**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (дата выгрузки)

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Псковский государственный университет» |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | Акселерационная программа поддержки проектных команд и студенческих инициатив для формирования инновационных продуктов «Акселератор ПсковГУ» |
| Дата заключения и номер Договора | 22.04.2024 г. № 70-2024-000191- |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | «Велопрокат» |
| **2** | **Тема стартап-проекта\*** | Мы делаем проект «Велопрокат» - это прокат велосипедов с опорой на туристические маршруты. Прокат велосипедов будет функционировать через мобильное приложение со встроенным навигатором, который будет работать с помощью искусственного интеллекта. Велосипеды также будут оснащены GPS-датчиками для отслеживания их местоположения, предотвращая кражи. |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| **4** | **Рынок НТИ** | **Технет** - кросс-рыночное и кросс-отраслевое направление, обеспечивающее технологическую поддержку развития рынков НТИ и высокотехнологичных отраслей промышленности за счет формирования Цифровых, «Умных», Виртуальных Фабрик Будущего (Digital, Smart, VirtualFactoriesoftheFuture); |
| **5** | **Сквозные технологии** | ИИ |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * UntiID — U1895691
* Leader ID — 5780992
* ФИО – Залюбовская Надежда Ивановна
* Телефон – 8 960 239 83 82
* Почта – nadia.zalybovskaja@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 (краткоеописание) |
| 1 | U1895691 | 5780992 | Залюбовская Надежда Ивановна | Руководитель | 89602398382 nadia.zalybovskaja@gmail.com |  | Организация и проведение школьных мероприятий (ведущий), участие в волонтёрской деятельности |
| 2 | U1895504 | 5441673 | Сергеева Дарья Вячеславовна | Аналитик | 89118981447dariasergeewa.499.ds@gmail.com |  | Участие в проведении культурных мероприятий, разработка социальных проектов, участие в волонтёрской деятельности |
| 3 | U1895643 | 5789458 | Михеева Дарья Сергеевна | Визуализатор | +79992443734daria.m1heewa@yandex.ru |  | Помощник в организации школьных мероприятий, художник школьной газеты |
|  |  | 4 | U1895477 | 6428372 | Сергеева Екатерина Максимовна | Коммуникатор | +79602237228kata60444@gmail.com |  | Волонтер, участник школьных мероприятий, участие в проектной деятельности |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 8 | **Аннотация проекта\*** | 1. *Цели проекта*: разработка туристических маршрутов, что обеспечит доступное и удобное средство передвижения по городу; внедрение системы проката велосипедов, которая позволяет пользователям арендовать велосипеды на определенный период времени;
2. *Задачи проекта*: Определение целевой аудитории и ценовых категорий; Разработать мобильное приложение для доступа к системе проката велосипедов; Выбор и приобретение велосипедов и сопутствующего оборудования
3. *Ожидаемые результаты*: Полностью функциональная система проката велосипедов с навигатором по туристическим маршрутам, который будет работать с помощью искусственного интеллекта; Создание функционального мобильного приложения;
4. *Области применения результатов*: Организация велосипедных туров и экскурсий по городам и достопримечательностям
5. *Потенциальные потребительские сегменты*:

 -Туристы, желающие исследовать город навелосипеде.- Местные жители, ищущие альтернативные способы передвижения. |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет****продаваться\*** | Мы предлагаем туристам удобный способ передвижения по туристическим маршрутам города, который сэкономит время нашим главным потребителям. Наша команда хочет представить **мобильное приложение**, основой которого будут туристические маршруты, работающие с помощью навигатора (ИИ) |
| 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* | Существующий рынок туристических услуг во Пскове недостаточно эффективно удовлетворяет спрос на доступные, комфортные и интересные способы активного отдыха, особенно среди туристов, предпочитающих самостоятельные поездки и эко-путешествия. Отсутствие специализированного сервиса аренды велосипедов с разработанными экскурсионными маршрутами приводит к потере потенциальных клиентов, которые ищут альтернативу стандартному автобусному или пешему туризму, но не находят удобных и интуитивно понятных решений для аренды велосипедов и планирования велосипедных туров |
| 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.)* | Алиса, девушка 23 лет из города Мурманск. Она безумно любит фотографировать достопримечательности разных городов, поэтому часто путешествует по России. В этот раз она решила посетить Псков, потому что он находился недалеко от Мурманска, и она много слышала об истории этого города. Помимо фотографирования достопримечательностей, она очень любит наблюдать за людьми и гулять на природе, посещая парки или просто прогуливаясь по городу. Главным ее средством передвижения в других городах были велосипеды, потому что, благодаря им, можно совместить приятное с полезным. Однако, приехав во Псков она поняла,что главная ее проблема – не удобно посещать все знаковые места:автобусы переполнены, а на такси не рассмотришь красот, а привычных для нее такси нет.Проект WheelWise смог бы помочь Алисе прокатиться хоть и по маленькому, но очень уютному Пскову. Алиса смогла бы посетить любую точку города, остановившись в любой момент. Эта прекрасная возможность экологично и с комфортом проехать все туристические места.  |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\****Указывается необходимый перечень научно- технических решений с их кратким описанием**для создания и выпуска на рынок продукта* | Для реализации будут использоваться технологии информационных, управляющих, навигационных систем. В нашем мобильном приложении предусмотрено наличие конкретных туристических маршрутов, которые будут функционировать с помощью системы навигатора. Сам же навигатор будет разрабатываться с помощью искусственного интеллекта. Для предотвращения краж велосипедов будет также предусмотрена система GPS-датчиков. |
| 13 | **Бизнес-модель\****Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для**создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и**поставщиками, способы привлечения**финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.* | ***Ключевые партнеры:*** * Гостиницы/хостелы
* Организаторы местных событий
* Департамент культуры

***Ключевые ресурсы:**** Навигатор
* Мобильное приложение
* Собранные данные в результате анализа

***Ценностные предложения:**** Проект «Велопрокат» - это платформа, с помощью которой туристы смогут исследовать значимые места города, значительно сэкономив свое время

***Взаимоотношения с клиентами:**** Обратная связь
* Персонализированное обслуживание
* Постоянное улучшение услуг
* Четкое информирование клиентов о ценах, условиях аренды и пр.

***Каналы сбыта:**** Партнерство с гостиницами и туристическими агентствами

***Потребительские сегменты:**** Молодежная аудитория, местные жители, туристы, компании, заинтересованные в предоставлении услег проката для своих сотрудников

***Структура издержек:**** Первоначальные инвестиции: закупка велосипедов, запчастей для них
* Маркетинговые расходы: создание приложения, реклама

***Потоки поступления доходов:**** Процент от тарифа за аренду, внутренняя реклама

В своей бизнес-идее, наша модель монетизации будет в виде аренды нашихвелосипедов. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Тоболенец (Компания предлагает аренду широкого спектра спортивного и туристического оборудования)
2. GoPskov (Центр «GoPskov» предлагает в аренду широкий спектр транспортных средств)
3. FamilyPark (FamilyPark» предлагает в аренду широкий спектр велосипедов)
4. МТС Юрент (российский сервис шеринга, предоставляющий в аренду электросамокаты и велосипеды, включая электровелосипеды, через мобильное приложение)
5. Веломарка (У них действуют гибкие тарифы от 1 часа до 2х суток на аренду велосипедов и самокатов)
6. РУТС (Это маршрут, который проходит через музеи, галереи, театры, парки и даже сквозь здания и общественные пространства).
 |
| 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* | Прокат велосипедов является более доступным и дешевым вариантом передвижения для туристов, приехавших в город. Таким образом, наши главные потребители смогут не только увидеть значимые и интересные места города (с помощью специально разработанных туристических маршрутов), но и значительно сэкономить свое время. |
| 16 | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД,****действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.);****дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)\****Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и**востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем**обосновывается потенциальная**прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым* | 1. ***Причины для реализации проекта:***

- Увеличение популярности велосипедного туризма. С каждым годом все больше людей выбирают активный отдых на велосипеде, поэтому спрос на подобные услуги будет только расти.- Привлекательные маршруты. Выбор интересных и красивых маршрутов поможет привлечь больше туристов и делать проект более конкурентоспособным.- Уникальность предложения. Предоставление велосипедов для проката на туристических маршрутах может быть привлекательным для тех, кто хочет исследовать город или природную местность самостоятельно.1. ***Полезность и востребованность проекта:***

***-*** Увеличение туристического потока. Проект привлекает больше туристов, которые хотят исследовать местные достопримечательности на велосипеде, что способствует развитию местной экономики.***-*** Удобство и доступность. Туристы могут легко и быстро передвигаться по маршрутам, что делает их поездку более удобной и разнообразной.***-***Развитие инфраструктуры. Постепенно может происходить улучшение велосипедной инфраструктуры в регионе, что благоприятно влияет на местных жителей.1. ***Прибыльность проекта:***

- Рост популярности велотуризма. С каждым годом увеличивается количество людей, выбирающих велосипед как способ путешествий и отдыха, что обеспечивает стабильный спрос.- Взаимодействие с правоохранительными органами, отвечающими за культуру.- Партнёрства с местными бизнесами. Сотрудничество с гостиницами, кафе и туристическими агентствами позволяет расширить клиентскую базу и увеличить доходы через кросс-продажи.- Разработка туристических маршрутов. Создание уникальных маршрутов, что разнообразит предложение и повышает интерес к прокату, может привлечь больше клиентов и увеличить длительность аренды.1. ***Аргументы в пользу устойчивости проекта:***

- Гибкость в обслуживании. Простота в эксплуатации и обслуживании велосипедов позволяет эффективно управлять ресурсами и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.- Поддержка местного сообщества. Проект может включать местные инициативы и партнерства, что способствует развитию сообщества и повышает его устойчивость.-Развитие велоинфраструктуры. Устойчивые проекты в области велотранспорта часто поддерживаются государственными инициативами по развитию велосипедной инфраструктуры, что создает позитивную среду для бизнеса. |
|  | **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* | Использование ИИ (искусственного интеллекта), с помощью которого будет работать функциональный навигатор. Также использование IoT-технологий для отслеживания состояния велосипедов (например, датчики местоположения и состояния). |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей)**стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая**партнерские возможности* | **Организационные параметры**: выбор организационно-правовой формы – ИП, получение всех необходимых лицензий. Состав организации: руководитель, аналитик, коммуникатор и визуализатор.**Производственные параметры**:* **Разработка приложения с функционирующими экскурсионными маршрутами; Разработка маркетинговой стратегии с учетом целевой аудитории и конкурентов.**
* **Приложение будет доступно для мобильных устройств на базе iOS и Android**
* **Внедрение новых технологий**

**Финансовые параметры:*** Финансовая поддержка от проф. органов, связанных с культурой; самофинансирование
* Прибыль будет поступать от арендованных велосипедов, от рекламы партнеров
* Оптимизация затрат, а также диверсификация доходов сможет минимизировать финансовые риски. Сюда же можно отнести резервный фонд, это поможет покрыть непредвиденные расходы и снизить риск финансовых проблем
 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)* | Основная выгода клиентам если они воспользуются продуктом конкурентов: * 1. Широкий выбор качественного снаряжения;
	2. Широкий выбор моделей и типов техники;
	3. Доступность аренды на любой срок (от часа до нескольких дней);
	4. Удобство получения и возврата техники.
 |
| 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. ***Интеграция платежных систем*:** добавление в приложение платежных систем для удобной оплаты проката, включая возможность использования кредитных карт, электронных кошельков и других способов оплаты
2. ***Навигационная система*:** предусмотренные туристические маршруты будут работать с помощью навигатора, который в свою очередь будет функционировать с помощью искусственного интеллекта.
3. ***GPS-отслеживание***: внедрение технологии геолокации для поиска ближайших пунктов проката велосипедов, удобного отслеживания местоположения арендованных велосипедов и определения маршрута для потребителей
4. ***Разработка мобильного интерфейса***: дизайн пользовательского интерфейса приложения, обеспечивающего удобство и простоту пользования и высокую скорость работы
5. ***Безопасность и защита данных****:* обеспечение безопасности информации пользователей, защита личных данных, платежных реквизитов и другой конфиденциальной информации в приложении
6. ***Техническая поддержка***: созданимханизмов для обратной связи пользователей с разработчиками, обновление приложения и исправление ошибок, оперативное реагирование на заявки пользователей и обеспечение стабильной работы сервиса
 |
| 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* | Наш проект находится на этапе TRL 1- утверждение и публикация базовых принципов технологии. Была разработана идея с ее последующей реализацией. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Прокат велосипедов на туристических маршрутах имеет потенциал значительно улучшить туристическую отрасль и приносить выгоду как местным предпринимателям, так и местному сообществу. Цель проекта: создание удобной инфраструктуры для туристов, позволяющей легко арендовать велосипеды и исследовать туристические маршруты. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую**стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Основные каналы для продвижения бизнеса:* 1. Личные аккаунты в социальных сетях (Vk, Тг, Instagram и тд)
	2. Контекстная реклама на Яндекс и Гугл
	3. Кроссмаркетинг/ партнерство
	4. Вывеска
	5. Группы в социальных сетях (бизнес-аккаунты Vk, Тг, Instagram и тд)
	6. Платные посты в группах в социальных сетях
	7. Сарафанное радио/ виральность
	8. Баннер вблизи места
 |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | ***Каналы сбыта:*** мобильное приложение ***Обоснование***: мобильное приложение обеспечивает удобство для клиентов во время путешествий. Оно позволяет быстро бронировать велосипеды, получать навигацию по маршруту, связываться со службой поддержки. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **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* | Существующий рынок услуг по прокату велосипедов с экскурсионными маршрутами во Пскове характеризуется рядом существенных недостатков, препятствующих удовлетворению растущего спроса на активный и экологичный туризм. Во-первых, предлагаемые услуги проката часто ограничены по ассортименту велосипедов (напр. устаревшее оборудование), неудобны по расположению пунктов проката и отсутствием онлайн-бронирования и современных систем оплаты. Качество обслуживания также оставляет желать лучшего: неквалифицированные консультации, отсутствие информации о техническом состоянии велосипедов и неэффективное решение проблем в процессе проката. Во-вторых, предлагаемые экскурсионные маршруты страдают от недостатка информации, ограниченного разнообразия и часто не учитывают безопасность велосипедистов (прохождение по оживленным автомагистралям, отсутствие разметки). В-третьих, недостаточное продвижение услуг и отсутствие единой информационной системы усложняют поиск и бронирование услуг для туристов. В результате эти недостатки приводят к неудовлетворённости клиентов, снижению доходов предпринимателей и сдерживают развитие сегмента активного экологичного туризма во Пскове. |
| Можно решить следующие аспекты:1. **Удобное расположение и доступность**: пункт проката может быть расположен в удобном и доступном месте, например, вблизи туристических объектов, с хорошей транспортной доступностью.
2. **Разработка привлекательных и безопасных маршрутов**: проект может разработать интересные и безопасные экскурсионные маршруты различной протяженности и сложности с учетом исторических, культурных и природных достопримечательностей.
3. **Информационная система**: создание единой информационной системы (веб-сайт, мобильное приложение) позволит туристам легко находить информацию о доступных услугах и бронировать велосипеды и маршруты.
 |
| 26 | **«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 11)* | **«Держателями» проблемы могут быть**: * Потенциальные туристы и местные жители. **Решение проблемы**: проект предлагает качественные велосипеды и интересные маршруты, удобную систему навигации и оплаты, что удовлетворяет их потребности в качественном и удобном активном отдыхе.
* Туристические организации.

**Решение проблемы:** проект может стать частью стратегии развития велотуризма, предлагая качественные услуги и способствуя развитию велосипедной инфраструктуры. Партнерство с местными властями может обеспечить дополнительные возможности для продвижения и развития проекта.* Предприниматели.

**Решение проблемы**: проект предлагает готовую бизнес-модель для успешного запуска бизнеса в этом сегменте рынка. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям**справляться с проблемой* | **Решение:** разработка мобильного приложения с экскурсионными маршрутами, навигации которого будет работать с помощью технологии искусственного интеллекта (ИИ). Активное продвижение услуг в социальных сетях, на туристических порталах и в других релевантных каналах. Сотрудничество с отелями, туристическими агентствами и другими организациями в сфере туризма. |
| 28 | **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 16.* | Оценка потенциала "рынка" и рентабельности бизнеса для велопроката во Пскове 1. Обоснование сегмента и доли рынка: Сегмент: Велосипедный прокат может быть ориентирован как на туристов (особенно в летний сезон), так и на местных жителей, которые используют велосипеды для активного отдыха и спорта. Доля рынка: В Пскове рынок проката велосипедов пока не насыщен, что предоставляет возможность занять значительную долю рынка. Конкуренция скорее всего будет ограничена, особенно если предложить уникальные услуги (например, электровелосипеды, детские велосипеды). 2. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса: Развитие сети точек проката: Открытие дополнительных пунктов аренды в популярных местах города (парки, туристические маршруты) позволит увеличить охват аудитории. Онлайн-бронирование и мобильные приложения: Создание удобного сервиса онлайн-бронирования и мобильного приложения упростит процесс аренды и привлечет больше клиентов. Расширение ассортимента: Помимо классических велосипедов можно предлагать аренду самокатов, электросамокатов, скутеров и других видов транспорта. Дополнительные услуги: Организация экскурсий на велосипедах по историческим местам Пскова, проведение спортивных мероприятий с участием арендованных велосипедов. Франшиза: Развитие франшизы для открытия аналогичных сервисов в соседних городах (например, Великие Луки, Остров). Таким образом, потенциал для развития велопрокатного бизнеса в Пскове существует благодаря невысокой конкуренции и возможностям расширения услуг и географии. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта** | Дальнейшее развитие проекта будет направлено на расширение ассортимента услуг и географического охвата, повышение качества обслуживания и укрепление бренда. Для повышения качества обслуживания планируется внедрить систему онлайн-бронирования с интеграцией с популярными туристическими платформами, автоматизировать учет и управление инвентарем, а также повысить квалификацию персонала. Маркетинговая стратегия будет включать активное продвижение в социальных сетях, партнерство с отелями и туристическими агентствами, а также разработку специальных предложений для постоянных клиентов.  |