**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 Будущего |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |
| --- |
|  **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | Название стартап-проекта\* | StudentTravel |
| 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- 919152- Бородина Дарья Сергеевна- + 7 (915) 088-65-43- daria.d-borodina@yandex.ru |
| 7 | Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Unti ID** | **Leader ID** | **ФИО** | **Роль в проекте** | **Телефон,****почта** | **Опыт и****квалификация****(краткое****описание)** |
| 1 |   |   | Волкова Елизавета Алексеевна | администратор | +7 (985) 388-54-04 vvolkova.lisa@gmail.com | обладание актуальными системными знаниями в области технико-технологической, экономической и управленческой составляющих, организация в проектов в рамках Государственного университета управления, опыт в контрактной деятельности, знание докуменооборота |
| 2 |   |   | Жаркова Анжелика Вячеславовна | администратор | +7 (937) 727-08-80zharkova12072001@gmail.com  | навыки финансового анализа предприятий, понимание финансово-кредитного механизма, в частности, его методы и инструменты; анализ различных видов рынков, организация проектов в рамках Государственного университета управления |

 |
|  **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 | ***StudentTravel*** - это мобильное приложение, которое упрощает процесс планирования и осуществления путешествий для студентов и работников промышленных организаций. Оно предлагает широкий спектр функций, которые помогут пользователям сэкономить время, деньги и усилия при планировании поездок, а также выбрать уникальные оздоровительные программы.***Цели проекта:***· Создание удобного и функционального мобильного приложения для планирования и осуществления бюджетных путешествий.· Снижение затрат студентов и работников промышленных организаций на планирование поездок.· Повышение качества планирования путешествий студентам и работникам промышленных организаций.· Увеличение удовлетворенности студентови работников промышленных организаций процессом организации поездок.· Расширение возможностей для студентов и работников промышленных организаций в плане путешествий.· Предоставление расширенных возможностей для оздоровительных и насыщенных путешествий студентам и работникам промышленных организаций.***Задачи проекта:***· Разработка архитектуры мобильного приложения и его пользовательского интерфейса.· Интеграция с различными сервисами для упрощения процесса планирования путешествия.· Создание функционала для отслеживания расходов на путешествия и анализа экономии средств.· Разработка системы рекомендаций на основе истории поездок пользователя.· Обеспечение безопасности и надежности хранения персональных данных пользователей.· Продвижение мобильного приложения среди целевой аудитории.***Ожидаемые результаты:***· Успешная разработка и запуск мобильного приложения StudentTravel.· Привлечение значительного числа пользователей среди студентов и работников промышленных организаций.· Получение положительных отзывов от пользователей о функциональности и удобстве приложения.· Расширение партнерской сети с сервисами для путешествий.· Увеличение числа студентов и работников промышленных организаций, использующих мобильное приложение для организации своих поездок.· Долгосрочное сотрудничество с вузами и промышленными организациями для усиления лояльности пользователей приложения. ***Области применения результатов:***· Образование: студенты могут использовать приложение для планирования своих учебных поездок и обмена опытом с другими студентами. Работники промышленных организаций могут планировать свои поездки, связанные с повышением квалификации в другой местности или с командировками.· Туризм: приложение может быть полезно для студентов, планирующих свои путешествия во время каникул или после окончания учебы. Работники промышленных организаций могут планировать свои путешествия во время отпуска.· Культура: приложение может помочь студентам и работникам промышленных организаций найти интересные места для посещения во время путешествий.· Здоровье: приложение имеет расширенный вариант оздоровительных поездок в местности с благоприятными для физического и ментального здоровья условиями. ***Потенциальные потребительские сегменты:***· Студенты, планирующие учебные поездки.· Студенты, путешествующие во время каникул.· Студенты, интересующиеся культурным туризмом.· Родители студентов, помогающие своим детям в планировании путешествий.· Работники промышленных организаций, находящиеся в отпуске.· Работники промышленных организаций, направленные в другую местность на повышение квалификации. · Работники промышленных организаций на дистанционном повышении квалификации, что позволяет путешествовать.· Работники промышленных организаций и студенты, выбирающие отдых с целью поддержания организма в здоровом состоянии и сохранения баланса между физическим и духовным состояни. |
| **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 | ***Продукт:*** мобильное приложение StudentTravel***Описание:*** мобильное приложение, предназначенное для оптимизации процесса планирования, организации и осуществления путешествий студентами и работниками промышленных организаций. Включает в себя широкий спектр функций для экономии времени, денег и усилий при планировании и осуществлении поездок. |
| 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 | ***Проблема:*** сложная и трудоемкая организация путешествий двум основным категориям: студентам и работникам промышленных организаций.***Потребители:*** студенты и молодые люди, планирующие путешествия в личных или образовательных целях; работники промышленных организаций. |
| 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.) |  **Студенты, планирующие учебные поездки**Демографические данные: преимущественно молодые люди (студенты) в возрасте от 18 до 25 лет.Вкусы: образовательные материалы, карты, путеводители и другие ресурсы для путешествий.Уровень образования: различный, от бакалавриата до аспирантуры.Уровень потребления: средний, не готовы платить большие средства за образовательные ресурсы и инструменты для путешествий. **Студенты, путешествующие во время каникул**Демографические данные: преимущественно молодые люди (студенты) в возрасте от 18 до 25 лет.Вкусы: туристические пакеты, билеты на транспорт, проживание и другие услуги для путешествий во время каникул.Уровень образования: различный, от средней школы до аспирантурыУровень потребления: средний и выше среднего, готовы платить за качественные образовательные ресурсы и инструменты для путешествий.**Работники промышленных организаций, планирующие отпуск**Демографические данные: мужчины и женщины от 20 до 50 лет.Вкусы: туристические пакеты, билеты на транспорт, проживание и другие услуги для путешествий во время во время отпуска. Ценят комфорт, тихую обстановку, но насыщенную программу и широкий спектр предоставляемых услуг.Уровень потребления: средний и выше среднего, готовы платить за качество.**Студенты и работники промышленных организаций, планирующие оздоровительный отдых** Демографические данные: широкий спектр мужчин и женщин от 18 до 50 лет.Вкусы: благоприятные для здоровья природно-климатические условия, антистрессовые и косметологические программы, фитнес и спа-терапия, а также уникальные, трендовые направления в индустрии оздоровительного досуга.Уровень образования: различный, от средней школы до аспирантуры.Уровень потребления: выше среднего, готовы платить за качественные и уникальные услуги в сфере оздоровительного туризма. **Студенты и работники промышленных организаций, интересующиеся культурным туризмом**Демографические данные: студенты и работники промышленных организаций, интересующиеся культурой и историей посещаемых мест.Вкусы: ресурсы, связанные с культурой, историей и искусством посещаемых мест, могут включать книги, фильмы, музыку и другие произведения искусства.Уровень образования: зависит от уровня интереса к культуре и истории, но может варьироваться от средней школы до аспирантуры или даже выше.Уровень потребления: различный, зависит от индивидуальных предпочтений и финансовых возможностей, но готовы платить за высококачественные культурные ресурсы и туристические услуги.**Родители студентов**Характеристики: родители, которые хотят помочь своим детям в организации учебных поездок или каникул, обеспечивая им доступ к ресурсам для путешествий и проживания |
| 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 | Научно-техническое решение: разработка мобильного приложения для оптимизации процесса организации путешествий студентами и работниками промышленных организаций.**Использование разработок:**1. Архитектура мобильного приложения: использование существующих платформ разработки мобильных приложений, таких как Android Studio или Xcode, для создания архитектуры приложения.2. Пользовательский интерфейс: использование готовых шаблонов и компонентов пользовательского интерфейса для создания интуитивно понятного и удобного интерфейса приложения.3. Интеграция с сервисами бронирования: использование API существующих сервисов бронирования для интеграции с мобильным приложением.4. Отслеживание расходов: использование готовых инструментов для анализа расходов и составления отчетов.5. Система рекомендаций: использование алгоритмов машинного обучения для создания системы рекомендаций на основе истории путешествий пользователя.6. Безопасность и надежность: использование современных методов шифрования и защиты данных для обеспечения безопасности персональных данных пользователей.7. Продвижение: использование маркетинговых стратегий и инструментов для продвижения мобильного приложения среди потенциальных пользователей. В случае необходимости, могут быть привлечены существующие специалисты в области разработки мобильных приложений или использованы сторонние компании для разработки и поддержки приложения. Также рассматривается вариант партнерства с вузами и промышленными организациями для вовлечения целевой аудитории. |
| 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. | Монетизация мобильного приложения StudentTravel будет осуществляться за счет продажи подписок на использование основных функций приложения, а также за счет рекламы. Пользователи смогут оплачивать подписки через встроенные покупки в приложении. Для привлечения пользователей планируется использовать таргетированную рекламу в социальных сетях и на других платформах, а также сотрудничество с популярными блогерами, студентами и промышленными организациями. В качестве партнеров планируется привлекать сервисы по бронированию отелей, покупке билетов и другие туристические компании. |
| 14 | Основные конкуренты\*Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5) | 1. Skyscanner
2. TripAdvisor
3. Aviasales
4. Booking
5. [Hotels.com](http://hotels.com/)
6. Суточно
 |
| 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 | Наше ценностное предложение заключается в том, что наше мобильное приложение Student Travel упрощает процесс планирования, организации и осуществления поездок для студентов и сотрудников промышленных организаций. Выбрана узконаправленная целевая аудитория, что позволяет конкретизировать специфику предоставляемых услуг и направлений, интересующих именно наших пользователей. Мы предлагаем широкий спектр функций, которые позволяют экономить время, деньги и усилия при планировании путешествий. Кроме того, наше приложение обеспечивает доступ к информации о различных видах транспорта, местах проживания и мероприятиях, что позволяет студентам и работникам промышленных организаций выбирать наиболее подходящие варианты для своих поездок. |
| 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 | **Обоснование реализуемости:**Конкурентные преимущества: мобильное приложение Student Travel предлагает ряд уникальных функций, которые упрощают процесс планирования и организации путешествий для студентов и работников промышленных организаций. Это включает в себя инструменты для поиска и сравнения различных видов транспорта, жилья и мероприятий, что позволяет пользователям находить наиболее подходящие варианты для их поездок. Наличие уникальных РИД: мобильное приложение обладает уникальным дизайном и функциональностью, что отличает его от других подобных приложений на рынке. Индустриальные партнеры: стартап планирует сотрудничать с туристическими агентствами и сервисами по бронированию, чтобы расширить возможности пользователей приложения. Доступ к ограниченным ресурсам: стартап имеет доступ к экспертам в области туризма и разработки мобильных приложений, что поможет создать качественное и полезное приложение.Обоснование потенциальной прибыльности бизнеса:– Дешевизна: мобильное приложение будет доступно для скачивания бесплатно, но пользователи смогут приобрести подписку для доступа к дополнительным функциям. – Востребованность: продукт будет актуален для студентов, которые путешествуют в образовательных, оздоровительных или культурных целях, а также для сотрудников промышленных организаций, которым будет представлена возможность качественно спланировать отпуск по оздоровительным или культурным направлениям. – Уникальность: приложение Student Travel будет уникальным на рынке мобильных приложений для студентов и работников промышленных организаций, предлагая широкий спектр функций и возможностей для организации поездок. |
| **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:***1. Удобный и интуитивно понятный для пользователей интерфейс. Приложение должно иметь простой и удобный интерфейс, позволяющий пользователям легко и быстро находить информацию о доступных направлениях для путешествий.2. Широкий спектр функций для планирования и организаций поездок. Приложение включает в себя инструменты для поиска и сравнения различных видов транспорта, жилья и мероприятий, что позволяет пользователям находить наиболее подходящие варианты для их поездок в режиме реального времени.3. Мобильное приложение для iOS и Android. Приложение является наиболее удобный и обособленной платформой для поставленных задач, что позволит реализовывать планы по предстоящему путешествию, не прибегая к длительному поиску в интернете.4. Система рекомендаций на основе предпочтений пользователя. Приложение предоставляет возможность фильтровать и сортировать результаты поиска в соответствии с их конкретными потребностями и предпочтениями. Также пользователям с историей поездок будут предоставлены дальнейшие предложения на основе предыдущих запросов.5. Система бронирования: Приложение должно предоставлять возможность пользователям бронировать билеты и место проживания непосредственно через приложение, что упрощает процесс организации путешествий.6. Соответствие тематическому направлению: туризм и путешествия.7. Интеграция с другими платформами и сервисами. Приложение может интегрироваться с другими популярными платформами и сервисами по бронированию жилья, билетов и другими туристическими компаниями.8. Безопасность данных. Приложение обеспечит безопасность и конфиденциальность пользовательских данных, таких как личная информация и платежные данные.9. Возможность оплаты подписок через встроенные покупки и поддержка нескольких языков. Приложение поддерживает несколько языков, что делает его доступным для пользователей со всего мира. |
| 18 | Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности | ***Организационные и финансовые параметры:***– Создание мобильного приложения будет осуществляться командой разработчиков из 5 человек. – Для разработки приложения планируется привлечь инвестиции в размере 500 000 рублей. – Расходы на маркетинг и продвижение приложения составят 200 000 рублей в месяц. – Планируется, что мобильное приложение будет приносить прибыль после продажи 1 000 подписок. ***Производственные параметры:***– Разработка мобильного приложения будет осуществлена в течение 3 месяцев. – Тестирование и отладка приложения займет еще 1 месяц. – После запуска приложения планируется активно привлекать новых пользователей с помощью маркетинговых кампаний.***Финансовые параметры:***– Инвестиции в разработку приложения: 850 тыс. рублей – Расходы на маркетинг: 200 тыс. рублей в месяц – Планируемая прибыль: после продажи 1 тыс. подписок |
| 19 | Основные конкурентные преимущества\*Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества всравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.) | Широкий спектр функций: наше приложение предлагает множество функций для планирования, организации и управления поездками, что упрощает процесс путешествий для студентов и работников промышленных организаций. Интеграция с другими сервисами: мы интегрированы с другими популярными туристическими сервисами, что позволяет пользователям получать доступ к более широкому спектру услуг. Система рекомендаций: мы разработали систему рекомендаций, которая помогает пользователям находить наиболее подходящие варианты поездок на основе их предыдущих запросов и предпочтений. Удобство использования: мы уделили большое внимание удобству использования нашего приложения, сделав его интуитивно понятным и простым в использовании. Поддержка нескольких языков: наше приложение поддерживает несколько языков, что делает его доступным для пользователей со всего мира. |
| 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 | Научно-техническое решение для создания продукта: разработка мобильного приложения Student Travel для оптимизации процесса планирования и организации студенческих поездок.Технические параметры:– Мобильное приложение будет доступно на платформах Android и iOS. – Приложение будет включать в себя широкий спектр функций для организации путешествий, включая поиск и сравнение различных видов транспорта, проживания и мероприятий. – Будет интегрировано с другими популярными сервисами и платформами, такими как [Booking.com](http://booking.com/), Tripadvisor и Airbnb. – Система рекомендаций будет основана на истории путешествий пользователя и его предпочтениях. – Оплата подписок будет осуществляться через встроенные покупки, а для привлечения пользователей будет использована таргетированная реклама. |
| 21 | «Задел». Уровень готовности продукта TRLНеобходимо 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 | Стартап имеет хороший уровень готовности (TRL 3-4) по итогам акселерационной программы. Были проработаны основные организационные и кадровые вопросы, создана команда специалистов. Также были определены основные направления развития и получены необходимые теоретические и практические знания для дальнейшей работы. были проработаны организационные и кадровые вопросы, сформирована команда специалистов, определены основные направления деятельности и получены необходимые знания и навыки для успешного ведения бизнеса. Материальная база стартапа также была усовершенствована, что позволяет перейти к следующему этапу развития проекта - созданию прототипа продукта и тестированию его на реальных потребителях. |
| 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 | – ***Социальные сети:*** студенты проводят много времени в социальных сетях, поэтому реклама в них может быть очень эффективной. – ***Блоги и форумы***: студенты и работники промышленных организаций часто ищут информацию о путешествиях на блогах и форумах. Мы планируем размещать рекламу на популярных блогах и форумах. – ***Партнерские программы:*** мы планируем сотрудничать с другими компаниями, предлагающими услуги для студентов и работников промышленных организаций, такими как хостелы, общежития и транспортные компании. – ***Таргетированная реклама:*** мы будем использовать социальные сети для таргетированной рекламы нашего приложения.***– ВУЗы и промышленные организации:*** мы планируем сотрудничество с конкретными вузами и промышленными организациями, заинтересованными в продвижении нашего приложения в обмен на бонусы и льготы. |
| 24 | Каналы сбыта будущего продукта\*Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора | – Официальный сайт продукта – Мобильное приложение – Партнерские площадки – Прямые продажиВыбор каналов обусловлен популярностью данных каналов у целевой аудитории, их доступностью и эффективностью. |
|  **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | Описание проблемы\*Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9 | Студенты и работники промышленных организаций часто сталкиваются с проблемами при планировании своих поездок. Они не знают, как выбрать подходящий вид транспорта, где остановиться и какие мероприятия посетить. Все это может занять много времени и сил, которые они, как правило, не готовы тратить на планирование отдыха. Наше мобильное приложение поможет студентам и работникам промышленных организаций сэкономить время и деньги, предоставляя им всю необходимую информацию для планирования поездок. |
| 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 | Стартап Student Travel решает проблему студентов и работников промышленных организаций, связанную с планированием и организацией поездок. Он предоставляет пользователем инструменты для поиска и сравнения различных видов транспорта, жилья и мероприятий, что позволяет им находить наиболее подходящие варианты для их поездок. Приложение также обеспечивает доступ к информации о мероприятиях и местах, которые стоит посетить. Более того, особое внимание уделяется оздоровительному отдыху, который в последнее время набирает большую популярность, но все еще не предоставлен в полной мере на известных площадках бронирования. |
| 27 | «Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\* Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. п. 9, 10 и 24) | Потенциальными потребителями нашего приложения являются студенты и работники промышленных организаций, которые путешествуют в образовательных, оздоровительных или культурных целях. Они сталкиваются с проблемой планирования своих поездок, и наше приложение поможет им сэкономить время и усилия, предоставляя всю необходимую информацию в одном месте. |
| 28 | Каким способом будет решена проблема\*Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой | Наше мобильное приложение Student Travel поможет студентам и работникам промышленных организаций решить проблему планирования и организации поездок, предоставляя им инструменты для поиска, сравнения и бронирования различных видов транспорта, размещения и мероприятий. Система рекомендаций на основе истории поездок и предпочтений пользователя позволяет находить наиболее подходящие варианты путешествий. Доступ к информации о предстоящих мероприятиях и интересных местах поможет пользователям планировать свой маршрут и провести время с максимальной пользой. |
| 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. | Рынок мобильных приложений для студентов и работников промышленных организаций имеет большой потенциал для роста, так как все больше студентов путешествуют по всему миру для учебы, работы или отдыха. Наше приложение Student Travel может занять значительную долю на этом рынке благодаря своим уникальным функциям и возможностям. Мы также планируем активно расширять нашу базу пользователей за счет привлечения новых пользователей и улучшения маркетинговых стратегий. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| 1. Разработка прототипа продукта: создание рабочего прототипа продукта, который будет протестирован на реальных пользователях. Это поможет выявить недостатки и улучшить качество продукта.
2. Тестирование прототипа: проведение тестирования прототипа на небольшой группе пользователей, чтобы получить обратную связь и улучшить его функциональность.
3. Расширение команды: добавление в команду новых специалистов, которые помогут развивать проект и улучшать продукт.
4. Привлечение инвестиций: продолжение поиска инвесторов, которые могут помочь финансировать развитие проекта.
5. Создание маркетинговой стратегии: разработка стратегии продвижения продукта на рынке, чтобы привлечь больше пользователей.
6. Запуск продукта на рынок: после успешного тестирования и получения обратной связи от пользователей, запуск продукт на рынок.
7. Развитие продукта: совершенствование и развитие продукта, учитывая пожелания пользователей и новые технологии (мы будем работать над улучшением системы рекомендаций, чтобы она могла предлагать более точные и полезные рекомендации для пользователей. Кроме того, мы будем продолжать улучшать интерфейс приложения и работать над его производительностью)
8. Расширение рынка: поиск новых рынков для своего продукта и расширение целевой аудитории.
 |