**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Здоровой Жизни |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Карта закупок |
| 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.* | *- ТН1. Цифровые технологии и информационные системы;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет, Хэлснет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID  - Leader ID  - Кабешов Иван Григорьевич  - +7 (999) 868-86-68  - f1exxxpie@gmail.com |
| 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 | U1740428 |  | Кабешов Иван Григорьевич | Руководитель, дизайнер | +7 999 868 86 68 |  |  | | 2 | U855367 |  | Рудская Ирина Александровна | Front-end, Тестировщик |  |  |  | | 3 | U5461996 |  | Шакотько Сергей Сергеевич | Back-end |  |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |  | | |
|  | **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* | Проект "Карта закупок" - это инновационный информационный сервис, предназначенный для улучшения прозрачности и эффективности в сфере государственных закупок в регионе Москвы. Основная цель проекта - создание интерактивной карты, агрегирующей и визуализирующей данные о государственных закупках, что позволяет пользователям быстро и эффективно анализировать и мониторить процессы закупок. |
|  | **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* | Основной продукт - веб-приложение "Карта закупок", представляющее собой интерактивную карту Москвы с детализированными данными о государственных закупках. Это позволяет осуществлять детальный анализ, фильтрацию закупок и предоставлять статистическую информацию для улучшения процессов управления закупками. |
| 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* | Проект решает проблему неэффективного мониторинга и анализа государственных закупок в Москве, обусловленную отсутствием удобных инструментов для визуализации данных. Это ведет к упущенным возможностям и неэффективным решениям в данной сфере. |
| 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.)* | Потенциальные потребители включают организации и граждан, занимающихся мониторингом и анализом закупок в Москве. Ключевые характеристики этих пользователей включают интерес к прозрачности государственных закупок, потребность в эффективных инструментах для анализа данных и стремление к оптимизации управленческих процессов. |
| 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* | Продукт основан на разработке интерактивной карты с использованием современных технологий веб-разработки и баз данных. Проект включает сбор и агрегацию данных, разработку пользовательских интерфейсов и интеграцию аналитических инструментов для фильтрации и визуализации данных. |
| 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.* | Бизнес-модель проекта ориентирована на предоставление ценности пользователям через инновационный сервис визуализации данных. Модель включает стратегии маркетинга и продвижения, целенаправленное взаимодействие с потребителями и поставщиками, а также использование различных каналов для привлечения финансовых и других ресурсов. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | **Сайт государственных закупок**  Наличие интерактивной карты: Карта на уровне регионов  Наличие инструментов статистики: Отсутствуют  Возможность фильтрации и выгрузки данных: Неудобная выгрузка, отсутствует фильтрация  **Единый реестр закупок**  Наличие интерактивной карты: Отсутствует  Наличие инструментов статистики: Отсутствуют  Возможность фильтрации и выгрузки данных: Просмотр и выгрузка  **Яндекс. Карты**  Наличие интерактивной карты: Хорошая карта без возможности настройки и получения статистики  Наличие инструментов статистики: Отсутствуют  Возможность фильтрации и выгрузки данных: Отсутствует |
| 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* | Веб-приложение "Карта закупок" дает возможность просматривать необходимую информацию с детализированными данными о государственных закупках в удобном для пользователя формате – в виде интерактивной карты Москвы |
| 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* | Интерактивная карта может помочь пользователям быстро и эффективно анализировать данные. Ценность заключается в:   * повышении прозрачности. Интерактивная карта, агрегирующая и визуализирующая данные о государственных закупках, может помочь повысить прозрачность процессов закупок. Это может привести к уменьшению коррупции и повышению доверия к государственным организациям и частным компаниям; * улучшение эффективности. Благодаря интерактивной карте пользователи могут быстро и эффективно анализировать и мониторить процессы закупок. Это может помочь им принимать более обоснованные решения и улучшать эффективность своих бизнес-процессов.   Потенциальная прибыльность бизнеса может обосновываться путем продажи доступа к данным о государственных закупках или подписки на продукт c расширенным функционалом.  Бизнес может быть устойчивым, если регулярно обновлять продукт (Веб-приложение "Карта закупок") и поддерживать его работоспособность. |
|  | **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* | Интерактивность: для достижения этой цели возможно использование технологий, таких как JavaScript, HTML5, CSS3 и других инструментов для фронт- и бэк-разработки.  База данных: для хранения и обработки данных о государственных закупках возможно использование баз данных, таких как MySQL, PostgreSQL или MongoDB.  Визуализация данных: для визуализации данных о государственных закупках возможно использование библиотеки визуализации данных, такие как D3.js, Chart.js или Google Charts.  Безопасность: поскольку необходимо работать с конфиденциальными данными, важно обеспечить безопасность продукта. Для этого возможно использование технологий, таких как SSL-шифрование, хэширование паролей и механизмы аутентификации. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Необходимо создание команды, которая разделяет цель и готова работать вместе, чтобы достичь ее.  Автоматизация процессов поможет сократить время, затрачиваемое на выполнение задач, и увеличить эффективность команды. Допускается использование различных инструментов для автоматизации процессов, такие как программное обеспечение для управления проектами, CRM-системы и другие.  Важно развивать партнерские отношения с другими компаниями, чтобы расширить возможности и увеличить клиентскую базу. Это также может помочь получить доступ к новым рынкам и ресурсам. |
| 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.)* | Интерактивность: обеспечение более удобного и быстрого доступа к данным о государственных закупках.  Простота использования: пользователь быстро освоиться с продуктом и начнет использовать его для анализа и мониторинга процессов закупок.  Надежность: обеспечение высокой надежности и стабильности работы.  Качество данных: обеспечение высоким качеством данных о государственных закупках.  Скорость: обеспечение быстрый доступ к данным о государственных закупках. |
| 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* | "Карта закупок" - это уникальный сервис для мониторинга госзакупок, предлагающий высокую детализацию интерактивной карты, продвинутые инструменты статистики, гибкие возможности фильтрации и выгрузки данных. Он обеспечивает превосходство над конкурентами благодаря повышенной прозрачности, эффективности и пользовательской удобности, делая его идеальным инструментом для управления и анализа закупок в Москве и регионах России. |
| 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* | Есть весь необходимый для запуска проекта персонал, продукт находиться в состоянии MVP |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Данный продукт соответствует ценностям, так как представляет собой собственную отечественную разработку, которая будет полезна компаниям, выполняющих государственные контракты |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Использование SEO, для продвижения сервиса, чтобы любой человек/компания могли легко найти; 2. Работа с блогерами и использование в видеоблогах нативной рекламы. Блогер создает качественные публикации, которые развлекают, учат, предлагают пользователям полезные сведения; 3. Использование контекстной рекламы, для привлечения аудитории, которая ищет университеты для поступления/работы/сотрудничество;   Публичные выступления в конференциях, чтобы привлекать новых клиентов. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Основным каналом сбыта является веб-приложение нашего сервиса.  Также предусмотрены:   * Продажа активов: индивидуальных/готовых пакетов курсов. * Подписки за пользование без рекламы и настройку интерфейса * Плата за внедрение |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | В настоящее время мониторинг и анализ государственных закупок в регионе Москвы требует больших усилий и времени. Отсутствие удобных инструментов для визуализации и анализа данных о закупках делает этот процесс малоэффективным, и иногда ведет к упущенным возможностям или неэффективным решениям. |
| 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* | Может быть полностью решена проблема неудобного и не агрегированного представления данных о государственных закупках c помощью разработки соответствующего программного обеспечения. С помощью решения этой проблемы потребители смогут гораздо эффективней воспринимать информацию и затрачивать меньше времени на ее обработку |
| 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)* | Целевая аудитория - компании, выполняющие государственные контракты для Московских государственных ВУЗов.  Проблема заключается в том, что необходимо быстрее обрабатывать данные для более эффективного принятия решение.  Решается она с помощью агрегации и предоставления актуальных данных пользователям |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Путем агрегации данных о государственных закупках и их представлении на интерактивной карте, пользователи смогут:   * + Быстро находить интересующие закупки и организации на карте Москвы.   + Осуществлять детальный анализ и фильтрацию закупок по категориям и организациям.   + Получать статистическую информацию и строить диаграммы на основе данных о закупках.   + Эффективно мониторить процессы закупок в регионе Москвы.   + Возможность выгружать отфильтрованные данные для дальнейшего анализа. |
| 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.* | У данного продукта нет прямых конкурентов на рынке, поэтому он захватит всю долю рынка.  Это произойдет с помощью следующих ключевых премуществ:   * Уникальная интерактивная карта, раскрывающая затраты Вузов * Возможность дополнения разделов, по заказу клиента * Отображение сразу нескольких категорий данных, таких как рейтинги университета, объемы расходов   Выявленная взаимосвязь между объемом трат на студентов и каче-ством образования, предоставляемым университетом |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| **Запуск Полноценного Сервиса на Уровне Москвы**   * **Фаза 1: Предзапуск**   + Провести тестирование продукта с участием реальных пользователей для сбора обратной связи.   + Оптимизировать интерфейс и функциональность на основе полученных данных.   + Разработать маркетинговую кампанию для запуска продукта. * **Фаза 2: Запуск**   + Официально запустить веб-приложение "Карта закупок" в Москве.   + Активно продвигать сервис среди ключевых потребителей (государственные организации, бизнес-сообщества, аналитические агентства).   + Установить партнерские отношения с местными СМИ и инфлюенсерами для увеличения охвата аудитории.   **2. Интеграция с Сайтом Госзакупок**   * **Фаза 1: Подготовка к Интеграции**   + Вести переговоры с представителями сайта государственных закупок для обсуждения условий и возможностей интеграции.   + Разработать техническое решение для интеграции данных с сайта госзакупок. * **Фаза 2: Реализация Интеграции**   + Интегрировать данные с сайта госзакупок для обеспечения актуальности и полноты информации на карте.   + Тестирование и устранение возможных технических проблем после интеграции.   **3. Масштабирование до Уровня Регионов**   * **Фаза 1: Планирование Масштабирования**   + Изучить специфику рынка госзакупок в разных регионах.   + Разработать стратегию масштабирования, включая адаптацию функциональности и интерфейса под нужды разных регионов. * **Фаза 2: Расширение Географии**   + Постепенно расширять географическое покрытие сервиса, начиная с крупных городов и стратегически важных регионов.   + Устанавливать партнерства с региональными органами власти и бизнес-сообществами для продвижения сервиса. * **Фаза 3: Мониторинг и Оптимизация**   + Регулярно собирать и анализировать обратную связь от пользователей для улучшения сервиса.   + Оптимизировать маркетинговую стратегию и операционные процессы для удержания лидирующих позиций на рынке. |