**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 скидок  3. 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: 4 000 000  Внутренние 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 электромобилей  3. Автоматизированное обслуживание: весь процесс аренды электромобиля осуществляется через мобильное приложение  4. Навигация  5. Обратная связь: в конце поездки клиент может оценить состояние автомобиля, качество и мобильность техподдержки  Уникальные характеристики:  1. Аренда экологичных автомобилей - электрокары  2. Гибкая система скидок, накопительные баллы  3. Персональная поддержка  4. Доступ к экологичному сообществу  5. Партнерские скидки от Яндекса  Конкурентоспособность и УТП:  1. Экологичное сообщество - каждый пользователь часть экологичного сообщества  2. Экологичность с точки зрения потребления  3. Безопасность  4. 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 Telegram  7. 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 будущее Возможность 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. |