**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

[*https://pt.2035.university/project/testinvest*](https://pt.2035.university/project/testinvest) *(ссылка на проект)*  18.11.2023*(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Нижегородский институт управления — филиал РАНХиГС |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7729050901 |
| Регион ВУЗа  | г. Нижний Новгород |
| Наименование акселерационной программы | Акселератор Московского областного филиала РАНХиГС 2023 |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Park Finder |
| 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.* | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| 4 | **Рынок НТИ** | *ТехНет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *нейротехнологии и искусственный интеллект* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - ФИО – *Сумин Дмитрий Юрьевич* - телефон 7 953 567 81 12- почта — dimasumin85@gmail.com - ID 4998939 |
| 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 | U1605519 | 4998939 | *Сумин* *Дмитрий* *Юрьевич* | *Лидер проекта* |  7 953 567 81 12dimasumin85@gmail.com | - | *Студент 1-го курса по программе Экономика* |
| 2 | U1595568 | 4998079 | *Кузьмин**Антон**Сергеевич* | *Участник проектной группы инициатор* | 79043978431Ozrozr697@gmail.com | - | *Студент 1-го курса по программе Экономика*  |

 |
|  | **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 Park Finder создан для упрощения жизни водителей и позволяет предоставить точную информацию о свободных парковочных местах в режиме реального времени. Цель – обеспечить удобство при поиске парковки, минимизируя стресс и издержки, связанные с решением данной проблемы. Ожидаемые результаты включают снижение издержек водителей, связанных с поиском свободных мест, более полную заполняемость парковочных мест для владельцев (собственников) парковок. Приложение предназначено для водителей в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой, имеет потенциал для использования в других областях и может заинтересовать широкий спектр пользователей.* |
|  | **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* | *Продуктом, на котором базируется проект Park Finder, является мобильное приложение, в основе которого лежит процесс анализа данных с камер видеонаблюдения с помощью алгоритмов нейросетей, определение свободных парковочных мест в режиме реального времени и последующее предоставление информации водителям городов с ограниченной парковочной инфраструктурой.*  |
| 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* | *Приложение Park Finder решает проблему водителей, сталкивающихся с трудностями поиска парковочных мест в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой. Эта проблема часто приводит к стрессу, утомлению и дополнительным проблемам на дорогах. Приложение предоставляет точную информацию о доступных парковочных местах в реальном времени, облегчая процесс поиска, сокращая время на поиски парковки и снижая уровень стресса у 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.)* | *Потенциальные потребители Park Finder – это водители в ­ городах с ограниченной парковочной инфраструктурой. Географически – это города с высоким уровнем автомобильной активности и ограниченным доступом к парковочным местам. Также в роли потенциальных потребителей могут выступать муниципалитеты и коммерческие организации, заинтересованные в улучшении парковочной инфраструктуры и оптимизации дорожного движения.* |
| 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 Park Finder использует передовые технологии нейросетей для анализа видео с целью определения доступных парковочных мест. Это научно-техническое решение базируется на разработках в области машинного обучения и компьютерного зрения, позволяющих проводить анализ видео с высокой точностью для определения наличия свободных парковочных мест. Такие методы позволяют создать точную систему, обеспечивающую реально-временную информацию для водителей и партнеров о доступных парковочных местах.* |
| 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:1) отношения с заказчиком/клиентом:* *Пользователи приложения являются клиентами, которым предоставляется доступ к информации о парковках и инструментам для поиска, бронирования и навигации к свободным местам.**2) каналы взаимодействия: Мобильное приложение, интернет-сайт, группы в социальных сетях**3) структура затрат: затраты на разработку и поддержание онлайн-платформы, оплата расходов на содержание платформы, оплата рекламы, расходы на сотрудников (программисты, маркетологи и т.д.), налоги;* *4) источники доходов: доходы с подписки, размещение частной рекламы, гранты ,взимание платы за интеграцию в существующие сервисы*  |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | *Яндекс – приложение навигации2Гис – приложение навигацииПарковкиNN – приложения оплаты парковокПарковки России – приложения оплаты парковокКонкурентные приложения предлагающие идентичный набор функций 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* | *На рынке существует несколько конкурирующих приложений, однако наш проект выделяется своим уникальным функционалом. Мы предоставляем удобный интерфейс, возможность отслеживать свободные парковочные места в реальном времени с помощью искусственного интеллекта, интеграция частных парковок, возможность бронирования и оплаты парковок внутри приложения, а также способность прогнозировать загруженность парковочных мест с помощью искусственного.*  |
| 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* | *Реализуемый бизнес-проект базируется на уникальности используемой технологической основы: передовые методы анализа видео в реальном времени с помощью нейросетей* *Новизна проекта заключается в создании уникального ресурса комбинирующем в себе все необходимые водителям и ранее отсутствующие функции: отслеживание свободных парковочных мест в режиме реального времени, возможность оплаты парковок, навигация, возможность прогнозирования загруженности парковочных мест.* |
|  | **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* | *Основные технические параметры продукта Park Finder:**1. Использование нейросетей: продукт базируется на передовых технологиях нейросетей, которые анализируют видео данные с целью определения доступных парковочных мест. Это обеспечивает высокую точность и скорость предоставления информации.**2 Оперативность предоставления информации: приложение обеспечивает информацию о свободных местах в режиме реального времени, что делает его более ценным для пользователей.**3. Интерфейс и удобство использования: продукт имеет интуитивно понятный и удобный интерфейс, что делает его привлекательным для широкой аудитории.**4. Совместимость и доступность: приложение доступно для основных мобильных платформ (iOS, Android) и может использоваться на различных устройствах.**5. Доступ к данным о парковках: партнерство с городскими органами и частными компаниями обеспечивает доступ к данным о парковочных местах, что улучшает качество и расширяет объем предоставляемой информации.* |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* |  *1. Внутренние процессы: планируется выстраивание эффективных процессов, включая управление разработкой приложения, обеспечение качества данных о парковках, поддержку пользователей и сотрудничество с партнерами для улучшения функциональности приложения.**2. Партнерские возможности: организация стремится к партнерству с муниципалитетами для обмена данными о парковочных местах, с частными парковками для обеспечения доступа к информации о свободных местах, а также с другими сервисами для интеграции функциональности и улучшения услуг для пользователей.**3. Финансовые параметры: планируется обеспечение устойчивости бизнеса через разнообразные источники дохода, включая подписки пользователей, размещение рекламы и партнерство частными организациями**4. Производственные аспекты: планируется непрерывное улучшение технической инфраструктуры, обеспечение высокой точности информации для пользователей, а также к постоянная разработка новых функций и улучшение существующих.* |
| 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.)* | *Основные конкурентные преимущества Park Finder:*1. *Высокая точность данных о свободных парковочных местах*
2. *Удобный интерфейс*
3. *Возможность оплачивать парковки внутри приложения*
4. *Возможность прогнозировать загруженность парковок*
5. *Предоставление данных о частных парковках*

 *Некоторые из заявленных характеристик уже представлены у конкурентных ресурсов, но наш проект совмещает все востребованные и инновационные функции предоставляя водителям максимально многофункциональный и уникальный продукт*  |
| 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. Разработка и обучение нейросетей:* *Включает в себя выбор и подготовку обучающих данных, определение архитектуры нейросети и параметров обучения для достижения высокой точности и скорости анализа.**2. Работа с данными о парковках: Технические характеристики, связанные с обработкой и анализом данных о парковочных местах, включая сбор, хранение и актуализацию информации о доступных местах**3. Интеграция с внешними источниками: Технические параметры, позволяющие интегрировать данные из различных источников, таких как городские органы, частные парковки и другие сервисы, для обеспечения полноты и актуальности информации о парковочных местах.**4. Оптимизация производительности: Технические характеристики, связанные с оптимизацией производительности приложения для обеспечения реально-временного анализа данных о парковках и их предоставления пользователям* |
| 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* | *По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:**• разработана концепция проекта* *• разработана бизнес-**• проведен конкурентный анализ**• сформированы выводы об актуальности проекта на основе исследования**• сформировано резюме проекта* |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** |  *Проект соответствует научно-технологическим приоритетам, закрепленным в Перечне критических технологий Российской Федерации от 7 июля 2011 г.* |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | *1.Социальные сети**2.Партнерство и муниципальными органами**Активное сотрудничество с муниципалитетами и городскими органами для публичного продвижения и рекомендации приложения в рамках городской инфраструктуры.**3. Целевые рекламные кампании: Направленные рекламные кампании на поисковых площадках и веб-сайтах, основанные на ключевых словах, связанных с поиском парковки и транспортной инфраструктурой.**4. Блоги и контент-маркетинг: Создание информационных материалов, блогов и видео о проблематике парковки и решении данной проблемы через Park Finder для привлечения внимания к приложению.**5.* *Электронная почта и рассылки:* |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | *Создание интернет-ресурса, а также мобильного приложения. Создание группы в социальных сетях (VK). Выбор обоснован степенью доверия целевой аудитории к каналу сбыта.* |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | *Проблема, которую решает продукт Park Finder, заключается в нехватке парковочных мест в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой. Водители ежедневно сталкиваются с трудностями поиска свободного места для своих автомобилей, что не только вызывает неудобства, но и может приводить к дополнительным проблемам на дорогах. Эта проблема становится особенно острой в густонаселенных городах, где спрос на парковочные места значительно превышает их фактическое количество. Park Finder призван облегчить эту задачу, предоставляя пользователям точную информацию о доступных парковочных местах в режиме реального времени, сокращая время поиска парковки и уменьшая стресс, связанный с этим процессом.* |
| 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* | *Проект Park Finder решает основную часть проблемы поиска свободных парковочных мест в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой. Он предоставляет водителям инструмент для быстрого и эффективного поиска доступных парковочных мест в реальном времени, что существенно сокращает время, затрачиваемое на этот процесс.* |
| 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)*  | *Проблема поиска парковочных мест в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой непосредственно затрагивает водителей, которые ежедневно сталкиваются с трудностями нахождения свободных парковочных* |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | *Продукт Park Finder решает проблему поиска парковочных мест, предоставляя пользователям:**1. точную информацию: Мобильное приложение с использованием нейросетей анализирует видео и определяет наличие свободных парковочных мест в реальном времени.* *2. оптимизацию временных затрат на парковку: Пользователи получают возможность быстро найти свободное парковочное место, сокращая время поиска.**3. снижение стресса: Удобство в использовании приложения помогает водителям избежать стресса и неудобств, связанных с поиском парковки, что способствует улучшению общего опыта вождения.* |
| 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.* | *Продукт Park Finder ориентирован на водителей в городах с ограниченной парковочной инфраструктурой, где спрос на парковочные места значительно превышает их фактическое количество. В рамках Нижегородской области, где в 2022 году было зарегистрировано около 1,6 миллионов транспортных средств, из которых 1,4 миллиона – легковые автомобили, высокий спрос на парковку подчеркивает актуальность и потенциал приложения.* |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| * **Этап реализации**
* Формирование проффесиональной команды
* Разработка продукта
* Альфа-тестирование на ограниченном круге лиц
* Улучшение технических характеристик
* Установление партнерских соглашений
* Финансовое планирование
* Устранение проблем продукта
* **Этап завершения**
* Финальное тестирование
* Закрытие бюджета и всех схем
* Запуск продукта
* Рост, развитие, поддержание инфраструктуры, маркетинг
 |