**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ПГУ |
| --- | --- |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) |  |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | Акселерационная программа поддержки проектных команд и студенческих инициатив |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | “RuPlanet” | | | |
| **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.* | | | | | | Интерактивный платформа, направленный на развитие и продвижение туристического бизнеса в России | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем.  [Список технологических направлений >>](https://docs.google.com/document/d/1fZiZVf0jj817JjncvjfplbxaFjIO6Jk-bYueyyWvquQ/edit?usp=sharing) | | | |
| **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);  Подробнее о рынках НТИ: <https://nti2035.ru/markets/> | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | "Технологии хранения и анализа больших данных".  Необязательно для заполнения, при желании вы можете выбрать технологии из [Списка >>](https://docs.google.com/document/d/1vwlECVdkuY7c-L0QhRQLe0jlbZTGJ8O46v4SUp5I9Vo/edit?usp=sharing) | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | * UntiID — U1884499 * Leader ID — [https://leader-id.ru/users/5088823](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fleader-id.ru%2Fusers%2F5088823) * ФИО: Тихомирова Маргарита Николаевна * телефон: 89532392054 * почта: margo.tikhomirova02@mail.ru | | | |
| **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 | U1885489 | [https://leader-id.ru/users/6420649](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fleader-id.ru%2Fusers%2F6420649) | Пелихов Артем Денисович | Исследователь | | [artempelihov8864@gmail.com](mailto:artempelihov8864@gmail.com)  тел.: 89527563244 |  | Проект “Вузтобус” |
| 2 | U1885564 | [https://leader-id.ru/users/6422989](https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fleader-id.ru%2Fusers%2F6422989) | Алексеев Михаил Вадимович | Коммуникатор, визуализатор | | [Smeshkaaaaa@ya.ru](mailto:Smeshkaaaaa@ya.ru)  тел.: 89817617547 |  | Участник группы КВН “Игруши” |
| 3 |  |  |  |  | |  |  |  |

|  | **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* | 1. Цели проекта: 1) Создать простую в использовании интерактивную платформу, которая будет информировать и привлекать целевую аудиторию для туристических предприятий 2. Задачи проекта:   1) Собрать информацию о целевой аудитории проекта.  2) Выявить с какими трудностями они сталкиваются при поиске информации, покупке и продаже туристических услуг.  3) Разработать порядок создания веб-сайта, включая этапы и процессы.  4) Собрать необходимую информацию и ресурсы для создания сайта.  5) Создать дизайн сайта и разработать его функциональность.  6) Заполнить веб-сайт контентом, включая тексты, изображения и медиа-элементы.  7) Протестировать и оптимизировать веб-сайт перед запуском.  8) Зарегистрировать доменное имя и выбрать хостинг.  9) Запустить сайт и начать его продвижение.  10) Обеспечить регулярное обновление и поддержку веб-сайта.  11) Обеспечить потребителей надежной проверенной информацией.   1. Ожидаемые результаты:   1) Собрана информация о целевой аудитории проекта.  2) Выявлены проблемы целевой аудитории.  3) Разработан порядок создания веб-сайта, включая этапы и процессы.  4) Собрана необходимую информацию и ресурсы для создания сайта.  5) Создание сайта и приложения.  6) Сайт и приложение протестированы перед запуском.  7) Зарегистрировано доменное имя и выбран хостинг.  8) Запуск сайта и приложения.  9) Сайт и приложение регулярно обновляются и совершенствуются.  10) Вся информация на сайте проверена и достоверна.   1. Области применения результатов: на туристическом рынке 2. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать): Турагенства, туроператоры, работающие люди старше 18 лет. |
|  | **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* | В основе стартап-проекта лежат **«технологии хранения и анализа больших данных».**  Каждый день сайт будет генерировать большие объёмы данных: от информации о клиентах и их предпочтениях до данных о транзакциях и поведении пользователей на платформе. Системы сбора данных позволят нам эффективно собирать и хранить эту информацию для дальнейшего использования, в том числе *для подбора рекламы, с помощью которой мы будем получать доход.*  Эти технологии помогут решить одну из задач, а именно: обеспечение безопасности для всех участников платформы.  Также планируется использовать ИИ, для автоматизации рекламы, работы с отзывами и пр. |
| 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* | Наш проект решает проблемы двух сторон туристического рынка: производителей и потребителей туристических услуг.   1. Экономия времени на поиск информации 2. Проблема недостаточного продвижения туристических направлений внутри страны и на международном уровне 3. Проблема мошенничества в туристическом бизнесе (на сайте будут только проверенная информация) |
| 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.Физические лица: население старше 18 лет, уровень дохода средний и выше; упор на людей с активной жизненной позицией.    2. Юридические лица: турагенства, туроператоры, отели, музеи и пр.  Сектор рынка: B2B, В2С |
| 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* | Для реализации проекта используется: “Технологии хранения и анализа больших данных"- наборы данных, поступающих из разных источников: данные клиентов, отзывы на сайте, результаты опросов и т.д.  Искусственный интеллект — способность компьютера обрабатывать огромные объемы информации и находить в них закономерности. ИИ работает, имитируя мышление человека. Это позволяет ему выполнять поставленные задачи: проводить анализ, генерировать идеи, прогнозировать события. |

| 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.* | **Ключевые партнеры:** Рынок туристических услуг  **Потребительский сегмент:** а) Рынок туристических услуг: гостинцы, заведения общественного питания, экскурсоводы и гиды, транспортные компании, турагенства, туроператоры и пр.  б) граждане РФ старше 18 лет; иностранные граждане.  **Ценностное предложение:** RuPlanet - это единая информационная туристическая платформа, с нами вы сможете коснуться всех регионов страны.  **Ключевые ресурсы:** человеческие, финансовые, информационные, интеллектуальные.  **Ключевые виды деятельности:** развитие и поддержка цифровой платформы; реклама и продвижение.  **Взаимоотношения с клиентами:** персональное и автоматизированное ( с помощью ИИ) обслуживание, самообслуживание.  **Каналы сбыта:** с помощью сети интернет.  **Структура издержек:** 1) Расходы на маркетинг; 2) Налоги; 3) Расходы на поддержку и развитие сайта; 4) З/п сотрудников.  **Потоки поступления доходов:** 1)Реклама; 2)Проценты от продаж. |
| --- | --- | --- |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Travel ask.ru - наиболее похожий на наш проект. Имеет простой каталог, содержащий информацию о турах, отелях, транспорте и пр. Популярен среди пользователей по статистическим данным.  TRAVELATA - продают зарубежные и российские туры. Гарантируют лучшие цены и безопасность.  ЯНДЕКС.ПУТЕШЕСТВИЯ - не содержат информацию о турах. Удобно бронировать отели и планировать поездки. Популярен среди пользователей.  OZON TRAVEL - популярен среди пользователей.  [Russia.Travel - хорошее оформление сайта, простая и понятная система каталога. Имеет сходство с идеей нашего проекта. Не продает туры и прочее. Содержит информацию о достопримечательностях, советы для туристов. Не слишком популярен у пользователей.](https://russia.travel/?erid=) |
| 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* | 1. Люди тратят много времени на поиск информации о туристических услугах. На сайте/в приложении RuPlanet они смогут ознакомиться со всеми туристическими предложениями, имеющимися на территории нашей страны. Смогут выбрать оптимальное для них по финансам и желаниям предложение или самостоятельно построить маршрут, заказав автобус/отель и пр. 2. У производителей тур. рынка будет возможность рассказать о своём продукте/услуге, разместив своё объявление/рекламу на сайте/в приложении. |
| 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?   Проект может быть реализован потому, что для его создания будут использоваться уже существующие технологии и сервисы, а также на рынке имеется персонал, способный обеспечить работу проекта.   1. В чем полезность и востребованность вашего проекта по сравнению с другими?   Наш проект будет иметь много общего с другими сайтами данного направления, но больший упор будет на визуализацию информации. Также, по сравнению с другими, у нас пользователи смогут рассказать другим о своем опыте путешествий в личном кабинете/странице с помощью блога/фото/видео или оставив отзыв.   1. Как вы думаете, почему ваш проект будет прибыльным?   Наш проект будет прибыльным потому, что он будет полезен для людей.  На данный момент нет единого централизированного сайта для туристического бизнеса.   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.).   Наш бизнес будет устойчивым потому, что у нас много потенциальных клиентов. |
|  | **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* | Технические параметры продукта:  язык программирования JavaScript, HTML и CSS, ИИ. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей)*  *стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | Форма собственности: ООО  Уставный капитал: 10000  Состав организации:   1. **Руководители:** генеральный директор, руководители отделов. 2. **Отделы по направлениям:** В эту категорию входят отделы разработки, технической поддержки, маркетинга и финансов.   Распределение долей:Основные доли принадлежат основателям проекта.  Форма собственности претендента: частная собственность  Совет директоров: включает основателей проекта и одного представителя инвесторов  Финансовые параметры:  1) Инвестиционные затраты: 1 000 000 руб.  2) Постоянные расходы: ~153 700 руб.  3) Выручка (мес.): ~100-200 тыс. руб. |

| 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) На платформе будут только российские компании.  2) Каталог сайта, представленный в виде карты России, разбитый по регионам.  3) Личный кабинет, наподобие страницы в соц. сетях;  4) Возможность вести свой блог;  5) Централизованная информация о туристических услугах. |
| --- | --- | --- |
| 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* | В нашем продукте будут использоваться “Технологии хранения и анализа больших данных".  Краткая структура сайта: главная страница; Craftum, форма обратной связи и навигация по страницам; личные кабинеты для двух клиентских сегментов (потребителей и производителей туристических услуг); два вида каталогов: карта-каталог и классический каталог, расположенный в верхнем разделе; рекламные блоки, блог/лента новостей и пр.; **Для администраторов**: работа с текстовым редактором и медиафайлами, настройка URL, добавление разных модулей и плагинов, статистика по сайту. |
| 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* | Уровни готовности технологии:  TRL 1 – Утверждение и публикация базовых принципов технологии |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Социально-экономический аспект:  Увеличение вклада внутреннего туризма в ВВП России; привлечение иностранных туристов; развитие и открытие новых туристических предложений/услуг; борьба с мошенничеством в тур. бизнесе; централизация информации и более эффективный поиск. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | **Клиент:** В2В  **Каналы продвижения нашего продукта:**  *1)бесплатные онлайн:* Партнерские/реферальные программы (переходы с других платформ/сайтов), E-mail рассылка, Рекомендации от экспертов, Форумы и тематические сайты;  *2) бесплатные офлайн:* Кроссмаркетинг/ партнерство, Поиск и обзвон бесплатных/партнерских контактных баз, Сарафанное радио/ виральность;  *3) платные онлайн:* Контекстная реклама на Яндекс и Гугл, Размещение в социальных сетях у отраслевых экспертов (смотрим не количество лайков, а охват), SEO - поисковая оптимизация сайта.  **Клиент:** В2С  **Каналы продвижения:**  *1)бесплатные онлайн:* Личные аккаунты в социальных сетях (Vk, Тг, Instagram и тд), Группы в социальных сетях (бизнес-аккаунты Vk, Тг, Instagram и тд), Лидеры мнений, E-mail рассылка, Форумы и тематические сайты, Партнерские/реферальные программы (переходы с других платформ/сайтов).  *2) бесплатные офлайн:* Таргетинг в социальных сетях, Контекстная реклама на Яндекс и Гугл, Размещение в социальных сетях у блогеров (смотрим не количество лайков, а охват), SEO - поисковая оптимизация сайта.  *3) платные онлайн:* Кроссмаркетинг/ партнерство, Сарафанное радио/ виральность.  *4) платные офлайн:* Расклейка объявлений, Размещение в лифтах, Размещение на радио, тв, Брендированная зона у партнера. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Через сеть интернет (осуществляется селективная политика сбыта с помощью партнёров (турагенств), с которыми заранее были оговорены условия и схемы предоставления услуг). |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Проект помогает решить проблемы как потребителей так и производителей.  В настоящий момент в нашей стране нет удобного сервиса, который поможет потребителям надёжно и основательно продумать все аспекты своего путешествия. В то же время, турагентства не всегда имеют лицензии/возможности продвигать свои услуги в широких масштабах и в единой системе.  Создание сайта и приложения поможет создать общую базу с данными, благодаря которой потребители смогут быстро и досконально продумать своё путешествие, не имея возможности наткнуться на мошеннические и преступные схемы, а производители в свою очередь получат возможность легализованно предоставлять свои услуги и продвигать их в большем масштабе. |
| 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* | Воплощение нашего проекта поможет в решении всех приведённых проблем за счёт тщательно продуманной системы и при участии компетентных лиц, занимающихся решением данных проблем. |

| 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)* | Выявленные проблемы имеют как социальный, так и экономический аспект. Мы выделили некоторые из них:  1) Экономия времени на поиск информации - на данный момент в сети интернет содержится большое количество неструктурированной информации, что осложняет поиск.  2) Проблема недостаточного продвижения туристических направлений внутри страны и на международном уровне - в настоящее время доля внутреннего туризма хоть и выросла в связи с политической ситуацией, но эта проблема до сих пор актуальна.  3) Проблема мошенничества в туристическом бизнесе - нередко люди находясь в поиске недорогого тура становятся жертвой недобросовестных агентств.  Мотивация: потенциальные потребители заинтересованы в решении этих проблем, т. к. они хотят:  а) Сэкономить свое время и получить более полную информацию о всех туристических предложениях в стране;  б) Обеспечить себе комфортный и безопасный отдых;  в) Рассказать о своих услугах;  г) Узнать/увидеть что-то новое.  Возможности решения проблем:  1) Благодаря карте-каталогу на сайте будет облегчен поиск информации;  2) Продвижение туристических направлений будет осуществляться с помощью рекламы, а также с помощью использования других ресурсов и возможностей сайта;  3) Мы будем сотрудничать только с проверенными турагенствами, поэтому наши пользователи будут защищены от мошенников и недобросовестных агентств.  Каналы сбыта: через сеть интернет и партнерские контакты. |
| --- | --- | --- |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | 1) С помощью простой каталогической системы пользователи смогут сэкономить время на поиск информации. С помощью приложения/сайта “RuPlanet” потребители смогут детально настроить параметры под свои нужды (благодаря системе фильтрации и службе поддержки)  2) Проблема недостаточного продвижения туристических направлений внутри страны будет решена при помощи рекламы и карты-каталога.  3) Решение проблемы мошенничества в туристическом бизнесе: а) Обязательная регистрация на сайте для туристических организаций, их дальнейшая проверка; б) безопасная онлайн оплата и пр. |
| 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.* | Доля рынка проекта по расчетам равна ~ 8,7 млн., но конечный результат будет зависеть от его востребованности у пользователей. Проект имеет все шансы занять свою нишу, т. к. его идея отвечает современным трендам, а именно: поручение президента о создании единой цифровой платформы в сфере туристических услуг и создании туристической инфраструктуры к 2030 году.  Потенциальные возможности масштабирования бизнеса:   1. Географическое: благодаря переводу сайта и приложения на другие языки, мы сможем привлечь иностранных туристов, что поспособствует увеличению доли рынка. 2. Расширение сообщества: создание активного комьюнити вокруг платформы, где пользователи смогут делиться впечатлениями и опытом. Это поможет привлечь новых пользователей. 3. Маркетинг: использование социальных сетей, мессенджеров и цифрового маркетинга для продвижения проекта поспособствует увеличению осведомленности о нем, тем самым позволит охватить больший объем потенциальных пользователей. 4. Размещение интерактивной панели в аэропортах и вокзалах страны: направлено на то, чтобы помочь сориентироваться приезжим иностранным или местным (российским) гражданам. С помощью панели они смогут совершить простейшие денежные операции: купить билет на транспорт, заказать номер в отеле и прочее (за некоторым исключением). Она также будет содержать “ссылку” на платформу RuPlanet, что также поспособствует продвижению проекта. 5. Расширение функционала сайта: внедрение дополнительных услуг. Например: персональная реклама для туристических предприятий |