**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

 **30 ноября 2023 г.**

| 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 |  |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| --- | --- |
| 1 | **Название стартап-проекта** | Clotho |
| 2 | **Тема стартап-проекта** | *Разработка технологии по замене участков ткани и создание уникального бренда одежды по освоенной технологии* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | *«Цифровые технологии и информационные системы»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта** | - Unti ID 17557605- Leader ID 904731- ФИО Волошин Владислав Геннадиевич- телефон +7-919-107-30-03- почта vlad728827@gmail.com |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | - | 4973710 | Волошин Владислав Геннадиевич | Лидер, руководитель проекта | 89191073003, vlad728827@gmail.com | - | Оконченное высшее образование, без опыта участия в проектах |
| 2 | - | - | Бодылев Данила Олегович | Администратор | 89999841697, bodylevdanilpyby@gmail.com | - | Оконченное высшее образование, без опыта участия в проектах |
| 3 | - |  | Глазков Тимофей Михайлович  | Администратор | 89266937064, exrtemeglez@gmail.com | - | законченное высшее образование, работа менеджером по учету и поставки железнодорожных ЗЧ |

 |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 8 | **Аннотация проекта** | Концепция стартап-проекта заключается в разработке устройства с отличительной функцией, которая заключается в возможности пересоздания отдельных участков этой одежды в связи с её повреждением или загрязнением.Целью проекта является создание инструмента с возможностью восстановления одежды, а также технологий, позволяющих это сделать. Задачи проекта: проведение анализа рынка для определения конкурентной позиции, проведение анализа для определения потребностей и характеристик продукта проекта, разработка технических аспектов продукта проекта, определение каналов продвижения и сбыта продукта проекта.Ожидаемый результат проекта: создание инструмента для восстановления одежды, а также создание нескольких элементов одежды, которые будут синергировать с конфигурацией данного инструмента. В целом проект облегчит жизнь людей в целом, позволяя восстановить новизну одежды, которая по воле случая была испачкана, порвана, или любым другим образом пришла в негодность.Потенциальные потребительские сегменты: рабочие предприятий, на которых предполагается частая смена одежды в виду нечистоплотности деятельности. |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Инструмент для восстановления одежды, а также бренд одежды, который будет совместим с этим устройством. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | Невозможно просчитать процент людей, которые в повседневной жизни сталкиваются с порчей одежды по тем или иным стечениям обстоятельств. Создание инструмента поможет огромному количеству людей, которые так или иначе не хотят часто покупать новую одежду в виду её порчи, более того, воссоздание ее новизны придает хорошее настроение человеку. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | Инструмент для восстановления одежды, потребителями которых буду являться: обычные потребители, в будущем, в случае активного развития идеи, будут и варианты одежды, рассчитанной на более узконаправленных потребителей.Демографические данные: 5-45 летВкусы: не имеет значения Уровень образования: не имеет значенияГеографическое расположение: вне зависимости от места нахожденияСектор рынка: ТекстильныйБренд спецодежды, потребителями которой являются: рабочие, которые по каким-либо причинам нарушили целостность рабочей формы.Демографические данные: 18-50 летВкусы: не имеет значения Уровень образования: не имеет значенияГеографическое расположение: вне зависимости от места нахожденияСектор рынка: Текстильный |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | Устройство будет создано на основе программного обеспечения, которое восстанавливает участок поврежденной ткани по заложенному в нем алгоритму. Данная разработка является уникальной собственной разработкой не имеющей аналогов. |
| 13 | **Бизнес-модель** | Бизнес-модель можно представить с помощью следующей схемы:1. Целевая аудитория нашего продукта это люди, чья деятельность связана с риском повреждения одежды. (Туристы, дачники, рабочие, и т.д.)
2. - Высокая вероятность порчи или изнашивания одежды по различным причинам; - Денежные и временные затраты на замену одежды; - Низкий срок службы вещей; - Сложность поддержания новизны одежды.
3. На рынке не существует аналогов данного аппарата, в то время как проблемы, решаемые им являются актуальными в различных сферах жизни современного общества.
4. Данное устройство способствует длительному хранению вещи в хорошем состоянии, даже после критических повреждений. Также данное устройство позволяет экономить на производстве рабочей одежды.
5. Каналы: ритейлеры электроники, онлайн магазины с доставкой.
6. Источники прибыли: продажа устройства; продажа одежды, которая совместима с устройством; продажа катушек ткани.
7. Структура издержек: сложность организации производственного процесса, материалы, зарплата, реклама, доставка;
8. Ключевые метрики: доходность, широкий спектр потребителей, хорошие отзывы, виральность.
 |
| 14 | **Основные конкуренты** | Конкурентами для данного стартапа являются все магазины, разрабатывающие одежду, как пример: Adidas, Nike, Noth pole Delta plus и пр.. Химчистки и ателье также могут являться конкурентами в связи с фокусом их деятельности на чистку одежды. |
| 15 | **Ценностное предложение** | Аналогичных продуктов в виде восстанавливаемой одежды на рынке нет. Данная функция в случае реализации будет обладать революционным характером на текстильном рынке. Предлагаемая одежда и инструмент являются абсолютно новым продуктом и предложением на рынке. Ценностное предложение заключается в быстроте замены участков одежды, воссоздании её до первоначального состояния, давая одежде бесконечную жизнь. Сам продукт является уникальным торговым предложением, именно исходя из того фактора, что это будет инновация для давно устоявшегося 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.)** | Clotho предполагает направленность продукта стартапа на создание более удобных условий жизни для потребителя. Проект вписывается в реалии технологического прогресса, в современном мире всё чаще используются программы, доведенные до автоматизма, которые с нечеловеческой точностью могут выполнять ту работу, которую раньше собственноручно делал человек.Продукт, способный восстанавливать ткань будет иметь востребованность среди людей, ценящих долговечность и бережное отношение к окружающей среде. Прибыльность бизнеса обосновывается уникальным конкурентным преимуществом на рынке.Устойчивость продукта будет зависеть от отзывов покупателей, рекламных действия продукта, а также от возможностей модификации и развития продукта по требованиям целевой аудитории. |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | 1. Пластик для сшивающего устройства2. Нержавеющая сталь в основе отдела для одежды3. Разработка ПО4. Разъём для катушек с тканями5. Кабель для электропитания6. Сенсорная панель задач7. Светодиоды8. Механизм для движения иглы, в соответствии с ПО |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | В связи с дороговизной изготовления и инновационным характером данного устройства, стоимость товара за штуку будет равна 25.000 р. Приблизительная себестоимость одной единицы товара – 15.000-17.000р.Для массового производства устройства потребуется предприятие с необходимым оборудованием. Некоторые узлы предполагают ручную сборку, крупные компоненты (например пластиковый корпус) создаются на конвейере.Основными партнерами могут стать дистрибьютор готовой одежды, ритейлеры электроники. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | Конкурентное преимущество заключается в предложении потребителю многократного восстановления испорченного участка одежды без потери исходных физических и визуальных свойств одежды. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | Данная технология будет создана на основе программного обеспечения, алгоритмы которого будут выполнять функцию расшивания и перешивания участков бренда одежды «Clotho». |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | На данном этапе сформулирована идея проекта, определены основные технические решения, которые будут положены в дальнейшую реализацию проекта, определен необходимый кадровый состав проекта, проанализированы риски и определены каналы сбыта.  |
| 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** | Маркетинговая стратегия будет основываться на уникальности свойств инструмента и на его революционном характере. Социальные сети, реклама в интернете, торговые площадки, маркетплейсы, заводы-производители будут отличной площадкой для рекламы бренда. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | Возможные варианты рынков сбыта: 1) Собственный интернет-магазин2) Шоурум3) Маркетплейсы4) Интернет-магазины (легко в обслуживании и популярно среди пользователей) 5) Магазины техники и др. (стандартное размещение подобного товара) |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы** | Большой процент населения в повседневной жизни сталкивается с порчей и изнашиванием одежды по различным причинам. Создание инструмент увеличит срок службы вещей, сократит денежные затраты и время на обновление одежды. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Повышение срока службы одежды, удобство и быстрота обновления гардероба. Поддержание внешнего вида и новизны вещей. Также данный инструмент позволяет экономить деньги на производстве. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Потребитель заинтересованный в экономии средств на содержание одежды, заинтересованный в поддержании своих вещей в хорошем состоянии, а также люди, привязывающиеся к ношению любимых вещей, а также любители оригинальных решений в одежде. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | Проблема будет решена за счет устройства, способного восстанавливать участок ткани. Само устройство создано на основе программного обеспечения, позволяющего определять материал, цвет, поврежденную площадь. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | Потенциал рынка высокий. Продукт, способный восстанавливать ткань будет иметь востребованность среди людей, ценящих долговечность и бережное отношение к окружающей среде. Прибыльность бизнеса обосновывается уникальным конкурентным преимуществом на рынке. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| Для дальнейшего развития проекта необходимо привлечение инвестиций, которые позволят приступить непосредственно к созданию продукта проекта. Кратко план развития проекта можно представить: |
| --- |

|  | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** | **3 дня** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Анализ рынка** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Формирование команды** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Обсуждение идеи** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Анализ осуществимости** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Разработка бизнес-модели** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Опрос целевой аудитории** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Разработка ПО** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Разработка дизайна продукта** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Создание прототипов** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Тестирование прототипов** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Исследование производственного процесса** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Оптимизация производственного процесса** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Анализ рынка сбыта** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Выход на источники сбыта** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Создание рекламной кампании** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Запуск продукта** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Сбор обратной связи** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |