|  |  |
| --- | --- |
| **1. Название стартап-проекта** | Внедрение ИИ в саунд-дизайн города |
| **2. Тема стартап-проекта** | БизнесГрад (проекты, направленные на развитие городской инфраструктуры, архитектуры, облика города, формирование городских сообществ). |
| **3. Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | Строительство и инфраструктура. |
| **4. Рынок НТИ** | HOMENET, NEURONET, TECHNET |
| **5. Сквозные технологии** | Искусственный интеллект |
| **6. Контактный номер телефона лидера стартап-проекта** | 89050596024 |
| **7. Команда стартап-проекта** | Лазуткин С.Е., Нагорный М.А., Яковлев М.В., Спириденков Д.А., Козлова К.А. |
| **8. Аннотация проекта** | Предлагается внедрить искусственный интеллект в саунд-дизайн города для улучшения восприятия городских объектов. Нашим продуктом будет являться программа, использующая в своей основе ИИ, которая сможет подбирать музыкальное оформление для ресторанов, кафе, парков, автомоек, школ , умных остановок и детских центров. Данная программа будет интегрирована в мобильную акустическую колонку (систему колонок), которые будут установлены на различных объектах в городе. Подбор соответствующих треков будет осуществлен с использованием ИИ для исследования предпочтений людей, их реакции на различные раздражители. Целью проекта является звуковое оформление коммерческих и общественных пространств города, создание приятной атмосферы, стимулирование продаж и улучшение морального климата. |
| **9. Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться** | Продажа колонок с установленной в них программой, использующей ИИ. Компания планирует не только продавать колонки, но и осуществлять их ежемесячное обслуживание, обновление плей-листов с учетом изменения времен года, погодных условий, моды, современных тенденций в музыке. |
| **10. Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | Улучшение показателя качества обслуживания в культурных и массовых объектах города и области. Формирование образа объектов в зависимости от их назначения (магазины, офисные центры, детские парки и площадки, стадионы, скверы, аллеи города, выставочные пространства и т.д.). |
| **11. Потенциальные потребительские сегменты** | Потребителями будут являться любые общественные места: рестораны, кафе, ТЦ, ВУЗы, школы, детские сады, магазины, парки и т.п. Таким образом возможны продажи как в сегменте В2В (если потребителями будут индивидуальные предприниматели или компании), так и в сегменте В2G (если заказчиком будут муниципалитеты и региональные власти). |
| **12. На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)** | Написание программного кода ИИ, который сможет сам формировать музыкальную атмосферу в современных реалиях в зависимости от места, времени года, количества народа и т.д. Помимо использования ИИ планируется проведение социологического и маркетингового исследования с целью определения предпочтений различных групп потребителей в различных условиях. Таким образом, мы сможем не только использовать данные ИИ, но и обучать нейросеть, интегрируя результаты исследований в процесс подборки музыкальных произведений для различного рода объектов. |
| **13. Бизнес-модель** | Покупатель приобретает колонки для своего места/заведения, наша компания подключает колонки к серверу через интернет, и каждый месяц за абонентскую плату продлевается их подписка на наши услуги, в том числе обслуживание и настройка. |
| **14. Основные конкуренты** | Яндекс.Станция, Алиса, компании продающие музыкальное оборудования для помещений. |
| **15. Ценностное предложение** | Покупатель единоразово приобретает колонки и их подключение к серверу с ИИ, а затем просто платит за продление подписки и дальнейшее обслуживание. |
| **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.)** | Данная услуга имеет малое количество конкурентов, срок службы стереоустановки ограничен лишь технологическим прогрессом. Цена колонки невысокая (сопоставима с ценами конкурентов), обслуживание дает возможность ремонта и продления срока службы, совместимость с другими устройствами дает широкие возможности для применения. |
| **17. Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | Продукт нашего проекта непосредственно относится к улучшению и обновлению инфраструктуры. Его основными параметрами будут являться качество звука, объемное звучание, качество подобранных плей-листов, стоимость одной стерео-системы и ее срок службы. |
| **18. Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | На первоначальном этапе будут задействованы 5 членов команды: Ген. директор, 2 девелопера, менеджер по продажам и продвижению, системный администратор. Директор осуществляет общее руководство компанией, ведение бухгалтерской отчетности, взаимодействует с партнерами. Менеджер по продажам и продвижению организует работу сайта компании, ведет страницы в социальных сетях, настраивает продвижение, ведет снабженческую деятельность- ведет переговоры с поставщиками и покупателями. Девелоперы занимаются написанием кода для Искусственного интеллекта. Системный администратор отвечает за состояние рабочего оборудования, за проверку целостности программного обеспечения, и контролирует работу разработчиков  |
| **19. Основные конкурентные преимущества** | Основным конкурентным преимуществом является уникальность состава музыкального сопровождения, подобранного с учетом индивидуальных особенностей потребителей. Высокая вариативность, постоянное обновление музыкального ряда создаст позитивное восприятие объекта потребителем, стимулирует рост продаж, время проведенное в ресторане / кафе / магазине, а значит будет способствовать повышению выручки. Обслуживание колонки минимизирует трудозатраты ее владельца по подбору и обновлению плей-листов. |
| **20. Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | Поэтапно: написание программного кода ИИ, закупка колонок, подключение стерео-системы к ИИ, последующее ежемесячное обслуживание в виде абонентской платы. |
| **21. «Задел». Уровень готовности продукта TRL** | Создана команда обладающая необходимыми навыками и компетенцией для успешной реализации проекта. |
| **22. Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия** | Наш проект нужен нашему городу, чтобы улучшить показатели качества обслуживания в культурных и массовых объектах и способствовать развитию малого бизнеса. |
| **23. Каналы продвижения будущей технологии/услуги/продукта** | Сайт, соцсети, реклама, информационные порталы, Mail рассылка. |
| **24. Каналы сбыта будущего продукта** | Прямые продажи, онлайн продажи. |
| **25. Описание проблемы (на решение которой направлен стартап-проект)** | Окружающие звуки во многом дополняют восприятие окружающего мира получаемое зрением. В нашем регионе звуковой составляющей уделяют малое внимание, что мы собираемся исправить. |
| **26. Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Улучшается показатель качества обслуживания на объектах, музыка стимулирует людей на покупки. |
| **27. «Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Правильно подобранное музыкальное сопровождение и звуковые частоты способны корректировать поведение и мышление человека на подсознательном уровне, значит наш проект будет способствовать развитию малого бизнеса в городе. |
| **28. Каким способом будет решена проблема** | Мы обучим ИИ подбирать музыку для различных мест и обстоятельств (погода, время года и т.д.). Внедрение нашего продукта сможет улучшить показатели качества обслуживания и увеличить посещаемость тех или иных общественных мест. |
| **29. Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | Размер инвестиций = 4000000 рублей, Срок окупаемости = 5 лет, NPV (чистый дисконтированный доход) = 2400920, рублей IRR (внутренняя норма доходности) = 33,9538, PI (Индекс рентабельности) = 1,6, DPP (Дисконтированный срок окупаемости) = 2,748, PAM (потенциальный объем рынка) = 3,15 млрд. рублей, TAM (общий объем рынка) = 3,075 млрд. рублей, SAM (доступный объем рынка) = 585 млн. рублей, SOM (реально достижимый объем рынка) = 75 млн. рублей. |
| **30. ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**  | Выход за пределы нашего региона, продажа услуг по всей России, совершенствование ИИ и улучшение качества звука стерео-системы. |