**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| https://pt.2035.university/project/reyoufood  *(ссылка на проект)* | *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | **ФГБОУ РЭУ им. Г.В. Плеханова** |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | **7705043493** |
| Регион ВУЗа | **Тульский** |
| Наименование акселерационной программы | **ФУДТЕХ** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Платформа для распределения продуктов "FoodCharity" |
| **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.* | Онлайн-платформа, которая связывает рестораны, супермаркеты и другие предприятия питания с благотворительными организациями, с целью распределения возникающего продовольственного избытка среди нуждающихся. |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии IT. Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| **4** | **Рынок НТИ** | 1. Сенсорная технология и мониторинг 2. Цифровая платформа и аналитика 3. Устойчивая продовольственная система 4. Содействие вторичному использованию продуктов питания |
| **5** | **Сквозные технологии** | Искусственный интеллект |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1414580  - id 4593882  - Мирошниченко Алина Юрьевна  - +79207705056  - miroschni4enkoalina@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 | U 1414578 | id 4593948 | Зуева Софья Максимовна | Администратор | +79208876110  [szufv@mail.ru](mailto:szufv@mail.ru) |  |  | | 2 | U 1439329 | id 4904166 | Озеренский Глеб Александрович | Администратор | +79807265056  [gleb.ozerenskiy.02@mail.ru](mailto:gleb.ozerenskiy.02@mail.ru) |  |  | | 3 | U1414502 | id 4904047 | Миронов Герман Павлович | Администратор | +79092614593  germanpain04@gmail.com |  |  | | 4 | U1399926 | 2380776 | Кузнечихина Юлия Витальевна | Наставник проекта | +7-920-752-62-90  kuznechihina@mail.ru |  |  | | 5 | U129718 | 1077370 | Ксенофонтова Оксана Викторовна | Трекер проекта | +7-906-624-53-56  ksenofontova-ov@mail.ru |  |  | | |
|  | 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* | Онлайн-платформа, которая связывает рестораны, супермаркеты и другие предприятия питания с благотворительными организациями, чтобы минимизировать продовольственный избыток и распределять его среди нуждающихся.  Цель: предотвращение образования отходов  Задачи:  - Объединение ресторанов, супермаркетов и других организации общественного питания.  - Распределение продовольственного избытка среди нуждающихся.  - Объединение благотворительных организаций.  - Решение вопроса бедности.  Ожидаемые результаты: распределение продовольственного избытка среди нуждающихся от организаций торговли и общественного питания благотворительным организациям.  Области применения результатов: каждая организация, занимающаяся выпуском продукции может использовать данную онлайн-платформу с целью минимизации продовольственного избытка и борьбы с бедностью.  Потенциальные потребительские сегменты: благотворительные фонды, население РФ, в том числе малоимущие семьи, а также малоимущие одиноко проживающие граждане, среднедушевой доход которых ниже величины прожиточного минимума. |
|  | **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* | Для платформы, предназначенной для борьбы с продовольственным избытком, будет продаваться приложение на смартфон. Оно поможет в эффективной организации процесса сбора, переработки и распределения избыточных продуктов питания.  Функционал программного обеспечения будет включать:  1. Механизмы для связи с поставщиками продовольствия и благотворительными организациями, которые помогут организовать сбор избыточных продуктов среди производителей, розничных магазинов и ресторанов.  2. Комплексные алгоритмы для оптимизации маршрутов доставки, чтобы эффективно перераспределить продукты по нуждающимся регионам или организациям.  3. Модули аналитики и отчетности, которые помогут оценить эффективность использования ресурсов, оценить вклад и результаты деятельности платформы. |
| 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* | Фудшеринг – это система пожертвования еды, которая позволяет бороться с проблемой голода и бедности в обществе. Основная идея фудшеринга заключается в том, чтобы собрать непроданную, но пригодную для употребления еду из ресторанов, кафе, супермаркетов и других организаций общественного питания и доставить ее нуждающимся людям.  Практика фудшеринга становится все более популярной в различных странах мира, так как она помогает сократить количество продуктов питания, которые иначе бы просто выбросились в мусор. Это в свою очередь снижает негативное влияние на окружающую среду и позволяет использовать уже имеющиеся ресурсы эффективнее.  Фудшеринг решает несколько проблем. Во-первых, он помогает сократить пищевые отходы и борется с продовольственным избытком. Во-вторых, он борется с бедностью и голодом, доставляя неиспользованную еду нуждающимся людям. Также он способствует устойчивому развитию, позволяя сократить расходы на производство и потребление пищи. |
| 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.)* | * Проект "FoodCharity" может привлечь различные потребительские сегменты. Вот несколько потенциальных сегментов:  1. Предприятия общественного питания: Рестораны, кафе, пекарни и другие предприятия этой отрасли могут заинтересоваться возможностью уменьшить продовольственные потери и помогать благотворительным организациям.  2. Благотворительные организации: Организации, занимающиеся поддержкой нуждающихся, могут быть заинтересованы в эффективной и надежной платформе для получения продуктов и перераспределения их нуждающимся.  3. Бизнесы и компании с корпоративной социальной ответственностью (CSR): Компании, активно вкладывающиеся в социальные и благотворительные инициативы, могут видеть ценность в участии в проекте "FoodCharity" как части своей CSR-стратегии.  4. Индивидуальные доноры: Люди, желающие внести свой вклад в решение проблемы продовольственного избытка, могут быть заинтересованы в поддержке проекта "FoodCharity".  5. Организации, ориентированные на экологическую устойчивость: Те, кто ценит уменьшение отходов и продовольственную устойчивость, могут быть заинтересованы в участии в проекте.  6. Местные власти и государственные органы: Государственные органы, заинтересованные в решении социальных проблем, могут сотрудничать с проектом для поддержки его инициатив. |
| 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* | - Программа Android Studio. Это официальная среда разработки (IDE) для Android, она работает на Windows, macOS и Linux. Хотя при разработке программ для Android можно использовать и другие среды, кроме Android Studio.A ndroid SDK компилирует код вместе с любыми данными и ресурсами в файл с расширением .apk. Он содержит всё необходимое для установки приложения на Android-устройство.  - Активность (activity) — элементы интерактивного пользовательского интерфейса.  Одна активность задействует другую и передаёт информацию о том, что намерен делать пользователь, через класс Intent (намерения). Активности подобны веб-страницам, а намерения — ссылкам между ними. Запуск приложения — это активность Main.  Сервис (service) — универсальная точка входа для поддержания работы приложения в фоновом режиме.  Этот компонент выполняет длительные операции или работу для удалённых процессов без визуального интерфейса.  Широковещательный приемник (broadcast receiver) транслирует нескольким участникам намерения из приложения.  Поставщик содержимого (content provider) управляет общим набором данных приложения из файловой системы, базы данных SQLite, интернета или другого хранилища. |
| 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.* | Приложение будет бесплатным.  Бесплатное приложение может приносить доход с:   * Продажа других товаров и услуг. * Реклама, спонсорство и нативная реклама. * Виртуальные товары с покупками в приложении. * Pro обновление для премиум-функций. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. «Feeding America» 2. «Food Rescue US» 3. «Second Harvest» 4. «City Harvest» 5. «OzHarvest» 6. Международные организации с представительствами в России: Например, World Food Programme (Всемирная продовольственная программа) имеет деятельность в России. |
| 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* | Фудшеринг — это система, которая позволяет собирать и доставлять еду, которая еще пригодна для употребления, но уже не используется в ресторанах, магазинах или других заведениях. Она была разработана для борьбы с продовольственным избытком и бедностью.  Сегодня фудшеринг — это глобальное движение, которое активно привлекает внимание к проблеме продовольственной безопасности и содействует устойчивому развитию. Он играет важную роль в решении проблем голода и бедности, а также в сокращении экологического следа, связанного с потерями и отходами пищевых продуктов.  В нашем городе необходимо объединится с друзьями и коллегами, чтобы совместно собирать неиспользованную пищу и распределять ее среди нуждающихся. Необходимо определить места, где можно собирать еду, рекламировать свою инициативу в социальных сетях, сообществах и местных СМИ, чтобы привлечь внимание к проблеме голода и привлечь дополнительных участников. |
| 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* | Преимуществом фудшеринга является поддержка социальных программ и борьба с неравенством. Фудшеринг позволяет доставить пищу нуждающимся людям и помочь им получить полноценное питание. Это особенно важно для детей, пожилых людей и бездомных, которые часто не имеют доступа к достаточному количеству пищи. Поддержка таких программ помогает улучшить качество жизни людей в социально уязвимом положении и способствует снижению неравенства в обществе.  Другим преимуществом фудшеринга является экономическая выгода. Предприятия и организации, которые участвуют в фудшеринге, могут снизить свои затраты на утилизацию пищевых отходов и получить налоговые льготы. Кроме того, участвуя в фудшеринге, компании могут улучшить свою репутацию и привлечь больше клиентов. Это выгодно для бизнеса, так как показывает его социальную ответственность и готовность помочь обществу. |
|  | **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* | Эффективное приложение по фудшерингу поможет любой организации:  - Собирать и обрабатывать аналитику клиентов.  - Оптимизировать бизнес-процессы.  - Автоматизировать административные задачи.  - Улучшать маркетинговые материалы.  - Повышать продажи и доход.  Наше приложение должно отвечать 5 основным характеристикам:  - Хорошо спроектированный пользовательский интерфейс  - Быстрая загрузка  - Надежная система защиты данных  - Высококачественная поддержка пользователей  - Встроенные интеграции |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Финансовая сторона:  Создание приложения: 450 тыс. рублей.  Реклама приложения: 150 тыс. рублей.  Организация бизнеса:  1. Маркетолог продвижения приложения  2.Технические работники, поддерживающие деятельность приложения  3. Менеджерт по рекламе  Производственная сторона:  - Объединение организаций общественного питания  - Объединение благотворительных организаций |
| 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.)* | При фудшеринге главная выгода для организаций общественного питания в том, что можно вывозить меньше пищевых отходов, экономить на этом. Волонтёры сами приходят и забирают остатки: непроданные блюда или продукты, у которых приближается к концу срок годности |
| 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* | - Приложение  - Опыт фудшеригна в прошлом  Движение фудшеринга возникло как инициатива по предотвращению образования пищевых отходов и повышению осведомлённости людей об этой проблеме. Первым фудшеринг-проектом считается немецкая онлайн-платформа Foodsharing.de, которая была запущена в декабре 2012 года. Сейчас на платформе зарегистрировано более 200 тысяч пользователей из Германии, Австрии, Швейцарии и других европейских стран.  По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, более трети произведённых продуктов питания попадает в отходы на разных стадиях производственной цепочки. Сокращение потерь и порчи продовольствия необходимо для ликвидации голода в мире и достижения глобальных целей в области устойчивого развития (Цели устойчивого развития), особенно ЦУР 2 (ликвидация голода) и ЦУР 12 (обеспечение устойчивых моделей потребления и производства).  По данным Организации по продовольствию и сельскому хозяйству ООН 2020 года, в год на одного человека в мире выбрасывают:  США — 115 кг,  Европа — 95 кг,  Россия — 56 кг,  Африка и Юго-Восточная Азия — 6-11 кг.  На сегодняшний день фудшерингом занимаются различные общественные организации, волонтёрские движения, а также банки продовольствия. Кроме того, существует ряд онлайн-платформ, через которые осуществляется распределение продуктов питания. |
| 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* | Продукт находится на начальном этапе создания |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Соответствует приоритетным направлениям организации |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | В рамках С2С-модели (consumer-to-consumer — «потребитель потребителю») физические лица размещают на специальной онлайн-платформе или в социальных сетях объявления с фотографиями и описанием тех продуктов питания, которые они готовы отдать. Заинтересовавшиеся связываются с автором объявления и договариваются о месте и времени передачи продуктов. Как правило передача происходит на безвозмездной основе. Иногда через платформу распределяют не только купленные продукты, но и приготовленные дома блюда. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | - Реклама в социальных сетях подойдёт лучше всего. Потому что это позволит:  - повышение узнаваемости бренда;  - получение дополнительного канала продаж;  - возможность наладить диалог с потенциальными клиентами и узнать об их потребностях;  - привлечение дополнительного трафика;  повышение лояльности клиентов и доверия к бренду. |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Ежегодно в России образуется около 17 млн т пищевых отходов. Если добавить потери, образующиеся в цепочке поставок, включая сельхозпроизводство, переработку, логистику и хранение, общий объем потерь — 42 млн т в год. Решить эту проблему может фудшеринг.  Мобильные приложения продают еду из кафе и ресторанов со скидкой 50-80%. Среди наиболее популярных в Москве и Петербурге — EatMe, LastBox, DoggyBag и другие. |
| 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* | Все фудшеринг-сервисы, работающие сегодня в России, спасают только 7 тыс. т еды. Сравните этот объем с 17 млн т потерь в рознице и домохозяйствах: это менее половины процента. 17 млн т продовольствия — объем, эквивалентный годовому рациону 30 млн взрослых человек. Это больше, чем официальное количество россиян, живущих за чертой бедности (около 20 млн человек).  Данная проблема решится при помощи нашего приложения. |
| 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)* | Сейчас в России нет онлайн-платформы, которая завоевала бы рынок, как когда-то это сделал в Европе сервис Olio, насчитывающий 2.3 млн пользователей. Подобная платформа позволила бы сделать еду с подходящим сроком годности доступной миллионам пользователей. Такая шеринг-модель в принципе базируется на масштабе сообщества: ведь именно его участники генерируют и спрос, и предложение. Нет участников — нет и шеринга.  Еще одно важное ограничение — особенности российского государственного регулирования. Например, сегодня компаниям в нашей стране дешевле утилизировать продукты, чем отдавать их на благотворительность. При безвозмездной передаче налоговая нагрузка (НДС и налог на прибыль) может составлять до 40% стоимости товара. Не многие бизнесмены готовы доплачивать 40% налогов за свои добрые дела. В июне проблему удалось частично решить — принят закон, освобождающий от налога на прибыль продукты питания, передаваемые на благотворительность, в объеме не более 1% от выручки компании. Благотворительные организации очень ждут такого же решения и в части НДС.  Есть сложности и с санитарно-эпидемиологическими требованиями, которые, например, запрещают реализовывать фрукты и овощи с нарушенной целостностью кожуры. При этом такие продукты могут быть вполне съедобными. И даже если их нельзя продавать по сниженной цене, разумно было бы оставить возможность их передачи нуждающимся. Самое главное — даже не существующие в законодательстве барьеры, а отсутствие стимулов предотвращать образование пищевых отходов.  Какое место может и должен занять фудшеринг в жизни современного человека и современного города? Это инструмент для решения социальных и экологических проблем, не создающий дополнительных бюджетных расходов. Взгляните на каршеринг в Москве: власти столицы однажды осознали пользу совместного использования автомобиля. Одна машина может быть использована 8-10 автомобилистами каждый день, что гораздо эффективнее личных машин, стоящих у дома или офиса большую часть дня. Фудшеринг может стать инструментом социальной защиты — распределяя еду среди нуждающихся, и мерой экологической политики — избавляя полигоны от трети бытовых отходов. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Приложение - управленческий инструмент сокращения продовольственных потерь имеет целый ряд преимуществ. Во-первых, продуктовые бизнесы получают частичную денежную компенсацию за "списываемые" продукты. Во-вторых, они таким образом отлаживают свою рекламу и контакт с заинтересованными потребителями. Для них это выгоднее, чем просто списывать или выкидывать продукты. В-третьих, потребитель отдаёт что-то взамен (деньги), а не получает на халяву по фудшерингу. Также состав пакета покупатель почти не выбирает, а получает, "что осталось". В-четвёртых, такая схема не требует дополнительных посреднических инфраструктур в виде складов, холодильников, грузовиков, добровольцев и др. единственный посредник - это компания, владеющая мобильным приложением. Однако, по мере обкатки в обществе этого инструмента "яндексы" и open-source проекты смогут предложить доступные и простые аналоги. |
| 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.* | Комплексный подход к решению проблемы нерационального использования продовольствия в России поможет сократить на 60% (на 10,77 млн тонн) объем пищевых отходов, направляемых на полигонное захоронение. Распределение продуктов питания с подходящим сроком годности через фудшеринг-сервисы и банки продовольствия потенциально может обеспечить бесплатным продовольствием порядка 3,6 млн россиян (в объеме до половины ежедневного рациона).  По итогам 2020 г. объем пищевых отходов в нашей стране составил 17,9 млн тонн, или 25,6% ТКО. Углеродный след этого объема пищевых отходов оценивается в 64 млн тонн СО2-экв. в горизонте 100 лет. Большая часть пищевых отходов (71%) приходится на конечных потребителей — домохозяйства. Еще 29% — отходы ритейла и организаций общественного питания.Эффективным инструментом по предотвращению отходообразования является также передача продуктов с истекшим сроком годности на корм животным (речь идет о первых днях после истечения срока годности). Прежде всего, это касается продуктов растительного происхождения (хлеб, овощи и фрукты), реализуемых в розничной торговле и общепите. Таким образом ритейл и общепит, работающие в России, могут снизить пищевые отходы еще на 1,97 млн тонн.  Кормление сельскохозяйственных животных остатками растительной пищи – стандартная практика для многих фермерских хозяйств. Однако сейчас передача еды с истекшим сроком годности фермерам ограничена законодательно: для каждой партии продуктов обязательна ветеринарно-санитарная экспертиза. Это требует дополнительных финансовых и временных ресурсов, которые сильно ограничены.  Решение этой проблемы – нормативное разграничение растительных и животных пищевых отходов. Текущее жесткое регулирование целесообразно применять только для отходов животного происхождения, а передачу растительных отходов в сектор животноводства — сделать общепринятым способом использования данного ресурса.  Следующий шаг – утилизация пищевых отходов вместо полигонного захоронения. Почти 2,3 млн тонн пищевых отходов бизнеса пригодны для компостирования, производства биотоплива или удобрений. По оценкам авторов исследования, введение раздельного накопления пищевых отходов в домохозяйствах сделает доступными для утилизации еще около 5,5 млн тонн пищевых отходов. Кроме того, раздельное накопление пищевых отходов позволит избежать загрязнения других фракций (в том числе отходов упаковки) и тем самым увеличить объем их переработки.Эксперты, опрошенные в ходе исследования (представителей фудшеринг-сервисов, розничных сетей, общественного питания и экологических НКО) называют ряд мер, необходимых для снижения объема пищевых отходов в стране:   * ввести комплексный учет пищевых отходов (на уровне магазина, компании, региона, страны), раскрывать этот объем в нефинансовой отчетности; * сфокусироваться на предотвращении пищевых отходов; в частности, установить КРI по снижению отходообразования (по аналогии с KPI по продажам); * сделать фудшеринг мерой адресной социальной помощи; внедрить фудшеринг в бизнес-процессы розничных сетей и организаций общественного питания; * убрать налоговый барьер (НДС на продукты с подходящим сроком годности, передаваемые в некоммерческий фудшеринг), который делает выбрасывание продуктов экономически более целесообразным в сравнении с передачей продуктов нуждающимся; * развивать практики ответственного потребления, в том числе участие в p2p фудшеринге (распределении еды между домохозяйствами, в частности, с помощью групп в социальных сетях) и волонтерство в фудшеринг-сервисах, обслуживающих магазины и общепит. |
| 30 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** | 1. "Расширение партнерской сети": Продолжение привлечения предприятий общественного питания и благотворительных организаций в различных географических зонах.  2. "Техническое совершенствование платформы": Постоянное обновление и улучшение функционала, чтобы улучшить пользовательский опыт и повысить эффективность процесса перераспределения продуктов.  3. "Маркетинг и продвижение": Расширение рекламной кампании для привлечения новых предприятий и организаций, а также повышения осведомленности о проекте среди потенциальных доноров.  4. "Расширение географии деятельности": Постепенное внедрение проекта в новые регионы и страны для максимизации воздействия на борьбу с продовольственным избытком.  5. "Внедрение технологических инноваций": Использование новых технологий, таких как искусственный интеллект и аналитика данных, для оптимизации процессов.  6. "Улучшение устойчивости проекта": Разработка модели бизнеса, обеспечивающей устойчивость и финансовую устойчивость проекта в долгосрочной перспективе.  7. "Измерение и анализ результатов": Регулярная оценка эффективности проекта и анализ данных о распределенных продуктах, чтобы дальше оптимизировать процессы.  8. "Участие в социальных и экологических инициативах": Участие в различных благотворительных и экологических инициативах, таких как мероприятия по борьбе с голодом, благотворительные акции и участие в программах по снижению продовольственных потерь. Это поможет укрепить общественное доверие и расширить влияние проекта. |