

Акселерационная
программа

**ИНФО
БИОТЕХ**

Новосибирский ГАУ



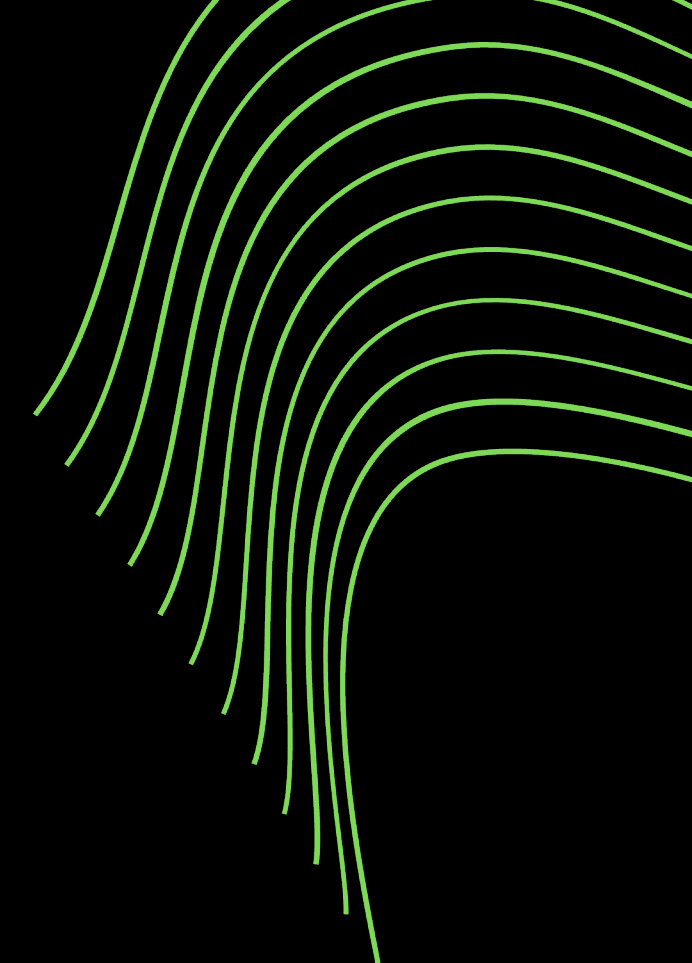
МИНОБРНАУКИ
РОССИИ

АГ АГРАРНЫЙ | 1935
НИВЕРСИТЕТ
НОВОСИБИРСК



Создание маркетплейса для предприятий АПК //

Фадеев Н. Д., Храпов Е. Е., Коломеец Н. А.



Общая информация о проекте



Описание проекта

Наш проект AgroXport представляет собой маркетплейс для сельскохозяйственной продукции, позволяющий производителям - от малых фермеров до крупных холдингов - расширить сбыт продукции на мировой рынок или реализовывать её в своей стране.

Мы предлагаем полностью цифровое решение и большой список надежных партнеров для осуществления экспорта продукции АПК.

Основное технологическое направление

Технологии и программное обеспечение распределенных и высокопроизводительных вычислительных систем.

Стадия проекта

TRL.2 Сформулированы концепция продукта и его применение. Сформулировано техническое предложение и предложено практическое использование. Аналитический обзор показал реализуемость и отсутствие аналогичных решений. Сформулировано предварительное техническое задание, определена архитектура (описание основных компонентов и их связей) продукта: платформа для решения, компоненты, связь и взаимодействие между ними, проведено моделирование продукта.

Функциональный прототип

Пилотное производство

Пилотное производство /
Идут продажи

Серийное производство /
Идут продажи

Предлагаемое решение



Описание проблемы/потребности клиента

Проблемой производителя заключается в доступе к мировым рынкам для малых фермеров, средних и крупных холдингов. Это дает возможность получать большую прибыль.

Продолжением проблемы является недополученная прибыль. В качестве примера, цены в России на твердую пшеницу в июле 2023 года составили 13 482 руб/т. (по данным экспертно-аналитического центра агробизнеса). В это же время стоимость пшеницы на мировой рынке была 760.25 U.S. cents per bushel или примерно 19 522 руб/т (по информации Чикагской торговой палаты). Разница - 44,8%.

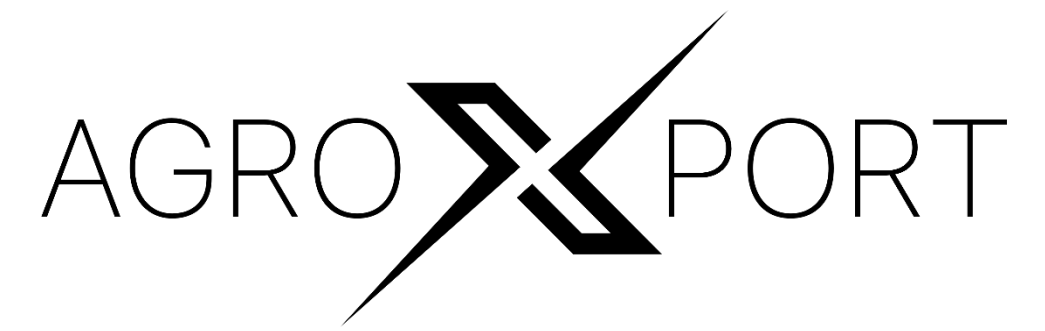
Проблема потребителя состоит в ограниченности выбора продукции на локальном рынке. Также импорт товаров сопровождается большими затратами в поиске и проверке партнеров, оформлении, доставке.

Проблемой агентов ВЭД является сложность расширения клиентской базы. Так как это связано с затратами на маркетинг, установление доверительных бизнес отношений.

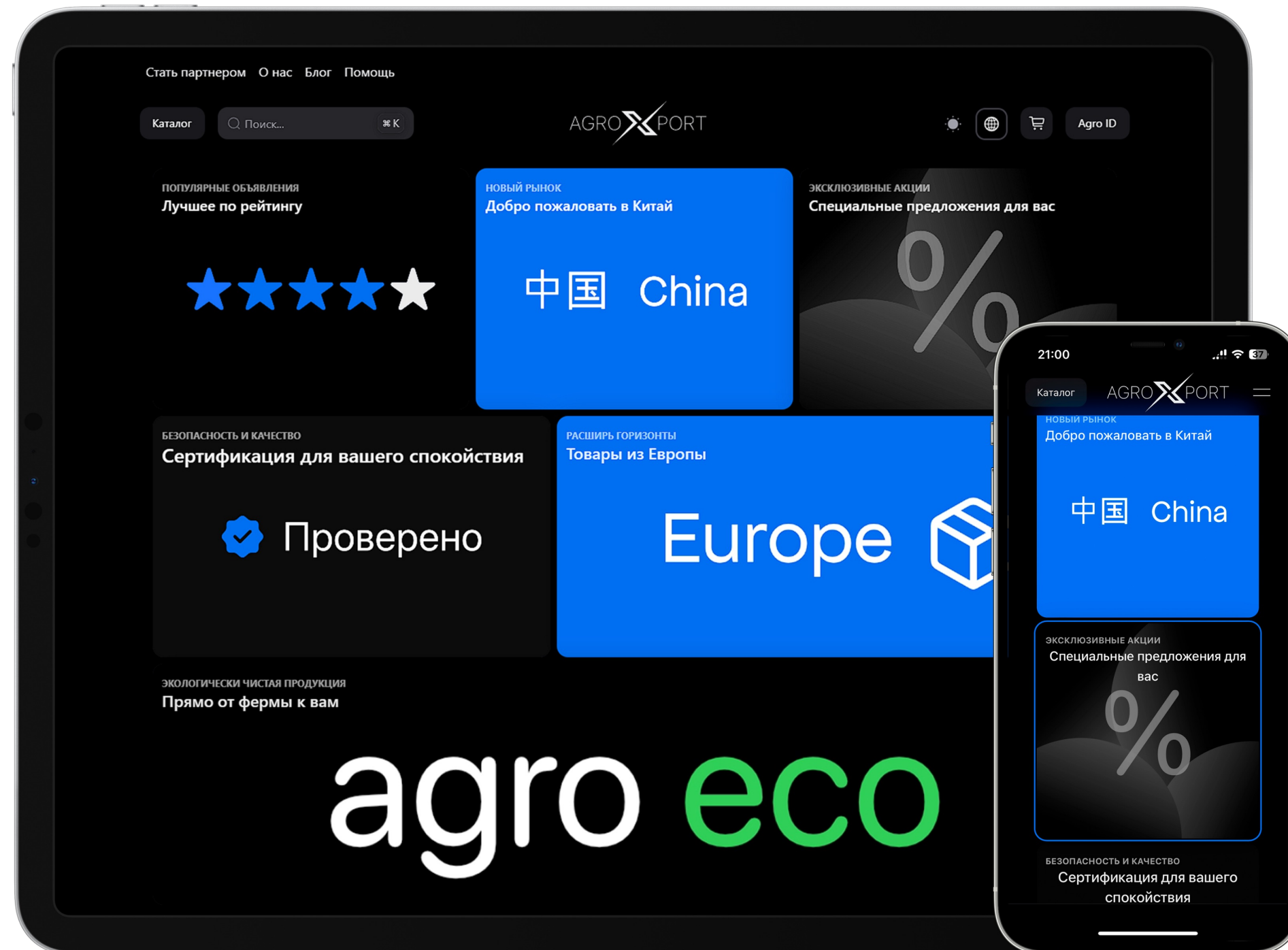
Описание решения

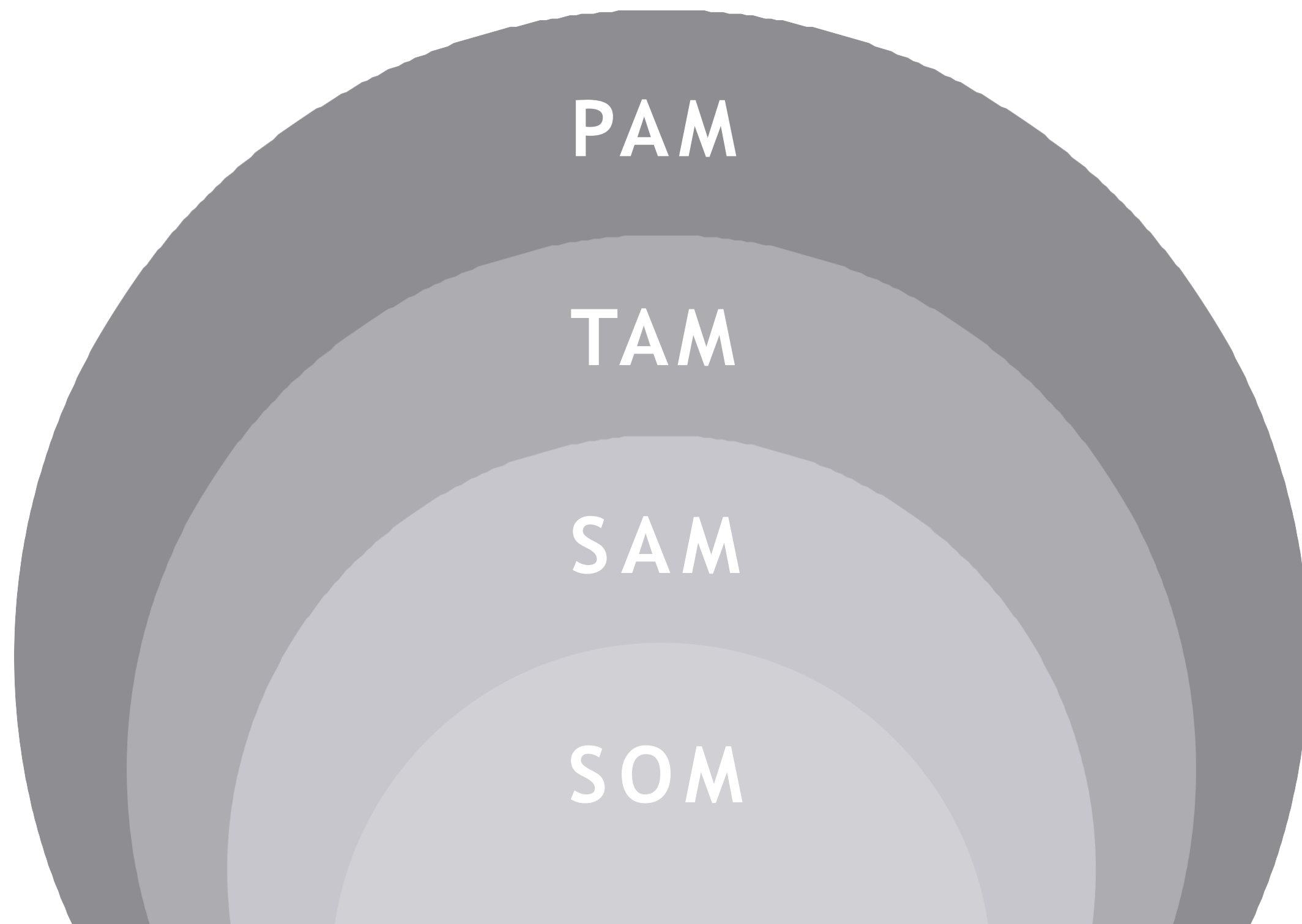
Мы предоставляем онлайн-платформу, где производители сельскохозяйственной продукции могут размещать свои товары для продажи, а потребители приобретать их. Платформа представляет собой место, где сходятся интересы производителей и потребителей. В неё интегрирован автоматический подбор транспортных, юридических и страховых компаний. За отдельную плату партнёрам будут предоставляться нужные им аналитические данные.

Предлагаемое решение



В основе нашей платформы лежит умный алгоритм многокритериального выбора всех участников сделки, который обеспечивает бесшовную интеграцию процессов оформления заказов.





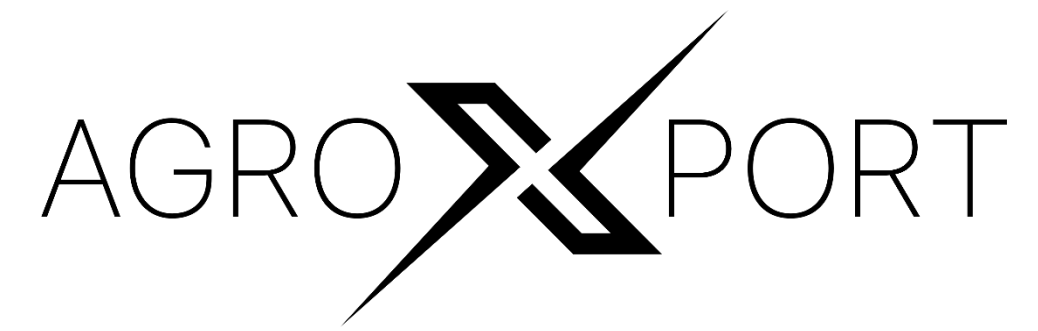
PAM - 4,07 трлн. Руб

TAM - 0,738 трлн. Руб

SAM - 4,945 млрд. Руб

SOM - 17,4 млн. руб

Эффекты от внедрения



Расчет экономического эффекта от внедрения

Клиенты, используя нашу платформу, смогут снизить затраты на поиск производителя или покупателя. Также, если потребуются поиск транспортных, юридических и страховых организаций, платформа поможет и с этим.

Расчет бюджета пилотного внедрения

2 млн. руб. - Разработка платформы, защита интеллектуальной собственности, маркетинг.

Другие эффекты (экологический и т.п.)

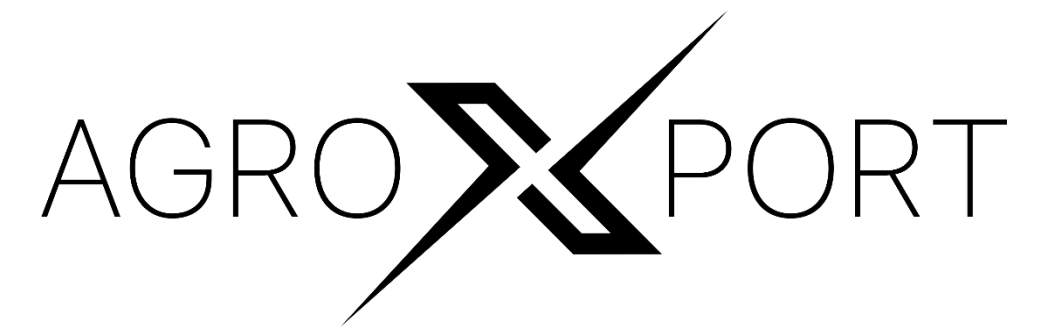
Эффект для бюджета от налогов на прибыль составляет 1,4 млн рублей, а отчисления в фонды - 288 тыс. рублей. Увеличение экспорта на 1% в развивающихся странах приводит к сокращению бедности на 0,334% и увеличению занятости на 0,53%.

График реализации пилотного решения

Этапы и сроки реализации предлагаемого решения

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, мес.	Стоимость, руб.
1	Получение финансирования: 1.Подготовка заявки на студенческий Стартап	6 месяцев	0
2	Создание MVP, написание бизнес плана, тестирование: 1.Регистрация юридического лица 2.Разработка платформенного решения. 3.Получение свидетельства ЭВМ 4.Регистрация товарного знака. Роспатент 5.Проведение тестовых сделок 6.Работа над ошибками	11 месяцев	500,000
3	Запуск платформы и начало функционирования: 1.Старт платформы 2.Рекламная кампания 3.Работа с ближним зарубежьем 4. Производители из ближайших регионов	12 месяцев	13,380,000
4	Масштабирование: 1.Более обширная рекламная кампания 2.Сотрудничество с производителями по всей России 3.Экспорт во многие «дружественные» страны.	12 месяцев	35,740,000

Интеллектуальная собственность



1. Свидетельство на Программное Обеспечение для ЭВМ
(ПО)

2. Товарный Знак

Регистрация товарного знака является важным шагом в защите нашего бренда. Мы планируем провести процедуру регистрации в следующих организациях:

- Роспатент - Обращение к Роспатенту для официальной регистрации товарного знака на территории России.
- Международная Система Мадрид - Присоединение к Мадридской Системе для упрощения процедур регистрации в различных странах.
- Европейское Патентное Ведомство (ЕРО) - Заявка на регистрацию товарного знака в ЕРО для защиты в странах Европейского Союза.
- Китайское Управление по Товарным Знакам (China Trademark Office) - Регистрация в Китае для обеспечения защиты нашего товарного знака на китайском рынке.

Конкуренты



AgroXport отличается от конкурентов тем, что он предлагает более широкий ассортимент товаров, мобильное приложение и партнерство с “агентами” по внешней торговле. Также AgroXport использует более гуманную модель монетизации, в отличие от других представленных решений.

Наименование проекта	AgroXport	Своё. Фермерство	Agro.Club	Поле.рф	Yorso
Критерий / Страна	Россия	Россия	Россия	Россия	Россия
Распространенность	+	-	+	-	+
Услуга доставки	+	-	+	-	+
Широкий ассортимент	+	+	-	+	-
Мобильное приложение	- *	-	+	+	+
Партнерство с "Агентами" ВЭД	+	-	+	-	+
Гуманная модель монетизации	+	+	+	+	-

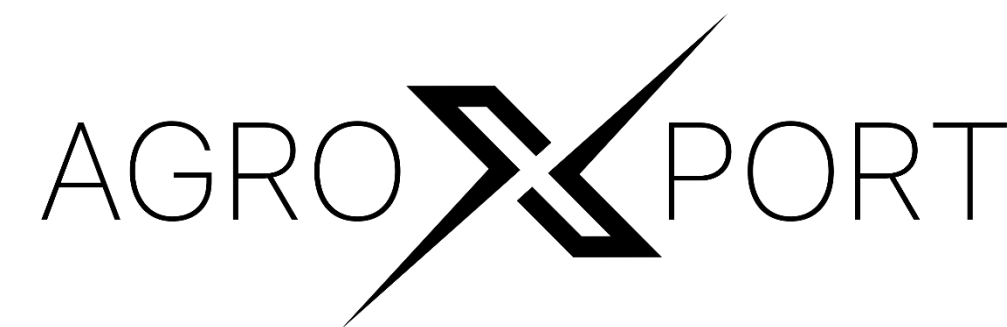
*планируется после создания платформы

Бизнес-модель



<p>Проблема</p> <p><i>Опишите основную проблему каждого сегмента</i></p> <p>Производители - сложность выхода на мировые рынки; упущенная прибыль. Потребитель - ассортимент товара; Сложность процесса приобретения товара из других стран. Транспортные, правовые, страховые - Расширение клиентской базы;</p> <p><i>Существующие альтернативы решения проблем</i></p> <p>Производители - попробовать оформить все самостоятельно. Попробовать найти подрядчиков. Потребитель - попробовать выйти на иностранных производителей. Партнеры - использовать старые методы решения.</p>	<p>Решение</p> <p><i>Опишите суть решения каждой проблемы</i></p> <p>Производители - публикация товара на платформе. Потребитель - приобретение товаров через платформу. Транспортные, правовые, страховые - получение заказов с платформы</p> <p>Ключевые Метрики</p> <p><i>Основные показатели успеха</i></p> <p>Количество производителей/потребителей транспортных/правовых/страховых; Объем сделок в деньгах и количестве Profit Margin; Customer Acquisition Cost; Customer Lifetime Value; MAU/DAU;</p>	<p>Уникальное ценностное предложение</p> <p><i>Чем вы уникальны и почему на вас стоит обратить внимание</i></p> <p>Единая платформа для всех 3 сегментов</p> <p>AgroXport — маркетплейс, предоставляющий производителям сельскохозяйственной продукции возможность эффективно расширить свой рынок сбыта и упростить процессы поиска, заказа и доставки продукции как на мировом рынке, так и внутри страны.</p>	<p>Нечестное преимущество</p> <p><i>Почему вас сложно скопировать?</i></p> <p>Полностью цифровая технология Массивная база партнеров</p> <p>Каналы</p> <p><i>Как клиенты узнают про ваше ценностное предложение</i></p> <p>РСЯ, AdSense, etc..., Посещение тематических мероприятий и выступление на них, сарафанное радио, коммуникация через отраслевые союзы и объединения; сотрудничество с крупными рекламными</p>	<p>Сегменты клиентов</p> <p><i>Кто ваши клиенты и пользователи?</i></p> <p>Производители АПК Потребители АПК Транспортные, правовые, страховые</p> <p><i>Опишите ваших ранних последователей</i></p> <p>Агенты и посредники ВЭД Производители стандартизированных товаров</p>
<p>Структура Расходов</p> <p><i>Основные статьи расходов</i></p> <p>1. Разработка и поддержка платформы 2. Правовое оформление 3. Маркетинг</p>		<p>Источники Доходов</p> <p><i>Основные источники доходов</i></p> <p>1. Комиссия с продажи; 2. Продвижение карточки товаров \ Услуг транспортных и правовых ; 3. Тематические исследования для производителей</p>		

Команда проекта



Фадеев Никита Дмитриевич

Роль в проекте: Founder, Product Manager, исполнитель технической части

Предыдущий опыт:

Cofounder and Chief Technology Officer в tapMe: Развитие электронных визиток

Chief Technology Officer в Squared Power: Создание PowerBank на основе LiFePo4

Chief Technology Officer в NF Games Studio: Управление студией по созданию игр

Ключевые компетенции: Full Stack разработчик программного обеспечения

Коломеец Никифор Андреевич

Роль в проекте: Специалист по финансовому анализу и оценке экономической эффективности. Занимается анализом финансовой структуры проекта, оценкой финансовой эффективности, управлением финансовыми операциями и оптимизацией затрат.

Предыдущий опыт:

Профессиональная подготовка в планово-экономическом отделе предприятия АПК ЗАО Племзавод «Ирмень»

Ключевые компетенции: Финансовое моделирование и оценка бизнеса

Храпов Евгений Евгеньевич

Роль в проекте: Маркетинговые исследования и организационный менеджмент.

Предыдущий опыт:

Помощник по вопросам маркетинга и менеджмента в строительной компании

Специалист по расчетам международных грузовых авиаперевозок в логистической компании

Организатор звена рабочего процесса в складской логистике

Ключевые компетенции: Анализ больших данных и статистики, маркетолог, специалист по логистике и ВЭД

Акселерационная
программа

**ИНФО
БИОТЕХ**

Новосибирский ГАУ



МИНОБРНАУКИ
РОССИИ

АГ АГРАРНЫЙ | 1935
НИВЕРСИТЕТ
НОВОСИБИРСК



Создание маркетплейса для предприятий АПК //

Фадеев Н. Д., Храпов Е. Е., Коломеец Н. А.

