Приложение № 15 к Договору

от \_\_\_\_???\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_???\_\_\_\_\_

**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| [*https://pt.2035.university/project/prodovolstvennyj-kompas*](https://pt.2035.university/project/prodovolstvennyj-kompas) *(ссылка на проект)* | *30.09.2023 (дата выгрузки)* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | **РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Г.В. ПЛЕХАНОВА** |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | **7705043493** |
| Регион ВУЗа  | **Г. Москва** |
| Наименование акселерационной программы  | **ХАЙВ-ФУДТЕХ** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Продовольственный компас |
| **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.* | Проект заключается в создании приложения, которое предоставит возможность реализовать выращенные на своем участке натуральные продукты или в виде консервации. Предполагается, что приложение будет работать в формате карты, на которой будут метки, обозначающие местоположение человека, продающего/отдающего товар. |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ, УПРАВЛЯЮЩИХ, НАВИГАЦИОННЫХ СИСТЕМ  |
| **4** | **Рынок НТИ** | FOODNET, ECONET  |
| **5** | **Сквозные технологии**  | * КОЛЛАБОРАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ,
* ТЕХНОЛОГИИ ХРАНЕНИЯ И АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ
 |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\***  | - Unti ID: U1437656- Leader ID: 3573159- ФИО: Игнатов Владимир Вячеславович- телефон: 89175392656- почта: IVV1158@yandex.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 | *U1437881* | *4834626* | Гасанов Элмир Фазиль | Эксперт по с/хМаркетолог | 89627223232 | - | - |
| 2 | *-* | *-* | - | Программист | - | - | - |

 |
|  | 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* | Цель проекта: повысить качество жизни граждан, которые отдают предпочтение натуральным продуктам, часто пребывающих за чертой города, путём упрощения поиска и продуктов питания в сельской местности. Предусматривается монетизация проекта с целью получения прибылиЗадачи проекта: Разработка, внедрение и поддержание работы мобильного приложения в формате карты с функцией поиска мест для покупки продуктов питания, включая бесплатные точки, сельские магазины и частные домашние хозяйства с целью улучшения доступности и удобства приобретения продуктов для пользователей.Ожидаемые результаты: Ожидаемыми результатами проекта являются увеличение доступности и удобства покупки продуктов для пользователей, поддержка местных производителей и сельских жителей, сбор статистики о потребительском поведении, а также улучшение качества и прозрачности рынка продуктов питания.Области применения результатов: Результаты могут быть использованы для добавления нового функционала приложению, корректировки комиссионных отчислений.Потенциальные потребители: все категории граждан, начиная с 8 лет и без обозначения верхней границы по возрасту. |
|  | **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* | Функционал мобильного приложения, которое позволяет пользователям в формате отметок на карте выставлять объявления о продаже продуктов, таких как свежие овощи с огорода, консервации, рассаду и многое другое.  |
| 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* | Приложение решает проблемы:1. пенсионеров, которые ищут пути для дополнительного заработка на пенсии, проблему людей, живущих в загородных поселках и деревнях, находящихся на большом удалении от магазинов
2. проблему путешественников, желающих сэкономить средства на поездке за счет удешевления продуктов питания
3. проблему населения Российской Федерации, стремящегося приобретать натуральные продукты без посредников
 |
| 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.)* | Демографические данные: Люди любого пола, возрастом от 8 до 99+. Вкусы: преимущественно люди, предпочитающие здоровое питание, т.е. овощи, фрукты, грибы, консервации. А также вегетарианцы.Уровень образования: любой, без ограниченийУровень потребления: средний и нижеГеографическое положение : за чертой города, любой регион РФ, где возможна охота, рыбная ловля, выращивание и/или собирательство. Сектор рынка С2C. |
| 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* | Проект будет основан на использовании существующих разработок в области картографии и геоинформационных систем, а также на применении технологий мобильной разработки для создания удобного и функционального мобильного приложения. Проект предполагает создание собственной базы данных о местах продажи продуктов питания, которая будет регулярно обновляться и расширяться за счет пользовательского контента. |
| 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.*  | Сочетание комиссионной модели, в которой подразумевается, что за каждую транзакцию будет взыматься комиссия и модели Freemium, в которой базовый функционал приложения предлагается бесплатно, но есть ещё и платный премиум план с дополнительными опциями. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Продуктовые магазины, сервисы доставки (Яндекс еда, Сбермегамаркет, Вкусвилл доставка и др.), Авито |
| 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* | Преимущества:* возможность при использовании геолокации находить продукты поблизости,
* стоимость продуктов дешевле, чем в магазине и из сервисов доставки
* приложение дает возможность не только покупать что-либо, но и выставлять свою продукцию на продажу, чего не могут предложить большинство из конкурентов
 |
| 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* | Основные конкурентные преимущества и факторы устойчивости проекта: дешевизна поддержания работы проекта, проект развивает пищевую индустрию, большой охват аудитории, взаимная поддержка местных производителей и приложения. |
|  | **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* | Мобильное приложение, которое позволяет пользователям в формате отметок на карте выставлять объявления о продаже продуктов, таких как свежие овощи с огорода, консервации, рассаду и многое другое. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Видение основателя стартапа заключается в создании удобного и полезного инструмента для пользователей - мобильного приложения в формате карты, которое позволит быстро и удобно находить места продажи продуктов питания. Планируется привлечь к сотрудничеству местных производителей и сельские домохозяйства, чтобы обеспечить доступ к качественным и доступным продуктам для всех слоев населения, рассматривается возможность сотрудничества с сетями магазинов, чтобы потребитель мог заранее получить информацию о наличии продуктов. Внутри самой организации планируется структура из 3 отделов: программисты, отвечающие за своевременное исправление уязвимостей, поддержание работоспособности приложения и создание обновлений для него, сотрудники службы поддержки, отвечающие за все конфликтные ситуации связанные с возвратом товара, а также отвечающие на интересующие людей вопросы, и отдела маркетинга, обязанности которого будут заключаться в отслеживании современных тенденций для улучшения приложения и продвижения приложения через различные каналы. |
| 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.)* | Основные конкурентные преимущества: * дешевизна поддержания работы проекта
* проект развивает пищевую индустрию
* большой охват аудитории
* взаимная поддержка местных производителей и приложения
* социальная направленность
 |
| 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* | Картография: Стартап будет использовать картографические данные и инструменты для создания точной и актуальной карты мест продажи продуктов питания. Это позволит пользователям быстро и легко находить ближайшие магазины и точки продажи продуктов.Геоинформационные системы: Стартап также будет использовать геоинформационные системы для обработки и анализа данных о местоположении точек продажи продуктов. Это позволит создавать точные и полезные отчеты о доступности продуктов в разных районах города, региона или страны.Мобильная разработка: Стартап разработает мобильное приложение для смартфонов и планшетов, которое будет удобно для пользователей и позволит им быстро находить нужную информацию. Приложение будет доступно для скачивания на различных платформах, таких как iOS и Android, App Galary.База данных: Стартап создаст собственную базу данных о местах продажи продуктов, которую будет регулярно обновлять и расширять. Это позволит предоставлять пользователям актуальную информацию о доступных товарах и их ценах.Пользовательский контент: Стартап предложит пользователям возможность добавлять свои места продажи продуктов и оставлять отзывы о них. Это позволит создать более точную и полезную базу данных и улучшить качество обслуживания 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* | Уровень готовности проекта в данный момент может быть охарактеризован как “начальная фаза”, так как основная идея и концепция уже определены или дорабатываются, но реализация еще не началась ввиду того, что еще не были продуманы мелкие детали функционирования проекта и не был найден человек на вакансию программиста в проект, что позволило бы перейти на стадию «разработки» |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Продукт соответствует задачам акселерационной программы «ХАЙВ-ФудТех», так как приложение может являться одним из блоков в разработке и реализации мероприятий, направленных на создание и развитие социально-ориентированных технологических направлений, которые позволяют повысить качество жизни граждан РФ |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | 1. «Сарафанное радио», несомненно, будет эффективным каналом продвижения, т.к. это один из самых эффективных каналов продвижения социально-ориентированных проектов, так как позволяет быстро распространить информацию о проекте среди большого количества людей. Преимуществами рекламы через сарафанное радио являются:

Низкая стоимость: реклама через сарафанное радио не требует больших финансовых затрат, так как люди передают информацию о продукте своим знакомым и друзьям бесплатно.Высокая эффективность: отзывы знакомых и друзей являются наиболее убедительными для потенциальных клиентов, поэтому реклама через сарафанное радио может привести к значительному увеличению продаж.Широкий охват аудитории: информация о продукте может быть передана большому количеству людей, что увеличивает вероятность того, что она достигнет целевой аудитории.Создание положительного имиджа: положительные отзывы знакомых и друзей могут создать положительный имидж продукта и увеличить его привлекательность для потенциальных клиентов.1. Контекстная, возможно таргетинговая, реклама в браузере при поиске на такие темы как «доставка еды», «вкусвилл», «где поесть», «ближайшие магазины» и т.п., для повышения её эффективности. Преимуществом этого канала является то, что он охватывает аудиторию, недоступную прочим каналам, а именно «активные пользователи интернета». Является наиболее экономически выгодной.
2. Рассылка через такие мессенджеры как WhatsApp, Viber другие, данный канал был выбран как более дешевая альтернатива телевидению, поскольку данный канал тоже имеет широчайший охват людей пенсионного и предпенсионного возраста, и поскольку при данном методе продвижения возможен «электронный аналог сарафанного радио», когда люди по цепочке пересылают рекламное сообщение своим знакомым
 |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Каналами сбыта будут являться магазины приложений, такие как Play Market, Appstore, App Galary, а также наш официальный сайт, с которого можно будет установить приложение.  |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 10* | Дети от 12 до 18 не имеют собственного дохода, но потребность в продуктах питания имеется, т.к. вне дома не всегда есть еда с собой или ее количество может быть ограничено. Взрослые люди с 18 до 99+ лет на регулярной основе покупают продукты питания и заинтересованы в том, чтобы найти максимально выгодную цену на них, т.к. расходы на еду имеют весомую долю в общем бюджете семьи. Взрослые люди старше 18, которые имеют автомобиль или другое средство передвижения, зачастую покупают продукты «по пути» в место назначения, соответственно имеют потребность искать место, где их можно найти, либо корректировать свой маршрут таким образом, чтобы попасть в магазин. Помимо этого, схожая потребность есть и у людей часто путешествующих. Люди предпенсионного и пенсионного возраста, зачастую имеют потребность в дополнительном заработке, а также в сбыте излишков собранных на личном хозяйстве овощей, фруктов и др. Индивидуальные предприниматели, занимающиеся реализацией выращенных на фермерских хозяйствах продуктов, имеют потребность в рекламе своих точек продаж, т.к. на данный момент не существует эффективных способов их рекламы |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\****Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 11, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Дети 12-18: Наше приложение даёт продавцам возможность выставлять свои товары за бесплатно, что даст возможность этой категории граждан найти себе перекус вне дома. Либо же купить его заметно дешевле чем в магазине.Взрослые люди, воспользовавшись нашим приложением, могут существенно сократить расходы, сократить затраты времени на поездку до магазина, решит проблему поиска ближайшего магазина. Взрослые люди, люди предпенсионного и пенсионного возраста: приложение даёт возможность для заработка и возможность избавиться от излишков продуктов.ИП: приложение даёт всем людям в округе информацию о местонахождении точки продажи, о её ассортименте и цене, что привлечёт множество клиентов |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\****Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 10, 11 и 25)* | Сценарий 1: “Держатель” проблемы — это человек, который хочет продать товар. Его мотивация - получить деньги за товар и удовлетворить потребность покупателя. Он имеет возможность решить свою проблему с помощью нашего приложения, используя его функции для размещения объявлений и поиска покупателей.Сценарий 2: “Держатель” проблемы — это человек, который хочет купить товар. Его мотивация – получить товар по наиболее выгодной цене и/или поблизости от него. Он имеет возможность решить свою проблему с помощью нашего приложения, используя его функции для поиска и бронирования товаров. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Дети 12-18: Потребитель заходит в приложение, смотрит ближайшие предложения, отфильтровывает бесплатные предложения, подходит и забирает/ находит наиболее подходящее предложение и покупаетВзрослые люди: Потребитель заходит в приложение, смотрит ближайшие предложения, находит интересующие его предложения, покупает.Взрослые люди, люди предпенсионного и пенсионного возраста: Потребитель заходит в приложение, выбирает продукт, который хочет выставить на продажу, заполняет информацию о нем, прикладывает фото, ждет клиента, отдает клиенту товар, получает деньгиИП: приобретает платные функции приложения, выставляет все свои товары на продажу, получает приток клиентов, пользующихся нашим приложением |
| 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 8.* | Сегмент рынка мобильных приложений для размещения объявлений о продаже товаров. Потенциальные возможности для масштабирования - расширение ассортимента товаров, улучшение функциональности приложения, увеличение клиентской базы, расширение географии сервиса, добавление нового функционала для предпринимателей, сотрудничество с крупными компаниями |

план дальнейшего развития стартап-проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | **Название этапа** | **Длительность этапа, мес.** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Поиск инвесторов для привлечения капитала | 2 | 0 |
| 2 | Разработка приложения | 4 | 400.000 |
| 3 | Пробный запуск приложения и сбор статистики о потребительском поведении | 2 | 20.000 |
| 4 | Внесение правок и активное продвижение приложения | 3 | 100.000 |