**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| <https://pt.2035.university/project/ekozaradka/invite/3ff0bd49-b435-43a7-91a9-e0483c70a47e> *(ссылка на проект)* | 03.11.2023 *(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 Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70–2023-000649 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Экозарядка |
| 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* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"*  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1744932- Leader ID 966426- Антонова Валерия Денисовна- 8-967-274-31-02-  |
| 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 | U1146033 | 927878 | Калякина Наталья Сергеевна | Дизайнер, маркетолог | 8-953-430-70-08 |  | Разработка проектов в период учебы на бакалавриате |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |

 |
|  | **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* | «Экозардка» – каршеринг, обеспечивающий безопасное и экологичное передвижение по городу. Пользователю предоставляется широкий выбор электромобилей для аренды и качественный сервис, а также мобильное приложение, позволяющее быстро и комфортно совершить поездку. **Область применения**: для личного пользования и для бизнеса.**Миссия проекта:** поддержка инициатив прогрессивного общества на территории РФ, вклад в экологичный, недорогой и безопасный дорожный трафик.**ЦА:**1. 1. Экологически осознанные потребители: люди, стремящиеся к снижению воздействия на окружающую среду и выбирающие электромобили из-за их низкого уровня выбросов.
2. 2. Экономически осведомленные потребители: люди, оптимизирующие свои расходы на топливо и обслуживание автомобиля, которые осознают, что электромобили имеют более низкие эксплуатационные расходы в сравнении с традиционными автомобилями с ДВС.
3. 3. Технологически грамотные потребители: люди, приверженные новым технологиям и инновациям, которые выбирают электромобили в качестве современного и передового средства передвижения.
 |
|  | **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* | Сервис каршеринга электромобилей с удобным приложением для заказа услуг и отслеживания всего пути коммуникации |
| 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* | Большинство из существующих каршерингов не предоставляют пользователям электрокары либо же устанавливают высокую стоимость поездки на данном виде транспорта и большое количество ограничений, что сокращает возможность выбора водителей |
| 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. Экологически осознанные потребители: люди, стремящиеся к снижению воздействия на окружающую среду и выбирающие электромобили из-за их низкого уровня выбросов.
2. Экономически осведомленные потребители: люди, оптимизирующие свои расходы на топливо и обслуживание автомобиля, которые осознают, что электромобили имеют более низкие эксплуатационные расходы в сравнении с традиционными автомобилями с ДВС.
3. Технологически грамотные потребители: люди, приверженные новым технологиям и инновациям, которые выбирают электромобили в качестве современного и передового средства передвижения.
 |
| 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* | Программное обеспечение, позволяющее создать удобное приложение для аренды электромобиля, и техническое обеспечение для дистанционного контроля состояния электромобиля и коммуникации с потребителем |
| 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.*  | Ценностные предложения: * Аренда экологичных автомобилей
* Доступ к экологичному сообществу
* Партнерские программы

Взаимоотношения с клиентами:* Персональная поддержка
* Коммьюнити

Каналы сбыта:* AppStore
* GooglePlay

Потребительские сегменты:* Экологически осознанных потребителей: людей, стремящихся к снижению воздействия на окружающую среду и выбирающих электромобили из-за их низкого уровня выбросов.
* Экономически осведомленных потребителей: людей, оптимизирующих свои расходы на топливо и обслуживание автомобиля, которые осознают, что электромобили имеют более низкие эксплуатационные расходы в сравнении с традиционными автомобилями с ДВС.
* Технологически грамотных потребителей: людей, приверженных новым технологиям и инновациям, которые выбирают электромобили в качестве современного и передового средства передвижения

Ключевые виды деятельности:* Выстраивание отношений с партнерами
* Развитие приложения
* Обслуживание электромобилей

Ключевые ресурсы:* Электромобили
* Финансовые инвестиции
* Программное обеспечение

Ключевые партнеры:* Яндекс - обратная интеграция
* Станции электрозаправок («Мосэнерго»)
* Группа компаний “ЭЛЕКТРОМОБИЛИ”
* ВТБ Лизинг - партнерское соглашение по лизингу и предоставлению автомобилей в субаренду

Структура издержек:* Лизинг электромобилей
* Оснащение транспорта необходимыми технологиями
* Разработка ПО
* Реклама

Потоки поступления доходов:* Аренда электромобилей
* Инвестиции
* Реклама в приложении
 |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Яндекс.Драйв
2. Делимобиль
3. BelkaCar
4. СитиДрайв
 |
| 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* | “Экозарядка” работает исключительно с экологичным видом транспорта, тем самым предоставляя пользователям возможность проявлять осознанный подход к жизни и окружающей среде. Ценовая доступность – ключевой аспект проекта. |
| 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.Правительство Москвы планирует значительно расширить поддержку электротранспорта в столице. Размеры бюджетных субсидий при покупке электромобилей для использования в каршеринге или в качестве такси увеличат в два раза по сравнению с объемом субсидий при покупке обычных автомобилей для тех же целей. Кроме того, ранее было принято решение о введении бесплатных парковочных мест для электромобилей.2. Наличие партнерских скидок3. Поддержка экологических инициатив  |
|  | **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* | Идея "Экозарядки", как цифрового продукта, направлена на развитие технологии Big Data, которая направлена на разработку высокоточных глобальных систем позиционирования (GPS), улучшение технологий ЭКО батарей и использование электрических двигателей, использование камер, датчиков и других технологий, которые обеспечивают безопасность в поезде, развитие системы связи и обработки данных, которая позволяет контролировать работу электрокаров, создание системы оплаты и заказов, которая обеспечивает удобство и простоту использования сервиса по аренде электрокаров |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | **Календарный план стартап-проекта**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название этапа календарного плана | Длительность этапа, нед. | Стоимость, руб. |
| Разработка бизнес-плана и бизнес-стратегии | 3 | 0 |
| Разработка тех. документации | 2 | 50 000 |
| Разработка ПО  | 4 | 250 000 |
| Закупка технического оснащения | 4 | 500 000 |
| Заключение партнерских соглашений с компаниями-стейкхолдерами | 4 | 0 |
| Лизинг электромобилей (первоначальный взнос) | 4 | 2 000 000 |
| Тестирование и внесение необходимых изменений в продукт | 4 | 100 000 |
| Подготовка к выпуску сервиса | 1 | 0 |
| Запуск пилотного проекта в Москве | 2 | 0 |
| Рекламная кампания | 8 | 1 000 000 |
| Оптимизация системы управления и мониторинга | 2 | 100 000 |
| Оценка эффективности | 1 | 0 |

Итого: 4 000 000Внутренние процессы организации проекта выстраиваются на создании бизнес-команд с делегированием задач под основные обязанности сотрудников. Партнерские отношения выстраиваются на основании предложения обратной интеграции сервиса Яндекс. |
| 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.)* | Базовые характеристики продукта:1. Удобный и быстрый поиск средства передвижения; 2. Аренда электромобилей3. Автоматизированное обслуживание: весь процесс аренды электромобиля осуществляется через мобильное приложение4. Навигация5. Обратная связь: в конце поездки клиент может оценить состояние автомобиля, качество и мобильность техподдержкиУникальные характеристики: 1. Аренда экологичных автомобилей - электрокары2. Гибкая система скидок, накопительные баллы3. Персональная поддержка4. Доступ к экологичному сообществу 5. Партнерские скидки от Яндекса Конкурентоспособность и УТП: 1. Экологичное сообщество - каждый пользователь часть экологичного сообщества2. Экологичность с точки зрения потребления3. Безопасность4. Комфорт - вырабатывается меньшее количество шума за счёт отсутствия двигателя и коробок передач. Высокая плавность хода с широким интервалом изменения частоты вращения вала двигателя. |
| 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 для смартфонов с необходимым функционалом для аренды электромобиля, модули дистанционного управления системами автомобиля (зажигание, открытие и закрытие дверей, остановка двигателя и т. д, GPS-датчики, которые позволяют отследить местонахождение автомобиля. |
| 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* | Проект на стадии концептуализации |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:- Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);- Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны» |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Таргетированая реклама (VK)2. Контекстная реклама в браузере 3. SEO 4. Реклама в СМИ (при помощи партнерской рекламы с Яндексом).5. Контент-маркетинг (на видеохостингах)6. Инфлюенс маркетинг ВК и Telegram7. ООН (реклама на транспорте/на остановках) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | AppStore, Play market, Google Play |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Отсутствие на рынке аренды автомобилей экологически, технологически и экономически выгодных средств передвижения, располагающихся в удобном и простом пользовании |
| 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* | Решение через создание выгодного и доступного для потребителя технологичного способа передвижения, который поддерживает не только экологическое состояние окружающей среды, но и создает потребителю особый статус |
| 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)*  | Держатель проблемы – потребительские сегменты:* 1. Экологически осознанные потребители: люди, стремящиеся к снижению воздействия на окружающую среду и выбирающие электромобили из-за их низкого уровня выбросов.
	2. Экономически осведомленные потребители: люди, оптимизирующие свои расходы на топливо и обслуживание автомобиля, которые осознают, что электромобили имеют более низкие эксплуатационные расходы в сравнении с традиционными автомобилями с ДВС.
	3. Технологически грамотные потребители: люди, приверженные новым технологиям и инновациям, которые выбирают электромобили в качестве современного и передового средства передвижения

Проблемы, с которыми сталкиваются держатели: стресс, высокая занятость, большие траты на передвижение и заправку в нынешних реалиях, высокая стоимость обслуживания личного авто, загруженный трафик, многозадачность, ухудшение состояния экологии в городе, чувство бессилия в проблеме, нужда в позитивных решениях, смотрящих в будущееВозможность решения через удобный и выгодный сервис по аренде электромобилей для передвижения |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Передвижение на самом удобном транспорте из существующих, снизив при этом затраты, наличие возможности демонстрации своего стиля жизни (ЭКО) |
| 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.* | По данным исследования Belkacar, емкость рынка каршеринга в Москве в 2020 году составляла 700 млн долларов, и в ближайшие 5 лет он потенциально вырастет в 4 раза, что, несомненно, дает почву для развития данного бизнеса и увеличению конкурентных предложений.В 2021 году число пользователей различных каршеринговых сервисов составило 1 млн человек.Специфика проекта “Экозарядка” заключается в создании сообщества пользователей, приверженцев экологичного образа жизни. Этим фактором обуславливается рост компании: начиная с небольшого парка электромобилей, создается круг активных пользователей, который расширяется по мере увеличения количества предоставляемых электрокаров.  |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Основная стратегия дальнейшего масштабирования бизнеса - система обратной интеграции с компанией “Яндекс”. Данная стратегия обосновывается необходимостью привлечения дополнительных инвестиций для развития сервиса и увеличения его доли рынка. |