими требованиями к стилю.  4. Люди, желающие быть в курсе последних модных тенденций: Это могут быть как профессионалы из мира моды, так и любители, которые хотят быть в тренде и следить за модными новинками.  5. Люди, старающиеся выделиться и улучшить свой стиль: Пользователи, которые хотят выразить свою уникальность через стиль и внешний вид, могут искать инструменты для поиска индивидуальных решений в подборе одежды. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Приложение предлагает индивидуальные рекомендации по стилю и подбору одежды на основе нейросетей и данных о предпочтениях пользователей. Интуитивный интерфейс обеспечивает удобство использования, а интеграция с онлайн-магазинами позволяет пользователям быстро приобрести рекомендованные товары. Постоянная обратная связь пользователей помогает улучшать алгоритмы подбора, а предоставление информации о модных тенденциях помогает пользователям оставаться в тренде и выражать свою уникальность через стиль. Благодаря этим методам приложение эффективно решает проблемы выбора и подбора одежды, обеспечивая удовлетворение потребностей разнообразных категорий пользователей. |
| 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.* | Общие расходы проекта: 3300000  Срок окупаемости – от 5 месяцев  Точка безубыточности – прогрессия прихода в приложение клиентов от 1000 человек в месяц, заключение контрактов с минимум 1 брендом одежы |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| В дальнейшем, планируется усовершенствование нейросети в нашем приложении, создание голограммы для примирения в домашних условиях любой одежды, выход на мировой рынок приложений |