**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО Псковский государственный университет |
| --- | --- |
| 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\*** | | | | | | “Hello Neighbour!” | | | |
| **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.* | | | | | | Мобильное приложение на основе онлайн платформы поможет студентам и молодежи проще находить актуальную информацию о съеме жилья и актуальных заявках на сожительство. | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | технологии информационных, управляющих, навигационных систем | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | ***NeuroNet***, -.один из предполагаемых этапов развития Всемирной паутины, в котором взаимодействие участников (людей, животных, интеллектуальных агентов) будет осуществляться на принципах нейрокоммуникаций. | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | Искусственный интеллект | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | * UntiID — U1919086 * Leader ID — 6364994 * ФИО - Александров Матвей Михайлович * телефон - 89602230729 * почта - amatvej96@gmail.com | | | |
| **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 | U1919086 | 6364994 | Александров Матвей Михайлович | Лидер проекта | | * 89602230729 * amatvej96@gmail.com | Студент | Проект “Тренинги предпринимательских компетенций” федерального проекта “Платформа университетского технологического предпринимательства” |
| 2 | U1919086 | 5098092 | Максимова Дария Денисовна | Визуализатор | | 89118976346  mdaria.daria@yandex.ru | Студент | Проект “Тренинги предпринимательских компетенций” федерального проекта “Платформа университетского технологического предпринимательства” |
| 3 | U1886405 | 5095125 | Энелане  Яна Андреевна | Координатор | | 89517510014  ms.enelane@mail.ru | Студент | Проект “Тренинги предпринимательских компетенций” федерального проекта “Платформа университетского технологического предпринимательства” |
|  |  | 4 | U1919087 | 5097982 | Пшеничный Егор Александрович | Коммуникатор | | 89969473221  pshenichnyegor2005@gmail.com | Студент | Проект “Тренинги предпринимательских компетенций” федерального проекта “Платформа университетского технологического предпринимательства” |
|  |  | 5 | U1919090 | 5093539 | Пашигорева Ульяна Павловна | Исследователь | | +79922924840  upashigoreva@gmail.com | Студент | Проект “Тренинги предпринимательских компетенций” федерального проекта “Платформа университетского технологического предпринимательства” |

|  | **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. Создание удобной и эффективной платформы для поиска соседей в общежитиях, способствующей комфортному проживанию студентов.. 2. Задачи проекта: 1. Разработать интерфейс для создания и редактирования профиля пользователя.   2. Создать алгоритм, который будет анализировать данные пользователей и генерировать рекомендации по потенциальным соседям.  3. Обеспечить безопасность и конфиденциальность данных пользователей.   1. Ожидаемые результаты: 1. Рабочая платформа: Создание интуитивно понятного веб-сайта или мобильного приложения для поиска соседей.   2. Увеличение удовлетворенности: Студенты смогут находить соседей, с которыми им будет комфортно жить, что повысит общую удовлетворенность проживанием в общежитии.   1. Области применения результатов (где и как сможем применить проект): 1. Образовательные учреждения: Платформа может быть интегрирована в системы управления общежитиями университетов и колледжей. 2. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать): 1. Студенты: Основная целевая аудитория — студенты, проживающие в общежитиях или планирующие переезд.2. Университеты и колледжи: Учебные заведения, заинтересованные в улучшении условий проживания студентов. |
|  | **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* | Онлайн платформа для удобного поиска сожителей по интересам, привычкам и образу жизни. |
| 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* | Студенты часто сталкиваются с ситуациями, когда их соседи имеют сильно отличающийся образ жизни, что может приводить к конфликтам и дискомфорту. Платформа поможет находить соседей с совместимыми привычками и интересами. |
| 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.)* | Даша, 17 лет, поступает в ПсковГу. Приезжает из другого города и нуждается в общежитии. Она боится, что подселится в комнату к незнакомой девушке, у которой много вредных привычек и нет общих интересов. В интернете она находит нашу платформу, которая помогает ей избежать такого случая и найти себе соседа по интересам, а может быть и лучшего друга. |
| 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* | Технологии  1. Рекомендательные системы: Использование алгоритмов коллаборативной фильтрации и контентной фильтрации для анализа данных пользователей. Это позволит системе рекомендовать потенциальных соседей на основе схожести интересов, привычек и образа жизни. Например, можно использовать библиотеки, такие как Scikit-learn или TensorFlow, для разработки модели рекомендаций.  2. Классификация: Применение алгоритмов классификации (например, логистическая регрессия, деревья решений) для предсказания совместимости на основе введенных данных о пользователях.  3. Реляционные базы данных: Использование СУБД, таких как PostgreSQL или MySQL, для хранения информации о пользователях, их профилях, предпочтениях и взаимодействиях. Это обеспечит структурированное хранение данных и быстрый доступ к ним.  4. Мобильное приложение: Создание мобильного приложения с использованием технологий, таких как React Native или Flutter, чтобы обеспечить доступ к платформе с любых устройств.  5. Интеграция с социальными сетями: Использование API социальных сетей (например, ВКонтакте) для получения дополнительной информации о пользователях и их интересах. |

| 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.* | Основные источники дохода могут включать:  • Подписка: Модель подписки, где пользователи платят небольшую ежемесячную или годовую плату за доступ к расширенным функциям (например, более детализированные рекомендации, возможность общения с потенциальными соседями).  • Реклама: Размещение рекламных объявлений от компаний, предлагающих товары и услуги для студентов (например, мебель, бытовая техника, услуги по переезду).  Выстраивание отношений с потребителями:  • Обратная связь: Создание системы отзывов и оценок, позволяющей пользователям делиться своим опытом и предлагать улучшения.  • Поддержка пользователей: Обеспечение доступной службы поддержки через чат или электронную почту для решения вопросов и проблем пользователей.  • Сообщество: Формирование онлайн-сообщества через форумы или группы в социальных сетях, где студенты могут обмениваться опытом и советами.  Способы привлечения финансовых и иных ресурсов:  • Инвестиции: Привлечение венчурного капитала или бизнес-ангелов на ранних этапах для финансирования разработки платформы.  • Гранты: Поиск грантов от образовательных учреждений или правительственных программ, поддерживающих стартапы в сфере технологий и образования.  Каналы продвижения и сбыта продукта:  • Социальные сети: Активное продвижение через Вконтакте, Telegramm; с помощью контент-маркетинга, включая посты о жизни студентов, советы по выбору соседей и истории успеха.  • Партнёрства с университетами: Установление сотрудничества с университетами для размещения информации о платформе на их сайтах, в рассылках и на мероприятиях для студентов.  • Реклама: Запуск рекламных кампаний в социальных сетях для повышения осведомленности о платформе среди целевой аудитории. |
| --- | --- | --- |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Основными конкурентами являются: Roommate Finder, Roomster, Meetup, Coliving Spaces, Airbnb , Циан, Авито, различные бот-знакомства в социальных сетях. |
| 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* | Почему студенты должны выбрать нашу платформу?  1. Персонализированный подход: Наша платформа предлагает уникальную возможность создания профиля, где студенты могут указать свои интересы, привычки и образ жизни.  2. Безопасность и доверие: Мы создадим систему проверки пользователей, чтобы гарантировать безопасность и доверие среди студентов.  3. Удобство использования: Наша платформа будет интуитивно понятной и простой в использовании.  4. Сообщество единомышленников: Мы стремимся создать не просто платформу для поиска соседей, а целое сообщество студентов, где они могут делиться опытом, советами и находить друзей. |
| 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* | Идея приложения для поиска идеального соседа по комнате в общежитии имеет высокую реализуемость благодаря нескольким ключевым факторам.  1. Возрастающий спрос: В условиях растущего числа студентов и молодёжи, проживающих в общежитиях, потребность в совместном жилье и поиске подходящего соседа увеличивается.  2. Конкурентные преимущества: Приложение может предлагать уникальные алгоритмы сопоставления, учитывающие не только привычки и предпочтения, но и личностные характеристики пользователей. Это позволит повысить уровень совместимости.  3. Индустриальные партнеры: Сотрудничество с образовательными учреждениями и университетами может помочь в продвижении приложения среди студентов.  4. Ограниченные ресурсы: На рынке существует дефицит платформ, специально ориентированных на поиск соседей. Большинство существующих решений фокусируются на аренде жилья, что выделяет данное приложение. |
|  | **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* | 1. Регистрация и профили пользователей:  • Возможность регистрации через социальные сети или по электронной почте.  • Создание профиля с указанием предпочтений (например, курящий/некурящий, время активности, хобби, предпочтения по уборке и т.д.).  2. Система рейтингов и отзывов:  • Пользователи могут оставлять отзывы о своих соседях, что поможет другим делать более обоснованный выбор.  • Введение системы рейтингов для повышения доверия между пользователями.  3. Чат и коммуникация:  • Встроенный мессенджер для общения между потенциальными соседями до принятия решения о совместном проживании.  • Возможность обмена голосовыми сообщениями и файлами (например, фотографиями жилья).  4. Безопасность и конфиденциальность:  • Шифрование данных пользователей и обеспечение конфиденциальности личной информации.  • Возможность блокировки пользователей и жалоб на неподобающее поведение.  5. Монетизация:  • Бесплатное использование с возможностью платной подписки для доступа к дополнительным функциям (например, расширенные фильтры поиска, возможность видеть полные профили).  • Реклама партнеров (например, сервисы по аренде жилья). |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей)*  *стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | * 1. Структура команды: * 1 человек с опытом в разработке программного обеспечения, маркетинге и управлении проектами. * 1 разработчик (iOS, Android, Backend) для создания и поддержки приложения. * 1 UI/UX дизайнер для разработки интуитивного интерфейса. * 1 специалист по маркетингу для продвижения приложения и привлечения пользователей. * 1 менеджер по работе с клиентами: Ответственный за поддержку пользователей и обработку отзывов.   2. Внутренние процессы:   * Агильная методология: Использование Scrum или Kanban для управления проектом, что позволит быстро реагировать на изменения и улучшать продукт на основе пользовательского опыта. * Регулярные встречи: Проведение еженедельных встреч команды для обсуждения прогресса, проблем и планирования задач. * Обратная связь от пользователей: Создание системы сбора отзывов и предложений от пользователей для постоянного улучшения приложения.   3. Партнерские возможности:   * Образовательные учреждения: Сотрудничество с университетами и колледжами для продвижения приложения среди студентов. * Сервисы по доставке и организации досуга: Сотрудничество с сервисами доставки еды, организации мероприятий и досуга для предоставления пользователям дополнительных выгод. |

| 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. Уникальные функции и пользовательский опыт  • Интуитивно понятный интерфейс: Приложение будет иметь простой и понятный интерфейс, который позволит пользователям легко находить и фильтровать потенциальных соседей по комнате. Это обеспечит лучшее взаимодействие и повысит удовлетворенность пользователей по сравнению с конкурентами.  • Расширенные фильтры поиска: В отличие от аналогов, наше приложение предложит детализированные фильтры (например, предпочтения по образу жизни, курение, наличие домашних животных, привычки в уборке и т.д.), что позволит пользователям находить наиболее подходящих соседей.  • Система оценки и отзывов: Внедрение системы отзывов и оценок для пользователей, что позволит повысить уровень доверия между потенциальными соседями и снизить риск конфликтов.  • Интеграция с социальными сетями: Возможность входа через социальные сети и интеграция профилей, что позволит пользователям видеть общих друзей и интересы, создавая дополнительный уровень доверия.  2. Технические параметры  • Кросс-платформенность: Приложение будет доступно как на iOS, так и на Android, что расширяет аудиторию пользователей и обеспечивает доступность для большего числа студентов.  • Использование искусственного интеллекта: Внедрение алгоритмов машинного обучения для анализа предпочтений пользователей и предложений наиболее подходящих соседей на основе их профилей и предыдущих взаимодействий.  • Безопасность данных: Высокий уровень защиты личной информации пользователей, включая шифрование данных и анонимизацию профилей, что будет отличать нас от менее защищенных конкурентов.  3. Стоимостные параметры  • Доступная модель подписки: Предложение гибкой модели подписки с бесплатным базовым доступом и премиум-функциями по разумной цене. Это позволит привлечь пользователей, не заставляя их сразу платить за доступ.  • Отсутствие скрытых платежей: Прозрачная структура цен без неожиданных сборов, что повысит доверие пользователей к приложению по сравнению с конкурентами, которые могут использовать скрытые платежи.  4. Качество обслуживания  • Поддержка пользователей: Предоставление высококачественной службы поддержки с возможностью быстрого ответа на запросы пользователей через чат или телефон. Это создаст положительный опыт взаимодействия с приложением.  • Обратная связь и улучшения: Регулярное обновление приложения на основе отзывов пользователей. В отличие от конкурентов, которые могут игнорировать обратную связь, мы будем активно работать над улучшением функционала.  5. Маркетинговые преимущества  • Целевая реклама: Использование таргетированной рекламы в социальных сетях и на платформах, популярных среди студентов, чтобы эффективно привлекать целевую аудиторию.  • Партнерские программы с университетами: Сотрудничество с учебными заведениями для продвижения приложения среди студентов, что обеспечит дополнительный поток пользователей. |
| --- | --- | --- |
| 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. Закупка овощей и фруктов у поставщиков: нужно найти более выгодное предложение из всех представленных, овощи и фрукты должны быть надлежащего качества для дальнейшей обработки и продажи. 2. Специальное оборудование (сушильная машина): Более высокая стоимость сушеных фруктов и овощей, полученных методом холодной сушки по сравнению, например, с продуктами тепловой конвективной или инфракрасной сушки, может оправдать более высокие капиталовложения в атмосферную сублимационную или вакуумно-импульсную сушилку. Эти типы сушилок обеспечивают более высокую скорость сушки и больший контроль над условиями сушки, меньшее потребление энергии, чем традиционные сушилки. Перед началом процесса сушки овощи и фрукты нужно помыть и проинспектировать на наличие зрелости/вмятин/плесени, после чего нарезать так, как удобно; необходимо бланшировать фрукты и овощи, а также провести их сульфирование и сульфитирование, после чего продуктом можно пользоваться (употреблять в пищу). 3. Наличие индивидуальной упаковки и наклейки: Создать эффектный и вызывающий эмоции дизайн — значит, выгодно выделить свой продукт на фоне конкурентов, привлечь внимание покупателей и мотивировать их на покупку.  * Отстройка от конкурентов. * Поддержание узнаваемости бренда. * Дифференциация товаров. * Удобство потребления товара. * Удобство транспортировки. * Составляющие дизайна: цвет, иллюстрации, типографика, материал.   Заниматься созданием упаковки могут штатные дизайнеры, фрилансеры или специалисты из агентств и дизайн-студий.   1. Визитки для связи (для совершения нового заказа) или наличие группы в социальной сети: необходимо разработать дизайн визитки и/или дизайн группы/странички в социальной сети, отражающие нашу продукцию. |
| 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* | **Чипсы из овощей и фруктов**  1. Проработка концепции и идеи:  • Завершен этап исследования рынка и анализа потребностей целевой аудитории.  • Проведены опросы и интервью с потенциальными пользователями для уточнения функционала.  2. Разработка прототипа:  • Создан минимально жизнеспособный продукт (MVP), включающий основные функции: регистрация пользователей, создание профилей, алгоритм поиска соседей по совместимости.  3. Организационные аспекты:  • Сформирована команда проекта  • Сформирована идея, задачи и пути создания проекта  4. План развития:  • Разработан стратегический план по улучшению функционала приложения на основе полученной обратной связи.  • Определены ключевые метрики успеха и стратегии по их достижению. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | 1. Научные приоритеты  • Психология и социология:  • Проект опирается на исследования в области психологии совместного проживания, включая факторы, влияющие на совместимость людей. Это может включать поведенческие аспекты, предпочтения в образе жизни и ценности.  • Социология молодежи: Актуальность исследования проблем молодежи, их потребностей и социальных взаимодействий в условиях общежитий, что является важной областью социологических исследований.  2. Соответствие региональным приоритетам  • Поддержка молодежи: В большинстве регионов существует необходимость в поддержке молодежи, особенно студентов, что делает проект актуальным для местных властей и образовательных учреждений.  • Развитие образовательной среды:  • Проект способствует созданию более комфортной образовательной среды, что является приоритетом для многих университетов и колледжей.  • Устойчивое развитие и социальные инновации:  • Идея поиска соседей по комнате может способствовать более устойчивому использованию ресурсов общежитий и созданию дружелюбной атмосферы, что соответствует принципам устойчивого развития. |
| 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  • Платформы: Telegram, ВКонтакте  • Аргументы:  • Аудитория: Молодежь активно использует социальные сети, что делает их идеальными для продвижения приложения среди студентов.  • Визуальный контент: Возможность создания привлекательного визуального контента (инфографика, видео) для демонстрации функционала приложения.  • Реклама и таргетинг: Социальные сети позволяют точно нацеливать рекламу на студентов и молодежь в определенных регионах.  2. Университетские мероприятия  • Форматы: Ярмарки, студенческие фестивали, презентации  • Аргументы:  • Прямое взаимодействие: Возможность общения с целевой аудиторией и получения обратной связи в реальном времени.  • Распространение информации: Раздача флаеров и рекламных материалов с QR-кодами для скачивания приложения. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | . Для приложения по поиску идеального соседа по комнате в общежитии можно выделить несколько ключевых каналов сбыта. Ниже приведены основные из них с кратким обоснованием выбора:  1. Мобильные приложения (App Store и Google Play)  • Обоснование: Основной канал для распространения мобильных приложений. Публикация в популярных магазинах позволяет пользователям легко находить и устанавливать приложение. Кроме того, наличие отзывов и рейтингов в магазинах способствует повышению доверия к продукту.  2. Собственный веб-сайт  • Обоснование: Создание сайта для приложения позволит предоставлять пользователям дополнительную информацию о функционале, преимуществах и особенностях. Сайт также может служить платформой для блога, где можно делиться советами по выбору соседей и другим полезным контентом, что поможет привлечь трафик через SEO.  3. Социальные сети  • Обоснование: Использование платформ (например, ВКонтакте) для продвижения приложения позволяет взаимодействовать с целевой аудиторией, делиться новостями, получать обратную связь и создавать сообщество вокруг приложения. Реклама в социальных сетях также позволяет точно нацеливаться на молодежную аудиторию.  4. Форумы и сообщества для студентов  • Обоснование: Участие в специализированных форумах и сообществах (например, на Reddit или в группах ВКонтакте) позволяет напрямую общаться с целевой аудиторией, отвечать на вопросы и предлагать решение проблемы поиска соседей. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Студенты часто сталкиваются с трудностями в поиске сожителей, которые имеют схожие интересы и образ жизни. Многие новички в общежитии испытывают чувство одиночества, разные представления о чистоте, режиме дня и досуге могут приводить к конфликтам, а проживание с неподходящим сожителем может быть стрессовым и вызывать тревогу.Таким образом, данная платформа не только облегчает процесс поиска сожителей, но и создает более комфортные условия для совместного проживания студентов в общежитиях. |
| 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* | Платформа может решить несколько ключевых аспектов проблемы совместного проживания:  1. Создание профилей:  • Возможность создания детализированных профилей помогает студентам лучше понять потенциальных сожителей. Это включает в себя информацию о привычках, графике, предпочтениях в общении и других важных аспектах. 2. Совместимость интересов и образа жизни:  • Платформа позволяет пользователям указывать свои интересы, привычки и предпочтения, что помогает находить сожителей с похожими стилями жизни. Это снижает вероятность конфликтов и недопонимания.  3. Коммуникация до заселения:  • Платформа предоставляет возможность общения между потенциальными сожителями до того, как они начнут жить вместе. Это позволяет обсудить важные вопросы и ожидания.  4. Снижение стресса и тревожности:  • Процесс поиска сожителя может быть стрессовым, особенно для новичков. Платформа упрощает этот процесс, предоставляя удобные инструменты и ресурсы, что делает его менее напряженным.  5. Социальная интеграция:  • Платформа способствует созданию дружеских связей и социальной интеграции среди студентов, что может улучшить их общее качество жизни в учебном заведении. |

| 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)* |  |
| --- | --- | --- |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* |  |
| 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.* |  |