**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата выгрузки)

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Псковский государственный университет» |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | Акселерационная программа поддержки проектных команд и студенческих инициатив для формирования инновационных продуктов «Акселератор ПсковГУ» |
| Дата заключения и номер Договора | 22.04.2024 г. № 70-2024-000191- |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | *«*Бартераж*»* | | | |
| **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.*  Укажите описание вашего проекта, то есть, для чего он необходим, пример: *Автоматизированная система для учета рабочего времени сотрудников трамвайного депо, выезжающих на линию для устранения поломок.* | | | | | | Платформа для обмена вещей и услуг между людьми  Проект предполагает создание онлайн-платформы, которая позволит людям обмениваться вещами и услугами, используя современные технологии, такие как блокчейн и искусственный интеллект. Платформа будет нацелена на устойчивое развитие и экологические инициативы, способствуя снижению потребления ресурсов и уменьшению отходов. | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | Технет - кросс-рыночное и кросс-отраслевое направление, обеспечивающее технологическую поддержку развития рынков НТИ и высокотехнологичных отраслей промышленности за счет формирования Цифровых, «Умных», Виртуальных Фабрик Будущего (Digital, Smart, Virtual Factories of the Future) | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | Искусственный интеллект | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | U1884308 — <https://www.2035.university/>   * 4880574 — <https://leader-id.ru/> * Егоров Сергей Романович * 89517559409 * 89602238772sereja200525@gmail.com | | | |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** | | | | | | | | | |
|  | № | UntiID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое  описание) |
| 1 | U1885651 | 4586050 | Васильева Дарья  Алексеевна | Исследователь | | 89211187280  vasilevadara134@gmail.com |  | Участник проекта в отрасли туризма и др. Отвечала за сбор информации. Была аналитиком данных и маркетинговых тенденций. Проводила исследования и опросы, анализировала данные о конкурентах. |
| 2 | U1884288 | 6218247 | Петрова Мария Викторовна | Визуализатор проекта  Дизайнер | | 79113985019  mashap2702@gmail.com |  | победитель региональной научно-практической конференции  участие в общественных проектах  создание концепции визуального стиля приложений, сайтов, проектов  разработка дизайна рекламных материалов  ведение сообщества в сфере социологии, истории и дизайна |
| 3 | U1884308 | 4880574 | Егоров Сергей Романович | Координатор | | 89517559409  89602238772sereja200525@gmail.com |  | Организация литературного кружка |
|  |  | 4 | U1808070 | 6078036 | Фамин Андрей Романович | Маркетолог | | 89113802770  famin3947@gmail.com |  | Нет опыта |
|  |  | 5 | U1807844 | 5297412 | Руликов Александр Андреевич | Продуктолог | | 89215050805 voroboiii@mail.ru |  | Нет опыта |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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 | **Цели проекта:**  Создание быстрой, удобной и эффективной платформы для обмена вещами и услугами между людьми и её продвижение  Стимулирование устойчивого потребления и сокращение отходов.  Создание сообщества людей, заинтересованных в обмене и сотрудничестве.  **Задачи проекта:**  1. Разработать функциональную веб-платформу и мобильное приложение, удовлетворяющие потребности пользователей, в течение 5 месяцев.  Подзадачи:  Определить ключевые функции веб-платформы и приложения.  Выбрать подходящую технологическую платформу и приложения.  Разработать дизайн и интерфейс веб-платформы, приложения.  Реализовать функциональные модули веб-платформы, приложения.  Провести тестирование и оптимизацию веб-платформы, приложения.  2. Провести комплексный анализ рынка потребителей и конкурентов, выявив ключевые тренды и потребности пользователей, а также конкурентные преимущества, в течение 2 месяцев.  Подзадачи:  Провести исследование рынка, изучив статистику, демографию и поведение целевой аудитории, используя опросы, интервью и фокус-группы.  Анализ конкурентов:  Провести анализ конкурентов, выявляя их сильные и слабые стороны.  Изучить конкурентов, их продукты, услуги, маркетинговые стратегии и особенности.  3. Привлечь 2000 новых пользователей на платформу в течение 2 ух последующих месяцев перед началом работы приложения.  Подзадачи:  Определить целевую аудиторию и ее каналы коммуникации.  Выбрать наиболее эффективные каналы маркетинга.  Разработать маркетинговые сообщения и контент.  Определить бюджет.  Запустить рекламные кампании в выбранных каналах.  Разместить контент на различных платформах.  Проводить конкурсы, розыгрыши и специальные акции в честь открытия  Анализ эффективности маркетинговых кампаний  Отслеживать ключевые моменты и анализировать результаты.  Использовать аналитические инструменты для определения эффективности кампаний.  Вносить коррективы в маркетинговую стратегию на основе полученных данных  4. Создать контент, стимулирующий обмен и сотрудничество пользователей на платформе, увеличивая количество активных пользователей в течение 3 месяцев после запуска приложения.  Подзадачи:  Разработка контент-стратегии:  Определить целевую аудиторию и ее интересы (если оказалось, что первоначальная целевая аудитория, которая определена на момент создания продукта, не соответствует действительности)  Выбрать наиболее эффективные форматы контента.  Разработать контент-календарь и расписание публикаций.  Отслеживания эффективности контента.  Создание контента:  Подзадачи:  Создать увлекательный и информативный контент.  Использовать разные форматы контента: текст, фото, видео, инфографика.  Привлекать пользователей к созданию контента и его обмену.  **Ожидаемые результаты:**  Создание популярной платформы с активным сообществом пользователей.  Увеличение количества обмена вещами и услугами.  Сокращение количества отходов и повышение уровня устойчивого потребления.  **Области применения результатов (где и как сможем применить проект)**  Платформа обмена вещами и услугами "Бартераж" может применяться в любой географической точке для обмена одеждой, книгами, инструментами, услугами репетиторства, ремонта, помощи по дому и т.д. с помощью приложения или сайта. Система позволит людям сэкономить деньги и время, сократить количество отходов и создать более социально ориентированное сообщество.  **Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать):**  Все заинтересованные в обмене товарами и услугами для экономии денег, стабилизации потребления, сокращения отходов в окружающую среду и создания сообщества по интересам  (Например, **Студенты:** обмен учебными материалами, книгами, одеждой.  **Молодые семьи:** обмен детской одеждой, игрушками, детскими товарами.  **Люди в возрасте**: обмен товарами для хобби, услугами по дому, помощью с компьютером.  **Люди с ограниченными финансовыми возможностями:** обмен вещами и услугами для экономии.  **Люди, заботящиеся об окружающей среде:** обмен вещами вместо их покупки, сокращение потребления.  **Коллекционеры:** обмен уникальными и редкими предметами) |
|  | **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 | Виртуальный рынок в виде приложения и интернет-сайта, участники которого смогут, используя различные категории желаемых к покупке и продаже товаров, приобрести или продать эти желаемые товары по равноценной денежной сумме**.** |
| 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 | Проблема ценности и полезности вещи (услуги). Такая проблема встречается практически у всех потребителей, когда имеется вещь, потерявшая ценность для хозяина. С помощью нашей платформы потребитель сможет обменять эту ненужную вещь на что-то более ценное и важное в данный момент. |
| 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.) | **1. "Освобождающие место":**  Кто они: Люди 25-55 лет, преимущественно старше 30, с семьями и детьми, средний и выше среднего доход, живущие в городах.  Их потребности: Быстро и удобно избавиться от ненужных вещей, получить небольшую выгоду, помочь нуждающимся.  Их мотивация: Освободить место, сократить беспорядок.  Потребительские характеристики:  - Возможно активное участие в благотворительных акциях и программах по утилизации, что указывает на их экологическую осознанность и желание помогать другим.  - Участие в онлайн-сообществах, где пользователи делятся опытом избавления от вещей, обмениваются советами и поддерживают друг друга.  - Активное размещение объявлений о продаже и дарении вещей, что позволяет им быстро находить новых владельцев для своих предметов.  - Поиск выгодных предложений и финансовых возможностей, таких как продажа ненужных вещей или обмен, чтобы не только очистить пространство, но и получить небольшую выгоду.  Информационные предпочтения:  - Чтение журналов и блогов, посвященных организации пространства, дизайну интерьеров и минимализму. Эти источники вдохновляют их на создание упорядоченной обстановки.  - Подписка на инфлюенсеров и блогеров, которые делятся tips и идеями по упрощению жизни и избавлению от излишков.  - Частое обращение к ресурсам и сервисам, помогающим избавиться от ненужных вещей, таким как онлайн-доски объявлений (Avito, Юла, Яндекс Объявления и др.).  Участие в оффлайн-мероприятиях:  - Участие в мероприятиях по обмену вещами, распродажах и благотворительных ярмарках, где они могут взаимодействовать с единомышленниками и делиться своими излишками.  **2. "Экономные":**  Кто они: Люди 18-45 лет, с ограниченным бюджетом, живущие в городах и селах.  Их потребности: Найти качественные вещи по низкой цене, сэкономить на покупках.  Их мотивация: Экономия, поиск выгодных предложений.  Поведенческие характеристики:  - Постоянный мониторинг цен, акций и скидок. Эти потребители активно сравнивают предложения, чтобы найти наилучший вариант.  - Пользователи открыты к поиску альтернатив и использованию вторичных рынков, обмена и покупке б/у товаров, что позволяет им существенно сэкономить.  - Тщательное изучение отзывов о качестве и состоянии предметов перед покупкой способствует снижению рисков в сделках.  Информационные предпочтения:  - Что читают: Потребители интересуются специализированными сайтами с купонами, скидками и акциями, а также блогами, посвященными финансовой грамотности.  - Следят за пабликами: Участвуют в группах в социальных сетях, посвященных распродажам, скидкам и обменам.  - Используют сервисы: Применяют приложения для сравнения цен и поиска купонов, активно обращаются к сайтам объявлений и группам "Отдам даром".  Оффлайн-активности:  - Участвуют в распродажах, посещают рынки секонд-хенд и стремятся найти бесплатные мероприятия, что подтверждает их заинтересованность в экономии.  **3. "Экологичные":**  Кто они: Молодые люди 18-40 лет, которые осознают проблемы окружающей среды; средний и выше среднего доход, живущие в городах и селах.  Их потребности: Сократить количество мусора, продлить жизнь вещам, поддержать экологические организации.  Их мотивация: Забота об окружающей среде, устойчивое развитие.  Поведенческие характеристики:  - Потребители ищут товары и услуги, соответствующие принципам устойчивого развития, и предпочитают компании с экологическими сертификатами и прозрачной политикой.  - Участие в местных экологических инициативах, таких как акции по уборке или посадке деревьев, а также обсуждение возможностей волонтерства на различных платформах.  - Активное участие в обсуждениях экологических вопросов в социальных сетях, подписка на экоблогеров и публикации о снижении отходов и устойчивом потреблении.  - Стремление уменьшить количество вещей и отказаться от излишнего потребления, что проявляется в сознательном выборе необходимых товаров.  Информационные предпочтения:  - Что читают: Потребители интересуются сайтами о экологии, устойчивом образе жизни и переработке, а также блогами о ремонте и снижении отходов.  - Следят за пабликами: Участвуют в группах в соцсетях, посвященных переработке, эко-товарам и устойчивому стилю жизни.  - Используют сервисы: Активно обращаются к сервисам по переработке мусора, благотворительным организациям и платформам для покупок с экологической маркировкой.  Оффлайн-активности:  - Участие в экологических акциях и мероприятиях, использование многоразовых сумок и бутылок, а также сортировка мусора – это основные практические действия, подтверждающие их приверженность экологическим принципам.  **4. "Обменщики":**  Кто они: Молодые люди 18-35 лет, стремящиеся к изменениям и новым впечатлениям, средний и ниже среднего доход, живущие в городах и селах.  Их потребности: Обновить гардероб, получить новые вещи без покупки, попробовать что-то новое.  Их мотивация: Желание попробовать что-то новое, не имея лишних денег.  Поведенческие характеристики:  - Потребители открыты к экспериментам, готовы обмениваться вещами для улучшения своего потребительского опыта и экономии.  - Они ожидают уникальные и интересные вещи, которые трудно найти в обычных магазинах, и имеют высокие требования к состоянию предметов, участвующих в обмене, а также к надежности других участников.  - Ценят удобные и интуитивно понятные интерфейсы для поиска, поскольку занятость ограничивает возможность активного поиска предложений.  Информационные предпочтения:  - Что читают: Интересуются блогами о моде, стиле жизни и отзывах о стильных вещах.  - Следят за пабликами: Подписываются на группы в социальных сетях, посвященные моде, обмену одеждой и секонд-хенду.  - Используют сервисы: Участвуют в платформах по обмену одеждой и торговых площадках секонд-хенд.  Оффлайн-активности:  - Участвуют в ярмарках, посещают магазины секонд-хенд и принимают участие в творческих конкурсах и акциях, что позволяет находить вдохновляющие и уникальные вещи.  **5. "Уникальные":**  Кто они: Люди 25-55 лет, с определенным уровнем дохода, живущие в городах.  Их потребности: Найти редкие и винтажные вещи, получить доступ к товарам, которые не продаются в магазинах.  Их мотивация: Коллекционирование, желание выделиться из толпы.  Поведенческие характеристики:  - Активно посещают специализированные мероприятия, такие как антикварные ярмарки, выставки и винтажные рынки, которые являются основным источником уникальных находок.  - Постоянно исследуют сайты и приложения, а также группы в социальных сетях для поиска уникальных товаров.  - Отдают предпочтение качественным и уникальным вещам, оценивая как их внешний вид, так и историю.  - Участвуют в коллекционировании винтажной одежды, антиквариата и других уникальных предметов, что может быть как серьезным увлечением, так и хобби.  - Активно взаимодействуют в сообществах коллекционеров, обмениваются информацией о редких находках через социальные сети и специализированные форумы.  - Высоко ценят эксклюзивные вещи, которые подчеркивают их индивидуальность и статус.  Информационные предпочтения:  - Что читают: Интересуются сайтами, блогами и журналами о коллекционировании, моде, искусстве и антиквариате.  - Следят за пабликами: Подписываются на группы в соцсетях, посвященные винтажному стилю, коллекционированию и редким предметам.  - Используют сервисы: Предпочитают онлайн-аукционы и платформы для покупки и продажи уникальных и винтажных вещей.  - На кого подписаны: Следят за инфлюенсерами в области винтажа и блогерами, рассказывающими о коллекционировании и антиквариате.    Оффлайн-активности:  - Посещают блошиные рынки, аукционы и специализированные магазины, а также участвуют в выставках, что позволяет находить уникальные объекты и общаться с людьми, разделяющими их интересы.  **6. "Общительные":**  Кто они: Люди 18-45 лет, живущие в городах.  Их потребности: Найти новых друзей, обменяться опытом, поделиться интересами.  Их мотивация: Общение, новые знакомства.  Поведенческие характеристики:  - Используют платформы, такие как Telegram, VK, YouTube и TikTok, для общения и дележа опытом. Часто взаимодействуют с другими пользователями для расширения своего круга общения.  - Участвуют в клубах по интересам, мастер-классах и спортивных секциях, что позволяет им находить новых людей и единомышленников.  - Стараются находить людей с похожими интересами (например, кулинария, спорт или творчество), что создает возможности для новых знакомств.  - Посещают выставки, лекции, фестивали и другие события, где можно встретить людей с общими интересами.  - Активно работают над расширением своего круга общения, участвуя в сетевых мероприятиях и организуя встречи для знакомств.  - Делятся своими знаниями и опытом, искренне интересуясь обучением и получением новых навыков.  Информационные предпочтения:  - Что читают: Интересуются сайтами и журналами о хобби, интересах, путешествиях и мероприятиях.  - Следят за пабликами: Подписываются на группы в соцсетях, посвященные хобби, мероприятиям и знакомствам.  - Используемые сервисы: Предпочитают онлайн-платформы для поиска друзей, группы по интересам и приложения для знакомств. - На кого подписаны: Следят за инфлюенсерами, работающими в  области социальных связей, блогерами о хобби и организаторами мероприятий.  Оффлайн-активности:  - Участвуют в различных мероприятиях, встречаются в клубах по интересам, а также посещают семинары и тренинги, чтобы развивать свои навыки и круг общения. |
| 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 | Создание сайта:  Backend разработка на языке программирование Python. где представлен удобный формат библиотеки и разработки, также автоматическое подключение базы данных.  В целом, данный комплекс научно-технических решений, позволит создать сайт, который сможет предоставить удобное пользование и широкий ассортимент продукции с использование передовых технологий |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.  Урок 6 — возьмите описание из шаблона домашнего задания | Ценность проекта зависит непосредственно от самих потребителей, то есть спрос на наш виртуальный рынок придает ценность новым потребителями и стимулирует их вовлечение в наш продукт, таким образом чем больше потребителей, тем больше ценность платформы.  Для стабильной работы продукта требуется несколько программистов, которые будут заниматься разработкой дизайна, эргономичности и следить за работой сервиса. Для этого будет составлен небольшой капитал учредителями для оплаты труда и остальных расходов.  Потребители же будут привлекаться за счет рекламы или же интеграции в уже готовые бизнесы по сервису перепродажи.  В нашей бизнес-идеи мы будем зарабатывать на рекламе и сотрудничестве с компаниями, продаже дополнительных услуг (доставка), комиссии за обмен, премиум-подписке (доп. функции нашего приложения), на мероприятиях и обучающих курсах, брендировании (продаже продукции с нашим логотипом), партнерстве с местными бизнесами (совместные акции), предоставление прототипа продукта сторонним площадкам в виде дополнения. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)  Урок 7 — возьмите описание из шаблона домашнего задания | Avito  Юла  Яндекс Объявления  КупиПродай  Барахла.НЕТ  Группы соц.сетей (Телеграмм и ВК) |
| 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  Урок 3 — возьмите описание из шаблона домашнего задания | Почти у каждого человека есть дома ненужная вещь, которую и выкинуть жалко и отдать некому, а с нашим приложением человек сможет не только найти того, кому эта вещь нужна, но и получить что-то взамен, так все заинтересованные в обмене товарами и услугами для экономии денег и времени (а также стабилизации потребления, сокращения отходов в окружающую среду и создания сообщества по интересам) могут собраться в нашем приложении.  Клиенты должны вести дела с нами, так как мы предлагаем уникальную веб-платформу и приложение, которые упростят размещение и поиск объявлений с наименьшими затратами времени и денег. Никаких скрытых платежей — только честные условия. Также мы предлагаем широкий выбор направлений, разделов товаров и услуг, которыми можно обменяться или купить по оговоренной цене. Инновационные функции: Например, система рейтинга, рекомендаций, чат для общения, интеграция с картой местности.  По сравнению с конкурентами наш проект нацелен больше на обмен и охрану окружающей среды |
| 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 | 1. Почему вы уверены, что проект может быть реализован? 2. В чем полезность и востребованность вашего проекта по сравнению с другими?   **1. Полезность:**  Экономия: наша платформа позволяет людям сэкономить деньги, обмениваясь товарами и услугами вместо покупки новых.  Устойчивость потребления: Сокращение потребления новых товаров и снижение отходов - это важная экологическая составляющая.  Социальная польза: помогает людям общаться, налаживать связи и создавать сообщества вокруг общих интересов.  Удобство: платформа предлагает простой и удобный способ найти партнера для обмена, а также управлять своими обменами.  **2. Востребованность:**  Растущий спрос: Потребность в более устойчивом образе жизни и экономии средств стимулирует спрос на приложения для обмена.  Молодое поколение: Молодежь всё больше заинтересована в обмене и вторичном использовании товаров.  Технологическая доступность: Увеличение проникновения мобильных устройств и интернета делает приложения для обмена более доступными и популярными.  Широкий спектр товаров и услуг: наша платформа может охватывать обмен различными товарами, от одежды и электроники до мебели и транспортных средств, а также обмен услугами, от ремонтных работ до репетиторства.  **3. Преимущества:**  По сравнению с онлайн-магазинами: Приложение для обмена предлагает более доступный вариант для покупателей, позволяя получить товары и услуги по более низким ценам, а продавцам - избавиться от ненужных вещей.  По сравнению с традиционными рынками: Приложение предлагает более удобный и быстрый способ найти подходящий вариант для обмена, а также предоставляет больше возможностей для общения с другими участниками.  По сравнению с другими приложениями для обмена и покупки: Приложение может выделиться, предлагая уникальные функции, например, более точные системы поиска, интеграцию с другими сервисами или удобный интерфейс.   1. **Как вы думаете, почему ваш проект будет прибыльным?**   Платные подписки:  Премиум-функции, например расширенный поиск и приоритетное размещение.  Реклама:  Приложение может размещать рекламу, релевантную интересам пользователей, что позволит получать доход от показа объявлений.  Комиссия:  Взимание комиссионных сборов с каждой успешной сделки, например, с обмена товара с доплатой или предоставления услуги доставки через платформу.  Партнерства:  Сотрудничество с компаниями, в обмен на продвижение на платформе.  Небольшие затраты на привлечение пользователей:  Если приложение хорошо работает, его распространение может быть организовано через социальные сети, что сокращает затраты на рекламу.  Географическое расширение:  Распространение приложения на новые рынки может значительно увеличить прибыль.  Автоматизация:  Автоматизация многих процессов, таких как  обработка платежей,   управление  рекламой  и   отслеживание   деятельности   пользователей,  сводит к минимуму  затраты  на  персонал.  Меньшая  зависимость  от  экономических  циклов:  В  период  экономического  кризиса  люди  более  склонны  искать  альтернативные  способы  экономии,  используя  приложения  для  обмена.   1. **Приведите аргументы, почему ваш бизнес будет устойчивым (например, вы используете уникальные технологии, которых нет на рынке, или у вас большое количество потенциальных клиентов и т.п.).**   Уникальная технология: Платформа использует уникальный алгоритм интерактивного бартера, который позволяет пользователям обменивать вещи и услуги на основе взаимных интересов и потребностей. Этот алгоритм анализирует запросы пользователей и предлагает оптимальные варианты обмена, учитывая не только стоимость, но и ценность для каждого участника.  Большое количество потенциальных клиентов: В эпоху потребления и устойчивого развития идея бесплатного обмена привлекательна для многих людей.  Создание сообщества: Платформа может стать центром объединения людей с общими интересами, создавая лояльность и долгосрочное участие.  Социальная миссия: Проект может позиционировать себя как экологически чистое и социально ответственное решение, что привлекает осознанных потребителей. |
|  | **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  Опишите технические характеристики проекта. Например, можно указать, какие языки программирования или инструменты (нейросети) используются, если у вас IT-проект; какие материалы вы планируете использовать, если у вас производство товаров; с помощью каких сервисов оказываете услуги. | **1. Технические характеристики**  Язык программирования: для разработки веб-платформы планируется использовать JavaScript(Используется для создания интерактивных элементов на клиентской стороне, управления логикой взаимодействия пользователей и обработки данных),  HTML(Создает структуру и семантику веб-страниц),  CSS(Отвечает за оформление и визуальное представление интерфейса, обеспечивая привлекательность и удобство для пользователя) для frontend разработки, а также Node.js с Express для обработки запросов и взаимодействия с базой данных.  База данных: PostgreSQL для хранения информации о товарах, услугах, пользователях и обменах.  Облачные технологии: Использование облачных провайдеров (например, AWS, Google Cloud) для хранения данных и обеспечения высокой доступности.  Интеграции с внешними сервисами:  API-интеграция с геолокационными сервисами (Яндекс.Карты) для определения местоположения пользователей и товаров, с сервисами оплаты (Яндекс.Касса) для возможности проведения денежных операций, с платформами социальных сетей (Телеграм, ВКонтакте) для авторизации и продвижения.  Дополнительные инструменты и технологии:  Visual Studio Code: Редактор кода, который обеспечивает удобные функции для разработки, такие как автозавершение, подсветка синтаксиса и интеграция с системами контроля версий (например, Git).  Figma: Инструмент для прототипирования и дизайна интерфейса, который позволяет команде разрабатывать макеты и получать визуальное представление о конечном продукте на ранних стадиях разработки.  Нейросети и алгоритмы:  Рекомендательные системы: Использование машинного обучения для анализа предпочтений пользователей и предложения наиболее подходящих товаров/услуг.  Чат-боты: Для автоматизации общения с пользователями и поддержки (например, на базе Dialogflow или Microsoft Bot Framework).  **2. Обоснование соответствия тематическому направлению**  Платформа "Бартераж" соответствует трендам устойчивого развития и экономики замещения, предлагая пользователям возможность обмена товарами и услугами без денежной оценки, что способствует перераспределению ресурсов и снижению потребления. Использование современных технологий и инструментов позволяет обеспечить высокую производительность, безопасность и удобство при использовании платформы, что делает ее конкурентоспособной на рынке аналогичных проектов.  Соответствие лоту "Цифровые платформы": Проект "Бартераж" является онлайн-платформой, которая использует цифровые технологии (веб-приложение, мобильное приложение, API) для осуществления обмена товаров и услуг между пользователями.  Соответствие лоту "Устойчивое развитие": Платформа "Бартераж" продвигает принципы устойчивого развития и экономики замкнутого цикла, стимулируя повторное использование вещей и услуг, сокращая отходы и уменьшая экологический след.  Соответствие лоту "Социальные инновации": Проект "Бартераж" является социальной инновацией, предоставляя людям новую форму взаимодействия и обмена ресурсами без денежного эквивалента. Он способствует развитию социальных связей и укреплению сообществ.  **3. Конкурентные преимущества**  - Платформа использует уникальный алгоритм "интерактивный бартер", который позволяет пользователям обменивать вещи и услуги на основе взаимных интересов и потребностей. Использование нейросетевых технологий для персонализации предложений в такой системе делает платформу уникальной на рынке.  - Интуитивный интерфейс и удобная навигация, разработанные с помощью Figma.  - Использование современных технологий для обеспечения безопасности и скорости работы.  - Гибкость в расширении функционала платформы и адаптации к потребностям пользователей.  - Платформа будет доступна на различных устройствах (мобильные телефоны, планшеты, ПК) с применением принципов удобства использования для повышения вовлеченности пользователей.  - Встроенные механизмы коммуникации позволяют пользователям обсуждать детали обмена, что способствует формированию доверительных отношений. Тем самым платформа позволяет пользователям создавать группы, объединенные общим интересом (например, коллекционирование марок, садоводство, рукоделие, обмен книгами).  - Система оценок и отзывов помогает пользователям выбирать надежных партнеров для обмена, минимизируя риски мошенничества.  - Платформа поощряет повторное использование вещей, сокращая объемы мусора и потребления ресурсов. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  Приводится видение основателя (-лей)  стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая  партнерские возможности | **Организационные параметры** "Бартераж” включают в себя:  1. **Форма собственности**: коллективная собственность  2. **Сфера деятельности:** онлайн-объявления.  3. **Основные услуги:** покупка и продажа товаров и услуг.  4. **Целевая аудитория:** молодые семьи, люди в возрасте, люди с ограниченными финансовыми возможностями, люди, заботящиеся об окружающей среде, коллекционеры.  5. **География:** Россия.  6. **Модели монетизации:** мы будем зарабатывать на рекламе и сотрудничестве с компаниями, продаже дополнительных услуг (доставка), комиссии за обмен, премиум-подписке (доп. функции нашего приложения), на мероприятиях и обучающих курсах, брендировании (продаже продукции с нашим логотипом), партнерстве с местными бизнесами (совместные акции), предоставление прототипа продукта сторонним площадкам в виде дополнения.  **Производственная программа** "Бартераж” , как онлайн-платформы для объявлений, включает в себя следующие ключевые направления:  1. **Разработка и поддержка IT-инфраструктуры:** обеспечение стабильной работы сайта и мобильных приложений, интеграция новых технологий , таких как : алгоритм интерактивного бартера, который позволяет пользователям обменивать вещи и услуги на основе взаимных интересов и потребностей. Этот алгоритм анализирует запросы пользователей и предлагает оптимальные варианты обмена, учитывая не только стоимость, но и ценность для каждого участника.  2. **Маркетинг и реклама**: продвижение платформы через различные каналы, включая социальные сети, контекстную рекламу и партнерства.  3. **Контроль безопасности и модерация :** создание безопасной среды для пользователей, проверка объявлений и предотвращение мошенничества.  4. **Поддержка и обслуживание клиентов:** работа с запросами пользователей, решение возникающих вопросов и проблем.  5. **Аналитика и исследования:** анализ пользовательских данных для улучшения платформы и понимания рынка.  **Финансовые показатели** “Бартераж”:  1. **Выручка:** 800 тыс. руб.  2. **Структура доходов:**  **Основные источники доходов:** платные подписки, партнерства, комиссия.  **Дополнительные источники дохода:** реклама, доставка.  3. **Уставной капитал:** 100 тыс. руб.  4. **Издержки:** затраты на маркетинг и рекламу, разработки, и поддержание IT-инфраструктуры составят 450 тыс. руб.  5. **Срок окупаемости** данного проекта в лучшем случае составит 5 месяцев , а в худшем случае 9 месяцев. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.) | 1)Продукт, решаемая проблема, выгода для клиента: Платформа для размещения и поиска объявлений, полезность для покупателей в поиске нужных товаров и услуг по привлекательным ценам, широкий ассортимент товаров и услуг, доступных по всей стране.  2)Ассортимент, сервис, качество: товары и услуги, удобный интерфейс для размещение объявлений, функционал для общения между покупателями и продавцами, служба поддержки и механизмы контроля размещенного контента для борьбы с мошенничеством.  3)Каналы дистрибуции, организации продаж: веб сайт и мобильное приложение, прямые продажи через платформу  4)Коммуникации через сам сайт  5)Ценовая модель: Бесплатное размещение большинства  объявлений с опцией платных услуг, процент который берёт сайт будет связан с количеством проданного товара продавцом  6)Партнерство: с логистическими компаниями для доставки товара, с финансовые партнерства с банками и платежными системами |
| 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 | 1)Алгоритмы сопоставления:  Специальные алгоритмы, на основе машинного обучения, которые будут анализировать предложения пользователей и предлагать потенциально выгодные сделки. Это позволит пользователям находить наиболее подходящие предложения для обмена, учитывая их интересы и предпочтения.  2)Поиск и фильтрация:  Разработка сложных систем поиска и фильтрации, которые помогут пользователям быстро находить нужные товары или услуги для бартера на основе различных критериев: местоположение, категория, ценовой диапазон, качество и т.д.  3)Безопасность и защита данных:  Реализация многоуровневой системы безопасности, включая шифрование данных, защиту от мошенничества и спама. Это обеспечит безопасность личной информации пользователей и повысит доверие к платформе.  4)Рейтинг и отзывы:  Внедрение системы рейтинга и отзывов, которая позволит пользователям оценивать надежность и добросовестность партнеров по бартеру. Это снизит риски недобросовестного поведения и повысит прозрачность сделок.  5)Системы оплаты и подтверждения:  Для повышения надежности платформы можно ввести временные депозиты или системы условного депонирования (escrow), которые гарантируют, что обе стороны выполнят свои обязательства перед обменом.  Данные научно-технические решения помогут создать конкурентоспособный сайт, который сможет предоставить удобное пользования и широкий ассортимент товаром и услуг. |
| 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  Урок 5 — возьмите описание из шаблона домашнего задания + выберите уровень своего проекта и опишите, почему проект соответствует этому уровню (Пример: TRL 3: Проведено исследование такое-то, выяснено вот это): | **TRL 2 – Формулировка концепции технологии и оценка области применения. Так как следующее наше действие - анализ ценности продукта для потребителей. На данный момент составлена основная концепция, определены потребительские сегменты**  Концепцией является создание популярной платформы с активным сообществом пользователей.  Увеличение количества обмена вещами и услугами.  Сокращение количества отходов и повышение уровня устойчивого потребления.  Широкая область применения: платформа обмена вещами и услугами "Бартераж" может применяться в любой географической точке для обмена одеждой, книгами, инструментами, услугами репетиторства, ремонта, помощи по дому и т.д. с помощью приложения или сайта. Система позволит людям сэкономить деньги и время, сократить количество отходов и создать более социально ориентированное сообщество.  Определены потребительские сегменты: мы понимаем, кто наши потенциальные пользователи: все заинтересованные в обмене товарами и услугами для экономии денег, стабилизации потребления, сокращения отходов в окружающую среду и создания сообщества по интересам  Наша платформа полезна т.к. с её помощью потребитель сможет обменять ненужную вещь или услугу на что-то более ценное и важное в данный момент, а также сократить количество отходов |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\***  Описать, насколько проект нужен, актуален, значим. Пример: Заказчиком проекта «Автотайм» является трамвайно-троллейбусное предприятие г.Пермь, так как по итогам аудита в 2022 году было выяснено, что из-за неэффективности использования рабочего времени наблюдается высокая текучка кадров. Цель предприятия: обеспечить комфортные и эффективные условия труда, по этой причине компания заказала разработку системы «Автотайм». | "Бартераж" обладает значимым потенциалом для положительного воздействия на различные сферы жизни, что важно для современного общества в целом. В условиях современного мира, где ресурсы становятся всё более ограниченными, а потребительские привычки меняются, проект онлайн-платформы для обмена вещей и услуг приобретает особую значимость.  Проект продвигает принципы социальной ответственности, позволяя людям делиться ресурсами и помогать друг другу без финансовых затрат. Также он способствует сокращению отходов, стимулирует повторное использование вещей, снижает экологический след и, как следствие, способствует устойчивому потреблению, что является ключевым направлением для многих образовательных учреждений и региональных инициатив.  Платформа использует цифровые технологии для оптимизации обмена ресурсами между людьми, что способствует цифровой трансформации общества и экономической деятельности. Создание новых возможностей для взаимодействия между жителями укрепит социальные связи и повысит уровень доверия в сообществе.  Разработка сервиса с моделью алгоритмов для поиска оптимальных вариантов обмена является научно-технической задачей. Платформа будет основана на использовании современных IT-решений, что обеспечит её высокую функциональность и удобство использования |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  Необходимо указать, какую маркетинговую  стратегию планируется применять, привести  кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения | **1.Продвижение через платные сервисы платформ:**  **Повышение в поиске:** размещение объявления в верхней части результатов поиска по ключевым словам, связанным с продуктом.  **Аргументация:** этот канал позволяет быстро привлечь внимание потенциальных покупателей и повысить узнаваемость продукта среди конкурентов.  **2. Таргетированная реклама:**  **Настройка рекламы для определенных групп пользователей:** например, по интересам, возрасту, месту жительства, устройствам (мобильный телефон, компьютер).  **Аргументация:** Позволяет охватить целевую аудиторию и снизить стоимость рекламы за счет таргетинга.  3. **Партнерские программы:**  **Сотрудничество с другими продавцами и компаниями:** обмен рекламой  **Аргументация:** Позволяет расширить аудиторию и привлечь новых покупателей.  **4. Социальные сети:**  **Создание страницы компании в социальных сетях:** Вконтакте.  **Аргументация:** Позволяет создать лояльное сообщество и повысить узнаваемость продукта среди пользователей социальных сетей. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  Указать какие каналы сбыта планируется  использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора  урок 6 | 1. Собственное приложение 2. Социальные сети (Вк, телеграмм и т.д.) 3. Физические постеры и баннеры 4. пользователи нашей платформы 5. Существующие сервисы по выставлению объявлений (Авито, Юла и т.д.) 6. TV-реклама |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **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  Вернитесь в пункт 10 и сформулируйте ответ на основе информации из п. 10 | Проблема ценности и полезности вещей (или услуг) заключается в том, что со временем многие предметы теряют свою первоначальную ценность для владельца, что может привести к накоплению ненужных вещей, потере ресурсов и неэффективному использованию пространства.  **Проблема субъективной ценности:** Ценность вещи часто определяется не только её функциональностью, но и эмоциональной привязанностью, модными тенденциями и личными предпочтениями. То, что когда-то казалось важным или полезным, может потерять свою актуальность по мере изменения жизненных обстоятельств.  **Устаревание:** Век технологий и постоянных инноваций приводит к быстрому устареванию многих товаров. Например, старые электроника и гаджеты могут перестать быть полезными из-за несовместимости с новыми системами или отсутствия запчастей.  **Изменение потребностей:** Потребности и интересы людей меняются с течением времени. Например, молодая семья может приобрести много детских игрушек, которые становятся ненужными по мере взросления детей.  **Экономическая составляющая**: Люди часто тратят деньги на вещи, которые не приносят им удовлетворение или пользу, а также занимают много места. Это может приводить к финансовым трудностям и неэффективному расходованию ресурсов. От вещи приходится отказаться в кратчайшие сроки.  **Экологический аспект:** Накопление ненужных вещей ведет к увеличению отходов и негативному воздействию на окружающую среду. Утилизация старых вещей требует ресурсов и может способствовать загрязнению.  Почему это важно  **Эффективное использование ресурсов:** Понимание ценности и полезности вещей помогает людям более рационально подходить к своим покупкам и расходам, что позволяет избежать избыточного потребления.  **Снижение отходов:** Решение проблемы ценности может способствовать уменьшению количества отходов, так как вещи могут быть переработаны, переданы или обменены вместо того, чтобы выбрасываться.  **Экономия денег:** Осознание того, что некоторые вещи больше не нужны, может помочь людям сэкономить средства, которые они могли бы потратить на более важные для них товары или услуги.  **Устойчивое развитие:** Проблема ценности и полезности вещей напрямую связана с концепцией устойчивого развития, которая предполагает более ответственный подход к ресурсам и окружающей среде.  **Социальные связи:** Обмен вещами может создавать сообщества и укреплять социальные связи между людьми, что важно для формирования поддерживающей социальной среды.  **Психологическое благополучие:** Освобождение от ненужных вещей может привести к чувству облегчения и улучшению психоэмоционального состояния, а также помочь людям сосредоточиться на действительно важных аспектах жизни. |
| **Проблема ценности и полезности вещи (услуги)**  Ее составляющие, которые решаются:  **Переосмысление ценности вещей:**  Платформа позволяет пользователям переосмыслить ценность своих вещей. То, что для одного человека стало ненужным, может быть ценным для другого. Это создает новый рынок для предметов, которые иначе могли бы оказаться на свалке.  **Устранение накопления ненужных вещей:**  Платформа помогает пользователям избавиться от ненужных вещей, что снижает уровень накопления и способствует более организованному пространству в доме. Это может улучшить психоэмоциональное состояние пользователей, так как освобождение от лишнего часто приводит к чувству облегчения.  **Экономия ресурсов:**  Пользователи могут сэкономить деньги, обменяя ненужные вещи на товары или услуги, которые им действительно нужны. Это уменьшает необходимость в новых покупках, что, в свою очередь, снижает финансовую нагрузку на потребителей.  Платформа также предлагает пользователям альтернативу покупке новых товаров, что способствует более рациональному использованию ресурсов.  **Гибкость в потреблении:**  Платформа предоставляет пользователям возможность быстро адаптироваться к изменяющимся потребностям. Например, если человеку нужно временное решение (например, спортивное оборудование), он может обменять ненужную вещь на то, что ему нужно только на определенный период. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 26 | **«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 11)*  Вернитесь в пункты 9, 10 и 24 и сформулируйте ответ на основе информации из этих пунктов. | **Проблема:**  Каждый из нас сталкивается с ситуацией, когда вещи, которые когда-то были нам дороги, теряют свою актуальность. Это может быть старая одежда, неиспользуемая техника, ненужные подарки или просто вещи, которые больше не вписываются в наш образ жизни. Такие вещи занимают место, но не приносят пользы.  **Потенциальный потребитель:**  Потенциальный потребитель — это любой человек, который столкнулся с проблемой ненужных вещей. Это может быть:  **Студент:** у которого есть старая техника или мебель, но нет денег на новую.  **Молодая семья:** которая делает ремонт и хочет избавиться от ненужной мебели или одежды.  **Коллекционер:** который хочет обменять дубликаты своей коллекции на более редкие предметы.  Ч**еловек, переезжающий в новую квартиру:** который хочет избавиться от ненужных вещей перед переездом.  **Любой человек,** который хочет сэкономить деньги или получить что-то более ценное в обмен на ненужные вещи.  Для лучшего понимания проблем и мотиваций различных сегментов целевой аудитории можно выделить несколько ключевых аспектов. Эти аспекты помогут связать потребности и мотивации с возможностями решения проблем с использованием продукции.  1. Освобождающие место  Проблема:  Нехватка пространства и беспорядок в доме.  Мотивация:  Желание создать комфортную и организованную среду, избавляясь от ненужных вещей. Они также хотят помочь другим, отдавая ненужные вещи тем, кто в них нуждается.  Связь с продукцией:  Продукция, такая как приложения для продажи или обмена вещей, может помочь этим потребителям выбрасывать или передавать ненужные вещи. Также возможны платформы, которые соединяют людей, желающих избавиться от вещей, и нуждающихся.  2. Экономные  Проблема:  Ограниченный бюджет делает поиск качественных вещей сложным.  Мотивация:  Стремление сэкономить и найти выгодные предложения.  Связь с продукцией:  Вторичный рынок и платформы для обмена или покупки подержанных вещей идеально подходят для этой группы. Они предоставляют доступ к качественным товарам по сниженной цене, что отвечает потребности в экономии.  3. Экологичные  Проблема:  Слишком большое количество мусора и проблем экологии.  Мотивация:  Забота об окружающей среде и желание вести устойчивый образ жизни.  Связь с продукцией:  Продукция, связанная с переработкой и повторным использованием, поддержка экологичных товаров и услуг будет интересна этой группе. Платформы по обмену вещами могут быть также использованы для сокращения количества отходов.  4. Обменщики  Проблема:  Необходимость обновить гардероб и желание попробовать что-то новое без лишних затрат.  Мотивация:  Желание разнообразить свою одежду и стиль в условиях финансовых ограничений.  Связь с продукцией:  Платформы для обмена одежды и вещей, а также организованные мероприятия по обмену могут удовлетворить потребность этой группы. Это позволит им обновить свой гардероб без необходимости тратить деньги.  5. Уникальные  Проблема:  Трудности в нахождении редких и винтажных предметов.  Мотивация:  Интерес к коллекционированию уникальных товаров и желание выделиться.  Связь с продукцией:  Магазины винтажной и уникальной продукции, онлайн-аукционы или специализированные платформы могут привлечь интерес этой группы. Уникальные предложения создадут дополнительную ценность и удовлетворят потребности в редкостью.  6. Общительные  Проблема:  Отсутствие новых знакомств и социальных контактов.  Мотивация:  Стремление к общению и обмену опытом.  Связь с продукцией:  Социальные сети и платформы, где пользователи могут обмениваться идеями и интересами, встречи по интересам, совместная деятельность связаны с обменом вещами и отчасти могут удовлетворить потребность в общении и завязывании новых знакомств.  **Как виртуальный рынок решает проблему:**  **Виртуальный рынок предоставляет платформу для равноценного обмена товарами.** Это позволяет пользователям избавиться от ненужных вещей и получить взамен то, что им действительно необходимо в данный момент.  **Пользователь может выбрать товар, который ему нужен, из широкого каталога товаров других пользователей.** Это делает процесс обмена более гибким и удобным.  **Виртуальный рынок упрощает процесс оценки стоимости товаров.** Вместо того чтобы самостоятельно определять ценность вещи, пользователь может воспользоваться системой платформы, основанной на равноценном обмене.  Таким образом, виртуальный рынок решает проблему ценности и полезности вещей для потенциальных потребителей, предоставляя им возможность избавиться от ненужных вещей и получить взамен то, что им действительно необходимо. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой*  *Пример: С помощью системы «автотайм» руководитель всегда сможет отметить время работы сотрудника на своем рабочем планшете.* | С помощью нашей платформы по обмену товарами и услугами можно решить проблему ценности и полезности вещей для потребителей через создание удобной системы обмена и социального взаимодействия. Также с помощью нашей платформы по обмену товарами и услугами обыватель всегда сможет найти новые способы использования своих ненужных предметов и получать вещи или услуги взамен, экономить деньги и формировать устойчивые сообщества.  **С помощью платформы “Бартераж” Анна сможет** обменять книги по психологии, которые она уже прочитала и которые ей уже не нужны на кулинарные книги (т.к. она захотела попробовать себя в готовке), таким образом Анне не пришлось выкидывать книги и тратить деньги и время на покупку новых, а также она нашла людей, с похожими интересами и теперь постоянно обменивается с ними вещами. |
| 28 | **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 16.* | Конкретная доля рынка для платформы обмена будет зависеть от ее привлекательности для целевых сегментов и уровня конкуренции на рынке. Тем не менее, современные тенденции показывают значительный спрос на услуги обмена, особенно среди экологически сознательных потребителей. Проект имеет все шансы занять свою нишу на потенциально растущем рынке обмена вещами и услугами. Уникальный алгоритм "интерактивный бартер" является сильным конкурентным преимуществом, а акцент на устойчивом развитии и экологии отвечает современным трендам. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса  1. Расширение функционала:  - Внедрение дополнительных услуг, таких как доставка и оценка товаров, может привлечь больше пользователей.  2. Географическое расширение:  - Начав с одного региона, можно постепенно расширяться на другие города и страны, учитывая особенности местных рынков. Важно адаптировать платформу под различные культурные и экономические реалии.  3. Развитие сообщества:  - Создание активного комьюнити вокруг платформы, где пользователи могут делиться опытом и идеями, поможет увеличить лояльность и привлечь новых участников.  4. Инвестиции в маркетинг:  - Активное использование цифрового маркетинга и социальных сетей для продвижения платформы позволит охватить широкую аудиторию и повысить осведомленность о проекте. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** | Переход к этапу прототипирования и тестирования на целевой аудитории |