**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

7 ноября 2023 г.

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 30 июня 2023 г. №70-2023-000648 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Создание цифрового сервиса «ProРайоны» |
| 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 информационныесистемы |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | «Технологии информационных, управляющих,навигационных систем» |
| 4 | **Рынок НТИ** | TechNet |
| 5 | **Сквозные технологии** | "Новые производственные технологии TechNet" |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - UnitID: U1749507;- LeaderID: 379542;- ФИО Сероштан Евгений Сергеевич;- Телефон: +7(910)-591-16-35;- Почта: evgenyseva@gmail.com- Должность: Финансовый Аналитик- Опыт и квалификация: ГУУ, Магистратура, Институт экономики и финансов. |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Unit ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 | idU1749792 | id 808287 | Шибилкин Максим Дмитриевич | Аналитик | +79774735435Mack.shibilkin2016@gmail.com | Маркетолог | ГУУ магистратураИнститут информационных систем |
| 2 | idU1749761 | id 379542 | Корнеев РоманАлександрович | Экономист | +79105911635csgoroman@mail.com | Бизнес-аналитик | ГУУ магистратура Институт экономики и финансов |

 |
|  | **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* | **“ProРайоны”** - онлайн-сервис для поиска подходящего пользователю жилья на основе заданных критериев и параметров с возможностью сортировки как отдельных районов, так и конкретных ЖК по рейтингу и популярности. **Цель проекта:** Создание сервиса, который будет решать проблему населения в поиске наиболее подходящего жилья на рынке недвижимости в Москве и ближайших населенных пунктах Московской агломерации с помощью единого сервиса, предоставляющего полноценную аналитику по отдельно взятым районам.**Продукт проекта:** Web-сервис и мобильное приложение для различных платформ, основной функциональной особенностью которого будет являться интерактивная карта, которая, в зависимости от запросов пользователя, будет отображать искомую информацию по жилым комплексам Москвы и Подмосковья. В рамках приложения пользователь сможет получить информацию о действующих проектах застройщика, а также посмотреть информацию о будущих планах застройщика путем просмотра карты владения земельных участков на территории Москвы и МО/**Для разработки продукта необходимо решить следующие задачи:**1. Разработать структуру приложения;2. Выяснить функциональный набор, который потенциальный пользователь хотел бы видеть в рамках использования приложения;3. Разработать маркетинговую стратегию, стратегию продвижения продукта;4. Разработать мероприятия по привлечению инвестиций;5. Договориться о внедрении API “Яндекс Карты”;6. Разработать архитектуру сервиса;7. Разработать сервис;8. Выпустить сервис в общий доступ. |
|  | **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* | Web-сервис и мобильное приложение **«ProРайоны»** для различных платформ. |
| 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* | ЦА продукта является все население Российской Федерации, которое задумывается о переезде в г. Москва или жители столицы, которые желают подобрать район для улучшения своих жилищных условий. Учитывая растущий спрос на ипотеку в столице (по данным РБК, FRANK RG и др. ведомствам, выросшим на 30% по сравнению с прошлым годом), пользователем приложения может стать каждый заинтересованный в приобретении недвижимости в Москве человек. |
| 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.)* | Первичная целевая аудитория: платежеспособные граждане крупных городов России, желающие найти максимальное количество информации о жилых комплексах и застройщике в одном источнике.Вторичная целевая аудитория: инвесторы и аналитики рынка недвижимости г.Москвы. |
| 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* | Приложение будет построено на основе автоматизированных расчетов показателей привлекательности района, а также на основе взаимодействий с ресурсами, предоставляющими доступ к функциям своих приложений – в нашем случае “Яндекс Карты” через API. Приложение будет реализовано на языке программирования Java для возможности разработки омниканального сервиса.Основным интерфейсом для пользователя будет являться интерактивная карта (на основе API “Яндекс.Карты”). Также пользователю будет доступен личный кабинет, в котором будет храниться основная информация о пользователе и его предпочтения при выборе жилья, набор фильтров для настройки отображения наиболее подходящих под запросы пользователя, просмотр сводной информации о районах, а также более углубленной аналитики по основным параметрам, на которые опираются потенциальные покупатели жилья, доступной после приобретения подписки. |
| 13 | **Бизнес-модель\****Указывается краткое 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.*  | **«Контекстная реклама»**В рамках сервиса планируется использование контекстной рекламы от застройщиков, которая будет выдаваться пользователю при его явной заинтересованности в определенном районе или жилом комплексе.**«Подписка»**В рамках подписки на сервис пользователю будет доступна подробная информация по выбранным районам, такая как: динамика цен на квартиры за выбранный период времени, уровень преступности, уровень шума, уровень загрязнения, уровень транспортной доступности, а также обобщающий показатель, показывающий наиболее привлекательные варианты для выбора жилья под выбранные пользователем критерии.Пользователю будет доступна возможность приобрести одну из трёх видов подписки (Стандартная - 299 руб/мес., Премиум - 599 руб/мес, Премиум Плюс - 1599 руб/мес.) на 1 мес., на 3 мес., на 6 мес. и на 12 мес. С предварительным бесплатным периодом на 7 дней. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Основными конкурентами приложения будут являться сервисы по аренде и покупке недвижимости такие как: Домклик, Циан, Авито и др.**Преимущества конкурентов:**1. В приложениях доступна информация о каждом строящемся ЖК (дата сдачи, цена, метраж, транспортная доступность);2.Приложения предлагают клиенту возможности ипотеки в самых популярных банках РФ с рассчитанными платежами;3.Приложение позволяет оценить динамику цен на объекты недвижимости (стоимость квартир и стоимость квадратного метра в динамике);4.В приложении доступны все виды квартир (вторичный рынок, новостройки)5.Приложения позволяют подобрать квартиры в зависимости от запросов пользователя**Недостатки конкурентов:**1. На основе предоставляемой информации о ЖК очень сложно сделать однозначный выбор в пользу того или иного района для приобретения жилья;2. Основная цель вышеописанных сервисов – «продать» ипотеку;3. Функционал вышеописанных приложений реализован неинтерактивными методами;4. Ни один из вышеперечисленных сервисов не дает информацию о будущих планах застроек по г. Москва.**На основе недостатков конкурентов формируется наше ценностное предложение.** |
| 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* | Главным преимуществом нашего сервиса будет являться предоставление подробной аналитики по районам Москвы и Подмосковья на едином ресурсе, что позволит потенциальному покупателю жилья в данном регионе сэкономить время на поиске и выбрать наиболее подходящее под запросы пользователя жилье. В рамках сервиса также будет доступна информация о планирующихся проектах застройки в Москве и Подмосковье, что поможет выявить «подводные камни» при выборе района для приобретения жилья. |
| 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* | Эффективность проекта определяется уникальной концепцией интерактивного взаимодействия с картой и возможностью удовлетворить потребности ЦА в рамках поиска лучшего предложения жилья в соответствии с критериями и возможностями пользователя и решением проблемы подходящего варианта посредством применения таргетированных рекомендаций, отсутствующих у основных конкурентов, а также количеством потенциально заинтересованных пользователей и потенциальных инвесторов.При анализе эффективности данного проекта можно выявить крайнюювовлеченность всех участников команды ипривлекательность для целевой аудитории и инвесторов в лице частных лиц и корпоративных застройщиков.Касательно финансовых показателей и аспектов, то при успешном запуске проекта, суммарные издержки покрываются ожидаемыми доходами, точка безубыточности может быть достигнута через 12 месяцев. |
|  | **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.Отображение информации о районе, застройщике, ЖК;2.Интеграция с новостными порталами;3.Широкий перечень дополнительных услуг: наиболее широкая аналитика, персональные предложения (контекстная реклама);4.Интерактивная карта, содержащая подробную информацию о привлекательности выбранного пользователем района.Данный набор функций будет реализован на языке программирования Java версии 20.1. Интеграции со смежными АС планируется реализовывать через интерфейс прикладного программирования (API).Получение информации по различным показателям, на которых будет строиться расчет обобщающего показателя привлекательности района для пользователя, будет реализовано через интеграции в виде JSON-схем. |
| 18 | **Организационные,производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | 1. Перечень этапов и сроки их реализации.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Перечень этапов | Дата начала | Дата окончания | Продолжительность (в днях) |
| Этап инициации |
| Определение бизнес-идеи | 01.10.2023 | 05.10.2023 | 5 |
| Определение ЦА (портреты каждого сегмента) | 06.10.2023 | 13.10.2023 | 7 |
| Анализ конкурентов | 14.10.2023 | 28.10.2023 | 14 |
| Проведение маркетингового исследования (анкетирование потенциальных пользователей и разработка ценностного предложения) | 29.10.2023 | 06.11.2023 | 7 |
| Оценка эффективности проекта | 02.11.2023 | 09.11.2023 | 6 |
| Предварительная финансовая оценка | 09.11.2023 | 23.11.2023 | 14 |
| Определение рисков | 24.11.2023 | 29.12.2023 | 5 |
| Консультирование проектной команды по юридическим вопросам | 30.12.2023 | 08.01.2024 | 9 |
| Этап планирования |
| Предварительное составление договоров и иных юридических документов | 09.01.2024 | 19.01.2024 | 10 |
| Разработка документации (устав, должностные инструкции, трудовые и иные договора) | 20.01.2023 | 30.01.2024 | 10 |
| Оценка затрат | 01.02.2024 | 12.01.2024 | 11 |
| Разработка бюджета | 12.02.2024 | 19.02.2024 | 7 |
| Разработка функционала | 20.02.2024 | 20.03.2024 | 30 |
| Разработка дизайна приложение | 21.03.2024 | 31.03.2024 | 10 |
| Оценка архитектуры приложения | 01.04.2024 | 16.04.2024 | 15 |
| Разработка стратегии PR кампаний.  | 07.04.2024 | 13.04.2024 | 5 |
| Определение бюджета PR кампаний | 14.04.2024 | 16.03.2024 | 2 |
| Анализ PR-стратегии конкурентов, выявление их сильных и слабых стороны | 17.04.2024 | 20.04.2024 | 3 |
| Этап выполнения |
| Разработка логотипов и фирменного стиля | 21.04.2024 | 25.04.2024 | 4 |
| Создание иконок, иллюстраций, разработка графического интерфейса пользователя | 26.04.2024 | 25.05.2024 | 30 |
| Отрисовка макетов приложения | 26.04.2024 | 11.06.2024 | 45 |
| Реализация визуальных элементов, созданных веб-дизайнерами | 12.06.2024 | 31.06.2024 | 20 |
| Тестирование приложения | 01.07.2024 | 16.07.2024 | 15 |
| Исправление ошибок  | 17.04.2024 | 24.07.2023 | 7 |
| Выход на рынок  | 01.08.2024 | 02.08.2024 | 1 |

2. Финансовый план |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\****Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в* *сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)* | Основные отличия от конкурентов — это уникальный функционал:1. Расширенный набор показателей, дающих более глубокую оценку району города;2. Карта планируемых застроек на территории города Москвы;3. Интерактивная карта, содержащая подробную информацию о привлекательности выбранного пользователем района.Благодаря функционалу нашего сервиса пользователь сможет получить информацию о планирующихся проектах (Комплексное Развитие Территорий, застройка офисной или жилой недвижимости, постройка Железных дорог или крупных автомобильных трасс и т.д.), что будет влиять на выбор района для будущего приобретения жилья и позволит избежать «подводных камней» при покупке. |
| 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* | Основной набор функций сервиса будет реализован на языке программирования Java версии 20.1. Интеграции со смежными АС планируется реализовывать через интерфейс прикладного программирования (API).Получение информации по различным показателям, на которых будет строиться расчет обобщающего показателя привлекательности района для пользователя, будет реализовано через интеграции в виде JSON-схем.Планируется разработать микросервисную архитектуру сервиса, что позволит разграничить основные функции приложения для упрощения масштабируемости проекта.  |
| 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* | Командой проекта проведён социальный опрос об актуальности создания цифрового сервиса, составлена карта Lean Canvas, определены риски проекта, проведён тех.анализ реализации проекта, составлены звездная карта, диаграмма Ганта и таблица конкретного анализа.На данный момент нашей команде необходимо связаться с новостными издательствами для установления договоренностей о сотрудничестве.При появлении финансирования команда готова нанимать команду разработки и приступать к обсуждению оптимальных вариантов разработки сервиса. |
| 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*  | Реклама направленная на конечных пользователейИнфлюенс-маркетинг на платформах YouTube, Telegram, ВКонтакте;Участие в экономических форумах;Реклама у блогеров, специализирующихся на недвижимости;Реклама на ТВ |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | Первоначальный запуск приложения планируется на веб-ресурсах и на площадках дистрибуции мобильных приложений: AppStore, Google Play, AppGallery и RuStore. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Большая часть населения, как в период кризиса, так и в экономически стабильные периоды, интересуется возможностью приобретения недвижимости. Однако полный объём информации о жилых комплексах собранной на одном ресурсе найти невозможно,так как подобных ресурсов не существует.Наша команда планирует разработать онлайн-сервис, в котором пользователь, интересующийся покупкой недвижимости, сможет получить подробную и детальную информацию о различных районах Москвы и Подмосковья, что значительно сокращает время поиска и выбора подходящего района для дальнейшего приобретения жилья и даст пользователю возможность комплексно оценить район по различным критериям . |
| 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* | «В Москве на треть выросло количество желающих снять квартиру в складчину» - исследование RG. **Потребность людей в покупке/аренде жилья, несмотря на повышение ипотечных ставок, не снижается, следовательно, проблема выбора наиболее подходящего района актуальна.****Главная проблема. которую решает наш сервис** – потенциальному пользователю будет доступна возможность получить информацию о жилом комплексе исходя из его запросов на одном ресурсе, что значительно упрощает поиск подходящей недвижимости. Исходя из различных показателей, таких как: доступность социальной инфраструктуры, транспортная доступность, уровень преступности, уровень шума, планируемые проекты рядом с ЖК и т.д. – путем демонстрации интерактивной карты, пользователю будет проще определиться с выбором подходящих районов для покупки недвижимости. |
| 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)*  | По данным агентства FRANK RG, размер ипотечных кредитов, выданных на приобретение недвижимости в Москве в сентябре 2023 г., составил 950 млн. руб. С начала 2021 года данный показатель увеличился в 2,1 раза. Это говорит о тренде роста запроса граждан РФ на приобретение покупки в столице.По проведенному нашей командой опросу, более 80% опрошенных интересуются приобретением жилья в г. Москва, из которых 65% считают недостаточным функционал описанных конкурентов выше конкурентов для принятия конкретного решения о покупке жилья.На основе данной статистики и статистиках таких застройщиков как ПИК, ГК Самолет, Гранель и др. можно сделать вывод о растущем спросе на жилье в столице. Именно для интересующихся приобретением жилья граждан будет реализован единый сервис, на котором будет отражена детальная информация по всем параметрам, на которые принято опираться при выборе жилья. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | **Проблема пользователя будет решаться** путем предоставления полной информации о районах Москвы через интерактивную карту, которая будет меняться в зависимости от запросов пользователя. Пользователи смогут получить дополнительные услуги, например, персональное предложение, возможность получать новостные сводки из различных информационных порталов, которые связаны с выбранными районами проживания.**Основным преимуществом** нашего сервиса будет являться предоставление информации не только о действующих ЖК, но и будущих застройках в выбранном районе. Очень распространенной является проблема появления «неожиданных строек» рядом с приобретенным жильем, о которых риелторы ничего не сообщили покупателю. Благодаря функционалу нашего сервиса пользователь сможет получить информацию о планирующихся проектах (Комплексное Развитие Территорий, застройка офисной или жилой недвижимости, постройка Железных дорог или крупных автомобильных трасс и т.д.), что будет влиять на выбор района для будущего приобретения жилья и позволит избежать «подводных камней» при покупке. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\****Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | По прогнозу ТАСС рынок сайтов с объявлениями о недвижимости будет продолжать рост, на текущий момент рынок поделен между крупными сервисами такими, как ЦИАН, Яндекс.Недвижимость, Авито и др..Аналитики отмечают, что на сегмент первичного рынка недвижимости в структуре таких сайтов и порталов приходится 17,8%, вторичной недвижимости - 71,4%, и аренды - 10,8%. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап разработки*** Поиск инвесторов, источников финансирования
* Выстраивание отношений со смежными АС, новостными порталами, застройщиками – все это необходимо для предоставления полноценного функционала пользователю
* Подбор персонала для решения основных проблем разработки

**Этап реализации*** Разработка ПО, настройка и тестирование
* Запуск рекламной кампании
* Сбор первых заказов

**Этап завершения*** Финальная проверка выполненной работы
* Закрытие бюджета и всех схем
* Запуск продукта
* **Этап развития**
* Расширение функционала по запросам пользователей
* Расширение зоны покрытия на другие города россии (Санкт-Петербург, Сочи, Казань)
* Заключение партнерских соглашений с конкурентами
 |  |