**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

[*Ссылка на проект*](https://pt.2035.university/project/gid-po-pskovu?pulse=fc83add5-feed-4db5-9b9e-bdb12824993c) *13.11.23 (дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФЕДЕРАЛЬНОЕГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГООБРАЗОВАНИЯ "ПСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ" |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 6027138617 |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | «Акселератор ПсковГУ» |
| Дата заключения и номер Договора | «3» июля 2023 г. № 70-2023-000736 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | “Гид по Пскову” |
| **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 для поиска молодежью культурных мероприятий и классических и нестандартных достопримечательностей пскова.* |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| **4** | **Рынок НТИ** | **EduNet**— рынок продуктов и сервисов, которые вовлекают человека в развитие и реализацию своего потенциала. |
| **5** | **Ск****возные технологии** |  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * UntiID — U1639589
* Leader ID — id5213151
* Акимова Мария Андреевна
* +79113515071
* muzia915@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 | U1737973 | id2390283 | Скородумова Радамира Алексеевна | Коммуникатор | 89877544476skorodymova.rada@gmail.com |  | Составитель рекламных текстов для города Нижний Новгород |
| 2 | U1736670 | id5213166 | Ермакова Виктория Антоновна | Координатор | 89116981086hochuskrabom@yandex.ru |  | Специалист по коммуникации с клиентами различных компаний |
| 3 | U1639579 | id4333663 | Люлюкина Анастасия Алексеевна | Визуализатор проекта | 89113695825lyulyukina04@bk.ru |  | СММ-менеджер стартапа в г. Псков |
|  |  | 4 | U1737932 | id3913471 | Халиков Кирилл Солиевич | Продуктолог | 89113789338kirill.khalikov2004@gmail.com |  | Филантроп |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **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: Повышение культурной активности молодежи в регионе, развитие туризма, создание онлайн-сообщества
2. Задачи проекта: Создание мобильного приложения, поиск и интеграция мероприятий, сбор оценок и формирование рейтингов, создание интерактивной карты города, сотрудничество с местными организациями и учреждениями.
3. Ожидаемые результаты: увеличение культурной и туристической активности в регионе, увеличение заинтересованности местных организаций в создании и поддержании бренда города.
4. Области применения результатов (где и как сможем применить проект):Приложение может быть использовано для поиска и оценки культурных мероприятий и достопримечательностей в г. Псков.
5. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать): Молодежь (14-24 лет) г. Псков, туристы из других регионов.
 |
|  | **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* | Мобильное приложение “Гид по Пскову” создано для молодежи, с целью погружения пользователя в культурный контекст г. Псков, и позволяет пользователю делиться как классическими, так и нестандартными достопримечательностями. |
| 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 регион имеет большой туристический потенциал, который никак не используется. В первую очередь это касается молодежь, т.к. местные туристические центры не имеют с ней путей взаимодействия. Именно через приложение с развитой обратной связью и функционалом, позволяющим добавлять новые объекты культуры, возможно раскрыть туристический потенциал региона. |
| 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.)* | 1. Молодые люди от 14 до 24 лет обоих полов, независимо от их материального положения, имеющие какие-либо увлечения и свободное время.
2. Мужчины и женщины (от 25 лет) среднего и выше достатка, имеющие свободное время, активные пользователи интернета и соцсетей.
 |
| 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 проекта будет создано мобильное приложение с интеграцией сервиса онлайн-карт и навигации. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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: Организации г. Псков и области, туроператоры.Ключевые виды деятельности: Поиск и актуализация данных о культурных мероприятиях и достопримечательностях.Ключевые ресурсы: Рецензенты, разработчики приложения, финансы.Ценностные предложения:Быстрый и удобный поиск достопримечательностей и культурных мероприятий, создание списков и подборок, система отзывов и рецензий..Взаимоотношение с клиентами: Интуитивно понятный и простой интерфейс, система обратной связи.Каналы сбыта: Партнерские отношения с организациями г. Псков, магазины приложений, сарафанное радио.Потребительские сегменты: Молодые жители г. Псков, туристы – активные пользователи интернета и соцсетей.Структура издержек: Разработка приложения, обслуживание ПО, реклама.Потоки поступления доходов: Продажа рекламы организациям, контекстная реклама. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Основные конкуренты: Сокровища Пскова, МегаФон Гид, Surprise me, МТС Гид, Псковский Туристический Центр |
| 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 инновационное мобильное приложение предлагает уникальный опыт, который позволит принимать участие в разнообразных культурных мероприятиях, открывать как известные, так и скрытые достопримечательности Пскова.Мы предлагаем вам удобный поиск и календарь мероприятий, систему отзывов и оценок, и спец. предложения от местных партнеров. |
| 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. Проект может быть реализован, т.к. он прост с технической точки зрения, актуален и востребован в г. Псков
2. Наше приложение предоставляет универсальную и инновационную платформу для обнаружения и исследования разнообразных аспектов города - от культурных мероприятий до достопримечательностей. Мы также предлагаем удобный и интуитивно понятный интерфейс, что делает использование приложения приятным и доступным даже для новичков.
3. Мы планируем взимать плату за рекламу и партнерство с местными бизнесами, такими как организаторы мероприятий, рестораны и магазины.
4. Наше мобильное приложение сочетает в себе удобство и интерактивность, что делает его привлекательным для широкого круга пользователей. Кроме того, наше партнерство с местными бизнесами создает взаимную 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* | Технические свойства: для ОС android и IOS, привязка к картам (Яндекс, 2ГИС), возможность регистрации через соцсети и популярные платформы (ВК, Google, Яндекс, Apple). Интерфейс: Удобный интерфейс, красивое оформление, выбор места из подборки через свайпы, разделение пространств на категорииВозможности для пользователя: система отзывов, специальные предложения от партнёров, возможность стать нашим доверенным лицом, молодёжная направленность приложения. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей)**стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая**партнерские возможности* | Потребуется команда разработчиков и модераторов для старта проекта. Требуется маркетолог (представитель) для создания договоренностей с организациями.  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)* | Наш продукт решает большее кол-во проблем пользователяНаш продукт имеет большее кол-во предложенийНаш продукт имеет большее кол-во каналов дистрибуцииНаш продукт имеет больший потенциал в партнерстве |
| 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* | Реализация приложения на мобильных операционных системах отличается легкостью создания и продуктивностью.Интеграция онлайн-карт: Яндекс и 2ГИС открыты для сотрудничества в этом направлении |
| 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* | Уровни готовности технологии:TRL 1 – Утверждение и публикация базовых принципов приложенияTRL 2 – Формулировка концепции приложения и оценка области применения |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** |  |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую**стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* |  Поисковая оптимизация: продвижение платформы через поисковые запросы и ключевые слова.Реклама в онлайн-поиске: Рекламные кампании вGoogle или Яндекс, Google play, App Store позволят привлечь новых пользователей.Партнерство с местными организациями.Сарафанное радио. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Партнерские отношения с организациями г. Псков (горячая ЦА), магазины приложений (большой охват, автоматизированность), сарафанное радио. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Молодежь имеет ограниченный доступ к информации о культурных и исторических достопримечательностях города Пскова. Наше приложение позволяет решить эту проблему, предоставляя молодежи удобный способ изучения культуры и истории Пскова. Мы собираем информацию о различных достопримечательностях, культурных мероприятиях и местах, которые являются популярными среди молодежи,а также включаем в приложение нестандартные и малоизвестные места, которые будут интересны туристу из любого региона РФ. |
| 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* |  Именно через приложение с развитой обратной связью и функционалом, позволяющим добавлять новые объекты культуры, возможно раскрыть туристический потенциал региона. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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)* | Многие туристы и молодежь г. Псков испытывают трудности в поиске или нехватку культурных мероприятий в городе. Наше приложение поможет решить эту проблему с помощью подборок и системы реальных отзывов. Пользователь может найти интересующие мероприятия или достопримечательности на карте или через списки, подборки, поделиться ими с друзьями и оставить отзыв, актуализировать информацию об объекте. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям**справляться с проблемой* | С помощью приложения пользователь всегда сможет найти интересующее его мероприятие. |
| 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 в рассматриваемом регионе практически не занят, конкуренты повторяют друг друга и не удовлетворяют потребности пользователя. Потенциально платформа может охватывать любой город, что дает возможности для увеличения масштабов проекта. |