**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| 1 | *Название стартап-проекта* | Приложение для помощи сиротским домам |
| 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. |  |
| 3 | Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ | Edunet |
| 4 | Рынок НТИ | Edunet |
| 5 | Сквозные технологии | Промышленный интернет, система распределенного реестра(блокчейн), большие данные |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | Лидер стартап-проекта  4665343  Соловьева Мария Павловна  8 926 354 13 92  [eiramour@mail.ru](mailto:eiramour@mail.ru) | - Unti ID  - Leader ID  - ФИО  - телефон  - почта |
| 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 |  | 4665169 | Андреева Анна Дмитриевна | Мотиватор | 8 926 715 57 65  [Marsofa8@yandex.ru](mailto:Marsofa8@yandex.ru) |  |  | | 2 |  | 4501219 | Герасимчук Виктория Алексеевна | Реализатор | 8 915 488 75 84  [vikahuk@gmail.com](mailto:vikahuk@gmail.com) |  |  | | 3 |  | 4665443 | Мамонова Ольга  Денисовна | Специалист | 8 917 134 82 84  [olya.mamonova.02@mail.ru](mailto:olya.mamonova.02@mail.ru) |  |  | | 4 |  | 4665343 | Соловьева Мария  Павловна | Лидер проекта | 8 926 354 13 92  [eiramour@mail.ru](mailto:eiramour@mail.ru) |  |  | | |
|  | **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 | Приложение адресной и прозрачной помощи детским домам, с помощью которого любой человек может осуществить благотворительную деятельность с наименьшей затратой времени, благодаря сотрудничеству с логистической компанией. В приложении можно будет не только отслеживать доставлены ли выбранные товары до места назначения, но и жертвовать деньги. Также на нашей платформе размещают свои товары аптеки, книжные, магазины одежды и канцтоваров.  Благодаря нашему приложению, которое даёт гарантию доставки товара до адресата, люди станут больше заниматься благотворительностью, а дети смогут получать большую материальную и финансовую поддержку |
|  | **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 | Приложение адресной и прозрачной помощи детским домам, с помощью которого любой человек может осуществить благотворительную деятельность с наименьшей затратой времени, благодаря сотрудничеству с логистической компанией. В приложении можно будет не только отслеживать доставлены ли выбранные товары до места назначения, но и жертвовать деньги. Также на нашей платформе размещают свои товары аптеки, книжные, магазины одежды и канцтоваров. |
| 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 проблему доверия к благотворительным фондам. Т.е. люди, которые хотят заняться благотворительностью, но не понимают как деньги доходят до адресатов или не знают, как все это работает, смогут скачать наше приложение, где все прозрачно и честно |
| 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.) | проект сделан для физических лиц: людей возрастом от 20 до 60 лет, которые любят детей и благотворительность, но не имеют достаточно свободного времени, чтобы лично посещать детские дома. Люди, имеющие постоянную работу и стабильный заработок, который покрывает базовые потребности и даёт возможность участвовать в благотворительности. |
| 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 будет создан в виде специального приложения, которое будет доступно на всех площадках |
| 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. | 1) на нашей платформе за определенную плату будут размещать свои товары магазины-посредники  2) получение процента с ежемесячной подписки на пожертвования |
| 14 | Основные конкуренты\*  Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5) | Данный проект не имеет аналогов на рынке, существуют только благотворительные фонды, которые не могут дать гарантию о том, что благотворительная сумма или товары дошли до адресата |
| 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 | Мы предлагаем совершенно новый и уникальный продукт. Наше приложение будет удобно и понятно в использовании, а так же будет нести пользу обществу. Простой формат приложения и подробный отчет о проделанной благотворительности поможет людям лучше понимать систему. |
| 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 | На 2021 год в России числятся 37 тысяч детей-сирот. Государство не может полностью покрыть нужды детей, детским домам не хватает финансирования, поэтому дети получают всего 100р в месяц, что не позволяет им чувствовать себя полноценно. Более того люди меньше жертвуют деньги в детские дома из-за недоверия благотворительным организациям. Благодаря нашему приложению, которое даёт гарантию доставки товара до адресата, люди станут больше заниматься благотворительностью, а дети смогут получать большую материальную и финансовую поддержку |
|  | **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 | Приложение адресной и прозрачной помощи детским домам, с помощью которого любой человек может осуществить благотворительную деятельность с наименьшей затратой времени, благодаря сотрудничеству с логистической компанией. В приложении можно будет не только отслеживать доставлены ли выбранные товары до места назначения, но и жертвовать деньги. Также на нашей платформе размещают свои товары аптеки, книжные, магазины одежды и канцтоваров. |
| 18 | Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*    Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности | Основные бизнес-процессы:  1. Технические процессы развития продукта:  - создание сервера хранения данных;  - написание кода приложения;  - подготовка дизайна приложения  - поиск магазинов и сиротских домов- партнёров;  2. Организационные бизнес-процессы (отношения с потребителем):  -предоставление пробных версий приложения для привлечения начальной аудитории;  - запуск рекламной кампании;  - сбор и обработка обратной связи от пользователей продукта |
| 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) это первый продукт такого типа на рынке 2) удобное приложение, которым может пользоваться каждый желающий  3) качественная помощь сиротским домам |
| 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 | чтобы создать проект, нужно набрать команду программистов, дизайнеров, IT-специалистов, которые введут проект в деятельность |
| 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 | в настоящее время у проекта существует только идея, прописаны возможные риски, рассчитана примерная сумма проекта и необходимое финансирование |
| 22 | Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\* | Edunet предполагает направленность продукта стартапа на образование потребителя. В нашем приложении будут размещены: канцтовары, учебные пособия и книги, что способствует формированию развития детей |
| 23 | Каналы продвижения будущего продукта\*    Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения | используется стратегия дифференциации (Компания предлагает товары или услуги, которые отличаются от аналогичных у конкурентов, и делает акцент на этом отличии) Это может быть дифференциация по продукту, сопутствующему сервису или имиджу. Мы предлагаем абсолютно новый способ благотворительности |
| 24 | Каналы сбыта будущего продукта\*    Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора |  |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | Описание проблемы\*    Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9 | В наше время люди практически не занимаются благотворительностью, поскольку не доверяют благотворительным фондам и не верят, что деньги могут доходить до мест в полном объёме |
| 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 | Наш проект может решить эту проблему. Это приложение, где все будет честно: товары обязательно можно будет отследить по картам, когда товар приедет в назначенный пункт, будет приходить фотоотчет о том, что товар на месте( так же и с денежными переводами будет обязательно приходить фотография о поступлении средств). Таким образом, люди будут больше доверять благотворительности и смогут ей заниматься постоянно |
| 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) | Связь между проблемой и потребителем проста: люди не доверяют благотворительным фондам и поэтому не занимаются благотворительностью |
| 28 | Каким способом будет решена проблема\*    Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой | Наше приложение поможет решить проблему с благотворительностью (пункт 26) |
| 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. | Проект будет обладать хорошим спросом, благодаря актуальности проблемы обеспечения сиротских домов и прозрачной работы приложения |

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Календарный план проекта:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  этапа | Название этапа календарного плана | Длительность этапа, мес. | Стоимость, руб. |
| 1 | Первичная оценка идеи | 04.03.2023-10.03.2023 | 0 |
| 2 | Оценка рисков | 04.03.2023-11.03.2023 | 0 |
| 3 | Экспертная оценка с IT стороны | 11.03.2023-13.03.2023 | 90 тыс |
| 4 | Формирование бюджета | 10.03.2023-13.03.2023 | 0 |
| 5 | Поиск спонсоров | 04.03.2023-02.04.2023 | 0 |
| 6 | Поиск и найм необходимого персонала (зарплата) | 13.03.2023-20.03.2023 | 330 тыс |
| 7 | Ведение переговоров с посредниками | 14.03.2023-12.04.2023 | 0 |
| 8 | Установление дедлайнов | 20.03.2023-21.02.2023 | 0 |
| 9 | Подписание договоров | 20.03.2023-22.03.2023 | 20 тыс |
| 10 | Разработка интеграционных схем взаимодействия приложения с другими системами | 25.03.2023-03.05.2023 | 10 тыс |
| 11 | Разработка приложения | 22.03.2023-19.07.2023 | 810 тыс |
| 12 | Тестирование | 19.07.2023-26.07.2023 | 0 |
| 13 | Анализ промежуточных результатов работы и внесение изменений | 26.07.2023-08.08.2023 | 40 тыс |
| 14 | Оформление авторских прав | 27.07.2023-02.08.2023 | 10 тыс |
| 15 | Интеграция пробного приложения | 02.08.2023-10.08.2023 | 20 тыс |
| 16 | Запуск продукта в массовое использование | 10.08.2023-15.08.2023 | 10 тыс |
| 17 | Анализ масштаба отклонения и причина их возникновения | 22.08.2023-04.09.2023 | 0 |
| 18 | Продвижение продукта | 15.08.2023-15.09.2023 | 160 тыс |