

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНКУРСА
СТУДЕНЧЕСКИХ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Брест 2023

УДК 330/338
ББК 674.480.46
Э40

Редакционная коллегия:

И. М. Гарчук – председатель редакционной коллегии, канд. экон. наук, заведующий кафедрой менеджмента

М.Т. Козинец – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

М. П. Мишкова – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента

Л. О. Кулакова – старший преподаватель кафедры менеджмента

Т.А. Будурян – старший преподаватель кафедры менеджмента

Рецензенты:

Р. Б. Ивуть – д-р экон. наук, профессор

О. А. Наумович – канд., экон. наук, доцент

Э40 **Международный конкурс студенческих стартап-проектов «Бизнес-генерация – 2023»:** сборник материалов Международного конкурса студенческих стартап-проектов «Бизнес-генерация – 2023», УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест, 6 апреля 2023 г.; редкол.: И. М. Гарчук [и др.]. – Брест: Издательство БрГТУ, 2023. – 301 с.

ISBN 978-985-493-623-9.

В сборник научных статей включены материалы Международного конкурса студенческих стартап-проектов «Бизнес-генерация – 2023», организованного Учреждением образования «Брестский государственный технический университет». В сборник включены пояснительные записки и презентации стартап-проектов белорусских и зарубежных студенческих команд, направленных на решение актуальных проблем в социальной сфере, различных отраслях бизнеса и экономики. Представленные научно-практические работы способствуют развитию у молодежи креативного мышления и принятия нестандартных решений, стимулируют поиск инновационных бизнес-идей, развивают soft skills и навыков тимбилдинга у студентов, формируют банк данных о перспективных студентах для компаний-партнёров, содействуют их трудоустройству, выстраиванию долгосрочных коммуникаций с организациями-партнерами конкурса. Материалы сборника представляют научный и практический интерес для преподавателей, студентов, представителей бизнес-сообщества.

**УДК 330/338
ББК 674.480.46**

ISBN 978-985-493-623-9

© Издательство БрГТУ, 2023

Введение

Брестский государственный технический университет ежегодно, начиная с 2021 года, проводит Международный конкурс студенческих стартапов **«Бизнес-генерация – 2023»**.

Основной целью Конкурса является создание нетворкинг-площадки для выявления и поддержки талантливых студентов, способных решать проблемы в социальной сфере, областях бизнеса и экономики.

Важнейшими задачами Конкурса являются:

- развитие у молодежи навыков креативного мышления и принятия нестандартных решений;
- отбор и оценка лучших инновационных бизнес-идей студентов;
- моделирование и стимулирование духа конкуренции и соревновательности в рамках площадки конкурса;
- развитие soft skills и навыков тимбилдинга у творческой молодёжи;
- формирование банка данных о перспективных студентах для компаний-партнёров, содействие их трудоустройству;
- выстраивание долгосрочных взаимоотношений с организациями-партнерами проекта.

Организатором конкурса являются кафедра менеджмента учреждения образования «Брестский государственный технический университет», которая:

- разрабатывает положение, план подготовки мероприятия;
- отвечает за техническое обеспечение мероприятия;
- определяет состав экспертного совета, состав участников (отборочный и финальный туры), место проведения и программу мероприятий Конкурса;
- организует проведение мероприятия Конкурса.

К участию в Конкурсе приглашаются команды, состоящие из 2-4 студентов, обучающихся по программам очного обучения (бакалавриат, магистратура). Участники команды самостоятельно определяют капитана. По желанию студентов у команды может быть коуч-консультант (преподаватель либо представитель бизнес-сообщества).

Конкурс проводится в формате открытого очно - дистанционного участия и осуществляется в 2 этапа (предусматривает проведение отборочного этапа и финального состязания) – презентации-питчинга. Рабочие языки конкурса – белорусский, русский, английский, китайский.

Организационный взнос за участие в конкурсе с участников не взимается.

Сроки проведения этапов Конкурса в 2023 году:

- предварительный, отборочный (заочный) этап – с 01 марта по 24 марта 2023 г.;
- презентация (питчинг) стартапа, бизнес-полемика – 6 апреля 2023 г.;
- объявление результатов состоялось 10 апреля 2023 г.

Кафедра менеджмента своевременно информировала участников о сроках, условиях и процессе проведения Конкурса.

Выполнение задания отборочного этапа оценивается по следующим критериям:

- инновационность бизнес-идеи;
- предполагаемая востребованность продукта (услуги) рынком;
- творческий подход;
- аналитичность мышления;

- раскрытие темы;
- аргументированность заявленных позиций;
- экономическая обоснованность.

29 марта 2023 г. всем командам, приславшим заявку и пояснительную записку, была разослана информация о результатах отборочного тура. Участники, успешно прошедшие отборочный (заочный) этап Конкурса, были приглашены на онлайн- и/или офлайн-презентацию авторских стартапов, которая состоялась в БрГТУ 6 апреля 2023 г.

Презентация авторских стартап-проектов осуществляется командой в очередности и порядке, определенной организаторами, в течение 5-7 минут, после чего защита идеи происходит в форме полемики (ответов на вопросы представителей другой команды). Команда также участвует в полемике в рамках презентации стартапа иных участников, определенных организаторами Конкурса. Содержание и качество задаваемых вопросов, а также ответы на них подлежат оценке и учитываются при формировании результатов.

По итогам 2-х этапов конкурсная комиссия на основе совокупной оценки предложенной бизнес-идеи, презентации стартапа, а также бизнес-полемики определяет победителей.

В состав экспертной комиссии входят: представители организаций-партнеров Конкурса, профессорско-преподавательский состав кафедры менеджмента. Члены конкурсной комиссии выставляют оценки каждой команде по критериям:

Критерий	Оценка
умение увидеть проблему, сформулировать цель и представить механизм ее решения	0-5 балла
оригинальность и новизна бизнес-идеи, инновационность модели	0-5 балла
системный подход	0-3 балла
качество проведенного анализа рынка, логичность рассуждений и наличие причинно-следственных связей	0-5 баллов
экономическое обоснование принятых решений	0-5 баллов
оформление работы (лексика, грамматика, стиль текста и т.п.)	0-3 балла
качество презентации, командная работа	0-5 баллов
бизнес-полемика (защита собственной идеи – ответы на вопросы инвестора / конкурента)	0-5 баллов
бизнес-поединок (выступление в качестве инвестора / конкурента)	0-3 баллов
соблюдение тайм-регламента (временных рамок)	– 5-0 баллов

Победителями конкурса объявляются команды, набравшие максимальное количество баллов. Результаты конкурса были опубликованы **10 апреля 2023 г.** на официальных сайтах БрГТУ <https://www.bstu.by/> и кафедры менеджмента <http://man.bstu.by/> и доведены до каждой команды-участницы конкурса.

Победители конкурса, занявшие первые 3 места, были награждены дипломами. Всем участникам Конкурса были высланы сертификаты.

**Организаторы, партнеры, участники
Международного конкурса студенческих стартапов
«Бизнес-генерация – 2023»**

Организационный комитет Конкурса:

Председатель:

Шалобыта Н.Н. – проректор по научной работе УО «Брестский государственный технический университет», к.т.н., доцент

Члены организационного комитета:

Зазерская В.В. – декан экономического факультета, к.э.н., доцент

Макарук Д.Г. – директор ЗАО «Брестский научно-технологический парк»

Мельниченко А.Н. – директор ЧПТУП «Тевком»

Гарчук И.М. – заведующий кафедрой менеджмента, к.э.н.

Радчук А.П. – доцент кафедры менеджмента, к.т.н., доцент

Козинец М.Т. – доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент

Мишкова М.П. – доцент кафедры менеджмента, к.э.н.

Будурян Т.А. – старший преподаватель кафедры менеджмента

Кулакова Л.О. – старший преподаватель кафедры менеджмента.

Вузы-участники Конкурса:

1. Академия управления при Президенте Республики Беларусь (г. Минск)
2. Белорусский национальный технический университет (г. Минск)
3. ГБУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва)
4. Государственный энергетический институт Туркменистана (г. Мары)
5. Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнёва (г. Красноярск)
6. Смоленский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Смоленск)
7. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (г. Минск)
8. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)
9. УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого» (г. Гомель)
10. ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва)
11. ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва)
12. ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» (г. Симферополь).

Общее число участников составило 142 человека. Свои заявки и стартап-проекты представили 36 команд, из которых для участия в заключительном этапе Конкурса были отобраны 23, команды-авторы которых были приглашены к непосредственному состязанию оф- и он-лайн (Яндекс. Телемост). В итоге были определены победители, получившие первые 3 места.

Состав
команд-участников заключительного этапа
Международного конкурса студенческих стартапов
«Бизнес-генерация – 2023»

1. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	ROCKETMED
Капитан команды	Котыш Алина Юрьевна студент группы ЭЛБ-2 специальности «Экономика электронного бизнеса» 4-го курса экономического факультета alinak20026396@gmail.com
Члены команды	1. Крокун Ольга Станиславовна студент группы ЭЛБ-2 специальности «Экономика электронного бизнеса» 4-го курса экономического факультета
Члены команды	2. Тальчук Светлана Викторовна студент группы ЭЛБ-2 специальности «Экономика электронного бизнеса» 4-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Кулакова Лейла Омаровна старший преподаватель кафедры менеджмента lejla67@mail.ru

2. ФГБУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва)

Название стартап-проекта	ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОДГОТОВКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ «СКИПЕТР»
Капитан команды	Ларшина Мария Андреевна студент гр. Управление Проектом 3-1 специальности «Управление проектом» 3-го курса института отраслевого менеджмента maria.larshina@mail.ru
Члены команды	1. Ковалев Владислав Максимович студент гр. Управление Проектом 3-1 спец. «Управление проектом» 3-го курса института отраслевого менеджмента 2. Поникаровская Полина Сергеевна студент гр. Управление Проектом 3-1 спец. «Управление проектом» 3-го курса института отраслевого менеджмента 3. Кухтенко Диана Вадимовна студент гр. Управление Проектом 3-1 спец. «Управление проектом» 3-го курса института отраслевого менеджмента
Коуч-консультант	Псарёва Надежда Юрьевна профессор кафедры теории и организации управления ГУУ, д.э.н., проф. kaf-em@yandex.ru

3. Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнёва (г. Красноярск)

Название стартап-проекта	ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ШКОЛА «STAR»
Капитан команды	Иванов Кирилл Викторович студент гр. БВТ20-01 специальности «Менеджмент высоких технологий» 3-го курса инженерно-экономического факультета kirill445599@mail.ru
Члены команды	1. Капитонов Антон Эдуардович студент гр. БВТ20-01 специальности «Менеджмент высоких технологий» 3-го курса 2. Астафьев Никита Денисович студент гр. БВТ20-01 специальности «Менеджмент высоких технологий» 3-го курса инженерно-экономического факультета
Коуч-консультанты	Карачёва Галина Александровна старший преподаватель кафедры организации и управления наукоемкими производствами yhalinka@yandex.ru Агалакова Анна Владимировна доцент кафедры организации и управления наукоемкими производствами, к.э.н. agalanna@yandex.ru

4. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (г. Минск)

Название стартап-проекта	МНОГОЦЕЛЕВОЙ РОЙ РОБОТОВ-МУРАВЬЕВ
Капитан команды	Малявко Никита Викторович студент гр. 151001 специальности «Программное обеспечение информационных технологий» 2-го курса факультета компьютерных систем и сетей mikita.maliauka@gmail.com
Члены команды	1. Кулиненко Карина Евгеньевна студент гр. 174004 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета 2. Лукашун Дарья Александровна студент гр. 174002 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета
Коуч-консультант	Шкор Ольга Николаевна старший преподаватель, магистр экономических наук, доктор философии в области экономики (PhD) sv-olga@tut.by

5. Академия управления при Президенте Республики Беларусь (г. Минск)

Название стартап-проекта	МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ «4help»
Капитан команды	Потеснова Ксения Александровна студент гр. УИР-1 специальности «Управление информационными ресурсами» 1-го курса института управленческих кадров ksiusha.pa@gmail.com
Члены команды	1. Ермалович Виолетта Михайловна студент гр. УИР-1 специальности «Управление информационными ресурсами» 1-го курса института управленческих кадров 2. Омелянчук Ангелина Сергеевна студент гр. УИР-1 специальности «Управление информационными ресурсами» 1-го курса института управленческих кадров 3. Костянко Ольга Андреевна студент гр. УИР-1 специальности «Управление информационными ресурсами» 1-го курса института управленческих кадров
Коуч-консультант	Ледян Юлия Андреевна старший преподаватель кафедры экономического развития и менеджмента yulialev23@gmail.com

6. Государственный энергетический институт Туркменистана (г. Мары)

Название стартап-проекта	ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КЛИЕНТА В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ
Капитан команды	Абаев Даянч Нургелди Оглы студент гр. ЭУ-1 специальности «Экономика и управление (в энергетике)» 1-го курса промышленно-технологического факультета dayancabayew.info@gmail.com
Члены команды	1. Какабаев Какабай Мерданович студент гр. ЭУ-3 специальности «Экономика и управление (в энергетике)» 3-го курса промышленно-технологического факультета
Коуч-консультант	Гурбандурдыева Гульшат Оразмухаммедовна преподаватель кафедры экономики энергетики gulshatgurbandurdyeva99@gmail.com

7. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	MuLAV
Капитан команды	Салтыков Даниил Васильевич студент гр. ЭЛБ-2 специальности «Экономика электронного бизнеса» 4-го курса экономического факультета elb00219@g.bstu.by
Члены команды	1. Врублевская Виктория Николаевна студент гр. ЭЛБ-2 специальности «Экономика электронного бизнеса» 4-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Кулаков Игорь Анатольевич ст. преподаватель кафедры менеджмента lejla67@mail.ru

8. ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь)

Название стартап-проекта	ИННОВАЦИОННОЕ КАФЕ «МИР ИЛЛЮЗИЙ»
Капитан команды	Ивкин Александр Сергеевич студент гр. М-б-о 221 специальности «Менеджмент организации» 1-го курса факультета менеджмента Alexivkin18@gmail.com
Члены команды	1. Гарафутдинова Анна Рустемовна студент гр. М-б-о 221 специальности «Менеджмент организации» 1-го курса факультета менеджмента 2. Казаков Артем Юрьевич студент гр. М-б-о 221 специальности «Менеджмент организации» 1-го курса факультета менеджмента
Коуч-консультант	Высочина Марина Викторовна доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления vysochina.marina@yandex.ru

9. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	«БЕСКОНТАКТНЫЕ МАГАЗИНЫ» КАК ГЛАВНАЯ ПАРАДИГМА РИТЕЙЛА БУДУЩЕГО. СОЗДАНИЕ «УМНОГО» МАГАЗИНА В Г. БРЕСТЕ
Капитан команды	Ковальчук Яна Александровна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета yana.kowalchuk2018@yandex.by
Члены команды	1. Иванова Анна Сергеевна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 2. Высоцкая Дарья Викторовна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Кулакова Лейла Омаровна старший преподаватель кафедры менеджмента lejla67@mail.ru

10. Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова (г. Кокшетау)

Название стартап-проекта	МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ
Капитан команды	Оспанова Алина студент 1-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Абишева Гульмира Олжабековна доктор PhD gulya_1363@mail.ru

11. ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва)

Название стартап-проекта	СТУДЕНЧЕСКИЙ ЦЕНТР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ДОСУГОВЫХ УСЛУГ
Капитан команды	Клочкова Ульяна Руслановна студентка гр. ШЭКбд-03-20 направления «Цифровая экономика» 3 курса экономического факультета 1032200838@pfur.ru
Члены команды	1. Никитина Есения Андреевна студентка гр. ШЭКбд-04-20 направления «Международная экономическая безопасность» 3 курса экономического факультета 2. Рощупкина Анастасия Денисовна студентка гр. ШЭКбд-04-20 направления «Международная экономическая безопасность» 3-го курса экономического факультета 3. Тимонин Станислав Эдуардович студент гр. ШЭКбд-04-20 направления «Международная экономическая безопасность» 3-го курса экономического факультета

12. ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет» (г. Псков)

Название стартап-проекта	МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «Псков.trip»
Капитан команды	Акинина Ольга Александровна студент гр. 0074-04 спец. «Экономическая безопасность» 4-го курса института права, экономики и управления akinina01@inbox.ru
Члены команды	1. Андреева Светлана Викторовна студент гр. 0074-04 спец. «Экономическая безопасность» 4-го курса института права, экономики и управления 2. Акинин Иван Александрович студент гр. 0074-04 спец. «Экономическая безопасность» 4-го курса института права, экономики и управления 3. Денисова Олеся Вадимовна студент гр. 0074-04 спец. «Экономическая безопасность» 4-го курса института права, экономики и управления
Коуч-консультант	Петрова Ольга Сергеевна старший преподаватель кафедры экономики, финансов и финансового права prepodpos@inbox.ru

13. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	ПРИМЕНЕНИЕ ГИБРИДНЫХ РАДИАТОРОВ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ОТОПЛЕНИЯ В МЕЖСЕЗОНЬЕ
Капитан команды	Мороз Максим Олегович студент гр. ТВ-18 3-го курса факультета инженерных систем и экологии amaksus.morozus@gmail.com
Члены команды	1. Терещук Максим Николаевич студент гр. ТВ-18 3-го курса факультета инженерных систем и экологии
Коуч-консультанты	1. Акулова Ольга Александровна заведующий кафедрой начертательной геометрии и инженерной графики, к.т.н. akylovaolya@yandex.by 2. Новосельцев Владимир Геннадьевич заведующий кафедрой теплогазоснабжения и вентиляции, к.т.н., доцент vgnovoseltsev@yandex.ru

14. ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва)

Название стартап-проекта	КЕМПИНГОВЫЙ ТУРИЗМ - НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
Капитан команды	Пехов Тимофей Олегович студент гр. ЭЭКбд-01-21 направления «Экономика» 2 курса экономического факультета 1032216905@pfur.ru
Члены команды	1. Горюнов Антон Сергеевич студент гр. ЭЭКбд-01-21 2 курса экономического факультета 2. Прошина Анастасия Александровна студентка гр. ЭЭКбд-06-20 направления «Экономика» 3-го курса экономического факультета 3. Семенова Мария Алексеевна студентка гр. ЭЭКбд-06-20 направления «Экономика» 3 курса экономического факультета

15. Смоленский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Смоленск)

Название стартап-проекта	HANDMADE МАСТЕРСКАЯ «ТОЧКА УЮТА»
Капитан команды	Маркова Елизавета Павловна студент гр. Б-12 специальности «Экономика и бухгалтерский учет» 1-го курса lioshiba_ma@mail.ru
Члены команды	1. Афонасенкова Полина Дмитриевна студент гр. Б-12 специальности «Экономика и бухгалтерский учет» 1-го курса
Коуч-консультант	Лёшина Мария Александровна доцент кафедры менеджмента и таможенного дела, к.э.н. lioshiba_ma@mail.ru

16. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	NOAIR - БЕЗВОЗДУШНЫЕ ШИНЫ
Капитан команды	Касперук Наталья Андреевна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета natkasperuk@mail.ru
Члены команды	1. Гончар Глеб Геннадьевич студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 2. Овчарова Анастасия Евгеньевна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Мишкова Маргарита Петровна доцент кафедры менеджмента, к.э.н. mishkova69@yandex.by

17. Белорусский национальный технический университет (г. Минск)

Название стартап-проекта	RECYCLE FOR THE LIFE CYCLE
Капитан команды	Барщевская Вероника Михайловна студент гр. 10607120 специальности «Экономика и организация производства (энергетика)» 3 курса энергетического факультета kotyal@yandex.ru
Члены команды	1. Стасевич Александра Сергеевна студент гр. 10607120 специальности «Экономика и организация производства (энергетика)» 3 курса энергетического факультета 2. Назарова Полина Геннадьевна студент гр. 10607120 специальности «Экономика и организация производства (энергетика)» 3 курса энергетического факультета 3. Тарасюк Анна Витальевна студент гр. 10607121 специальности «Экономика и организация производства (энергетика)» 2-го курса энергетического факультета
Коуч-консультант	Корсак Екатерина Павловна старший преподаватель кафедры экономика и организация энергетики, магистр экономических наук kotyal@yandex.ru

18. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	ЭКОПОСУДА ИЗ КОСТОЧЕК ФРУКТОВ
Капитан команды	Игнатова Марина Александровна студентка гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета eu003712@gbstu.by
Члены команды	1. Бальцева Карина Юрьевна студентка гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 2. Гусейнова Фарида Гулы кызы студентка гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 3. Гусейнова Назанин Гулы кызы студентка гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Гарчук Инна Максимовна заведующий кафедрой менеджмента, к.э.н. garchuk_im@mail.ru

19. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	ЗНІЧКА
Капитан команды	Шурьякова Юлия Владиславовна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета shuryakova12345@mail.ru
Члены команды	1. Меленчук Владислава Руслановна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 2. Зданевич Полина Сергеевна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета 3. Хололович Диана Викторовна студент гр. ЭУ-37 специальности «Экономика и управление на предприятии» 3-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Мишкова Маргарита Петровна доцент кафедры менеджмента, к.э.н. mishkova69@yandex.by

20. УО «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого» (г. Гомель)

Название стартап-проекта	GREEN HOSTEL
Капитан команды	Зубарь Анастасия Алексеевна студентка гр. ОП-31 специальности «Экономика и организация производства» 3 курса гуманитарно-экономического факультета zubaranastasia24@gmail.com
Члены команды	1. Руссель Кристина Руслановна студентка гр. ОП-31 специальности «Экономика и организация производства» 3 курса гуманитарно-экономического факультета 2. Пугачёва Ева Витальевна студентка гр. ОП-31 специальности «Экономика и организация производства» 3 курса гуманитарно-экономического факультета 3. Медведева Ангелина Владимировна студентка гр. ОП-31 специальности «Экономика и организация производства» 3 курса гуманитарно-экономического факультета
Коуч-консультант	Андриянчикова Мария Николаевна доцент кафедры «Экономика», к.э.н., доцент magistr@gstu.by

21. УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (г. Минск)

Название стартап-проекта	FINMIND
Капитан команды	Липченко Анна Михайловна студент гр. 174001 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета lipchenkoanna2003@gmail.com
Члены команды	1. Цекало Дарья Сергеевна студент гр. 174001 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета 2. Демещенко Ольга Олеговна студент гр. 174002 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета 3. Воробей Ксения Антоновна студент гр. 174002 специальности «Электронный маркетинг» 2-го курса инженерно-экономического факультета
Коуч-консультант	Шкор Ольга Николаевна ст. преподаватель кафедры экономики, магистр экономич. наук shkor@bsuir.by

22. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	РАЙ ВКУСА
Капитан команды	Синютитч Юлия Сергеевна студент гр. ЭЛБ-3 специальности «экономика электронного бизнеса» 3-го курса экономического факультета elb00319@g.bstu.by
Члены команды	1. Баран Ксения Вячеславовна студент гр. ЭЛБ-3 специальности «экономика электронного бизнеса» 3-го курса экономического факультета 2. Сидорук Дарья Константиновна студентка гр. ЭУ-36 специальности «Экономика и управление на предприятии» 4-го курса экономического факультета 3. Парфеевец Ирина Сергеевна студентка гр. ЭУ-36 специальности «Экономика и управление на предприятии» 4-го курса экономического факультета
Коуч-консультант	Кривицкая Тамара Васильевна старший преподаватель кафедры менеджмента tamriko.plis@yandex.by

23. УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест)

Название стартап-проекта	ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ СТУДЕНТА
Капитан команды	Джиган Маргарита Сергеевна студент гр. ЭУ-38 специальности «Экономика и управление на предприятии» 2-го курса экономического факультета dzhigan.rita@mail.ru
Члены команды	1. Жукова Екатерина Андреевна студент гр. ЭУ-38 специальности «Экономика и управление на предприятии» 2-го курса экономического факультета 2. Савоник Виктория Ивановна студент гр. ЭУ-38 специальности «Экономика и управление на предприятии» 2-го курса экономического факультета
Коуч-консультанты	1. Филиппова Татьяна Викторовна ст. преподаватель кафедры менеджмента ftv_vvs@mail.ru 2. Носко Наталья Викторовна ст. преподаватель кафедры менеджмента xana1998@mail.ru

ИТОГИ
Международного конкурса студенческих стартапов
«Бизнес-генерация – 2023»

ПЕРВОЕ МЕСТО

СТУДЕНЧЕСКИЙ ЦЕНТР ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ДОСУГОВЫХ УСЛУГ, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва); капитан Ключкова Ульяна Руслановна; члены команды Никитина Есения Андреевна, Рощупкина Анастасия Денисовна, Тимонин Станислав Эдуардович.

ВТОРОЕ МЕСТО

MULAB, УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест); коуч-консультант старший преподаватель кафедры менеджмента Кулаков Игорь Анатольевич; капитан Салтыков Даниил Васильевич; члены команды Врублевская Виктория Николаевна.

ТРЕТЬЕ МЕСТО

– ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОДГОТОВКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ «СКИПЕТР», ГБУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва); коуч-консультант профессор кафедры теории и организации управления, д.э.н., проф. Псарёва Надежда Юрьевна; капитан Ларшина Мария Андреевна; члены команды Ковалев Владислав Максимович, Поникаровская Полина Сергеевна, Кухтенко Диана Вадимовна.

– МНОГОЦЕЛЕВОЙ РОЙ РОБОТОВ-МУРАВЬЕВ, УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (г. Минск); коуч-консультант старший преподаватель, магистр экономических наук, доктор философии в области экономики (PhD) Шкор Ольга Николаевна; капитан Малявко Никита Викторович; члены команды Кулиненко Карина Евгеньевна, Лукашун Дарья Александровна.

ДИПЛОМЫ В НОМИНАЦИЯХ

«ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИНЯТЫХ РЕШЕНИЙ»

ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ШКОЛА «STAR» НА БАЗЕ СИБГУ ИМЕНИ М.Ф. РЕШЕТНЕВА, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева»; коуч-консультанты доцент кафедры организации и управления наукоемкими производствами, к.э.н., Агалакова Анна Владимировна, старший преподаватель кафедры организации и управления наукоемкими производствами Карачёва Галина Александровна; капитан Иванов Кирилл Викторович; члены команды Астафьев Никита Денисович, Капитонов Антон Эдуардович.

«УМЕНИЕ УВИДЕТЬ ПРОБЛЕМУ»

ЗНІЧКА, УО «Брестский государственный технический университет» (г. Брест); коуч-консультант доцент кафедры менеджмента, к.э.н., Мишкова Маргарита Петровна; капитан Шурьякова Юлия Владиславовна; члены команды Меленчук Владислава Руслановна, Зданевич Полина Сергеевна, Хололович Диана Викторовна.

«ОРИГИНАЛЬНОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ БИЗНЕС-ИДЕИ»

ИННОВАЦИОННОЕ КАФЕ «МИР ИЛЛЮЗИЙ», Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь); коуч-консультант доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления Высочина Марина Викторовна; капитан Ивкин Александр Сергеевич; члены команды Гарафутдинова Анна Рустемовна, Казаков Артем Юрьевич.

«СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД»

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ «4HELP», Академия управления при Президенте Республики Беларусь (г. Минск); коуч-консультант старший преподаватель кафедры экономического развития и менеджмента Ледян Юлия Андреевна; капитан Потеснова Ксения Александровна; члены команды Ермалович Виолетта Михайловна, Омелянчук Ангелина Сергеевна, Костянко Ольга Андреевна.

«КАЧЕСТВО ПРОВЕДЕННОГО АНАЛИЗА РЫНКА»

HANDMADE МАСТЕРСКАЯ «ТОЧКА УЮТА», Смоленский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» (г. Смоленск); коуч-консультант доцент кафедры менеджмента и таможенного дела, к.э.н. Лёшина Мария Александровна; капитан Маркова Елизавета Павловна; член команды Афонасенкова Полина Дмитриевна.

«КОМАНДНАЯ РАБОТА»

RECYCLE FOR THE LIFE CYCLE, Белорусский национальный технический университет (г. Минск); коуч-консультант старший преподаватель кафедры экономика и организация энергетики, магистр экономических наук Корсак Екатерина Павловна; капитан Барщевская Вероника Михайловна; члены команды Стасевич Александра Сергеевна, Назарова Полина Геннадьевна, Тарасюк Анна Витальевна.

«ЛУЧШИЕ В БИЗНЕС-ПОЛЕМИКЕ»

КЕМПИНГОВЫЙ ТУРИЗМ - НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» (г. Москва); капитан Пехов Тимофей Олегович; члены команды Горюнов Антонов Сергеевич, Прошина Анастасия Александровна, Семенова Мария Алексеевна.

«ЛУЧШИЕ В БИЗНЕС-ПОЕДИНКАХ»

ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОДГОТОВКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ШКОЛЬНИКОВ 9-11 КЛАССОВ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ «СКИПЕТР», ГБУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва); коуч-консультант профессор кафедры теории и организации управления, д.э.н., проф. Псарёва Надежда Юрьевна; капитан Ларшина Мария Андреевна; члены команды Ковалев Владислав Максимович, Поникаровская Полина Сергеевна, Кухтенко Диана Вадимовна.

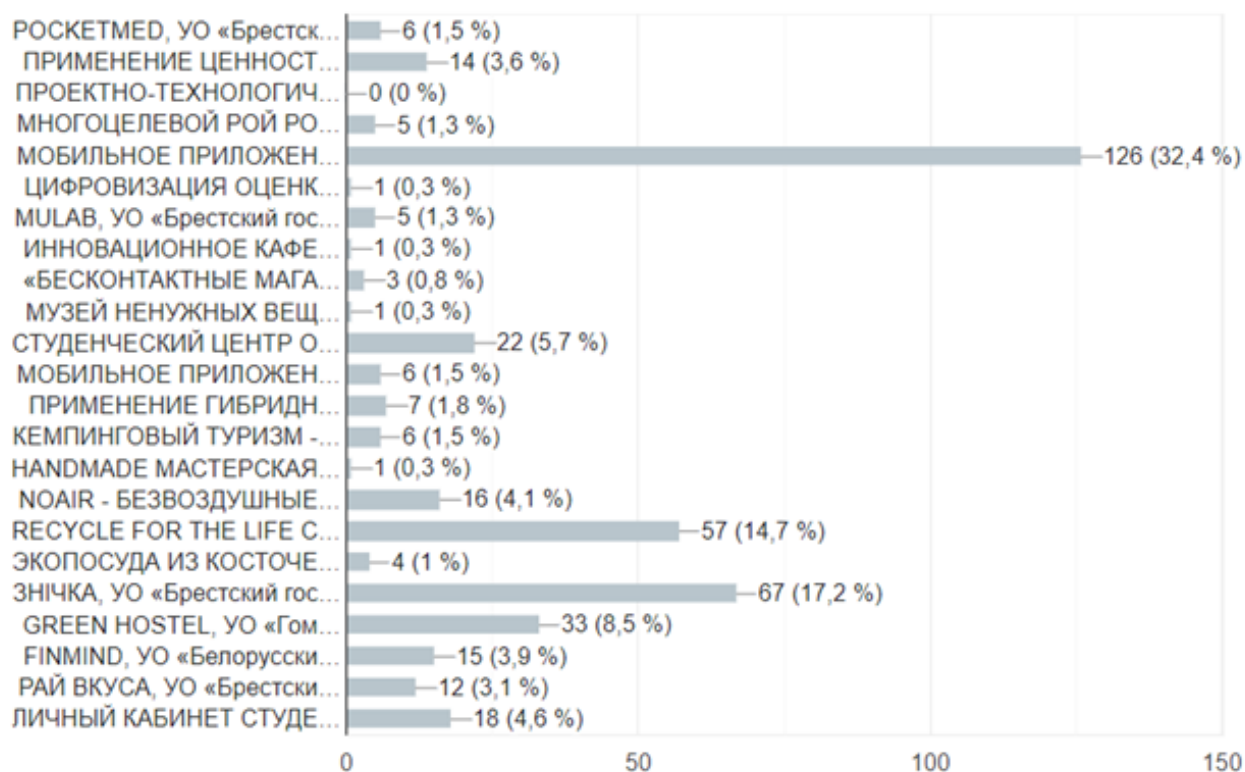
«САМАЯ НЕОЖИДАННАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ В СТИЛЕ «АВАНГАРД»

«МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ», Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова (Казахстан); коуч-консультант доктор PhD, зав. кафедрой туризма, начальной военной подготовки, физической культуры и спорта Абишева Гульмира Олжабековна, автор Оспанова Алина Сериковна.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ГОЛОСОВАНИЯ

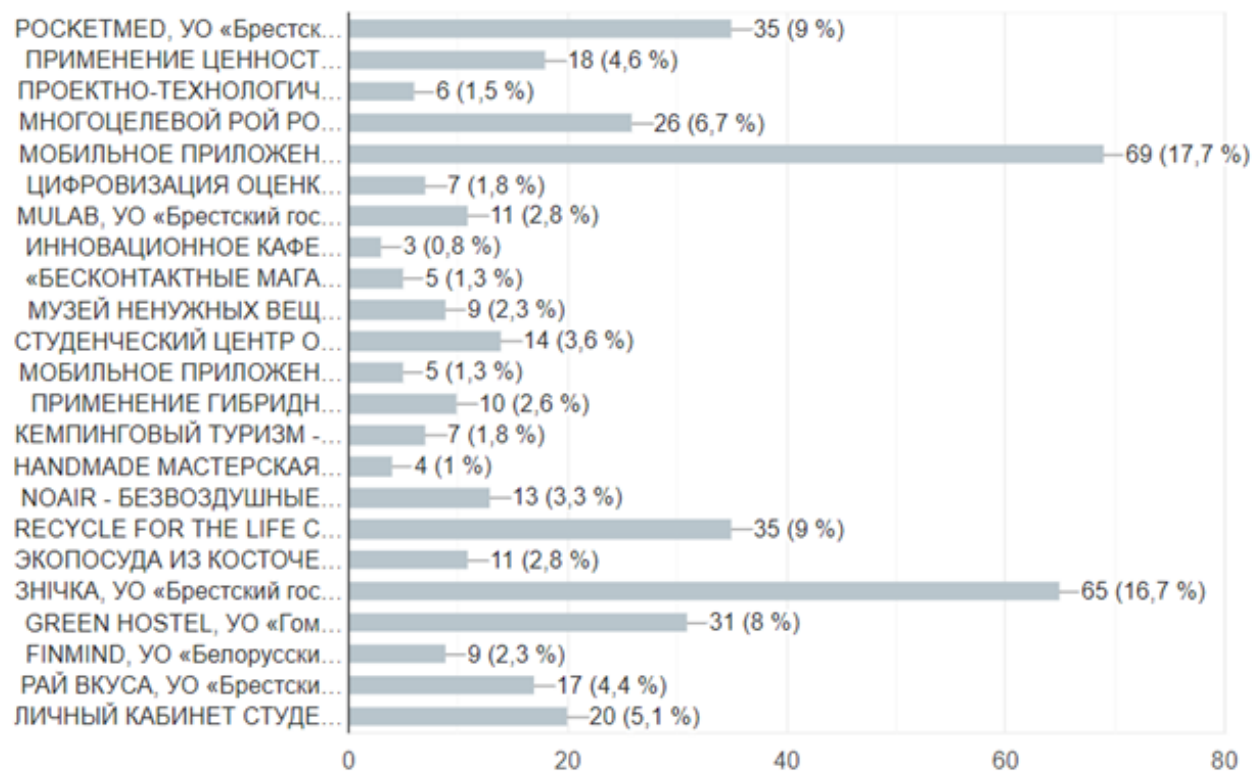
Первое место я отдаю

389 ответов



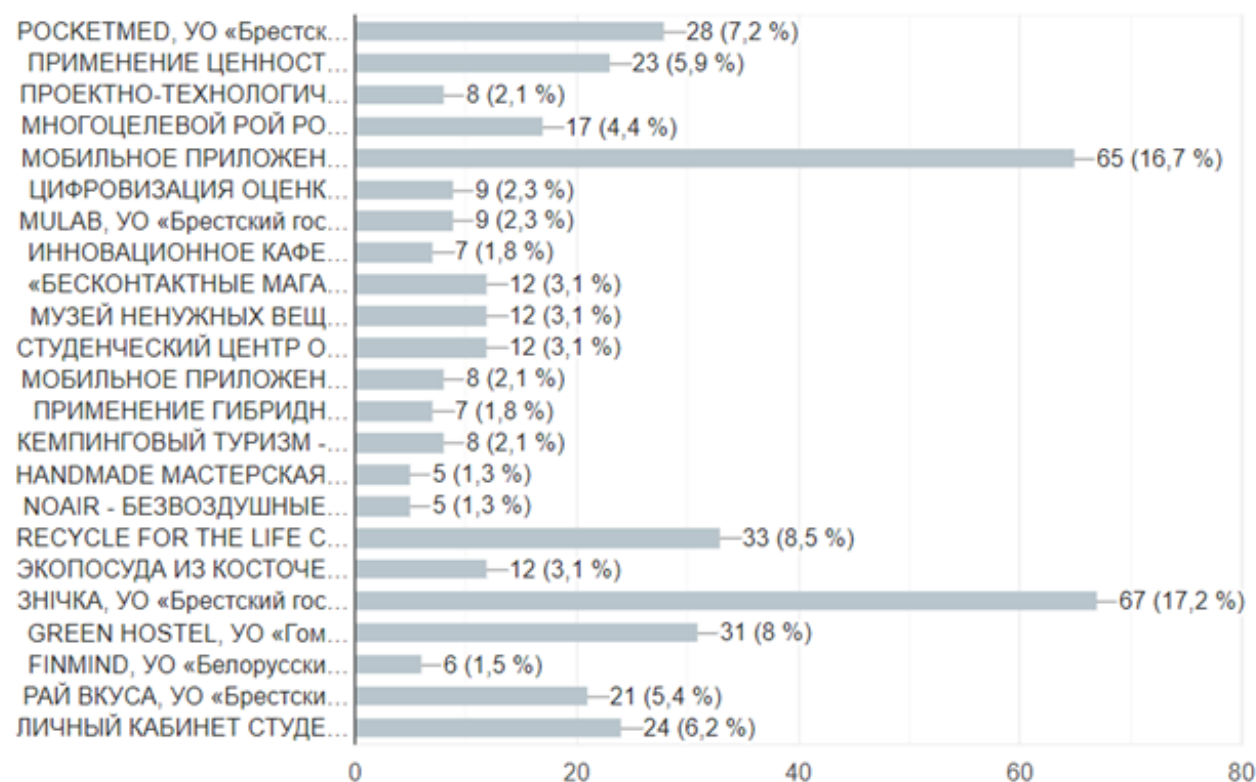
Второе место я отдаю

389 ответов



Третье место я отдаю

389 ответов



**Стартап-проекты (пояснительные записки и презентации) команд-участников заключительного этапа
Международного конкурса студенческих стартапов
ПОВ
*«Бизнес-генерация – 2023»***

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту**

PocketMed

(полное название стартап-проекта)

Котыш Алина Юрьевна

Крокус Ольга Станиславовна

Тальчук Светлана Викторовна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

образовательное учреждение - полностью)

Кулакова Лейла Омаровна

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Суть проекта:

Когда команда продумывала варианты возможных проектов, было решено, что будущий проект должен быть скорее более прикладным, чем развлекательным. Рассматривались проблемы и неудобства из разных сфер жизни людей. В итоге было решено направить свою деятельность на сферу здравоохранения.

На сегодняшний день в нашей стране и близлежащих уже работают в направлении электронной медицины: есть возможности записи онлайн, внутренние базы данных, отсылка анализов на почту (частные компании). Однако нет общей удобной системы. Каждому из нас приходится постоянно хранить большое количество медицинских справок и заключений, результатов анализов и прочего в отдельных папках дома. Это очень неудобно, постоянно что-то теряется, а на прием к врачу вы банально можете забыть взять какую-нибудь из справок.

Так и возникло предложение, которое позволит централизованно хранить все свои данные о вашем здоровье и иметь возможность обратиться к ним в любой момент.

Обоснование цели проекта и актуальность проектного решения:

Цель проекта: обеспечить возможность хранения своих медицинских данных в одном месте, удобно и просто записываться на прием в ближайшие учреждения, находить информацию о ближайших лечебно-профилактических учреждениях и аптеках, отслеживать свои медицинские данные и прием препаратов, при помощи специального приложения и интегрировать его с уже существующей системой электронного здравоохранения.

В осуществлении данного проекта предположительно заинтересованы не только разновозрастные потребители, но и государственные, частные каналы здравоохранения.

К анализу и доказательству заинтересованности первой стороны мы вернемся позже.

Другой заинтересованной стороной является государство. Наличие подобной автоматизированной системы на высоком уровне позволило бы упростить работу с документами в сфере здравоохранения, исключить многие неточности, связанные с влиянием человеческого фактора (неразборчивый почерк, возможность потери).

Третья сторона-частные предприятия будут заинтересованы в связи расширением клиентской базы, пониманием истории заболеваний и анализов клиента не со слов, снижением нагрузки администраторов для записи.

Поэтому наш проект стал бы хорошей отправной точкой для дальнейшей работы в этом направлении.

Продукт проекта и его особенности: Подробнее рассмотрим наш продукт. Приложение и дополнительно платформа RocketMed, будет включать в себя шесть основных разделов:

1. Данные- раздел состоящий из перечня врачей и медуслуг, выбрав определенный вы сможете загрузить ваше исследование и заключение.
2. Запись на прием- раздел включающий ближайшие лечебно-профилактические учреждения, выбрав которое вы получите подробную информацию о работе, расположение, контактах и онлайн записи, если такая имеется
3. Аптеки-раздел включающий ближайшие специализированные организации системы здравоохранения, выбрав которую вы получите подробную информацию о работе, расположение, контактах, а также поиск по наименованию препарата, где в данный момент имеется и сколько стоит необходимый препарат. Также Вы сможете привязать данные льготных карт.
4. Медданные- раздел включающий в себя ручное заполнение или автоданные с вашего гаджета показателей: сна, шагов, метрических данных, менструации,

давления, пульса и сатурацию, а также контроль приема воды, еды, лекарственных препаратов с историей приема и режима сна.

5. Интересно- раздел включающий в себя информационные данные: новости и исследования ученых-медиков, советы для поддержания здорового образа жизни.

Также приложение будет иметь вариант семейного аккаунта.

Потребители продукта проекта:

Анализируя предполагаемых потребителей продукта, мы брали такие показатели как: число населения, которое обращается на постоянной основе в гос и частные лечебно-профилактические образования, число пользователей смартфонов, почты и юзеров интернет страниц. Также был проведен онлайн опрос среди возрастной категории 17-50+

Было выявлено: 99% населения РБ(9,24 млн чел) и 97% РФ (139, 098 млн чел обращается в государственные лечебно-профилактические учреждения, из них 53 и 57 соответственно в частные.

РБ: Согласно представленным данным, по состоянию на октябрь 2022 года в Байнете насчитывается 6,3 млн Real Users, т.е. интернет-пользователей в возрасте от 15 до 74 лет, которые совершили хотя бы один просмотр страницы на определенном сайте за определенный период времени. Этот индикатор отображает реальное число людей, а не так так-называемые cookies.

РФ: Согласно исследованием ТАСС в июле 2022 года интернетом в России хотя бы раз в месяц пользовались 124 млн человек, или 81% населения страны старше 12 лет.

По онлайн опросу (124 чел) было выявлено, что 98 % хотели бы установить и использовать наше предложение.

Сопоставляя полученные данные можно предположить, при успешном старте нашего проекта 4,3 млн белорусов смогли бы использовать наше предложение и 121 млн россиян соответственно.

- **Минусы и риски**

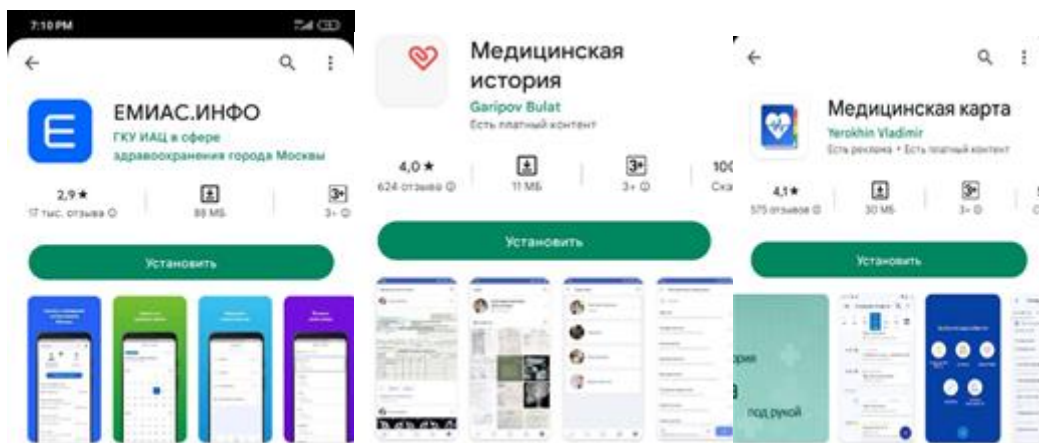
1. низкая вовлеченность(rg компания)
2. лень со стороны гос и частных каналов(убеждение оптимизации)
3. безопасность(работа it)

- **Получение прибыли**

1. реклама препаратов,
2. частных предприятий,
3. курсов по оздоровлению

- **Конкурентные преимущества проекта.**

На территории РБ нет подобных продуктов. Что касается РФ, то там присутствуют 3 продукта в данной отрасли.



1. Приложение имеет более 1 млн скачиваний. Единственный минус данного приложения – распространяется только на г.Москва.
2. Приложение имеет более 100 тыс скачиваний.
3. Приложение имеет более 50 тыс скачиваний.
4. Приложение ориентировано на частные медицинские учреждения РБ и поддерживается на Android и iPhone.
5. Приложение поддерживается на iPhone.

Потребность в финансировании:

1.Создание, тестирование и запуск приложения на мобильных устройствах -- 7500-12000 BYN. Приложение под Android делать процентов на 20-30 дороже и на треть дороже, чем под iOS, потому что его нужно тестировать на большем количестве девайсов. На создание уйдет около 3-6 месяцев;

2.Реклама приложения – средняя стоимость за 1000 показов на Беларусь баннерного-формата рекламы в приложении составляет \$0,3. Для полноэкранных Android-устройств — \$0,5 и iOS — \$0,9;

3. Поддержка работоспособности (обновления и улучшения) обойдется примерно в 2600 BYN в месяц;

4. Размещение приложения в магазинах – для AppStore ежегодная плата составляет \$99. Для Google Play единовременный платеж — \$25. Размещение приложения в App Store занимает от 24 до 48 часов. Скорость размещения приложения в Google Play зависит от нескольких моментов: новые приложения от новых разработчиков — от 1 до 7 дней; новые приложения от опытных разработчиков — от 1 до 4 дней; обновления приложений — от 24 до 36 часов, иногда меньше.

итого за пол года: 32900 BY

Окупаемость:

частных учреждений: $60(\text{шт}) * 2500 = 150000 + 50(\text{шт аптеки}) * 500 = 25000 + 50(\text{шт препаратов}) * 2500 = 125000 + 30(\text{санатории}) * 2000 = 60000 = 360000$

Специалисты: дизайнер, верстальщик, поддержка, smm, белый хакер

Возможные источники и условия финансирования:

1. Государственные
2. Частные медицинские учреждения;
3. Венчурное финансирование (сеть бизнес-ангелов ANGELS BAND от 20 тыс.\$; инвестиционная компания VOLAT CAPITAL);
4. Компании соучредители (инвестиционная компания PALTA);
5. Рекламодатели;
6. Краудфандинг;
7. FFF (friends, family and fools).

Результаты проекта:

1. Оказание стимулирующего воздействия на развитие электронного здравоохранения.
2. Адаптация населения к использованию новой службы единого входа.
3. Повышение качества оказываемых медицинских услуг (уменьшение времени на запись к специалисту, снижение нагрузки на медперсонал);
4. Решение проблемы возможности потери данных с бумажного носителя;
5. Положительное влияние на здоровье населения страны.

БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Стартап проект PocketMed

Команда: Котыш Алина, Тальчук Светлана

Коуч: Кулакова Лейла Омаровна

Суть проекта

Проблема: отсутствие удобной системы, позволяющей использовать достижения в сфере электронного здравоохранения

Решение: предложение, которое позволит централизованно хранить все свои данные о вашем здоровье и иметь возможность обратиться к ним в любой момент, дистанционно записываться на прием.

Обоснование цели проекта и его актуальность

Цель проекта: обеспечить возможность хранения своих медицинских данных в одном месте, удобно и просто записываться на прием в ближайшие учреждения, находить информацию о ближайших лечебно-профилактических учреждениях и аптеках, отслеживать свои медданные и прием препаратов, при помощи специального приложения и интегрировать его с уже существующей системой электронного здравоохранения.

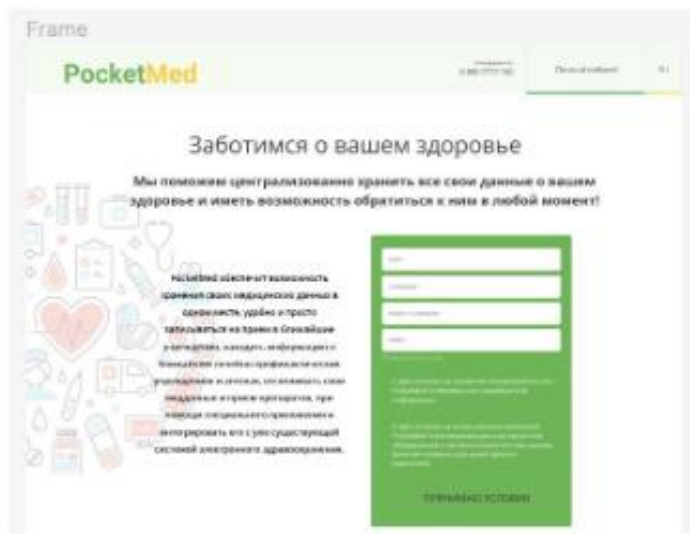
Заинтересованные стороны:

1. Население страны
2. Государственные учреждения
3. Частные учреждения

Приложение и дополнительно платформа PocketMed, будет включать в себя пять основных разделов:

1. **Данные** – раздел, состоящий из перечня врачей и медуслуг, выбрав определенный файл, вы сможете загрузить ваше исследование и заключение.
2. **Запись на прием** – раздел, включающий ближайшие лечебно-профилактические учреждения, выбрав которое, вы получите подробную информацию о работе, расположение, контактах и онлайн записи, если такая имеется.
3. **Аптеки** – раздел, включающий ближайшие специализированные учреждения системы здравоохранения, выбрав которую, вы получите подробную информацию о работе, расположение, контактах, поиск по наименованию препарата позволит узнать, где препарат есть в наличие и его цену.
4. **Медданные** – раздел, позволяющий заполнение данные о здоровье в ручную или автоматически при помощи показателей, собираемых вашим гаджетом: количество шагов, метрических данных, менструации, давление, пульс и сатурация; есть возможность осуществлять контроль за приемами воды, еды, лекарственных препаратов с историей приема и режима сна.
5. **Интересно** – раздел, включающий в себя справочную информацию: новости и исследования ученых-медиков, советы по поддержанию здорового образа жизни.

Прототип дизайна



Прототип дизайна



Потребители продукта проекта

- ▶ 99% населения РБ (9,24 млн. чел.) и 97% РФ (139, 098 млн. чел.) обращается в государственные лечебно-профилактические учреждения, из них 53 и 57 соответственно в частные.
- ▶ РБ: Согласно представленным данным, по состоянию на октябрь 2022 года в Байнете насчитывается 6,3 млн Real Users, т.е. интернет-пользователей в возрасте от 15 до 74 лет, которые совершили хотя бы один просмотр страницы на определенном сайте за определенный период времени. Этот индикатор отображает реальное число людей, а не так так-называемые cookies.
- ▶ РФ: Согласно исследованию ТАСС в июле 2022 года интернетом в России хотя бы раз в месяц пользовались 124 млн человек, или 81% населения страны старше 12 лет.
- ▶ По онлайн опросу (124 чел) было выявлено, что 98 % хотели бы установить и использовать наше предложение.

Сопоставляя полученные данные можно предположить, при успешном старте нашего проекта 4,3 млн белорусов смогли бы использовать наше предложение и 121 млн россиян соответственно.

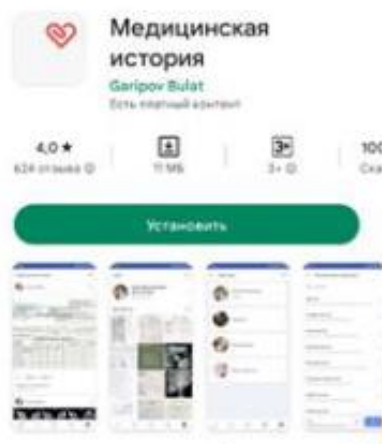
Конкурентные преимущества проекта

На территории РБ нет подобных продуктов.
Что касается РФ, то там существуют следующие аналоги.



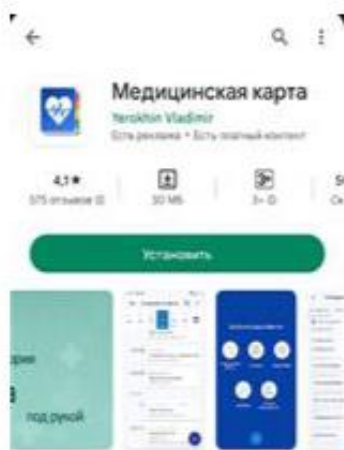
Конкурентные преимущества проекта

На территории РБ нет подобных продуктов.
Что касается РФ, то там существуют следующие аналоги.



Конкурентные преимущества проекта

На территории РБ нет подобных продуктов.
Что касается РФ, то там существуют следующие аналоги.



Конкурентные преимущества проекта

На территории РБ нет подобных продуктов. Что касается РФ, то там существуют следующие аналоги.



Конкурентные преимущества проекта

На территории РБ нет подобных продуктов. Что касается РФ, то там существуют следующие аналоги.



Потребность в финансировании

1. **Создание, тестирование и запуск приложения** на мобильных устройствах – 7500-12000 BYN. Приложение под Android делать процентов на 20-30 дороже и на треть дороже, чем под iOS, потому что его нужно тестировать на большем количестве девайсов. На создание уйдет около 3-6 месяцев;
2. **Реклама приложения** – средняя стоимость за 1000 показов на Беларусь баннерного-формата рекламы в приложении составляет \$0,3. Для полноэкранных Android-устройств – \$0,5 и iOS – \$0,9;
3. **Поддержка работоспособности** (обновления и улучшения) обойдется примерно в 2600 BYN в месяц;
4. **Размещение приложения в магазинах** – для AppStore ежегодная плата составляет \$99. Для Google Play единовременный платеж – \$25. Размещение приложения в App Store занимает от 24 до 48 часов. Скорость размещения приложения в Google Play зависит от нескольких моментов: новые приложения от новых разработчиков – от 1 до 7 дней; новые приложения от опытных разработчиков – от 1 до 4 дней; обновления приложений – от 24 до 36 часов, иногда меньше.

Минусы и риски

- ▶ Низкая вовлеченность
- ▶ Отсутствие интереса со стороны государственных и частных каналов
- ▶ Конфиденциальность информации

Результаты проекта.

1. Оказание стимулирующего воздействия на развитие электронного здравоохранения.
2. Адаптация населения к использованию новой единой системы здравоохранения.
3. Повышение качества оказываемых медицинских услуг.
4. Решение проблемы возможности потери данных с бумажного носителя.
5. Положительное влияние на здоровье населения страны.

Возможные источники и условия финансирования.

1. Государственные и частные медицинские учреждения;
2. Венчурное финансирование (сеть бизнес-ангелов ANGELS BAND от 20 тыс.\$; инвестиционная компания VOLAT CAPITAL);
3. Компании соучредители (инвестиционная компания PALTA);
4. Рекламодатели;
5. Краудфандинг;
6. FFF (friends, family and fools).

Получение прибыли

- ▶ реклама препаратов,
- ▶ частных предприятий,
- ▶ курсов по оздоровлению.

III МЕСТО

ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ «ЛУЧШИЕ В БИЗНЕС-ПОЕДИНКАХ»

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА к стартап-проекту

Ценностно-ориентированный подход в организации и проведении
проекта Всероссийской олимпиады школьников по менеджменту

“СКИПЕТР”

(полное название стартап-проекта)

Ковалев Владислав Максимович

Кухтенко Диана Вадимовна

Ларшина Мария Андреевна

Поникаровская Полина Сергеевна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ»

(образовательное учреждение – полностью)

Псарева Надежда Юрьевна

Профессор кафедры теории и организации управления ГУУ

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Актуальность проекта:

Роль менеджеров на всех уровнях управления экономикой является одним из основных факторов развития любого государства. Формирование лидеров во всех сферах экономики, способных принимать управленческие решения с учетом влияния различных факторов является основной задачей высшего образования. Подтверждение важности образовательных программ по менеджменту нашло отражение в рейтинге самых востребованных направлений высшего образования, представленным порталом “Мое образование”. По данным этого рейтинга к самым востребованным направлениям относятся специальности “Государственное и муниципальное управление” и “Менеджмент”, занимающие 1 и 2 места среди абитуриентов, при стабильном росте.

Основная задача системы образования - подготовить высококвалифицированных специалистов, что возможно при условии сочетания терминальных и личностных ценностей студентов и тех компетенций, которые заложены в образовательные программы. Программа олимпиады школьников, включает те области знаний, которые необходимы для дальнейшей учебы в университете, мотивирующие школьников к более глубокому изучению тех или иных предметов, создавая платформу побуждения интереса обучения и формирования осознанного интереса к выбору будущей профессии.

Олимпиада призвана стать катализатором “выращивания” абитуриента в университетской среде, его подготовке к осознанному выбору профессии, выполняя функции социального лифта для тех школьников, которые хотят познакомиться с профессиональной средой перед обучением, а также для тех, кто уже сформировал определенные предпочтения.

Учитывая важный принцип непрерывности образования, вопросы и задачи, включенные в программу Олимпиады, ориентированы на базовые знания, полученные в комплексе общеобразовательных предметов, изучаемых по программам среднего общего образования, включенных в ЕГЭ и способности школьников к креативному мышлению, необходимые для дальнейшего в системе высшего образования по профилю «Менеджмент»: обществознание, экономика, социология и по направлениям: финансовая грамотность, предпринимательство и бизнес, управленческая грамотность, проектное управление.

Цель проекта:

Организация всероссийской олимпиады школьников для их ориентации к получению знаний в области менеджмента и их привлечения в высшие образовательные учебные учреждения для подготовки будущих лидеров – управленцев для различных отраслей российской экономики на основе ценностно-ориентированного подхода

Задачи проекта:

- Разработать программу и провести всероссийскую олимпиаду школьников, учитывая интересы всех заинтересованных лиц;
- Разработать систему мотивации для привлечения школьников к участию в олимпиаде;
- Повысить авторитет Государственного университета управления и партнеров проекта.

Основная идея создания проекта заключается в том, чтобы разработать программу проведения, организовать и провести олимпиаду, учитывая потребности всех заинтересованных лиц, мотивируя выбор школьников к осознанному поступлению на специальности по профилю «Менеджмент», позволяя им попробовать себя в сфере управления, оценить, насколько интересно данное направление, а также помочь талантливым и мотивированным абитуриентам поступить “на бюджет”.

На стадии процесса инициации проекта осуществлен сбор требований, связанных с проведением олимпиад, проведен предварительный анализ условий факторов, заинтересованных лиц, определены требования к продукту, выявлены дополнительные требования, удовлетворяющие потребности, пожелания и ожидания Заказчика, Спонсора и других участников проекта.

Учитывая, что ценностно-ориентированный подход основан на принятии решения на основе ценности объект управления одним из первых шагов на стадии инициации проекта стало определение основных стейкхолдеров проекта их интересов и потребностей (табл.1)

Таблица 1. Основные стейкхолдеры проекта и их потребности

Стейкхолдеры проекта	Интересы/Мотивы/функционал
Заказчик - ГУУ (Государственный университет управления)	- увеличение количества мест на 10% на направление “менеджмент” - увеличение числа студентов, работающих по специальности после окончания обучения на 20% (удовлетворенность студентов своим выбором специальности) - увеличение финансирования ГУУ и института отраслевого менеджмента на 15% - увеличение количества контрактов на стажировку с ведущими компаниями в России и странах СНГ на 20%
Куратор проекта - Проректор ГУУ	Организационная помощь в реализации проекта, координация взаимодействия со стейкхолдерами
Инвестор проекта -ГУУ-кафедра Управления проектом (кафедра УП)	Выделение финансовых ресурсов кафедры УП для реализации проекта
Руководитель проекта	Обеспечение организации качественного и своевременного выполнения проекта
Команда проекта:	
Юридическая служба ГУУ -	Юридическое сопровождение проекта
Издательский дом ГУУ (ИД ГУУ)	Печать рекламной продукции
ИТ-департамент	Цифровое обеспечение проекта
Методическая комиссия Олимпиады	Методическая поддержка; разработка заданий олимпиады
Студенты 3 курса кафедры Управления проектом	Получение навыков управления проектами
Внешние стейкхолдеры	
РСОШ (Российский совет олимпиад школьников)	Экспертное и аналитическое сопровождение организации и проведения олимпиад осуществляет Российский совет олимпиад школьников, формируемый Министерством образования и науки Российской Федерации.
Министерство науки и высшего образования РФ	Рациональное распределение бюджетных мест по результатам олимпиад
Выпускники и учащиеся 9–10 классов	понимание будущей профессии Возможность получения бюджетного места получение дополнительных баллов при поступлении в ВУЗ

Родители выпускников и учащихся 9–10 классов	Оценить возможности ребенка к получению профессии по профилю «Менеджмент» Заинтересованы: - в получении их ребенком профессии, востребованной на рынке труда; - в интеллектуальном, творческом и профессиональном развитии своего ребенка; - в трудоустройстве на хорошо оплачиваемую и востребованную работу для своего ребенка
Школы /колледжи	Возможность оценки уровня подготовки учащихся к поступлению в ВУЗ, продвигающий имидж образовательного учреждения Активизация внеучебной активности своих учеников в период обучения
Партнеры:	
Московская ассоциация предпринимателей	Появление на рынке труда после обучения в ВУЗе специалистов, обладающих необходимыми профессиональными навыками
Аналитический центр при правительстве Российской Федерации	Появление на рынке труда после обучения в ВУЗе специалистов, обладающих необходимыми навыками; как партнер кафедры УП по организации практики студентов, заинтересован в отборе студентов с высокими профессиональными навыками для прохождения практики в организации и будущем трудоустройстве
Партнеры: IPMA, МГО РСМ, IPMA Young Crew Russia, PMPRO CLUB, Phenomenon и др.	Заинтересованные в качественной подготовки специалистов по управлению проектами; популяризация проектного управления среди молодежи; воспитании талантливой молодежи
Конкуренты (олимпиады других вузов)	анализ результатов реализации проекта; заимствование эффективных инструментов реализации проекта
Поставщики мат. ресурсов (сувенирная продукция, канцелярия)	появление спроса на производимую продукцию (услуги); повышение узнаваемости бренда за счет поставок продуктов (услуг) для проекта и получения огласки

Анализ стейкхолдеров проекта, кроме выявления их потребностей, показывает их потенциальные возможности и силу воздействия на проект, что оказывает прямое влияние на разработку проекта, систему мотивации.

Оценка такого влияния установлена по следующим критериям, количественное значение которых определяется экспертно по шкале 0- +/-5-:

- степень поддержки (+)/противодействия (-)
- сила влияния.

Все стейкхолдеры по уровню заинтересованности, определяемому по их ожиданию от результатов проекта, делятся на пять групп:

- 1 — союзники;
- 2 — поддерживающие;
- 3 — нейтральные;
- 4 — неохотно участвующие;
- 5 — оппоненты.

Кроме того, при проведении анализа оценивались потенциальные возможности влияния воздействия проекта/ГУУ на стейкхолдера и наоборот. Оценивались коммуникации, их оптимальные форматы, наличие обратной связи, выраженной в конструктивной и развернутой оценке и т. д. Принципиальная схема работы со стейкхолдерами представлена в таблице 2.

Таблица 2 .Принципиальная схема работы со стейкхолдерами

Действия	Вопросы
Сформулировать цели бизнеса или цели проекта. Идентифицировать стейкхолдеров.	Всеми ли стейкхолдерами цели бизнеса / проекта понимаются одинаково?
Построить карту заинтересованных сторон и определить степени возможности влияния на стейкхолдеров (n = 1,2,3).	Если возможность влияния недостаточна, в чем кроется причина? Нет соответствующих полномочий или контакта с данным стейкхолдером?
Оценить силу поддержки / противодействия стейкхолдером бизнеса или проекта ($x = -5 \div +5$).	В чем состоят интересы стейкхолдера по отношению к бизнесу / проекту?
Оценить силу поддержки / противодействия стейкхолдером бизнеса или проекта ($x = -5 \div +5$).	В чем состоят интересы стейкхолдера по отношению к бизнесу / проекту?
Оценить силу влияния стейкхолдера на бизнес или проект ($y = 0 \div 5$).	Соответствует ли полученная экспертная оценка естественной «иерархической структуре»?

В Приложении 1 представлены результаты анализа стейкхолдеров проекта, на основе которых создана карта стейкхолдеров, отражающая влияние заинтересованных лиц с учетом прямого и косвенного воздействия (Рис. 1 и рис. 2 в Приложении 2), на основе которой выбрана стратегия вовлечения и управления заинтересованными сторонами на разных фазах жизненного цикла проекта, табл. 3.

Таблица 3. Стратегии вовлеченности стейкхолдеров

Стейкхолдеры проекта	Стратегии вовлеченности	Управление вовлеченностью
<i>Внутренние стейкхолдеры проекта:</i>		
<i>Заказчик-ГУУ (ректор ГУУ)</i>	вуз заинтересован в увеличении количества абитуриентов, поступающих в вуз; ВУЗ заинтересован в поступлении абитуриентов, участвующих и проявляющих интерес к участию в общественной, научно-исследовательской и прочих видах внеучебной деятельности вуза, которых помогают выявлять конкурсы наподобие олимпиады СКИПЕТР; вуз заинтересован в повышении узнаваемости на информационных платформах и укреплении имиджа	Предоставление объективной информации о состоянии проекта, учет вносимых заказчиком изменений в проект, консультирование
<i>Куратор проекта - Проректор ГУУ</i>	Организационная помощь в реализации проекта	Информирование о состоянии проекта, предоставление подробной информации о проблемных вопросах
<i>Инвестор проекта - ГУУ, кафедра УП</i>	реализация социального проекта; получение профессиональных знаний в среде проектного управления студентами кафедры при помощи реализации проекта	личные коммуникации, информирование о состоянии проекта. Проведение консультаций по проблемным вопросам

<i>Руководитель проекта</i>	Доверие по реализации проекта, получение профессионального опыта организации и проведения проектов; получение новых знаний в среде проектного управления; получение профессиональных связей	личные коммуникации, использование возможностей поощрительных вознаграждений
<i>Команда проекта:</i>		
<i>Юридическая служба ГУУ</i>	юридическое сопровождение проекта	Проведение консультаций по оформлению базовых документов по проведению Олимпиады. Мотивация сотрудников службы по окончанию проекта
<i>Издательский дом ГУУ</i>	создание печатных материалов	организация совместного обсуждения поставленных задач; мотивация по окончанию проекта.
<i>ИТ-департамент</i>	техническое сопровождение проекта	Выдача технического задания по созданию личных кабинет и др. информационных ресурсов проекта. Совместное обсуждение, мотивация по окончанию проекта
<i>Студенты 3 курса кафедры Управления проектами</i>	получение профессионального опыта организации и проведения проектов; получение новых знаний в среде проектного управления; практическое применение теоретических знаний, накопленных за период обучения	Определение ответственности по выполнению задач проекта, организация совместного обсуждения коммуникации, использование возможностей поощрительных вознаграждений
<i>Методическая комиссия олимпиады</i>	Демонстрация профессионального в разработке заданий олимпиады	Включение в систему КРІ условия участия в разработке заданий олимпиады
<i>Внешние стейкхолдеры проекта:</i>		
<i>РСОШ (Российский совет олимпиад школьников)</i>	Контроль за соблюдением требований и нормативов организации и проведения олимпиад со стороны команды организаторов и определение правомочности результатов Олимпиад	соблюдение требований и нормативов организации и проведения олимпиад, установленных РСОШ. Консультации с работниками РСОШ; Предоставление отчетной документации по стадиям жизненного цикла проекта
<i>Министерство науки и высшего образования РФ</i>	Рациональное распределение бюджетных мест, привлечение лучших выпускников среднего образования в высшие учебные заведения; выявление талантливой молодежи	Взаимодействие со структурными подразделениями Министерства. Консультирование по составу и качеству вопросов Олимпиады
<i>Выпускники и учащиеся 9–10 классов</i>	знакомство с профессиями; получение дополнительных баллов при поступлении в ВУЗ	Информирование о проведении Олимпиады, личные коммуникации, использование возможностей поощрительных вознаграждений; корпоративные подарки

<i>Родители выпускников и учащихся 9–10 классов</i>	Заинтересованы: - в получении их ребенком профессии, востребованной на рынке труда; - в интеллектуальном, творческом и профессиональном развитии своего ребенка; - в трудоустройстве на хорошо оплачиваемую и востребованную в будущем работу своего ребенка	личные коммуникации; инструменты PR
<i>Школы / колледжи</i>	Администрации заинтересованы в поступлении своих выпускников в вузы; Учителя-классные руководители старших классов заинтересованы в хорошем устройстве своих подопечных после выпуска; Учителя заинтересованы во внеучебной активности своих учеников в период обучения	приглашение на корпоративные мероприятия; личные коммуникации; инструменты PR
<i>Партнеры:</i>		
<i>Московская ассоциация предпринимателей</i>	Появление на рынке труда после обучения в ВУЗе специалистов, обладающих необходимыми профессиональными навыками	приглашение на корпоративные мероприятия; личные коммуникации; инструменты PR
<i>Бизнес и различные структуры, заинтересованные в сотрудничестве с вузом (например, Аналитический центр при правительстве Российской Федерации)</i>	заинтересованы в выявлении талантливой молодежи из студенческой среды для приглашения их на прохождение практики в своих организациях и возможном будущем трудоустройстве	приглашение на корпоративные мероприятия; личные коммуникации; инструменты PR, заключение соглашений о сотрудничестве
<i>Партнеры: IPMA, МГО РСМ, IPMA Young Crew Russia, РМПРО CLUB, Р-непотеря и др.</i>	Заинтересованные в качественной подготовки специалистов по управлению проектами; популяризация проектного управления среди молодежи; воспитании талантливой молодежи	приглашение на корпоративные мероприятия; личные коммуникации; инструменты PR
<i>Конкуренты (олимпиады других вузов)</i>	анализ результатов реализации проекта; заимствование эффективных инструментов реализации проекта	инструменты PR
<i>Поставщики мат. ресурсов (сувенирная продукция, канцелярия)</i>	появление спроса на производимую продукцию (услуги);	личные коммуникации, инструменты PR, заключение соглашений о взаимодействии

Анализ стейкхолдеров позволил установить критерии успеха проекта, отражающие совокупность показателей, позволяющих судить об успешности проекта:

- увеличение количества мест на 10% на направление “менеджмент”

- увеличение числа студентов, работающих по специальности после окончания обучения на 20% (*удовлетворенность студентов своим выбором специальности*)
- увеличение финансирования бюджетных мест ГУУ и института отраслевого менеджмента на 15%
- увеличение количества контрактов на стажировку с ведущими компаниями в России и странах СНГ на 20%

В процессе планирования проекта, как основного инструмента интеграции участников проекта, позволяющего обеспечить лучшее понимание всеми участниками своих задач и ответственности, определена структура проекта, включающая:

- состав работ,
- потребности в ресурсах;
- календарный план, на основе установленной последовательности (сетевая диаграмма) и оценки продолжительности работ (Определение сроков проведения проекта);
- бюджет проекта.

Примерный укрупненный перечень работ включает:

1. Создание и утверждение официальной документации Олимпиады с руководством ГУУ;
2. Разработка программы Олимпиады;
3. Создание методической комиссии и жюри из состава преподавателей ГУУ
4. Разработка и реализация рекламной кампании Олимпиады для сети Интернет, для очной рекламы в школах, создание печатной продукции (продвижение Олимпиады)
5. Создание и запуск официального сайта Олимпиады в сети Интернет, социальных сетей
6. Подготовка и рассылка предложений о сотрудничестве партнерам и другим ВУЗам, заключение сотрудничества (реализация стратегии взаимодействия)
7. Создание Личного кабинета участника олимпиады в системе ЛК ГУУ совместно с ИТ-департаментом ГУУ
8. Проведение презентаций проекта в школах города Москвы в рамках рекламной кампании Олимпиады (продвижение Олимпиады)
9. Сбор и утверждение банка заданий Олимпиады от методической комиссии, создание вариантов для первого (отборочного) и второго (заключительного) этапа (учет интересов школьных программ, полученных знаний школьниками и основных базовых компетенций, необходимых будущему абитуриенту (интерес вуза)
10. Запуск первого (отборочного) этапа Олимпиады в ноябре 2022 года на базе системы ЛК ГУУ
11. Осуществление проверки и подведение итогов первого этапа Олимпиады
12. Подготовка площадки для проведения финального/заключительного этапа на площадке ГУУ
13. Проведение финального/заключительного этапа
14. Публикация предварительных итогов
15. Заседание апелляционной комиссии
16. Подведение итогов финального/заключительного этапа
17. Подготовка площадки для проведения награждения победителей и призеров на базе ГУУ
18. Проведение награждения победителей и призеров

Основные расходы проекта представлены в таблице 4.

Таблица 4. Затраты на проведение Олимпиады

№	Категория расходов	затраты, руб.
1	Создание сайта Олимпиады в сети Интернет	27 000
2	Печать рекламных буклетов (100 шт.)	2 880
3	Бот для группы ВКонтакте	990 р/мес

4	Рассылка рекламных и информационных писем участникам	840 р/мес
5	Таргетированная реклама для группы ВКонтакте	6 000 р/мес
6	Расходы на мобильную связь для осуществления рекламы и консультаций (горячая линия)	500 р/мес
7	Хостинг сайта олимпиады в сети Интернет	1 000 р/мес
8	Расходы на подготовку очного этапа	
8.1	Бутилированная вода для участников (80 бутылок по 0,2)	1 000
8.2	Ручки шариковые синие (упаковка 10 шт., 7 уп.)	700
8.3	Бумага белая А4 (1 упаковка)	350
8.4	Изготовление сертификатов финалистам (всем вышедшим во 2-й тур) (70 шт.)	1 708
9	<i>Подготовка мероприятия по награждению победителей и призеров</i>	
9.1	Изготовление грамот победителям и призерам (16 шт.)	390
9.2	<i>оборудование площадки для проведения награждения</i>	
9.2.1	Декорирование площадки	1 500
9.2.2	Информационные плакаты (10шт)	185
9.3	Брендированные пластиковые пакеты (25 р/шт.)	2 500
9.4	Сувенирная продукция вуза-организатора (ГУУ) (70 шт.)	25 000
9.5	Сувенирная продукция партнеров Олимпиады	Затраты партнеров-спонсоров

ежемесячные расходы	8 330 рублей
стартовые расходы	32 550 рублей
Затраты первого года проведения олимпиады	162 673 рубля

В перспективе подразумевается, что при возросшем спросе на направление менеджмент будет увеличено количество мест (как договорных, так и бюджетных) до 530.

Процесс реализации проекта связан с организацией выполнения работ, обеспечением их качества, распространением информации и другими функциям управления проектом. Результаты реализации проекта представлены в таблице

Результаты отборочного и заключительного этапов (2022–2023 г.)

Число участников - 325 (получено ответов через регистрационную форму на платформе Яндекс.Формы)

Фото с заключительного этапа: <https://vk.com/albums-214879544>

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1b7vqgG6Dvh8q9rfZXJfLsWPWVMAAvl5x/edit?usp=sharing&ouid=114830800191474325270&rtpof=true&sd=true>

Результатов реализации проекта проиллюстрированы в Приложении 5 и Приложении 6.

На заключительный этап явилось 18 человек, из которых в апреле 2023 г. будет отобрано 7 финалистов, среди которых будут распределены места победителей и призеров. На момент подачи заявки на конкурс (март 2023) осуществляется проверка заданий, проведение апелляции и организация мероприятия по награждению.

Победитель из числа учащихся 11-х классов получает диплом, удостоверяющий его право на получение 3 дополнительных баллов к ЕГЭ при поступлении в ГУУ. Победитель или призер из числа учащихся 10-х классов получает диплом, удостоверяющий его право на прохождение в заключительный (финальный) тур олимпиады без прохождения отборочного этапа в следующем учебном году. Победитель и призеры из числа учащихся 9-х классов получают дипломы и подарки от партнеров и организаторов проекта.

На стадии завершения проекта собраны материалы, закрыты до Организаторы олимпиады в будущем хотят развивать проект. Планируется повышение эффективности рекламной кампании проекта (на основе полученного опыта первого года проведения), в том числе расширение присутствия проекта в сети Интернет (создание аккаунтов проекта в разных социальных сетях), для повышения узнаваемости продукта проекта и привлечения большего количества участников. В рамках проекта планируется увеличение участия партнеров посредством организации и проведения образовательных мероприятий для участников на площадке ГУУ с участием партнеров (семинары, тренинги, лекции, встречи и т.д.).

Приложение к Пояснительной записке

Приложение 1 «Анализ стейкхолдеров проекта»

Мероприятия по взаимодействию со стейкхолдерами			
Стейкхолдер	Форма воздействия	Инструмент воздействия	Мероприятия
Заказчик - ГУУ	Регулярное информирование	Информационные письма, отчеты	написание и рассылка информационных писем
	Обмен мнениями	Переговоры, круглые столы	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Агрегация
Куратор проекта - Проректор ГУУ	Регулярное информирование	Информационные письма, отчеты	написание и рассылка информационных писем
	Обмен мнениями	Переговоры, круглые столы	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Агрегация
Инвестор проекта - ГУУ - кафедра УП	Регулярное информирование	Информационные письма, отчеты	написание и рассылка информационных писем

	Обмен мнениями	Переговоры, круглые столы	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Проведение опроса
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	Собрание и обсуждение работ по проекту
Руководитель проекта	Регулярное информирование	Информирование по всем каналам	Личные встречи, информационные письма
	Обмен мнениями	Переговоры, круглые столы	Проведение переговоров, организация и проведение круглого стола
	Выявление мнений и интересов	вопросы, ответы на запросы	Агрегирование требований
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	Проведение собраний и обсуждения проекта
	Совместная деятельность	Совместная работа в проекте	Организация работы, регулярные рабочие встречи
Юридическая служба ГУУ	Обмен мнениями	Переговоры	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	консультация юридическим вопросам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Разработка ТЗ и прием работы
Издательский дом ГУУ	Обмен мнениями	Переговоры	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	консультация вопросам изготовления печатной продукции
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Разработка ТЗ и прием работы
ИТ-департамент ГУУ	Обмен мнениями	Переговоры	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	консультация техническим вопросам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Разработка ТЗ и прием работы
Студенты 3 курса кафедры Управления проектом	Регулярное информирование	Информирование по всем каналам	Личные встречи, информационные письма

	Обмен мнениями	Переговоры, круглые столы	Проведение переговоров, организация и проведение круглого стола
	Выявление мнений и интересов	вопросы, ответы на запросы	Агрегирование требований
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	Проведение собраний и обсуждения проекта
	Совместная деятельность	Совместная работа в проекте	Организация работы, регулярные рабочие встречи
Партнеры			
РСОШ (Российский совет олимпиад школьников)	Регулярное информирование	Отчеты	Формулировка и отправка отчетов о деятельности проекта
Министерство науки и высшего образования РФ	Регулярное информирование	Отчеты	Формулировка и отправка отчетов о деятельности проекта
Выпускники и учащиеся 9–10 классов	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Выявление мнений и интересов	Анкетирование	Создание и рассылка анкет
Родители выпускников и учащихся 9–10 классов	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Выявление мнений и интересов	Анкетирование	Создание и рассылка анкет
Школы /колледжи	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Обмен мнениями	Переговоры	Проведение переговоров
	Выявление мнений и интересов	Анкетирование	Создание и рассылка анкет
	Совместная деятельность	Мероприятия	Совместная организация и проведение мероприятия
Бизнес-сообщества			
Московская ассоциация предпринимателей	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Переговоры и опрос по желаемым результатам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Распределение обязанностей и организация путей коммуникации

Аналитический центр при правительстве Российской Федерации	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Переговоры и опрос по желаемым результатам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Распределение обязанностей и организация путей коммуникации
Партнеры: IPMA, МГО PCM, IPMA Young Crew Russia, PMPRO CLUB, P-phenomenon и др.	Регулярное информирование	Информационные письма	написание и рассылка информационных писем
	Выявление мнений и интересов	Опрос	Переговоры и опрос по желаемым результатам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Распределение обязанностей и организация путей коммуникации
Поставщики мат. ресурсов (сувенирная продукция, канцелярия)	Обмен мнениями	Переговоры	Проведение переговоров, организация и проведение круглых столов
	Экспертное обсуждение	Консультативные и экспертные комитеты, рабочие группы	консультация техническим вопросам
	Совместная деятельность	Совместная работа над проектом	Разработка ТЗ и прием работы
конкуренты	-	-	Разведка

Приложение 2 – «Карта стейкхолдеров» (рис. 1–2)

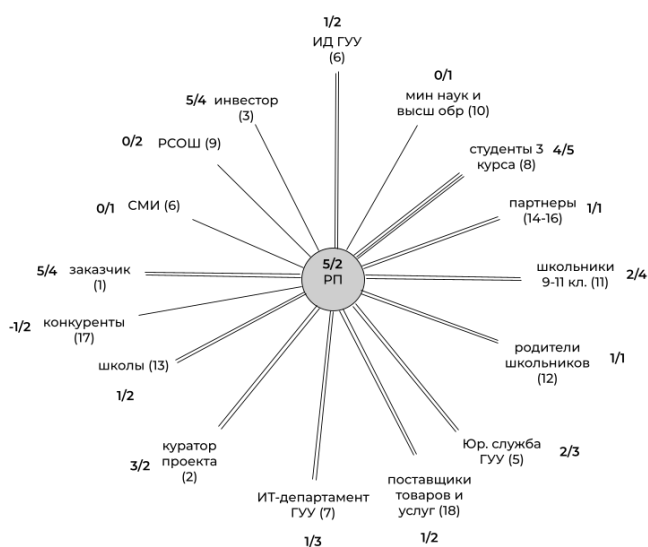


Рисунок 1

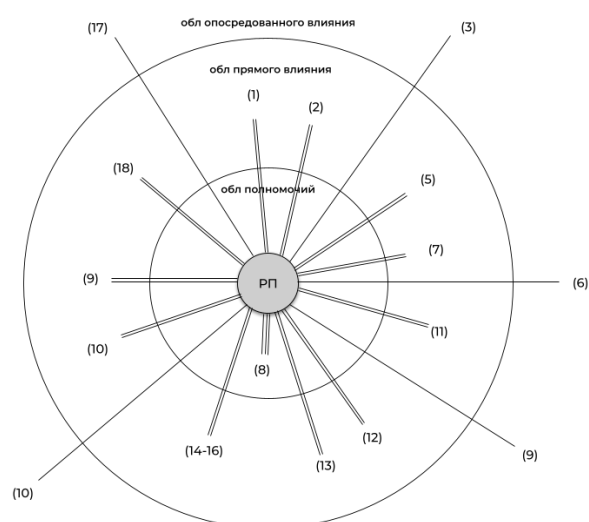


Рисунок 2

Приложение 3 – «Результаты внедрения проекта»

Интернет-ресурсы результатов внедрения проекта

Результат	Ссылка на электронный ресурс
Пакет проектной документации	
положение об олимпиаде	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/pol.pdf
регламент олимпиады	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/reg.pdf
положение об апелляции	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/poa.pdf
программа олимпиады	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/prog.pdf
состав организационного комитета	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/soc.pdf
состав методической комиссии	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/smc.pdf
состав жюри	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/sj.pdf
состав апелляционный комиссии	https://www.skipetrolimp.ru/src/docs/sac.pdf
Примеры заданий	
10-11 класс	https://docs.google.com/document/d/1kV1ugolYN4wCO_hX1xhsqMxjKsXFH3_6/edit?usp=share_link&oid=116877489188650188646&rtpof=true&sd=true
9 класс	https://docs.google.com/document/d/1reFWU7qHHt-ygXBdrhOVJILcROjmrybV/edit?usp=share_link&oid=116877489188650188646&rtpof=true&sd=true
Рекламные материалы	
Партнеры	1. https://guu.ru/18-%d1%84%d0%b5%d0%b2%d1%80%d0%b0%d0%bb%d1%8f-%d1%81%d0%be%d1%81%d1%82%d0%be%d0%b8%d1%82%d1%81%d1%8f-%d0%b7%d0%b0%d0%ba%d0%bb%d1%8e%d1%87%d0%b8%d1%82%d0%b5%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d1%8b%d0%b9-%d1%8d%d1%82/ 2. http://iom.guu.ru/?p=7040&ysclid=lfcl7ma7807497986 3. https://up-guu.com/ot_2023_01.html?ysclid=lfcl81oiv851419134 4. https://www.sovnet.ru/news/vserossiyskaya-olimpiada-shkolnikov-skipetr 5. https://mir24.tv/press_release/16542007/18-fevralya-v-guu-sostoitsya-zaklyuchitelnyi-etap-vserossiiskoi-olimpiady-shkolnikov-po-menedzhmentu-skipetr 6. https://moscow.ruy.ru/news/uspey-prinyat-uchastie/ https://mir-olimpiad.ru/online_tests/199/1/
Информационные ресурсы (сети, сайт, партнеры)	
web-сайт	https://www.skipetrolimp.ru/
ВКонтакте	https://vk.com/skipetrolimp
email	skipetrolimp@guu.ru
email (для рассылки)	skipetrolimp@yandex.com

Приложение 4 – «Примеры печатной продукции проекта»

а) Рекламные брошюры

НАШИ ПАРТНЕРЫ

Среди партнеров Олимпиады общественные, профессиональные организации и объединения из среды проектного управления, активно вовлекающие молодежь в эту сферу



Контактная информация

 t.me/skipetrolymp
 vk.com/skipetrolymp
 skipetrolymp@guu.ru
 www.skipetrolymp.ru
 www.guu.ru

Связь с организаторами

телефон: +7 (919) 760-15-13

 сайт Олимпиады
 сайт ГУУ

Рязанский пр-т, д. 99
Москва, 109542



ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА ШКОЛЬНИКОВ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ 9-11 классы

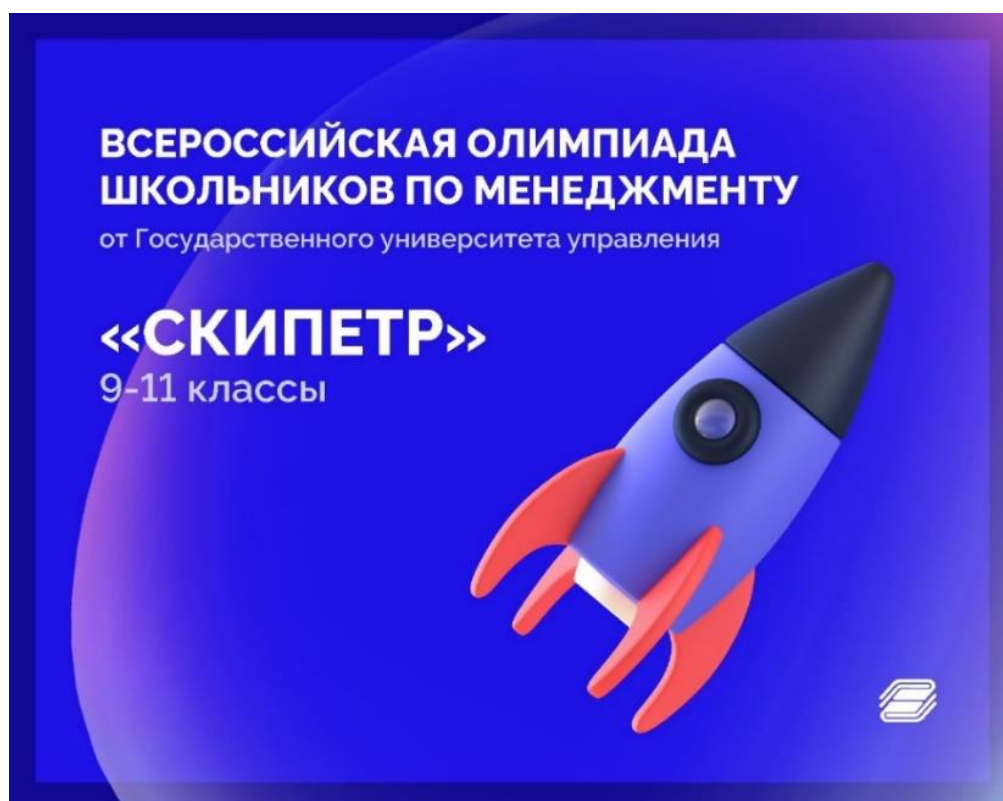


СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭТАПОВ	СТРУКТУРА ЗАДАНИЙ	ЧТО НУЖНО ДЛЯ УЧАСТИЯ
Отборочный этап Кто? Учащиеся 9-11 классов Когда? 10-25 ноября Как? Через личный кабинет ГУУ	Отборочный этап всего 20 заданий 14 тестовых заданий 6 творческих заданий	Отборочный этап - Зарегистрироваться в Личном кабинете участника Олимпиады ГУУ - Заполнить ЛК участника, прикрепив все необходимые документы - Пройти тестирование - Ожидать публикации результатов на официальном сайте Олимпиады
Заключительный этап Кто? Победители и призеры Когда? Период 15-25 февраля (1 день) Как? Очно в ГУУ	ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ СОДЕРЖАНИЯ - Основы обществознания - Основы социологии - Политика - Правовое регулирование менеджмента организации - Экономика организации - Финансовая грамотность - Предпринимательство и бизнес - Управленческая грамотность - Основы проектного управления - Основы публичных выступлений	Заключительный этап - Получить подтверждение о выходе в финал на личную почту (указывается при регистрации) - Собрать необходимые для участия документы - Приехать в назначенный день в ГУУ (другую региональную площадку) - Выполнить задания - Ожидать публикации результатов на официальном сайте Олимпиады
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЭТАПОВ Отборочный этап 235 минут Заклучительный этап 210 минут	ТЕМЫ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ - Экономическая задача - Соотнесение понятий - Ответы на открытые вопросы - Управленческая ситуация - Правовая ситуация - Ситуация из проектного управления	НЕОБХОДИМЫЕ ДОКУМЕНТЫ Для отборочного этапа: - паспорт или иной документ, удостоверяющий личность Для заключительного этапа: - справка из школы (или скан именного пропуска, соц карты школьника), - удостоверяющая класс обучения
ПРИЗЫ И БОНУСЫ Победителям Олимпиады: Доп. баллы при поступлении в ГУУ + подарки от партнеров Призерам Олимпиады: Подарки от партнеров		

б) Образец сертификата финалиста



в) Образец плаката для рекламной кампании проекта



ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ

ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД

В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ПРОЕКТА
ВСЕРОССИЙСКОЙ ОЛИМПИАДЫ ШКОЛЬНИКОВ
ПО МЕНЕДЖМЕНТУ «СКИПЕТР»

АВТОРЫ ПРОЕКТА:

СТУДЕНТЫ 3 КУРСА
КАФЕДРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ ГУУ

Ковалев В.М., Кухтенко Д.В.
Ларшина М.А., Поникаровская П.С.

КОУЧ-КОНСУЛЬТАНТ:

ПРОФЕССОР КАФЕДРЫ
ТЕОРИИ И ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ГУУ

Псарева Н.Ю.

«СКИПЕТР»

проект всероссийской олимпиады школьников по менеджменту,
организуемый на базе Государственного университета управления
для учащихся 9 - 11 классов

АКТУАЛЬНОСТЬ

- менеджер - ключевой фактор развития
- программы по профилю «Менеджмент» в топе востребованных направлений
- принцип непрерывности образования
- проект - катализатор «выращивания» абитуриента в ВУЗовской среде
- программа олимпиады включает области знаний, необходимые для дальнейшей учебы

*по данным портала «мое образование»



ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

организация всероссийской
олимпиады школьников
на основе ценностно-
ориентированного подхода

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- определить основных стейкхолдеров проекта, их потребности и силу влияния
- разработать программу взаимодействия с основными стейкхолдерами
- увеличить количество абитуриентов поступающих на «Менеджмент»
- разработать систему мотивации для привлечения школьников в олимпиаде
- повысить авторитет ГУУ и партнеров проекта

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ

создания проекта заключается в том, чтобы разработать программу проведения, организовать и провести олимпиаду, учитывая потребности всех заинтересованных лиц



- мотивация школьников к осознанному поступлению на специальности по профилю «Менеджмент»
- знакомство со средой управления
- оценка собственных профессиональных интересов
- помощь в развитие талантливой молодежи и увеличение их шансов поступления в ВУЗы на бюджетную основу

ВНУТРЕННИЕ СТЕЙКХОЛДЕРЫ

- Заказчик (ГУУ / Ректор ГУУ)
- Куратор проекта (Проректор ГУУ)
- Инвестор проекта (ГУУ, Кафедра УП)

Команда проекта

- Руководитель проекта
- Юридическая служба ГУУ
- Издательский дом ГУУ
- ИТ-департамент ГУУ
- Методическая комиссия олимпиады
- Студенты 3 курса кафедры Управления проектом

ВНЕШНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРЫ

- Российский Совет Олимпиад Школьников (РСОШ)
- Министерство науки и высшего образования РФ
- Выпускники и учащиеся 9–10 классов
- Родители выпускников и учащихся 9–10 классов
- Школы / колледжи
- Бизнес и различные структуры
- IPMA, МГО РСМ, МОО МАП, IPMA Young Crew Russia, PMPRO CLUB
- Конкуренты

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

ВОПРОСЫ

Всеми ли стейкхолдерами цели бизнеса / проекта понимаются одинаково?

Если возможность влияния недостаточна, в чем кроется причина? Нет соответствующих полномочий или контакта с данным стейкхолдером?

В чем состоят интересы стейкхолдера по отношению к бизнесу / проекту?

Соответствует ли полученная экспертная оценка естественной «иерархической структуре»?

ДЕЙСТВИЯ

Сформулировать цели бизнеса или цели проекта, идентифицировать стейкхолдеров

Построить карту заинтересованных сторон и определить степени возможности влияния на стейкхолдеров ($n = 1, 2, 3$)

Оценить силу поддержки / противодействия стейкхолдером бизнеса или проекта ($x = -5 \div +5$)

Оценить силу влияния стейкхолдера на бизнес или проект ($y = 0 \div 5$)

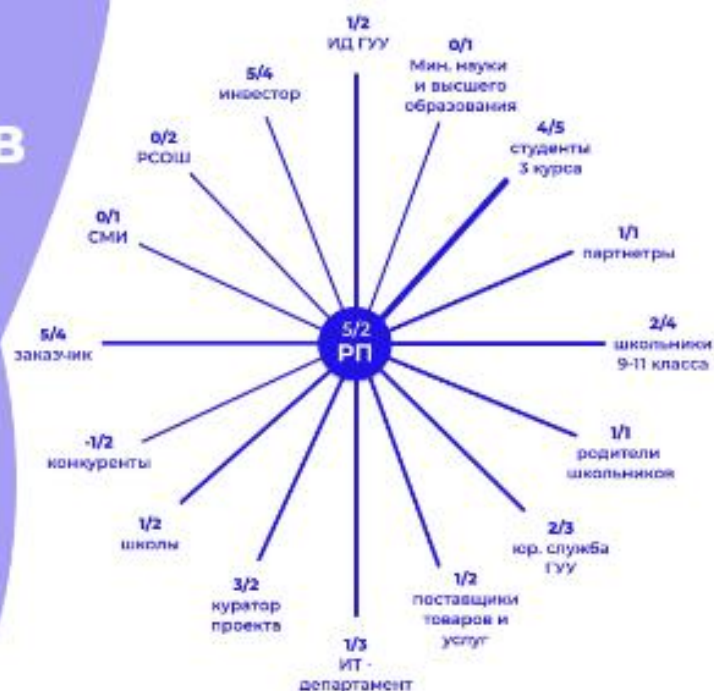
КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Линия соединения

- / - опосредованное влияние
- / - прямое влияние
- / - полномочия

Параметры важности а/в, где

- а** - степень поддержки / противодействия
- в** - степень влияния на проект / компанию



СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

СТЕЙКХОЛДЕРЫ ПРОЕКТА	СТРАТЕГИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ	УПРАВЛЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТЬЮ
Заказчик: ГУУ, ректор ГУУ	- заинтересованность в увеличении количества абитуриентов, поступающих в ГУУ - заинтересованность в поступлении абитуриентов, участвующих и проявляющих интерес к участию в общественной, научно-исследовательской и прочих видах внеучебной деятельности вуза, которых помогают выполнять конкурсы наподобие олимпиады SKIMPETP - заинтересованность в повышении узнаваемости на информационных платформах и укреплении имиджа	предоставление объективной информации о состоянии проекта, учет вносимых заказчиком изменений в проект, консультирование
Куратор проекта: проректор ГУУ	организационная помощь в реализации проекта	информирование о состоянии проекта, предоставление подробной информации о проблемных вопросах

325

общее число
участников

28

человек
в финале

17

школьников в
заключительном
этапе

7

финалистов
отобрано



ДОКУМЕНТЫ СКИПЕТР



“СТАВЯ ВО ГЛАВУ СТОЛА **БЛАГОПОЛУЧИЕ ВСЕХ
ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН**, ВАША КОМПАНИЯ
ПОЛУЧАЕТ **УВАЖЕНИЕ**, КОТОРОЕ МОЖЕТ СТАТЬ
СРЕДСТВОМ ДОСТИЖЕНИЯ **ЦЕЛЕЙ**”

Хендрит Ванлон Смит-младший

ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИНЯТЫХ РЕШЕНИЙ»

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Проектно-технологическая школа «STAR» на базе СибГУ
имени М.Ф. Решетнева
(полное название стартап-проекта)

Иванов Кирилл Викторович, Астафьев Никита Денисович
Капитонов Антон Эдуардович
(ФИО автора(ов) – полностью)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение выс-
шего образования «Сибирский государственный университет науки и техноло-
гий имени академика М.Ф. Решетнева»
(образовательное учреждение – полностью)

Агалакова Анна Владимировна, доцент кафедры Организации и управления
наукоемкими производствами СибГУ имени М.Ф. Решетнева
Карачёва Галина Александровна, старший преподаватель кафедры Организации
и управления наукоемкими производствами СибГУ имени М.Ф. Решетнева
(ФИО коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность)

1. Аннотация проекта

Цель проекта: удовлетворение потребностей в научной, исследовательской, проектной и интеллектуальной деятельности, выполнении бизнес-проектов, НИОКР, оформлении патентных заявок, отчетов по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности, а также оказание услуг по содействию малому и среднему бизнесу.

Проектная деятельность является неотъемлемой частью образовательного процесса и направлена на создание условий, при которых студенты могут применять на практике полученные ими теоретические знания, развивать универсальные, в том числе и профессиональные компетенции, предусмотренные образовательными стандартами. Сегодня результаты проектно-исследовательской деятельности могут быть представлены как объекты интеллектуальной собственности, однако для этого необходимо выполнить ряд важных задач, которые ранее в нашем университете не находили четкой координации и решений. Создание проектно-технологической школы позволит сформировать инновационную площадку, на которой студенты и молодые ученые смогут реализовать свои научные идеи, представлять результаты своих исследований на конференции различного уровня, продвигать свои разработки и оформлять полученные результаты интеллектуальной деятельности в виде зарегистрированных патентов и средствам индивидуализаций.

Реализация проекта позволит привлечь школьников, студентов и молодых ученых в научную, инновационную, проектную и исследовательскую деятельность. В сфере инновационного бизнеса Красноярского края начинающие/действующие предприниматели смогут оформить патентную заявку, получить патент на свое изобретение, пройти успешно запуск своего start-up проекта. На сегодняшний день в регионе по программе поддержки безработных граждан выделяется финансирование на открытие своего дела. Для этого требуется грамотно разработать бизнес-план. Ежегодно 300-350 человек участвуют в данной программе и нуждаются в консультационной и методической поддержке. В рамках создаваемой проектно-технологической школы будет предоставлена услуга по содействию малому и среднему бизнесу, в том числе и безработным гражданам.

Срок реализации проекта: 01.12.2023 – 01.11.2024, **Общая стоимость:** 1809069 руб. Для реализации проекта необходимы специалисты (Таблица 1).

Таблица 1. Вакансии проекта

Вакансия	Ключевые навыки	Срок найма
1. Специалист по патентоведению	1. Научная исследовательская деятельность в области интеллектуальной собственности. 2. Мониторинг и сопровождения процессов создания результатов интеллектуальной деятельности. 3. Аналитическое сопровождение и правовая защита результатов интеллектуальной деятельности.	На условиях договора гражданско-правового характера
2. Оценщик интеллектуальной собственности	1. Умение осуществлять точную и независимую оценку объектов созданных в процессе интеллектуальной деятельности. 2. Подсчитывать риски и возможные затраты. 3. Проводить правовые экспертизы, разнообразные проверки и исследования.	На условиях договора гражданско-правового характера
3 Системный администратор	1. Знания аппаратной часть компьютерной техники и периферийного оборудования. 2. Умение поддерживать информационную безопасность. 3. Умение поддерживать работу компьютерной техники и программного обеспечения.	Дополнительное соглашение к трудовому договору найма, 0,25 ставки (работающий сотрудник Университета).

2. Инновация

В проектно-технологической школе будут созданы условия, при которых студенты смогут применять на практике полученные ими теоретические знания, а также развивать специальные компетенции, предусмотренные образовательными стандартами. Студентами и молодыми учёными будут приобретены компетенции в области проведения патентных исследований и оформления патентных заявок. Проектно-технологическая школа позволит студентам заниматься проектной и исследовательской деятельностью под руководством молодых учёных. Публикации, выпускные квалификационные работы и магистерские диссертации, выполненные студентами по результатам исследований, будут соответствовать приоритетным направлениям развития университета. Функциональные возможности проектно-технологической школы:

- 1) Генерирование научных идей, позволяющих совершенствовать существующие технические изделия или создавать новые.
- 2) Разработка проектов и бизнес-планов в аэрокосмической и иных отраслях промышленности.
- 3) Оформление полученных результатов интеллектуальной деятельности в виде зарегистрированных патентов и средств индивидуализации.
- 4) Подготовленные по результатам исследований научные статьи, публикации, выпускные квалификационные работы и магистерские диссертации.

3. Маркетинговый план

На основании анализа потребителей было определено, что проект направлен на предоставление ценностей для потенциальных потребителей (Таблица 2).

Таблица 2. Описание ценностей для потенциальных потребителей

Продукт	Ценность	Описание клиента
1. Результат научной, исследовательской, проектной и интеллектуальной деятельности (публикации ВАК/РИНЦ, проекты, патенты)	Участие в конференциях различного уровня, экспертиза проектов, предоставление рекомендаций и оформление бизнес-моделей и бизнес-планов, оформление результатов научной, исследовательской и интеллектуальной деятельности.	Обучающийся в средних, СПО, высших учебных заведениях, заинтересованный в проектной, научной, исследовательской и интеллектуальной деятельности, имеющий навыки командного лидерства. Работающий в предпринимательской среде успешный профессионал, следящий за технологическими новинками.
2. Бизнес-проект, НИОКР для коммерческого предприятия и предпринимателя. 3. Предоставление услуги по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности.	Расширение возможностей в конкурентной борьбе за счет предложения нового отечественного товара. Получение представления о рыночной стоимости нематериальных активов предприятия и дополнительной прибыли за счет возмездного предоставления права использования интеллектуальной собственности другим лицам.	Компания, работающая в одной из отраслей: ракетно-космическая промышленность, авиационная промышленность, информационная отрасль, отрасли деревообрабатывающей, лесной и химической промышленности. Находится на стадии роста бизнеса и разрабатывает предложения по импортозамещению продукции на рынке.
4. Бизнес-проект, НИОКР. Оказание услуг по содействию малому и среднему бизнесу в разработке бизнес-	Расширение возможности в решении профессиональных задач на каждой стадии выполнения работ. Возможность проведения технико-экономических расчетов и обоснования	Учреждение, оказывающее услуги в образовательной сфере, а также поддержки малого и среднего предпринимательства. Ведущее активную деятельность в области инноваций.

планов для получения финансовой и государственной поддержки, оформление патентной заявки и самого патента на промышленный образец или изобретение	вания оптимальных вариантов проектных решений в профессиональной деятельности. Возможность генерировать идеи, позволяющие создавать новые и/или совершенствовать существующие технические изделия. Возможность оформлять научно-техническую документацию с учетом требований и нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности.	
---	---	--

Таблица 3. Объем рынка

Продукт	Объем рынка (шт. в год)
1. Результат научной, исследовательской, проектной и интеллектуальной деятельности (публикации ВАК/РИНЦ, проекты, патенты)	83 шт.
2. Бизнес-проект, НИОКР для коммерческого предприятия и предпринимателя	1637 шт.
3. Предоставление услуги по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности	5 шт.
4. Оказание услуг по содействию малому и среднему бизнесу в разработке бизнес-планов для получения финансовой и государственной поддержки, оформление патентной заявки и самого патента на промышленный образец или изобретение	37 шт.

Формула расчёта для продукта 1: «(1052 (общеобразовательные организации региона) + 128 (СПО) + 10 (высшие образовательные учреждения)) * 0,7 (число профильных) * 0,1 (сегмент рынка) = 83 (шт. продукта)».

Формула расчёта для продукта 2: «(178 (промышленные компании) * 0,2 (периодичность возникновения потребности в проекте) + 326674 (ИП региона) * 0,5 (число профильных) * 0,1 (новаторы)) * 0,1 (сегмент рынка) = 1637 (шт. продукта)».

Формула расчёта для продукта 3: «178 (промышленные компании) * 0,3 (периодичность возникновения потребности в оценке ИС) * 0,1 (сегмент рынка) = 5 (шт. продукта)».

Формула расчёта для продукта 4: «((100 (обращения в год со стороны малого и среднего бизнеса) * 4 (количество программ государственной финансовой поддержки) + 300 (проекты, принятые для получения единовременной финансовой помощи в регионе)) * 0,5 (количество нуждающихся в помощи) + 20 (обращения по оформлению патентной заявки по результатам интеллектуальной деятельности)) * 0,1 (сегмент рынка) = 37 (шт. продукта)».

Таблица 4. Бюджет на маркетинг

Статья бюджета	Значение, руб.	Комментарии
1. Расходы на услуги сторонних компаний по оказанию рекламных услуг и продвижению	26000	Расходы предусматриваются в процессе реализации проекта 4 раза в год по 6500 руб. Таргетированная реклама в поисковых системах, продвижение услуги в социальных сетях, размещение первичной и последующей информации на главном сайте СибГУ и социальных сетях (Телеграмм и ВК).

2. Расходы на заработную плату творческого коллектива	60000	Разработка раздаточных материалов, запись рекламного ролика на базе медиа студии СибГУ, 5 чел, срок 3 дня по средней часовой оплате 500 руб/час. 5 чел. * 3 дня на разработку * 8 час. в день * 500 руб. средней часовой оплаты = 60000 руб.
3 Отчисления в социальные фонды с заработной платы творческого коллектива (30,2% от статьи 2)	18120	
4. Расходы на выставочные мероприятия и выездные профорientационные работы	30000	Расходы предусматриваются в процессе реализации проекта 2 раза в год.
Итого	134120	

Таблица 5. SWOT – анализ проекта

Сильные стороны - S	Слабые стороны - W
1. Наличие высококвалифицированного штаба ученых Университета, опыта в научно-исследовательской и интеллектуальной деятельности, экспертизе бизнес-проектов.	1. Сложность работы с корпоративными клиентами.
2. Организация деятельности на базе Университета.	2. Небольшой объем данных для работы с клиентами.
3. Новизна продукта (услуги).	3. Высокая загруженность персонала основной учебной деятельностью.
4. Наличие собственных средств, достаточных для финансирования инвестиционных затрат.	
5. Наличие портфеля заказов научно-исследовательских и интеллектуальных работ.	
Возможности - O	Угрозы - T
1. Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса.	1. Высокая конкуренция на рынке консалтинговых услуг и оценки объектов интеллектуальной собственности.
2. Высокий спрос на НИОКР в области импортозамещения.	2. Рост инфляции.
3. Осуществление деятельности на базе опорного Университета края, направленного на обеспечение опережающего социально-экономического развития Красноярского края и Сибири.	3. Неблагоприятные демографические изменения.



Рисунок 1. Бизнес-модель проекта

4. Управление

Таблица 6. Календарный план проекта

№ п/п	Наименование этапа проекта	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа, руб.
1	Проведение маркетинговых исследований по изучению рынка.	01.12.2022	29.12.2022	0
2	Разработка положения о проектно-технологической школе и согласование с руководством Университета.	09.01.2023	24.02.2023	4000
3	Согласование с руководством Университета помещения под проектно-технологическую школу и проведение ремонтных работ.	27.02.2023	17.03.2023	25000
4	Регистрация формы собственности (МИП).	27.02.2023	29.03.2023	14000
5	Приобретение компьютерной и оргтехники, программного обеспечения, расходных материалов, офисной мебели:	03.04.2023	28.07.2023	1681449
6	Подготовка презентационных материалов и запись рекламного ролика на базе медиа студии Университета.	18.04.2023	30.06.2023	78120

7	Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы вне Университета.	17.07.2023	14.10.2023	6500
8	Набор команды волонтеров, инструктаж.	04.09.2023	08.09.2023	0
9	Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы среди студентов и молодых ученых Университета.	11.09.2023	14.10.2023	0
10	Организация конкурсного отбора среди студентов Университета.	16.10.2023	31.10.2023	0
11	Официальное открытие проектно-технологической школы в Университете.	01.11.2023	-	0
Итого				1809069

Проведение маркетинговых исследований по изучению рынка будет проводиться силами коуч-консультантов и обучающихся в рамках научно-исследовательской работы. Оплата за разработку положения о создании проектно-технологической школы предусматривается по внутреннему договору (8 часов, затраченных на разработку положения * 500 руб. средней часовой оплаты в Университете). Проведение ремонтных работ включает в себя покраску стен и установку дополнительных розеток. Для создания малого инновационного предприятия (МИП) на базе Университета необходимо осуществить следующие мероприятия:

1. Подача заявки на создание МИП, которая включает в себя служебную записку, анкету и бизнес-план.
2. Рассмотрение заявки на Ученом совете Университета.
3. Формирование необходимого пакета документов для государственной регистрации создаваемого МИП (формирование уставного капитала в размере 10000 руб. и оплата государственной пошлины в размере 4000 руб.)
4. Изготовление печати, открытие расчетного счета, получение кодов статистики и присвоенных созданному МИП регистрационных номеров Пенсионного фонда и Фонда социального страхования.
5. Заполнение интерактивной анкеты на сайте <https://mip.extech.ru/>, формирование и отправление уведомления в Министерство образования и науки РФ.
6. Подготовка документов для уведомления налогового органа.
7. Обновление информации о созданном МИП на сайте <https://mip.extech.ru/>

Подготовка презентационных материалов и запись рекламного ролика предусматривает разработку раздаточных материалов, запись рекламного ролика на базе медиа студии Университета, 5 чел, срок 3 дня по средней часовой оплате 500 руб/час. 5 чел. * 3 дня на разработку * 8 час. в день * 500 руб. средней часовой оплаты + 30,2% начислений на заработную плату творческому коллективу.

Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы вне Университета предусматривают таргетированную рекламу в поисковых системах, продвижение услуги в социальных сетях, размещение первичной и последующей информации на главном сайте Университета и социальных сетях (Телеграмм и ВК). Набор команды будет производиться путем организации волонтерского движения на базе штаба волонтеров Университета. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы среди студентов и молодых ученых Университета предусматривают проведение

разъяснительных работ студентам и молодым ученым с целью привлечения к участию в проектной, научной и исследовательской деятельности школы. Конкурсный отбор среди студентов Университета будет проводиться с целью выявления наиболее перспективных и мотивированных студентов для участия в деятельности проектно-технологической школы.

5. Ожидаемые результаты проекта

Для расчета экономических показателей проекта был выполнен расчет доходов и расходов проекта (Таблицы 6,7). Выручка по первому продукту не формирует доходы предприятия, а служит для привлечения заинтересованных лиц и будущих клиентов. Выручка за второй и последующие года по второму, третьему и четвертому продуктам будет расти на величину от 10% и более в связи с имиджем и узнаваемостью проектно-технологической школы, а также привлечением дополнительных специалистов и волонтеров. Расходы проекта за второй и последующие года будут расти, но только их переменная часть, пропорционально ростам доходов. Выплата налогов производится по ставке 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов (п. 2 ст. 346.20 НК РФ). Также законами субъектов Российской Федерации на два года может быть установлена налоговая ставка в размере 0% для МИП, относящихся и осуществляющих деятельность в производственной, социальной и (или) научной сферах, а также в сфере бытовых услуг населению (п. 4 ст. 346.20 НК РФ). Период действия этих налоговых каникул - по 2024 г.

Результаты внедрения проекта: В рамках научно-исследовательской работы выпускающей кафедры Организации и управления наукоемкими производствами Института инженерной экономики СибГУ имени М.Ф. Решетнева коуч-консультантами совместно со студентами был разработан данный проект, на основании которого оформлена и подана заявка на грант в КГАУ «Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности». В настоящее время заявка находится на стадии экспертной оценки.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



КОМАНДА ПРОЕКТА



Иванов
Кирилл Викторович



Астафьев
Никита Денисович



Капитонов
Антон Эдуардович

Коуч-консультанты:

Агалакова Анна Владимировна, к.э.н., доцент кафедры Организации и управления наукоемкими производствами СибГУ им. М.Ф. Решетнева

Карачёва Галина Александровна, ст. преподаватель кафедры Организации и управления наукоемкими производствами СибГУ им. М.Ф. Решетнева

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

Проектная деятельность является неотъемлемой частью образовательного процесса и направлена на создание условий, при которых студенты могут применять на практике полученные или теоретические знания, развивать универсальные, в том числе и профессиональные компетенции, предусмотренные образовательными стандартами.

Сегодня результаты проектно-исследовательской деятельности могут быть представлены как объекты интеллектуальной собственности, однако для этого необходимо выполнить ряд важных задач, которые ранее в нашем университете не находили четкой координации и решений.

Создание проектно-технологической школы позволит сформировать инновационную площадку, на которой студенты и молодые ученые смогут реализовать свои научные идеи, представлять результаты своих исследований на конференциях различного уровня, внедрять свои разработки и оформлять полученные результаты интеллектуальной деятельности в виде зарегистрированных патентов и средств индивидуализации.

ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИИ

В проектно-технологической школе студенты и молодые учёные будут приобретать компетенции в области проведения патентных исследований и оформления патентных заявок. Студенты будут заниматься проектной и исследовательской деятельностью под руководством молодых учёных. Публикации, ВКР и магистерские диссертации, выполненные студентами по результатам исследований, будут соответствовать приоритетным направлениям развития Университета.

АНАЛИЗ РЫНКА

Продукт	Ценность	Описание клиента
1. Результат научной, исследовательской, проектной и интеллектуальной деятельности (публикации ВАК/РИНЦ, проекты, патенты)	Участие в конференциях различного уровня, экспертная проценка, предоставление рекомендаций и оформление бизнес-моделей и бизнес-планов, оформление результатов научной, исследовательской и интеллектуальной деятельности.	Обучающийся в среднем, СПО, высшем учебном заведении, заинтересованный в проектной, научной, исследовательской и интеллектуальной деятельности, готовый к заявке командного лидера. Работавший в предпринимательской среде успешный профессионал, следящий за технологическими новинками.
2. Бизнес-проект, НИОКР для коммерческого предприятия и предпринимателя. 3. Предоставление услуги по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности.	Расширение возможностей в конкурентной борьбе за счет предложения нового отечественного товара. Получение представления о рыночной стоимости нематериальных активов предприятия и дополнительной прибыли за счет возмездного предоставления права использования интеллектуальной собственности другим лицам.	Компания, работающая в одной из отраслей: машиностроения, промышленности, химической промышленности, информационной отрасли, отрасли деревообрабатывающей, лесной и пищевой промышленности. Находится на стадии роста бизнеса и разрабатывает предложения по импортозамещению продукции на рынке.
4. Бизнес-проект, НИОКР. Оказание услуг по содействию малому и среднему бизнесу в разработке бизнес-планов для получения финансовой и государственной поддержки, оформление патентной заявки и самого патента на промышленный образец или изобретение	Расширение возможностей в решении профессиональных задач на каждой стадии выполнения работ. Возможность проведения технико-экономических расчетов и обоснования оптимальных вариантов проектных решений в профессиональной деятельности. Возможность генерировать идеи, позволяющие создавать новые и/или совершенствовать существующие технические изделия. Возможность оформлять научно-техническую документацию с учетом требований и нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности.	Учреждение, оказывающее услуги в образовательной сфере, а также поддержка малого и среднего предпринимательства. Ведущая активную деятельность в области инноваций.

ОБЪЕМ РЫНКА

Продукт	Объем рынка
1. Результат научной, исследовательской, проектной и интеллектуальной деятельности (публикации ВАК/РИНЦ, проекты, патенты).	83 ед.
2. Бизнес-проект, НИОКР для коммерческого предприятия и предпринимателя.	1637 ед.
3. Предоставление услуги по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности.	5 ед.
4. Оказание услуг по содействию малому и среднему бизнесу в разработке бизнес-планов для получения финансовой и государственной поддержки, оформление патентной заявки и самого патента на промышленный образец или изобретение.	37 ед.

SWOT – АНАЛИЗ ПРОЕКТА

Сильные стороны - S	Слабые стороны - W
1. Наличие высококвалифицированного штаба ученых Университета, опыта в научно-исследовательской и интеллектуальной деятельности, экспертизе бизнес-проектов.	1. Сложность работы с корпоративными клиентами.
2. Организация деятельности на базе Университета.	2. Небольшой объем данных для работы с клиентами.
3. Новизна продукта (услуги).	3. Высокая загруженность персонала основной учебной деятельностью.
4. Наличие собственных средств, достаточных для финансирования инвестиционных затрат.	
5. Наличие портфеля заказов научно-исследовательских и интеллектуальных работ.	
Возможности - O	Угрозы - T
1. Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса.	1. Высокая конкуренция на рынке консалтинговых услуг и оценки объектов интеллектуальной собственности.
2. Высокий спрос на НИОКР в области импортозамещения.	2. Рост инфляции.
3. Осуществление деятельности на базе опорного Университета края, направленного на обеспечение опережающего социально-экономического развития Красноярского края и Сибири.	3. Неблагоприятные демографические изменения.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ПРОЕКТА

[illegible]

ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Этапы проекта	
1. Проведение маркетинговых исследований по изучению рынка. Проведение маркетинговых исследований по изучению рынка будет проводиться силами наставников и обучающихся в рамках НИР.	7. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы в Университете.
2. Разработка положений о проектно-технологической школе и согласование с руководством Университета.	8. Набор команды волонтеров, инструктаж. Набор команды будет производиться путем организации волонтерского движения на базе штаба волонтеров Университета.
3. Согласование с руководством Университета помещения под проектно-технологическую школу и проведение ремонтных работ.	9. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг проектно-технологической школы среди студентов и молодых ученых Университета.
4. Регистрация формы собственности (МИП).	10. Организация конкурсного отбора среди студентов Университета.
5. Приобретение компьютерной и оргтехники, программного обеспечения, расходных материалов, офисной мебели.	11. Официальное открытие проектно-технологической школы в Университете.
6. Подготовка презентационных материалов и запись рекламного ролика на базе медиа студии Университета.	

Начало этапов проекта: 01.12.2022 г.

Окончание этапов проекта: 01.11.2023 г.

Инвестиционные затраты проекта:

1 809 069 руб.

в том числе капитальные вложения:

1 681 449 руб.

Источник финансирования проекта:

средства СибГУ им. М.Ф. Решетнева

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТА

Показатели эффективности	Значения
Годовая выручка проекта, руб.	2 970 000
Годовые расходы проекта, руб.	2 338 720,6
Сумма налога (УСНО, 15%), руб.	94 691,9
Чистая прибыль проекта, руб.	536 587,5
Рентабельность услуг проекта, %	18,1
Инвестиционные затраты проекта, руб.	1 809 069
Зарботная плата персонала, руб.	1 485 000
Налог на доходы физических лиц, руб.	193 050
Бюджетная эффективность, руб.	498 611,9
Амортизация, руб.	256 345,4
Срок окупаемости проекта, лет	3,4
Чистая текущая стоимость проекта, руб.	3 477 150,3

РЕЗУЛЬТАТЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТА

В рамках НИР, выпускающей кафедрой «Организации и управления наукоемкими производствами» Института инженерной экономики СибГУ имени М.Ф. Решетнева, коуч-консультантами совместно со студентами (Ивановым К.В., Астафьевым Н.Д., Капитоновым А.Э.) разработан данный проект, на основании которого оформлена и подана заявка на грант в КГАУ «Красноярский краевой фонд поддержки научной и научно-технической деятельности».

В настоящее время заявка находится на стадии экспертной оценки.

III МЕСТО
Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Многоцелевой рой роботов-муравьев

(полное название стартап-проекта)

Кулиненко Карина Евгеньевна

Лукашун Дарья Александровна

Малявко Никита Викторович

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

УО «Белорусский государственный университет информатики и
радиоэлектроники»

(образовательное учреждение - полностью)

Шкор Ольга Николаевна

Должность: старший преподаватель, магистр экономических наук, доктор
философии в области экономики (PhD)

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Цель проекта, актуальность, основные идеи:

Целью проекта является создание централизованного роя роботов с центральной станцией в качестве опорной точки для развёртывания и перемещения лазерной системы сканирования с последующей передачей полученного облака точек на удалённый сервер для построения итоговых 3D-моделей.

Актуальность проекта сформулируем исходя из проблем и их существующих решений:

1. Необходимость в инструментах для упрощения и ускорения работы 3D-дизайнеров окружения и архитектуры для различных IT-проектов:
 - создание моделей по множеству фотографий с разных ракурсов (низкая точность);
 - создание моделей с использованием круговых сканеров с платформой (подходит только для небольших объектов);
 - создание моделей путём сканирования множественными лазерными системами (долгая установка оборудования на местности);
 - создание моделей с использованием карт высот, полученных за счёт множественной съёмки области со спутника (низкая точность).
2. Синхронизация роя роботов:
 - самосинхронизирующиеся децентрализованные рои (отсутствие возможности исполнения сложных алгоритмов);
 - синхронизирующиеся через дополнительное оборудование и разметки централизованные рои (необходимо подготовленное помещение).

Исходя из вышеперечисленных проблем и их недоработанных существующих решений предлагаем следующие идеи:

1. Автоматизация развёртывания и перемещения лазерной системы сканирования используя роботов с роевой логикой.
2. Развёртывание централизованного роя от опорной точки с самоорганизацией лишь части логики.

Таким образом, наши предложения заключаются в следующем:

- помещение элементов лазерной системы на элементарные единицы роя роботов;
- синхронизация и сбор данных от элементарных единиц роя центральной станцией;
- передача центральной станцией данных на удалённый сервер для создания итоговых 3D-моделей.

Основные идеи по реализации проекта:

1. Использование распространённых элементов электроники для упрощения производства.
2. Под заказ делаются только центральные платы, связывающие все остальные компоненты электроники.
3. Использование 3D-печати для корпусов роботов и станций для уменьшения стоимости производства.
4. Использование Unreal Engine 5 в качестве итогового рендера данных для получения итоговых 3D-моделей.
5. Использование в качестве принципа конструкции роботов анатомию муравьёв.

Описание механизма реализации:

Данный проект представляет собой рой роботов-муравьёв, основной задачей которых является снятие трехмерных карт окружения. Разработка проекта разделена на следующие сегменты:

- платформа «робот-муравей»
- 3D-сканер окружения;
- док-станция роботов (сервер);
- экосистема на основе Unreal Engine 5;

- модуль автономной связи.

Робот-муравей (рис.1) состоит из следующих компонентов:

- разработанный под печать на 3D-принтере корпус;
- разработанная центральная плата (рис.2);
- Raspberry Pi как основной компонент управления роботом;
- 18 сервоприводов для передвижения, подключенных к центральной плате;
- аккумулятор.



Рисунок 1 – Робот-муравей в собранном состоянии

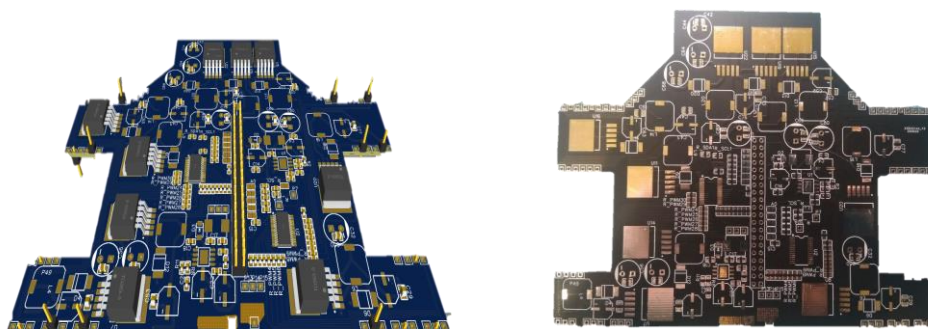


Рисунок 2 – Разработанная центральная плата для робота-муравья

У нас есть такие идеи по доработке нашего предложения:

1. Добавление в рой летающих роботов для повышения точности получения данных по высоте (рис.3).

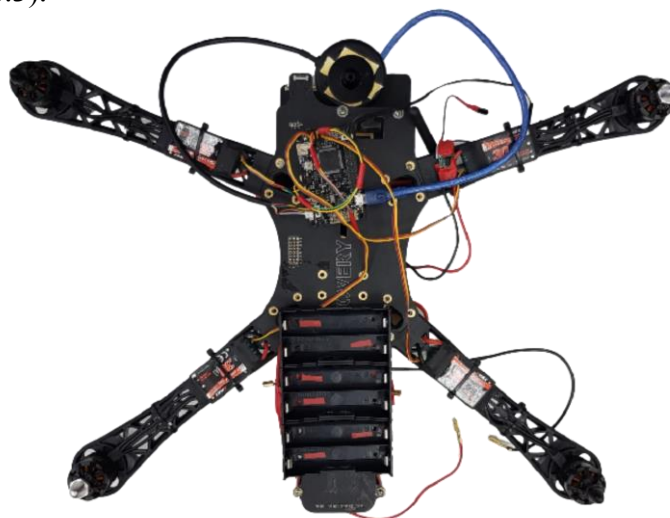


Рисунок 3 – Летающий робот

2. Добавление в рой гусеничных вторичных станций для увеличения возможных масштабов развёртывания (рис.4).

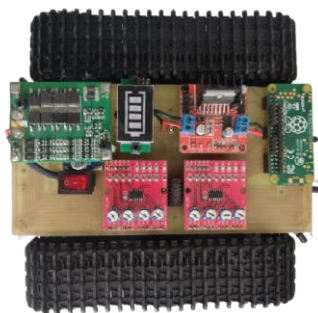


Рисунок 4 – Гусеничная вторичная станция

3D-сканер окружения состоит из лидара, сканирующего пространство при помощи потока лазерных лучей (рис.5), и сервопривода для изменения его положения по вертикали. Задумка работает следующим образом: так как лидар получает набор точек в одной плоскости, то сервопривод плавно меняет положение этой плоскости. На выходе получается трёхмерное облако точек по слоям.



Рисунок 5 – Лидар

Док-станция роботов состоит из:

- нескольких Raspberry Pi как основной системы обработки и передачи данных экосистеме;
- лепестков с беспроводной зарядкой для роботов-муравьёв;
- лазерного дальномера для замера расстояния до роботов-муравьёв и уточнения получаемых от них полей точек (как и на роботах).

Экосистема на основе Unreal Engine 5 (рис. 6) занимается визуализацией полученных от док-станции суммированных облаков точек, преобразуя ближайшие точки в полигоны и создавая таким образом трёхмерные модели. Также в экосистеме отображаются положение док-станции и роботов-муравьёв относительно друг друга и реализуется управление элементами системы.

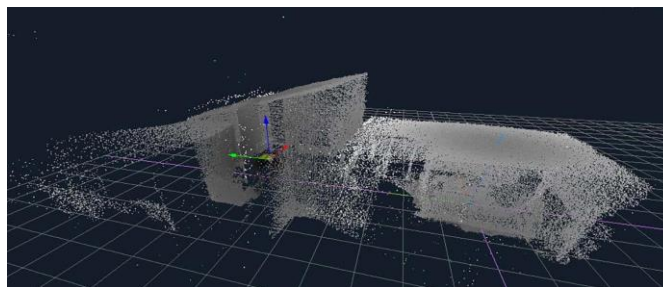


Рисунок 6 – Экосистема на основе Unreal Engine 5

Модуль автономной связи. При отсутствии связи по Wi-Fi или сильных помехах соединения робот-муравей предпринимает попытку связаться со своим роумом другими способами: ультразвуковая передача данных, лазерная передача данных (возможны другие виды передачи данных).

Экономическое обоснование, ожидаемые результаты проекта

Благодаря инструменту стратегического управления компанией – Business Model Canvas опишем бизнес-модель проекта (рис. 7).

Ниже перечислены ключевые факторы, которые подтверждают экономическую жизнеспособность нашего стартапа:

1. Эффективность производственных процессов: использование роботов вместо людей в процессе сканирования повышает скорость и точность сканирования. Более того, такие роботы могут работать в трех сменах без необходимости перерывов на отдых, что еще больше повышает эффективность и производительность.

2. Снижение затрат на труд: использование роботов вместо людей позволяет сократить расходы на оплату труда и связанные с этим затраты, такие как страховки и налоги. Кроме того, роботы могут работать дольше и в больших объемах, а также не имеют потребности в оплате сверхурочного и больничного времени.

3. Высокий спрос на услуги сканирования: в настоящее время во многих секторах экономики появилась потребность в точном 3D-сканировании для проектирования и производства. Это относится к таким отраслям, как строительство, машиностроение, производство транспортных средств и многим другим. Стартап, выходящий на этот рынок, может рассчитывать на значительный спрос на свои услуги и, следовательно, на высокие прибыли.

4. Продвинутое технологии и инновации: стартапы, основанные на новых технологиях и инновациях, имеют большой потенциал для роста и успеха. Централизованный рой роботов с лазерной системой сканирования является передовой технологией, которая позволяет увеличить эффективность и точность процесса сканирования.

Преимущества стартапа:

1. Все неэлектронные компоненты печатаются на 3D-принтере.
2. Все элементы питания унифицированы.
3. Большинство электронных компонентов достаточно распространены и не отличаются высокой стоимостью.
4. Система не требует предварительной подготовки сканируемого помещения.
5. При необходимости возможно добавление отдельных модулей к уже готовой системе для расширения или изменения функционала.

Аналоги проекта. Полных аналогов продукта в массовом производстве на данный момент нет. Отдельные компоненты и технологии уже применены в устройствах иных целей:

- Роботы-пылесосы с зарядными станциями как пример координации в пространстве (однако сканирование происходит в формате 2D).
- Робот Boston Dynamics как общий принцип передвижения и балансировки.
- Лазерные дальномеры.

Получение минимального продукта. Так как система роя масштабируема за счет наполнения её большим количеством роботов, то можно получить MVP на ранних этапах разработки. Для получения MVP достаточно одной док-станции, нескольких роботов (таблица 1).

Business Model Canvas

Business Model Canvas					Designed for:	Date:	Version:
Key Partners (Ключевые партнеры) Игровые студии и инженерные компании, которым необходимы точные модели реальной местности для их проектов	Key Activities (Ключевые виды деятельности) Разработка роботов-муравьёв как элементарных единиц роя, разработка центральной станции как опорной точки роя, разработка экосистемы для синхронизации роя и построения итоговых 3D-моделей из собранных данных	Value Propositions (Ценностные предложения) Ускорение и уменьшение стоимости процесса создания 3D-моделей реальной местности		Customer Relationships (Отношения с клиентами) Предоставление услуги создания 3D-моделей реальной местности указанной заказчиком с исполнением всех работ компанией, или продажа или аренда с обслуживанием оборудования для выполнения работ заказчиком самостоятельно	Customer Segments (Потребительские сегменты) Снижение стоимости для партнёрских студий-издателей и инженерных компаний в обмен на продвижение системы для дочерних студий и компаний		
		Key Resources (Ключ.ресурсы) Финансирование на закупку основных элементов электроники, 3D-принтеров и материалов для них, заказа центральных плат роботов и станций, и зарплаты разработчикам экосистемы, роботов и станций, и персоналу обслуживания и сборки роботов и станций			Channels (Каналы сбыта) Сайт компании, партнёрские студии-издатели, партнёрские инженерные компании		
Cost Structure (Структура издержек) Основные затраты идут на разработку экосистемы, роботов и станций, и на дальнейшее производство с ручной сборкой и настройкой роботов и станций и их обслуживание		Revenue Streams (Потоки доходов) Игровые студии готовы платить за снижение стоимости элементов их продукции, а инженерные компании готовы платить за получение более точных данных о местности, так как роботы могут собрать больше информации о труднодоступных местах местности и точнее в такой системе соотнести эти места с остальной моделью местности					

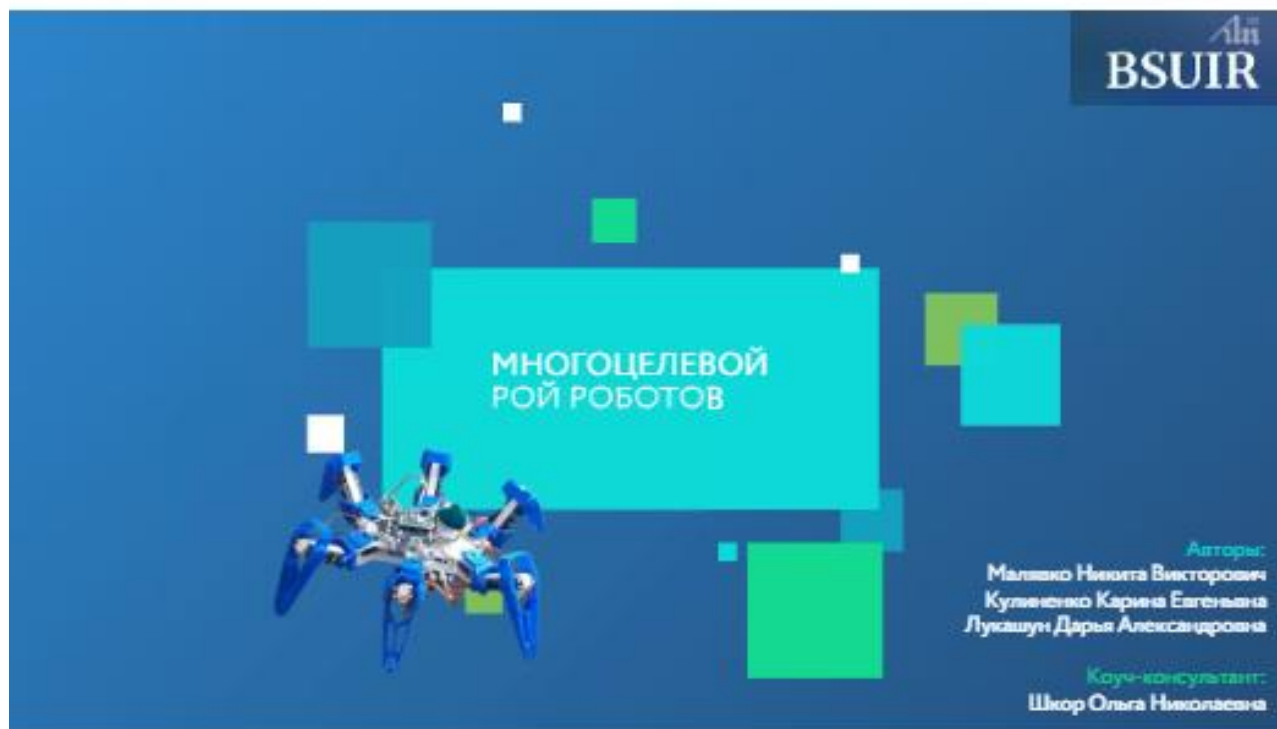
Рисунок 7 – «Business Model Canvas» проекта

Таблица 1 – Анализ нестандартных видов коммуникации

Наименование комплектующих частей	Стоимость (\$)	Количество	Итого (\$)
Плата 4-х слойная для питания муравья	1,5	3	4,5
Плата 4-х слойная SupBoard	1,5	3	4,5
Плата 2-х слойная для головы	1	3	3
Мру9250	6	36	216
Платы для три	0,3	36	10,8
Ардуины для три	0,5	36	18
Мультиплексор для три	1	12	12
Расширитель пинов	4	6	24
Комплектация для главной борды	30	3	90
Сервоприводы	6	51	306
Лидар	98	3	294
Лазерный дальномер	50	3	150
Моторы для головы	2	6	12
Аккумуляторы	7	18	126
Пластик	30	3	90
			1360,8

Резюмируя, стартап по созданию централизованного роя роботов с лазерной системой сканирования имеет большой потенциал для роста и успеха, благодаря эффективности производственных процессов, снижению затрат на труд, высокому спросу на услуги сканирования и использованию продвинутых технологий и инноваций.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ





краткое описание

данный проект представляет собой рой роботов, основной задачей которых является снятие трехмерных карт окружения

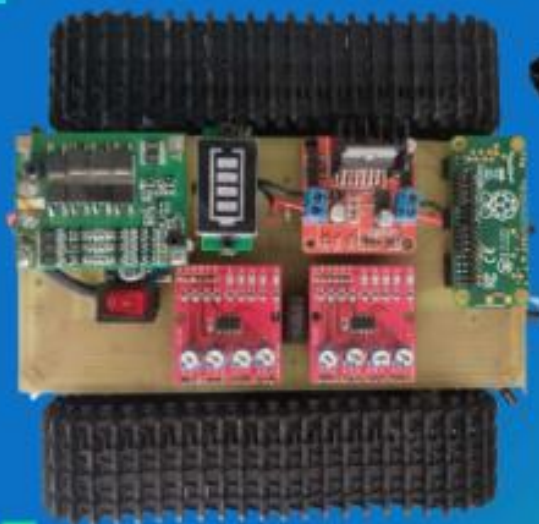
Основные сегменты разработки проекта

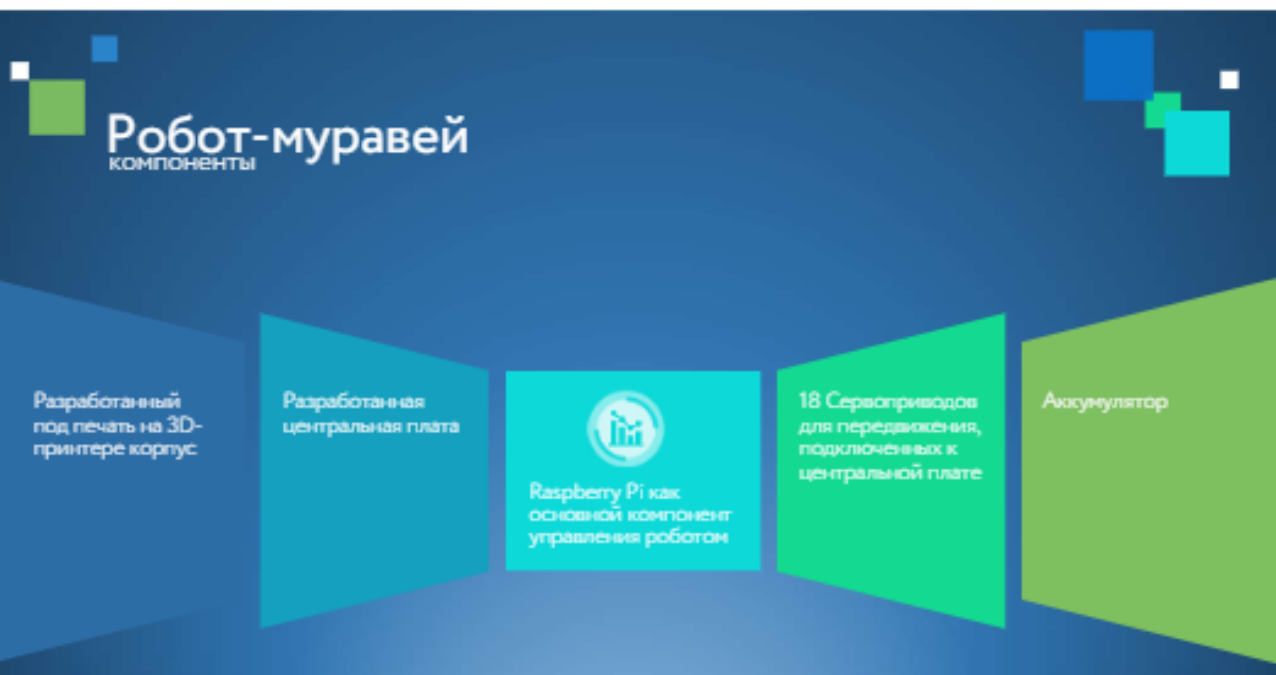


Вариации платформы

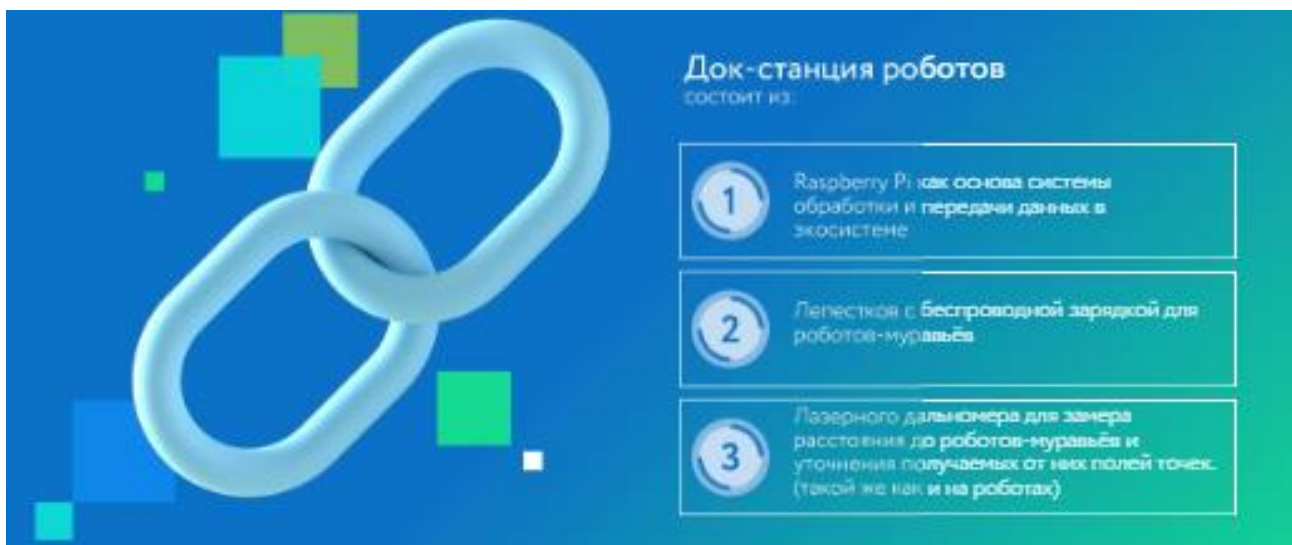
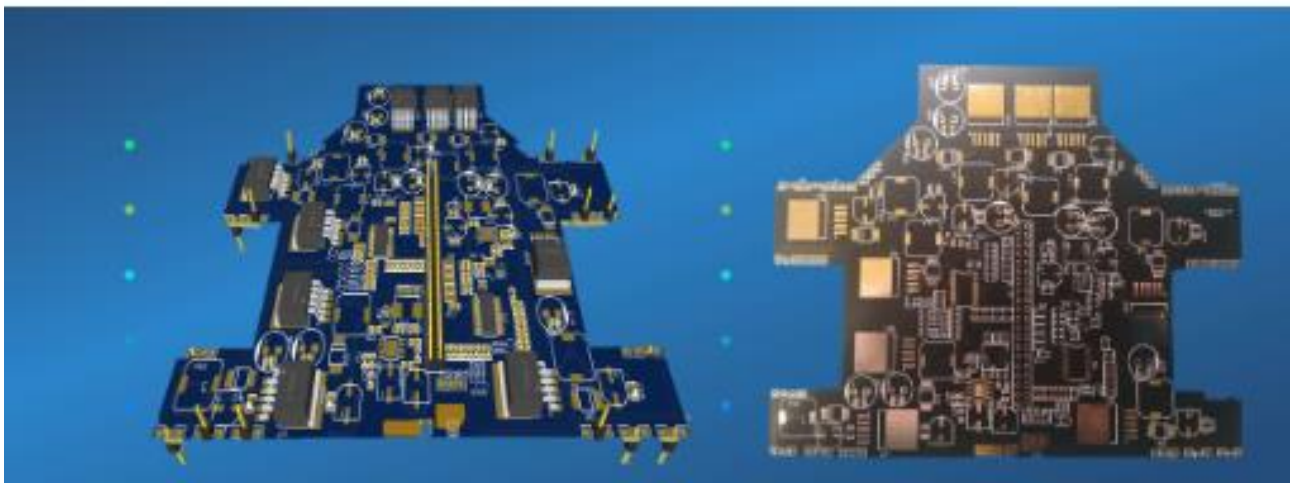


Вариации платформы





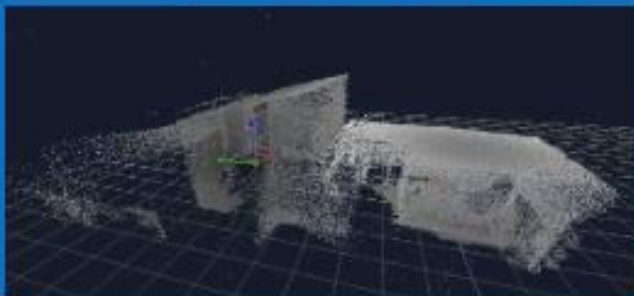
Центральная плата робота-муравья



3D-сканер окружения

Состоит лазерного дальномера, сканирующего пространство при помощи потока лазерных лучей, и поворотной платформы для изменения его положения по всем осям. Задумка работает следующим образом: так как лидар получает набор точек в одной плоскости, то шаговые двигатели плавно меняют положение этой плоскости. На выходе получается трёхмерное облако точек.

Экосистема на основе UNREAL ENGINE 5



Данная экосистема занимается визуализацией полученных от дат-станции суммированных облаков точек, преобразует близлежащие точки в полигоны и создает таким образом трёхмерные модели. Также в экосистеме отображаются положение дат-станций и роботов-манипуляторов относительно друг друга и реализуется управление элементами системы.

Получение минимального продукта

Так как система роя масштабируема за счет наполнения её большим количеством роботов, то можно получить MVP на ранних этапах разработки. Для получения MVP достаточно одной док-станции, нескольких роботов.

Преимущества стартапа

Все неэлектронные компоненты печатаются на 3D-принтере.



Все элементы питания унифицированы.



Большинство электронных компонентов достаточно распространены и не отличаются высокой стоимостью.





Аналоги проекта

Полные аналоги продукта в массовом производстве на данный момент нет. Отдельные компоненты и технологии уже применяются в устройствах иных секторов.

Роботы-гемископи

с заданной станцией как пример координации в пространстве (однако сканирование происходит в формате 2D)

Робот Boston Dynamics

общий принцип передвижения и балансировки

Лазерные дальномеры



© 2019 ООО «Система»
Всё права защищены. Фото: Shutterstock

**ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД»**

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту**

Мобильное приложение для студентов «4help» (ForHelp)

(полное название стартап-проекта)

Костянко Ольга Андреевна, 1 курс

Потеснова Ксения Александровна, 1 курс

Ермалович Виолетта Михайловна, 1 курс

Омелянчук Ангелина Сергеевна, 1 курс

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Академия управления при Президенте Республики Беларусь

образовательное учреждение - полностью)

Ледян Юлия Андреевна, старший преподаватель кафедры экономического
развития и менеджмента

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Название проекта: Мобильное приложение «4help»

Цель проекта: создать мобильное приложение, предоставляющее удобный и легкий доступ к необходимым информационным ресурсам, способствующее более быстрой адаптации иногородних студентов.

Актуальность проекта: ежегодно в среднем в ВУЗы и ССУЗы Беларуси поступает 53,5 тыс. студентов. Современный уровень развития информационных технологий предполагает использование мобильного устройства в качестве основного инструмента обучения. В связи с чем особую актуальность приобретает создание студенческих мобильных приложений, предлагающих помощь и поддержку, как в студенческой жизни, так и вне учебных заведений.

Основные идеи: мобильное приложение для помощи студентам. Цифра 4 символизирует 4 «границы» – своеобразную пирамиду – 4 аспекта студенческой жизни:

1. Электронная библиотека (учебные пособия, методические пособия, научные журналы, монографии, авторефераты диссертаций; информация о проводящихся научных мероприятиях);
2. Коммуникация (встроенный мессенджер с возможностью создания отдельных чатов по интересам для общения белорусских студентов);
3. Работа (информация об имеющихся вакансиях белорусских предприятий и резюме студентов, желающих найти работу);
4. Отдых и развлечения (доступ к аудиокнигам, музыке, фильмам, информация о предстоящих мероприятиях (афиши кино, театров, концертных программ, экскурсий), информация об актуальных предложениях (скидки, акции, купоны, распродажи).

Краткое описание механизма реализации: приложение «4help» представляет собой программный продукт, совместимый с операционными системами мобильных устройств. Для создания мобильного приложения потребуется:

- компьютер;
- интегрированная среда разработки;
- программист;
- тестировщик;
- WEB-дизайнер.

Кроме первоначальных затрат на написание мобильного приложения, ежегодно требуются затраты на обслуживание и обновление приложения.

Краткое экономическое обоснование: создание мобильного приложения потребует 26 000 белорусских рублей, ежегодные затраты на обслуживание и обновление приложения составят 24300 белорусских рублей, затраты на маркетинг и продвижение приложения – 6000 белорусских рублей.

В связи с тем, что разработчики данного проекта являются студентами Академии управления при Президенте Республики Беларусь по специальности «Управление информационными ресурсами», работы по созданию дизайна, маркетингу, тестированию приложения могут быть выполнены самостоятельно, без привлечения сторонних специалистов, что позволяет существенно снизить себестоимость продукта.

Разработчиками предполагается бесплатная возможность скачивания приложения с частично платным доступом к определенному контенту (подписка на фильмы, музыку, аудиокниги). В качестве доходов предполагается платное размещение рекламы.

Конкурентоспособность: поскольку в настоящее время не существует приложения, которое объединяет все вышеперечисленные критерии, то создание нового приложения для студентов может привлечь внимание широкой аудитории и стать конкурентоспособным продуктом на рынке. Однако можно обнаружить несколько конкурентов на рынке, если рассматривать данные аспекты по отдельности: «Praca.by» (трудоустройство); «Telegram», «Вконтакте» (мессенджеры); «Slivki.by» (отдых и развлечения).

Предлагаемое мобильное приложение является уникальным продуктом, так как объединяет в себе 4 аспекта студенческой жизни:

1) Помощь в трудоустройстве: с момента поступления в ВУЗ многие начинают свою настоящую взрослую жизнь вдали от родительского дома. Из-за многочисленных потребностей и соблазнов, а также отсутствия стабильного дохода студенты часто оказываются в затруднительном финансовом положении. Порой самая насущная проблема для студента – поиск подработки/работы. Казалось бы, что на просторе интернета существует множество вакансий, но в большинстве случаев шанс успешного трудоустройства невелик. Для этого в нашем предложении будет предусмотрена функция, отслеживающая вакансии на различных сайтах, которая будет предлагать студенту подходящие места, опираясь на его интересы и навыки.

2) Материалы по учёбе: в процессе обучения обучающиеся сталкиваются с проблемой поиска нужной информации – со многими материалами можно ознакомиться только платно, и их поиск и сбор занимает много времени. Поэтому для различных специальностей будет собрана определенная база данных с отфильтрованной полезной информацией.

3) Чаты для знакомства и общения с зарубежными студентами: эта функция будет полезна абсолютно всем, чтобы подтянуть свои знания английского языка и найти друзей по интересам.

4) Отдых и развлечения: в большинстве случаев студенты получают стипендию, которая может удовлетворить только основные потребности. Наше приложение будет информировать о дисконтных картах, бонусах, акциях, мероприятиях, вечеринках. Приложение поможет найти занятия по душе и подскажет, как провести время с удовольствием

Ожидаемые результаты проекта: с учетом запланированных расходов и доходов были проведены предварительные расчеты эффективности проекта (данные представлены в таблице 1).

Таблица 1 – Показатели эффективности проекта «Мобильное приложение «4help»»

Ставка дисконтирования	11%
Динамический срок окупаемости проекта	7 месяцев
Индекс доходности инвестиций	1,07
Внутренняя норма доходности	23,89%
Чистый дисконтированный доход	2 276 BYR
Дата составления инвестиционного предложения	22.03.2023

Проведенные расчеты указывают на достаточно быстрый для подобного рода проектов срок окупаемости, высокую эффективность ($VND > \text{ставки дисконтирования}$ практически в 2 раза, что позволяет покрыть инфляционные риски за период окупаемости), значение индекса доходности инвестиций также подтверждает привлекательность предлагаемого проекта.

Результаты внедрения проекта:

Благодаря нашему проекту белорусские студенты смогут повысить свою успеваемость, приобретут новые знакомства, обменяются опытом с единомышленниками из разных городов, получают доступ к необходимой им информации, смогут хорошо трудоустроиться и получать дополнительный доход.

Мобильное приложение станет платформой для продвижения других компаний посредством рекламы.

Литература:

1) Герец, А. Ю., Бураченко, И. Б. Вывод на рынок мобильного приложения для повышения физической активности молодежи / А. Ю. Герец, И. Б. Бураченко // Вестник Полоцкого государственного университета. – 2020. – №13. – С. 30–34.

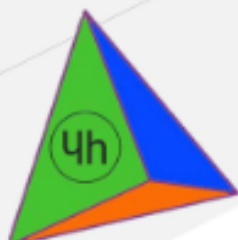
2) Крупянков, А. Продвижение мобильного приложения на реальном опыте в цифрах [Электронный ресурс] / А. Крупянков // Сервис Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/435588/>. – Дата доступа: 15.03.2023.

3) Что такое монетизация сайта [Электронный ресурс] / Unisender. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-monetizatsiya-sayta/> – Дата доступа: 14.03.2023.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

Брестский государственный технический университет
Международный конкурс студенческих стартапов
«Бизнес-генерация - 2023»

Академия управления при Президенте Республики Беларусь



Мобильное приложение «4Help»

*Ксения Потеснова, Ольга Костянюк,
Виолетта Ермалович, Ангелина Омелянчук*

1 курс,
специальность «Управление
информационными ресурсами»
руководитель Ледян Юлия Андреевна,
магистр экономики, старший преподаватель
кафедры экономического развития и
менеджмента

Для чего необходимо наше приложение?

**Мобильное приложение «4help» -
это приложение, предоставляющее
удобный и легкий доступ к
необходимым информационным
ресурсам, способствующее более
быстрой адаптации иногородних
студентов.**

Для чего необходимо наше приложение?

Цифра 4 символизирует 4 «границы» – своеобразную пирамиду – 4 аспекта студенческой жизни:



Рынок сбыта



ДОХОДЫ

От рекламы

- реклама образовательной платформы «Skillbox» с онлайн-курсами;
- реклама различных торговых сетей и магазинов;
- реклама белорусских производителей товаров

От пользователей

- частично платный доступ к определенному контенту (подписка на фильмы, музыку, аудиокниги)

конкуренты



• «ReadEra», «Читай», «MyBook», «Моя библиотека», «Книжная лавка», «eBook»



• «Praca.by», «Jobseeker», «HeadHunter», «Rabota.by», «LinkedIn»



• «Telegram», «Instagram», «ВКонтакте», «Facebook», «WhatsApp», «Viber», «Tinder», «mail.ru», «gmail.com»



SLIVKI.BY

• «Slivki.by», «Kupon.by», «Едадил», «SuperCheck.by», «Акции и скидки в Беларуси», «Relax.by», «Афиша: кино, театры, концерты»



Telegram

Конкурентоспособность

В настоящее время не существует приложения, которое объединяет все вышеперечисленные критерии. Создание нового приложения для студентов может привлечь внимание целевой аудитории и стать конкурентоспособным продуктом на рынке.



SWOT-анализ приложения

Сильные стороны	Слабые стороны
— уникальность приложения; — функциональность (полезность) приложения; — простота в использовании приложения — целевая аудитория (является склонной к нововведениям); — собственные специалисты; — возможность использования упрощений в юридическом оформлении и налогообложении; — инновационность продукта; — быстрый срок создания приложения; — короткий срок окупаемости; — высокая экономическая эффективность; — возможность размещения в Google Play Store и App Store.	— новизна приложения; — отсутствие лояльности к приложению; — большой набор встроенных функций, что может замедлять работу приложения; — затруднение продвижения приложения в регионах.

SWOT-анализ приложения

Возможности	Угрозы
— постоянный рост количества пользователей; — расширение географии пользователей; — оперативное реагирование на запросы пользователей; — сотрудничество с компаниями-рекламодателями.	— крупные конкуренты в отдельных функциональных сегментах; — создание приложений-аналогов; — изменения в налоговом и административном законодательстве; — конкуренция на рынке предоставления рекламных услуг.

Маркетинговая стратегия

стратегия роста (выталкивания
продукта на рынок)

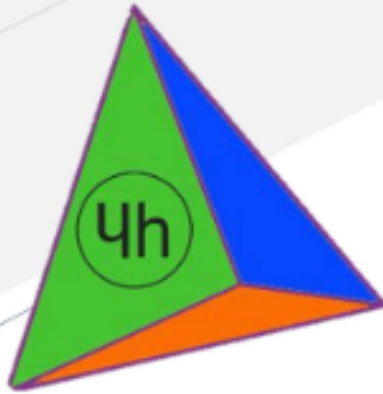


Логотип



Реклама

Графический логотип



- Белый цвет выбран для основного направления мобильного приложения «Электронная библиотека»
- Синий цвет подходит для характеристики направления «Коммуникация»
- Оранжевый цвет выбран для направления «Работа»
- Зеленый цвет символизирует направление «Отдых и развлечения»

Текстовый логотип

Выполнен в форме круга с желтым фоном (символ позитива, оптимизма, молодости, и креативности).

В качестве буквенного обозначения выбрана цифра 4 (количество «граней») и английская буква h (символизирует «help»).

Следует обратить внимание на выбор шрифта: цифра выглядит как перевернутая буква.





Экономическая эффективность

Показатель	Значение
Чистые денежные потоки	38 299
ЧДД	5 037
ВНД	32,67%
Индекс доходности инвестиций	1,47302746
Рентабельность инвестиций	47,3%
Срок окупаемости	7 месяцев
Дисконтированный срок окупаемости	7 месяцев

14

Мобильное приложение «4help»

- Уникальный продукт
- Инновационный сектор
- Целевая аудитория (новаторы)
- Высокая функциональность
- Простота использования
- Собственные специалисты
- Собственные специалисты

Благодарим за внимание!

**Будем рады ответить на
интересующие вопросы!**

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту**

**Цифровизация оценки кредитоспособности клиента
в банковской системе**

(полное название стартап-проекта)

Абаев Даянч Нургелди Оглы

Какабаев Какабай Мерданович

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Государственный энергетический институт

Туркменистана

образовательное учреждение – (полностью)

Гурбандурдыева Гульшат Оразмухаммедовна,

Преподаватель Государственного энергетического

института Туркменистана

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Кредитоспособность заемщика – это его способность полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам перед кредитором. Важность оценки кредитоспособности клиента никем не ставится под сомнение. В настоящее время понятие кредитоспособности заемщика нужно рассматривать в новом аспекте, отличающемся от традиционной трактовки, достаточно широко освещенной в русско-английской экономической литературе. Новый аспект рассмотрения связан с развитием риск-менеджмента. От того, как кредитная организация оценивает кредитоспособность своих заемщиков, зависит ее состояние в будущем. Важной проблемой является выбор оптимального метода оценки кредитоспособности клиента, так как от правильной методики оценки кредитоспособности заемщика зависят ликвидность, платежеспособность и финансовая устойчивость кредитных организаций и банковской системы в целом. В стартап-проекте автором рассматриваются основные методики оценки кредитоспособности заемщика в современных условиях, в том числе методы оценки кредитоспособности заемщика в Туркменистане и зарубежных странах.

В эру Возрождения новой эпохи могущественного государства, ориентированного на развитие, реформы осуществляются во всех отраслях национального хозяйства.

Одним из основных инструментов государственного регулирования экономических отношений в условиях рыночной экономики является кредитная политика, влияющая на экономическое и социальное развитие страны. Внедрение единой системы автоматизированных информационных технологий с использованием современного программного обеспечения в этой системе позволяет решить функциональные задачи банковской системы, обеспечить коммуникационный обмен информацией, организовать режим работы при настройке различных видов компьютерных сетей, организовать корпоративное сохранение данных и повышение эффективности управленческой работы.

Приложение, представленное для банковской системы, представленное в этом стартап-проекте, было бы целесообразно использовать в банковской системе. Это значительно облегчит работу банковской системы и поможет улучшить систему обслуживания клиентов. Приложение «Инфо-кредит» стартап-проекта было описано с помощью картинок. В дальнейшем, клиенты могут скачать это мобильное приложение из «Google Play Market» и получить всю информацию, связанную с кредитом, не выходя из дома. В результате экономия времени сократит очереди в банках и облегчит работу банковских служащих.

Мобильное приложение положительно скажется на повышении эффективности не только банковской системы, но и всего экономического комплекса страны. В целом, мобильное приложение будет способствовать ускорению работы отраслей экономики, увеличению производства, поиску быстрых решений.

- цель проекта-значительно облегчить работу банковской системы и улучшить систему обслуживания клиентов, при этом сэкономить время;

- актуальность-цифровизация всех секторов экономики становится одной из главных проблем в мире, в том числе и в Туркменистане. Учитывая это, продолжается внедрение цифровых технологий в банковскую систему, что рассматривается как важный механизм экономического развития. В результате научно-технического прогресса существующие информационные технологии в банковской системе требуют совершенствования. В связи с этим наш стартап-проект будет способствовать совершенствованию данного направления;

- основные идеи-рассчитать кредитоспособность заемщика;

- краткое описание механизма реализации-предоставляемый здесь проект направлен на цифровизацию кредитного отдела банковской системы. Потому что сегодня актуальность этого направления заставляет обратить на него внимание. Учитывая отсутствие такого приложения ранее и отсутствие этой опции в существующих приложениях, мы решили поработать над этой темой в нашем проекте;

- краткое экономическое обоснование и ожидаемые результаты проекта-

Есть 2 способа реализации проекта:

1. Так как это приложение предусмотрено для клиентов, можно заключить договор с банком о своевременном предоставлении всей необходимой информации. После этого

с помощью сайта банка и СМИ активно рекламировать о работе приложения. В результате за счет скачивания получить доход от проекта. С другой стороны, можно договориться сразу с несколькими банками об услугах. (например, банки.гу, сравни.гу)

2. Можно продать приложение банку и договориться о постоянной услуге обновления информации в приложении.

Стартап-приложение представляет не только экономический интерес для разработчика, но и способствует продвижению банковских услуг (кредитов).

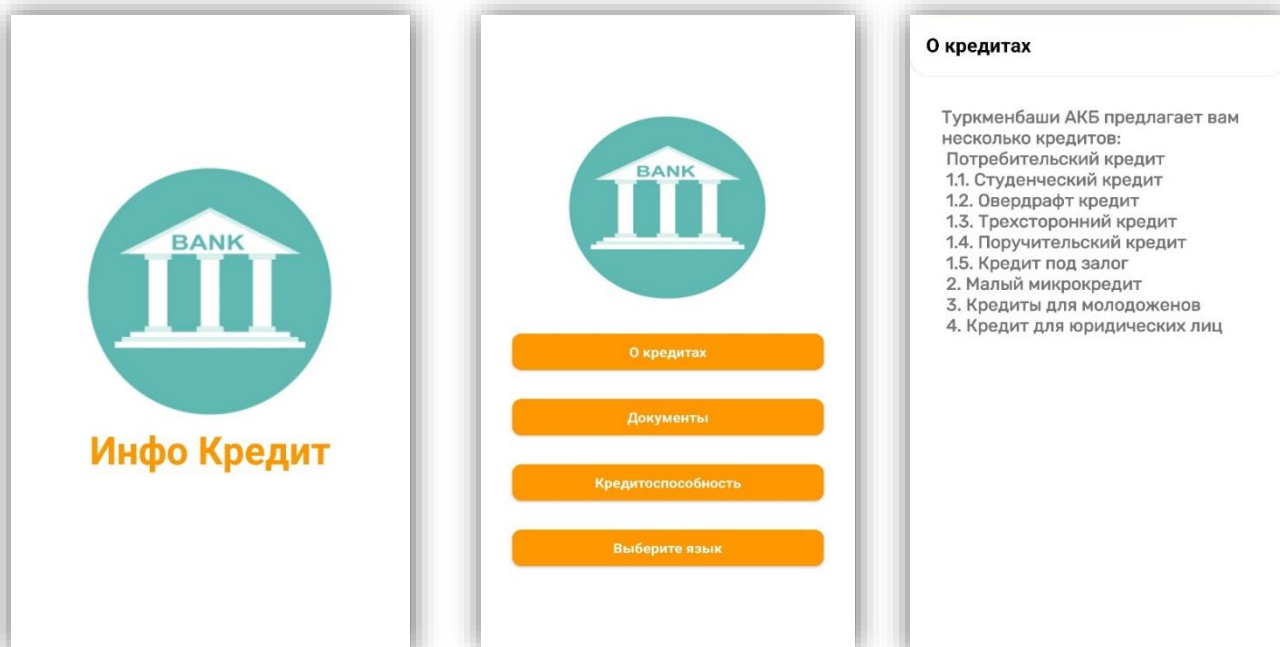


Рисунок 1 - Главное меню приложения «Инфо-кредит»

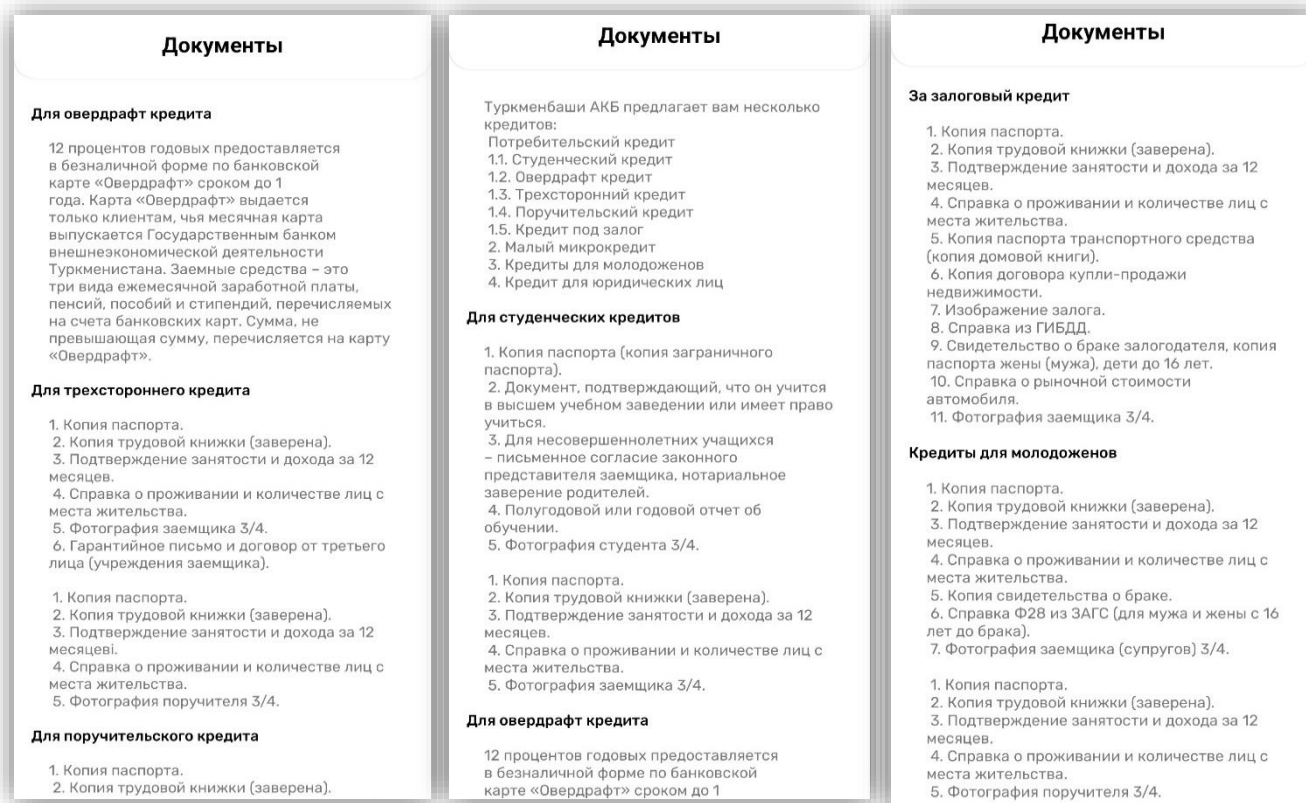


Рисунок 2 - Перечень документов

Кредитоспособность

Студенческий кредит

Овердрафт кредит

Трехсторонний кредит

Поручительский кредит

Кредит под залог

Малый микрокредит

Кредиты для молодежи

Студенческий кредит

Срок (1-5 лет)

Количество пор...

Количество...

Процентная вст...

Среднемесячный доход (базовый)

Среднемесячный доход (процентный)

Средний

Минимальная

Рассчитать

Студенческий кредит

Срок (1-5 лет)

Количество пор...

Количество ден...

Процентная вст...

Среднемесячный доход (базовый)

Среднемесячный доход (процентный)

Средний

Минимальная

Рассчитать

Рисунок 3 – Расчет кредитоспособности заемщика

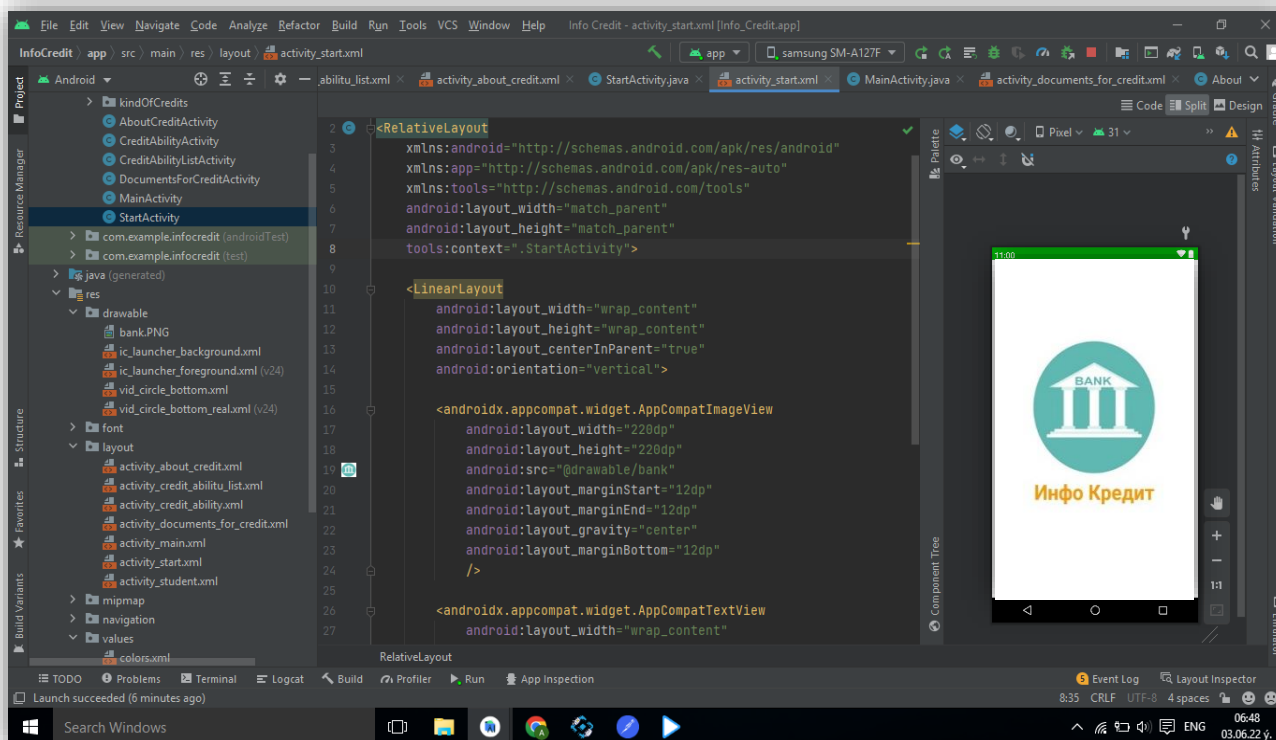


Рисунок 4 – Процесс подготовки главного меню приложения

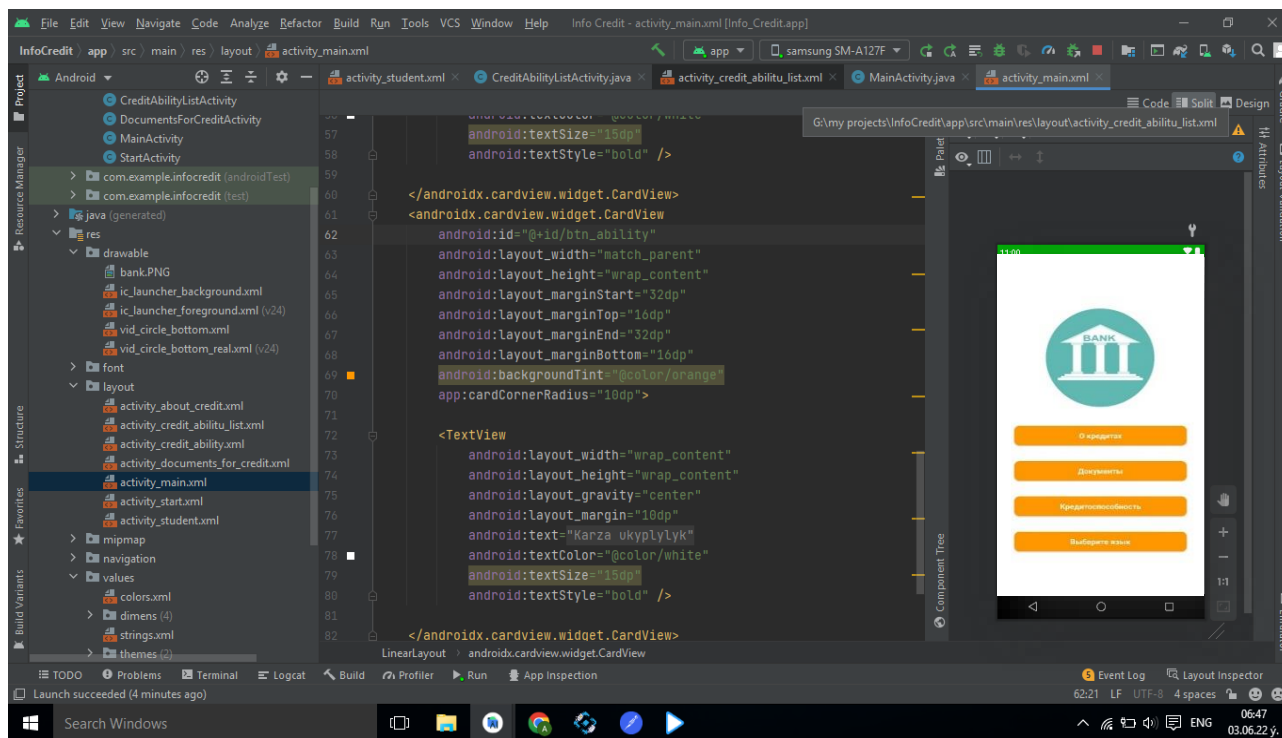


Рисунок 5 – Процесс подготовки разделов приложения

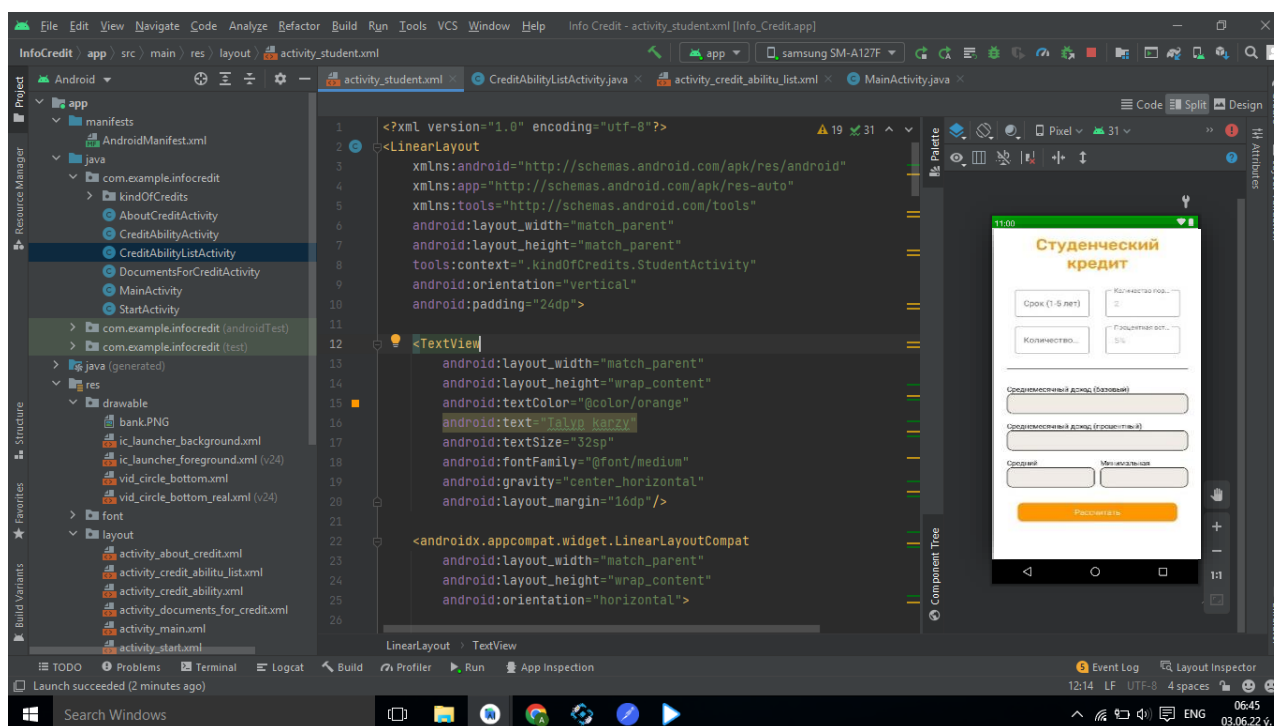


Рисунок 6 – Процесс подготовки расчета кредитоспособности заемщика

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

Международный конкурс студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Государственный энергетический институт Туркменистана

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОЦЕНКИ
КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КЛИЕНТА В
БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ**

Абаев Даянч Нургелди Оглы (Капитан) Специальность: Экономика энергетики, 1 курс Какабаев Какабай Мерданович Специальность: Экономика энергетики, 3 курс	КОУЧ КОНСУЛЬТАНТ Гурбандурдыева Гульшат Оразмухаммедовна Преподаватель ГЭИТ
--	---

5/24/2023 9:48:52 PM 1

Международный конкурс студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

 **ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:**

**-значительно облегчить работу
банковской системы и улучшить систему
обслуживания клиентов, при этом
сэкономить время.**

5/24/2023 9:48:52 PM 2



АКТУАЛЬНОСТЬ:

-цифровизация всех секторов экономики становится одной из главных проблем в мире, в том числе и в Туркменистане. Учитывая это, продолжается внедрение цифровых технологий в банковскую систему, что рассматривается как важный механизм экономического развития. В результате научно-технического прогресса существующие информационные технологии в банковской системе требуют совершенствования. В связи с этим наш стартап-проект будет способствовать совершенствованию данного направления.

5/24/2023 6:48:52 PM

3



ОСНОВНЫЕ ИДЕИ:

- рассчитать кредитоспособность заемщика;
- получить перечень документов;
- сэкономить время;
- за счет скачивания получить доход от проекта.

5/24/2023 6:48:52 PM

4



КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ:

-предоставляемый здесь проект направлен на цифровизацию кредитного отдела банковской системы. Потому что сегодня актуальность этого направления заставляет обратить на него внимание. Учитывая отсутствие такого приложения ранее и отсутствие этой опции в существующих приложениях, мы решили поработать над этой темой в нашем проекте.

5/24/2023 8:48:52 PM

5



ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА:

1. Так как это приложение предусмотрено для клиентов, можно заключить договор с банком о своевременном предоставлении всей необходимой информации. После этого с помощью сайта банка и СМИ активно рекламировать о работе приложения. В результате за счет скачивания получить доход от проекта. С другой стороны, можно договориться сразу с несколькими банками об услугах.
(например, банки.ru, сравни.ru)
2. Можно продать приложение банку и договориться о постоянной услуге обновления информации в приложении.

5/24/2023 8:48:52 PM

6

Международный конкурс студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»



Стартап-приложение представляет не только экономический интерес для разработчика, но и способствует продвижению банковских услуг (кредитов).

5/24/2023 6:48:52 PM

7

Международный конкурс студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Мобильное приложение положительно скажется на повышении эффективности не только банковской системы, но и всего экономического комплекса страны. В целом, мобильное приложение будет способствовать ускорению работы отраслей экономики, увеличению производства, поиску быстрых решений.



Инфо Кредит

5/24/2023 6:48:52 PM

8

Международный конкурс студенческих стартапов «БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»



О кредитах

Держать

Кредитоспособность

Выборы по

О кредитах

Туркменбашы АҚБ предлагает вам несколько кредитов:

- Потребительский кредит
- 1.1. Студенческий кредит
- 1.2. Овердрафт кредит
- 1.3. Трёхсторонний кредит
- 1.4. Поручительский кредит
- 1.5. Кредит под залог
- 2. Мелкий микрокредит
- 3. Кредиты для молодежи
- 4. Кредит для юридических лиц



Выборы по

Türkmençe

Русский

Кредитоспособность

Выборы по

8/24/2023 6:48:52 PM

9

Международный конкурс студенческих стартапов «БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Кредитоспособность

Студенческий кредит

Овердрафт кредит

Трёхсторонний кредит

Поручительский кредит

Кредит под залог

Мелкий микрокредит

Кредиты для молодежи

Студенческий кредит

Срок (1-5 лет)

Среднемесячный доход

Количество

Среднемесячный доход

Среднемесячный доход (базовый)

Среднемесячный доход (средний)

Средний

Максимальный

Рассчитать

Кредиты для молодежи

Срок (1-5 лет)

Среднемесячный доход

Количество

Среднемесячный доход

Среднемесячный доход (базовый)

Среднемесячный доход (средний)

Средний

Максимальный

Рассчитать

8/24/2023 6:48:52 PM

11

Международный конкурс студенческих стартапов «БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Малый микрокредит

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

Поручительский кредит

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

Кредит под залог

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

Трехсторонний кредит

Срок (1-2 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

5/24/2023 8:48:52 PM

Международный конкурс студенческих стартапов «БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

Студенческий кредит

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

Студенческий кредит

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

Студенческий кредит

Срок (1-6 лет):

Количество:

Процентная ставка:

Среднесрочный доход (Базовый):

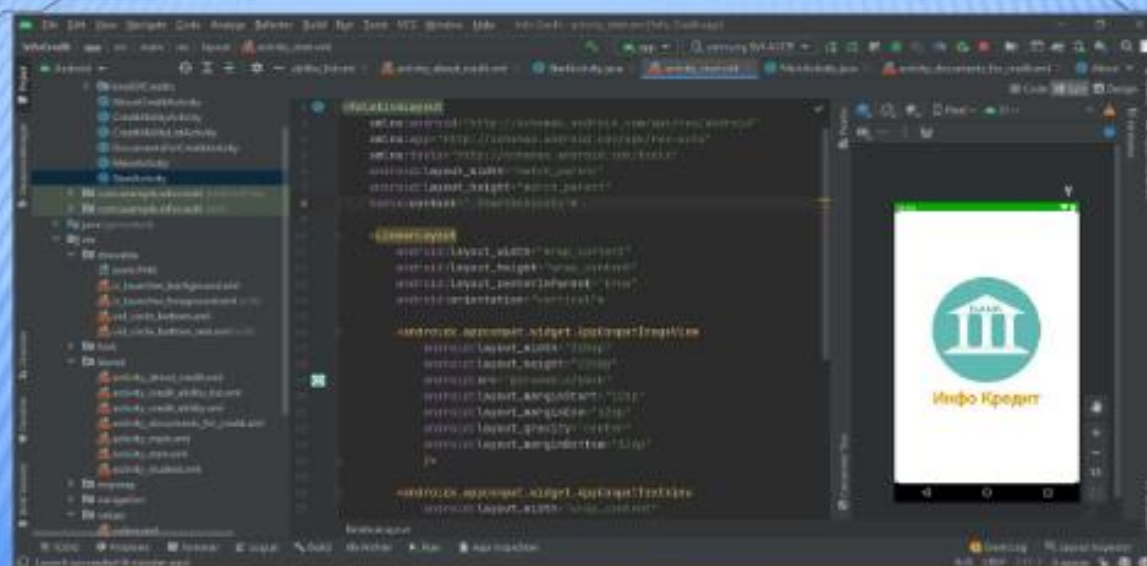
Среднесрочный доход (Максимальный):

Средний: Максимальный:

Рассчитать

5/24/2023 8:48:52 PM

Международный конкурс студенческих стартапов «БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»



14

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

5/24/2023 8:48:52 PM

15

II МЕСТО

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА к стартап-проекту

Приложение «MuLab»

(полное название стартап-проекта)

Салтыков Даниил Васильевич

Врублевская Виктория Николаевна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Брестский Государственный Технический Университет, Брест

образовательное учреждение - полностью)

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Суть проекта:

В процессе изучения актуальных тем и востребованности современного рынка мы решили остановиться на идее совмещения общения и поиска недостающего звена для начинающих продюсеров и артистов.

На данный момент очень стремительно растет интерес к музыке, а особенно к концертной деятельности и огромное количество людей начинают считать себя будущими звездами, так как профессиональные знания для успешной карьеры в данной сфере становятся далеко не самым главным, в отличие от правильных и нужных связей, а также общего видения с коллегой.

Поэтому мы и пришли в идею создания приложения для упрощения музыкальной деятельности новых людей без связей в данной области

Обоснование цели проекта и актуальность проектного решения:

Цель проекта: дать возможность молодым артистам найти подходящего и такого же амбициозного продюсера или же привлечь внимание своими работами более опытных специалистов, а для продюсера найти перспективного новичка со свежим взглядом на музыку, чтобы вырастить из него звезду или же поработать с уже несколько известным музыкантом.

Основная аудитория, конечно, будет составлять молодежь 16-25 лет, но также уверены, что и более возрастные и опытные будут пользоваться для поиска перспективных молодых артистов, продюсеров.

С каждым годом мы наблюдаем все больше новых имен в музыке, свежие взгляды на индустрию и подачу, а значит данное направление сильно развивается и порой для успешных релизов не хватает звена, которое наше приложение будет в состоянии предоставить.

Думаем наш проект стал чем-то новым для рынка, по крайней мере в границах стран СНГ и послужил бы еще более быстрому развитию музыкальной индустрии.

Продукт проекта и его особенности:

Подробнее рассмотрим наш продукт. Приложение MuLab, будет включать в себя четыре основных раздела:

1. Личный кабинет – представляет собой личную/контактную информацию, опыт работы, а также возможность разместить свои работы для того, чтобы остальные имели больше представлений о видении и стиле человека.
2. Поиск – раздел для поиска по фильтрам, начиная от возраста, заканчивая любимыми стилями.
3. Чаты – раздел для общения с продюсером/артистом.
4. Рекомендации – для того, чтобы не настраивать поиск, можно просто зайти в данный раздел и посмотреть наиболее подходящие варианты на основе личной информации и прошлых поисковых запросов.

Также будет возможность зарегистрироваться как продюсер, либо как артист и, соответственно, искать артистов себе или же подходящего продюсера артисту.

Потребители продукта проекта:

Вполне естественно, что основная аудитория будет составлять молодежь 16-25 лет и опытные более возрастные специалисты, в поисках новых талантов.

- **Минусы и риски**

1. Невостребованность
2. Безопасность, над которой надо много работать
3. Дедлайны

- **Получение прибыли**

1. Реклама,
2. Подписка на премиум,

Конкурентные преимущества проекта.

На территории РБ и всего СНГ нет подобных приложений, ниша является свободной.

Потребность в финансировании.

1. Создание, тестирование и запуск приложения на мобильных устройствах -- 8000-15000 BYN. Создание займет примерно 5-7 месяцев, чтобы продукт был доделан и протестирован;
2. Реклама приложения – Чтобы заказать рекламу в месяц понадобится минимум 600-15000BYN;
3. Поддержка работоспособности (обновления и улучшения) обойдется примерно в 600 BYN в месяц;
4. Размещение приложения в магазинах – для AppStore ежегодная плата составляет \$99. Для Google Play единовременный платеж — \$25.

Специалисты:

Дизайнер, frontend developer, backend developer, поддержка, smm, тестировщик

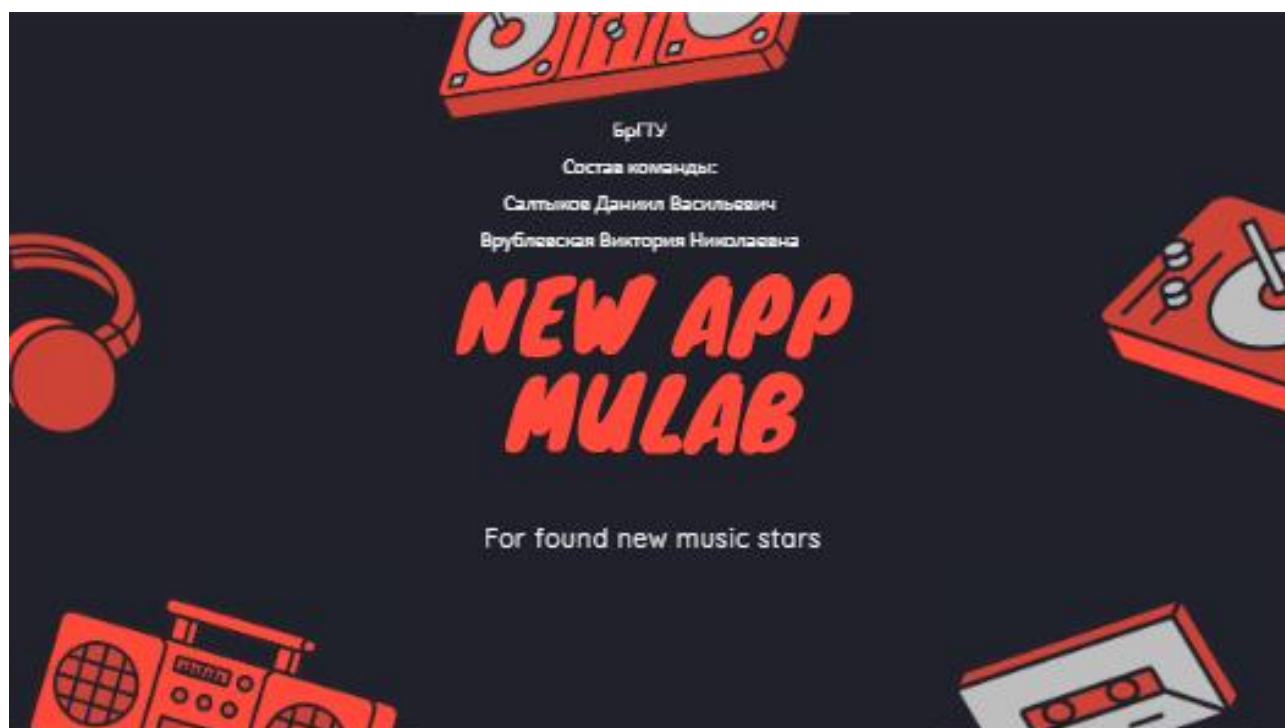
Возможные источники и условия финансирования:

1. Краудфандинг;
2. Гранты;
3. Венчурное финансирование;
4. Собственные средства.

Результаты проекта:

1. Создание востребованного приложения на рынке.
2. Расширение на страны СНГ.
3. Помощь в поиске недостающего звена музыкальных деятелей.
4. Развитие и популяризация современной музыки.
5. Получение прибыли.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



ПРОБЛЕМА

Основной проблемой, решение которой мы предлагаем, является увеличение количества новых артистов и продюсеров, которым не хватает опыта и они не знают, где можно найти друг друга для сотрудничества



ЧТО ЗА ПРИЛОЖЕНИЕ И ДЛЯ КОГО ОНО

Mulab представляет собой платформу, где каждый начинающий музыкант или саундпродюсер смогут поработать друг с другом и набраться опыта, или же станут новыми громкими именами с хитами



РЕГИСТРАЦИЯ КАК ПРОДЮССЕР

ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ПРОДЮССЕРА
НУЖНО ВВЕСТИ СВОЙ НИК,
ДЕЙСТВИТЕЛЬНОЕ ФОТО, СТРАНУ И
ГОРОД ПРОЖИВАНИЯ И ПРИМЕРНЫЕ
УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА,
ЗАПОЛНИТЬ ПОЛЕ КОНТАКТНЫХ
ДАННЫХ
ТАКЖЕ САМ ПРОДЮССЕР МОЖЕТ
ИСКАТЬ АРТИСТОВ И ПРЕДЛАГАТЬ
СОТРУДНИЧЕСТВО ПЕРВЫМ

РЕГИСТРАЦИЯ КАК АРТИСТ

ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ АРТИСТА
НЕОБХОДИМО ВВЕСТИ НИК,
ДЕЙСТВИТЕЛЬНОЕ ФОТО, ГОРОД
ПРОЖИВАНИЯ И ОПИСАТЬ СВОЙ ОПЫТ В
МУЗЫКЕ, НАВЫКИ, ЗАПОЛНИТЬ ПОЛЕ
КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ
ТАКЖЕ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ
ПУБЛИКОВАТЬ У СЕБЯ В ПРОФИЛЕ
ДЕМКИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ
ПРОДЮССЕРОВ

ПРЕИМУЩЕСТВА НАШЕГО ПРИЛОЖЕНИЯ

УНИКАЛЬНОСТЬ

Изучив рынок на наличие похожих по функционалу приложений было выявлено, что подобного на данный момент нет.

ДОСТУПНОСТЬ

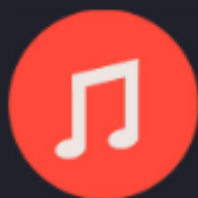
Планируется как бесплатная версия, так и подписка, которая открывает больше возможностей для пользователей

КРОССПЛАТФОРМЕННОСТЬ

Будет доступна версия как на смартфоны так и на ПК



КАК ПРОИСХОДИТ ВЗАИМОДЕСТВИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ



Загрузить трек в личный кабинет



Прослушать работы артиста/продюсера



Связаться с предложением о сотрудничестве

СТАТЬИ РАСХОДОВ

РАЗРАБОТКА/ВНЕДРЕНИЕ=15-20к \$

Проект будет постепенно дорабатываться, однако первоначальный функционал не будет сильно сложным

РЕКЛАМА=3000-5000\$

В течение года будет только увеличиваться объем рекламы, сумма может увеличиться

РАСХОДЫ НА
СОПРОВОЖДЕНИЕ=1500\$

Зависит от использования сторонних сервисов и сторонних ПО

ПРОЧИЕ РАСХОДЫ=1000-10000\$

Незапланированные неприятности, поездки, организация деловых встреч и прочее

СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ

ПОДПИСКА(2\$)

За подписку будет доступен больший функционал как для артиста так и для продюссера

РЕКЛАМА

За счет интеграции рекламы в приложение

ТЕКУЩИЙ СТАТУС

ИМЕЕТСЯ ИДЕЯ, ЭНТУЗИАЗМ И ЗНАКОМЫЕ РАЗРАБОТЧИКИ И ДИЗАЙНЕРЫ, КОТОРЫХ МОЖЕТ ЗАВЛЕЧЬ ДАННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, Т.Е ПОТЕНЦИАЛ К ФОРМИРОВАНИЮ ПЕРВОНАЧАЛЬНОЙ КОМАНДЫ.

ТАКЖЕ ЕСТЬ НЕБОЛЬШОЙ СТАРТОВЫЙ КАПИТАЛ, КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН ПОКРЫТЬ ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ, ЕСЛИ НЕ ПРИВЛЕКАТЬ НАЕМНЫХ РАБОЧИХ

ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«ОРИГИНАЛЬНОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ БИЗНЕС-ИДЕИ»

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Кафе «Мир иллюзий»

Ивкин Александр Сергеевич
Ефимова Алина Алексеевна
Гарафутдинова Анна Рустемовна
Казаков Артем Юрьевич

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»
Институт экономики и управления

Высочина Марина Викторовна, к.э.н., доцент

Цель проекта:

Во время посещения кафе или ресторанов гости часто сталкиваются с такими проблемами как:

1. Некомпетентность персонала;
2. Большие очереди на столики;
3. Медленное обслуживание;
4. Невозможность путешествовать.

Мы предлагаем решение данных проблем:

- Во-первых, полностью роботизированный персонал.
- Во-вторых, возможность оценить блюдо в очках виртуальной реальности.



Актуальность, основная идея, ожидаемые результаты проекта:

Использование роботов упрощает соблюдение требований гигиены, чистоте, температуре, влажности и других стандартов, закрепленных в ресторанной сети. Каждый робот будет знать до 40 фраз, среди которых: “Здравствуйте!”, “Приятного аппетита!”, “Извините, я пока что занят!” и др. Все роботы будут снабжены сенсорами, с помощью которых легко передвигаются между столиками.

Благодаря виртуальным путешествиям можно сократить расходы клиентов (дешевле, чем реальные поездки), увеличить безопасность для здоровья, сэкономить время и поднять доступность, а также насладиться достопримечательностями других стран одновременно удовлетворив свои гастрономические пристрастия.



Краткое описание механизма реализации:

Посетив заведение, вас встретит робот-официант и предложит на выбор два зала: первый обычный и второй с погружением в виртуальную реальность.

Выбрав первый зал, вы делаете заказ роботу, и по готовности блюда он вам его подаст.

В зале виртуальной реальности к вам подъедет робот-официант и проконсультирует по поводу использования VR очков во время трапезы, примет и отдаст ваш заказ.



Наш потребитель:



Одинокие посетители



Пары



Семьи

Студенты и семьи, имеющие средний достаток.

Бизнес-модель

Партнеры: Поставщики продуктов и обслуживания.	Коммуникация с клиентами: Аккаунты в социальных сетях, создание сайта, опросные листы.	Покупатель: Студенты и жители со средним уровнем дохода.
КД: Разработка новых позиций меню, Виртуальное путешествие.	Ресурсы: Удачное месторасположение, роботизированный персонал.	Каналы сбыта: Реклама в соц. сетях, флаеры, баннеры на вокзалах и аэропортах.
Ценностное предложение: Быстрое и качественное обслуживание, погружение в виртуальную реальность одновременно с удовлетворением своих гастрономических пристрастий.	Расходы: Аренда, закупка продуктов, заработная плата персонала, реклама.	Доходы: Средний чек 1000 руб. Аренда помещения под банкеты и корпоративы.

Краткое экономическое обоснование

Кухня

Статья расходов	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Электрические плиты	3	31 500
Холодильники	3	36 000
Духовые шкафы	2	52 000
Вытяжки	5	23 000
Весы электронные	2	1 800
Морозильные камеры	3	27 000
Мелкая бытовая кухонная техника (блендеры, комбайны, миксеры и т. д.)	25	34 000
Посудомоечные машины	2	40 000
Парокофлектomat	1	142 000
Кухонная мебель (столы, шкафы и т. д.)	10	127 000
Посуда и приборы	8 упаковок	40 000
Итого		554 300

Зал

Статья расходов	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Контрольно-кассовая машина	1	15 000
Стол для зоны посетителей	10	100 000
Стулья	35	36 000
Диваны	5	75 000
Барная стойка	1	32 000
Разносы	40	7 500
Сушилки для рук	2	2 200
Итого		267 700

Персонал

Статья расходов	Количество, чел.	Стоимость, руб.
Управляющий	1	60 000
Администратор	2	100 000
Шеф-повар	1	60 000
Повара	6	210 000
Уборщицы	4	60 000
Итого		490 000

Прочее

Статья расходов	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Аренда	1	100 000
Коммунальные услуги	1	20 000
Роботы-официанты	4	1 400 000
Робот-бармен	1	350 000
VR-очки	20	700 000
Программист	1	100 000
Прочие мелкие расходы	1	50 000
Итого		2 720 000

Общий итог: 4 032 000 руб.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского»
Институт экономики и управления

ИННОВАЦИОННОЕ КАФЕ "МИР ИЛЛЮЗИЙ"

Модель бизнес проекта подготовили:

Ивкин Александр Сергеевич
Гарафутдинова Анна Рустемовна
Ефимова Алина Алексеевна
Казаков Артём Юрьевич

Научный руководитель:

Высочина Марина Викторовна,
к.э.н., доцент

ПРОБЛЕМА

Во время посещения кафе или ресторанов гости часто сталкиваются с такими проблемами как:

- Некомпетентность персонала
- Большие очереди на столики
- Медленное обслуживание
- Однотипность интерьера

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ РЕШЕНИЕ ДАННЫХ ПРОБЛЕМ



Использование роботов упрощает соблюдение требований гигиены, чистоте, температуре, влажности и других стандартов, закрепленных в ресторанной сети

ЦЕННОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ

Возможность сократить расходы клиентов, сэкономить время, а также насладиться достопримечательностями других стран одновременно удовлетворив свои гастрономические пристрастия



КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

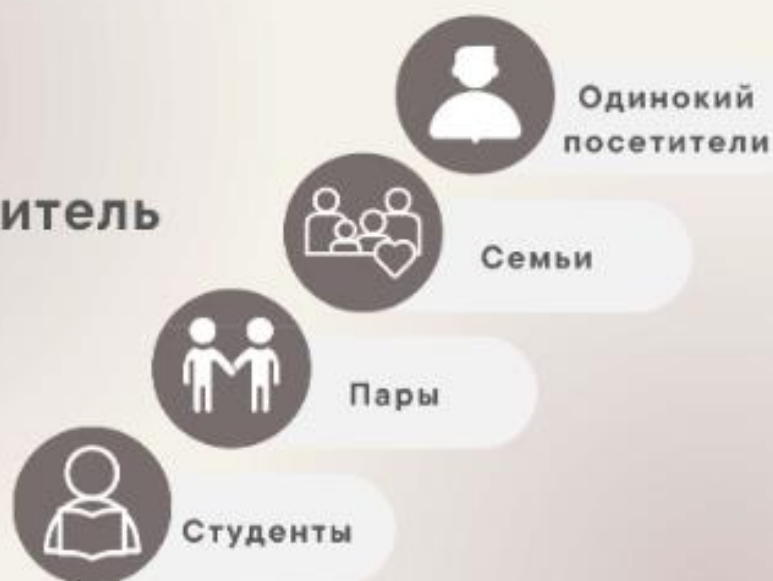
Вас встречает
робот официант

Вы выбираете зал: обычный
или с погружением в
виртуальную реальность

Выбрав первый зал, вы делаете
заказ роботу, и по готовности
блюда он вам его подаст

В зале виртуальной реальности вас
проконсультирует робот по поводу
использования VR очков во время
трапезы, примет и отдаст ваш заказ

Наш потребитель

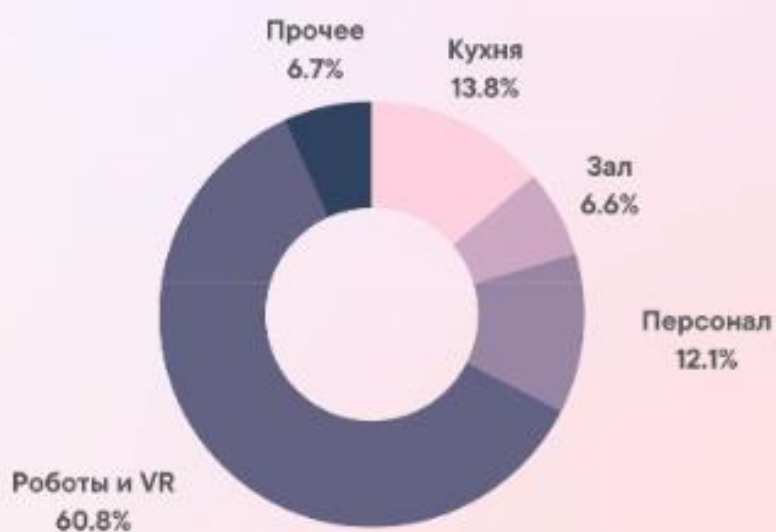


БИЗНЕС МОДЕЛЬ



РАСХОДЫ

Общий итог:
4.032 млн. руб.



НАША КОМАНДА



Капитан команды
Ивкин Александр

Гарафутдинова
Анна



Казаков
Артём



Ефимова
Алина



**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.
«БЕСКОНТАКТНЫЕ МАГАЗИНЫ» КАК ГЛАВНАЯ ПАРАДИГМА
РИТЕЙЛА БУДУЩЕГО. СОЗДАНИЕ «УМНОГО» МАГАЗИНА В Г.
БРЕСТ»**

Авторы:

студентки Брестского государственного
технического университета
(БрГТУ)

3 курса

Экономического факультета

Специальности «Экономика и управление
на предприятии»

Ковальчук Яна, Высоцкая Дарья и
Иванова Анна

Коуч-консультант:

Кулакова Лейла Омаровна, преподаватель

Цель работы – изучение и анализ тенденций развития мирового рынка «умных» магазинов, выбор наиболее перспективных из них и экономическое обоснование целесообразности создания «магазина без кассира» в г. Брест.

Научная новизна данной работы обусловлена тем, что пандемия изменила паттерны потребительского поведения больше делая акцент на онлайн продажах. Даже после спада пандемии общество не перестало изменять привычкам в связи с тем, что данная манера покупок считается удобной. Переосмысление принципов работы «физических» магазинов – единственный путь сохранения трафика и поддержания продаж. «Бесконтактный магазин» как новый формат работы розницы может стать главным трендом в отрасли на ближайшие несколько лет.

При написании работы были использованы общие и специальные методы познания: эмпирические методы (сравнение, измерение); методы теоретического исследования (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция); экономико-математический метод.

Сфера применения – организации торговли, IT-бизнес, цифровая экономика в целом.

Сегодня эволюция мировой торговли демонстрирует стадию качественного реформационного и трансформационного скачка. Цифровые технологии, пандемия, ресурс-, и прежде всего, времясбережение потребителей диктуют новые концепции построения цепочек поставок, системы дистрибьюции и новое виденье организации розничной торговли.

Данная работа направлена на исследование и анализ тенденций развития мирового рынка «беспилотных» магазинов, выделение наиболее эффективных из них и, как итог, – экономическое обоснование целесообразности создания «бесконтактного магазина» в г. Брест.

«Умный», «магазин без продавцов», «магазин без кассиров», «магазин без очередей», смарт-магазин (англ. Smartstore) – вариации термина, обозначающего инновационную генерацию автоматизации сетей ритейла, применяющих в торговле технологии RFID, смарт-полки, смарт-кассы, смарт-тележки, смарт-карты, и т. д.

Ритейлеры всего мира заинтересованы в минимизации стоимости бизнес-процессов, наращении эффективности продаж, максимальной удовлетворенности сервисом покупателей. Многие инновации, такие как платёжные киоски, кассы самообслуживания и смарт-полки, контактируя с RFID-метками, наклеенными на упаковку или находящимися внутри товара, автоматически осуществляют его оплату, исключая присутствие кассира при совершении операции. Таким образом, современные IT-технологии, апробированные на онлайн-платформах, в интернет-магазинах, сегодня мигрируют и в офлайн-магазины.

К преимуществам данной концепции относят: экономию затрат; отсутствие очередей; совершенствование логистики товаров; решение проблемы социального дистанцирования в период пандемии; отсутствие злоупотреблений со стороны персонала; автоматический сбор и аккумуляцию информации о предпочтениях и поведенческих паттернах покупателей; сокращение временных потерь потребителей и т.д.

С другой стороны, необходимо сказать и о негативном опыте подобных инноваций отдельных представителей розничной торговли. Так, например, касса в смартфоне не получила распространения и популярности у потребителей Walmart. Запущенная в 2018 году Scan&Go в приложении компании, очень скоро была свёрнута, поскольку для большинства покупателей новый формат оплаты оказался сложным. Проблемы касались взвешивания товаров, их сканирования. Кроме того, весомую часть операций торговой сети составляют наличные расчёты. По этим причинам компанией Walmart было принято решение внедрить услугу моментальной покупки с помощью работника магазина, который сканирует товар, платёжную карту покупателя и печатает чек, т. о., исключая процедуру прохождения через кассу. Однако в этой ситуации у ритейлера существенно возрастают затраты за персонал.

Однако по мнению экспертов, формат умного магазина более эффективен и выгодней, чем обычные традиционные магазины. На сегодняшний день умные магазины – это тренд, и способ идти в ногу с развитием цифровых технологий. Данный формат магазина сможет повысить лояльность клиента. Это связано с тем, что покупатели, даже те, что активно пользуются цифровыми технологиями, предпочитают выбирать магазины с возможностью самообслуживания и с возможностью лично ознакомиться с товаром.

Презентуемый магазин будет удивлять покупателей новой технологией Septic Self-Cleaning Buttons. Новая самоочищающаяся плёнка, которая будет использоваться на ручках корзин, дверей и тележек, способна повысить чистоту в магазине, а значит и безопасность покупателей.

Принцип работы магазина можно охарактеризовать так: в момент, когда покупатель будет брать товар, датчики и камеры будут считывать его движение, а также выбранный товар. Товар будет автоматически заноситься в онлайн-корзину, которая находится в смартфоне покупателя и на серверах нашего магазина. После покупки товара, покупателю в приложение приходит электронный чек, где он может проверить правильность приобретения и оплаты товара. В случае, если в системе по какой-либо причине, произошла ошибка и был учтен лишний или же другой товар в чеке, то покупатель может обратиться в техническую поддержку мобильного приложения или обратиться на месте к администратору магазина. В камеры, установленные для считывания покупателя и товара, которого он берет с полки, встроены микропроцессоры, которые отвечают за вычисления и считывания данных видеосъемки. Затем эти данные попадают в серверную комнату на главный компьютер, который с помощью своих математических и облачных вычислений анализирует, решает и в дальнейшем списывает деньги за товар с карты данного покупателя, автоматически отправляя ему чек в приложении. Данные полки совместно с камерами, встроенными на потолке для фиксирования действий покупателя, взаимодействуют по отношению к приобретаемому товару.

Каждая полка с отдельным товаром информационно связана с главным компьютером, отвечающим за товар. В роли умных весов могут выступать и «умные тележки», которые также могут быть представлены в магазине.

Мы считаем, что размещение магазина такого формата в г. Бресте в микрорайоне Речица, по адресу улица Пригородная д.32А поможет облегчить совершение покупок у местного населения. Одними из преимуществ данного «умного» магазина в этой точке являются небольшое наличие других крупных магазинов поблизости, что дает низкую вероятность конкуренции, и густонаселенность микрорайона, что предполагает большой поток клиентов.

Магазин будет полезен для общества и по ценовому критерию. Условия созданы таким образом, что у покупателей и обслуживающего персонала будет минимум контактов. Техническое оборудование магазина позволяет экономить время покупок (это, как было указано выше, самый дорогой ресурс в нашем мире), а иногда и подскажет выбор для покупателя. «Быстро. Выгодно. Удобно».

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



Бесконтактный магазин

– это термин, который обозначает инновационную генерацию автоматизации сетей ритейла, применяющих в торговле технологии RFID, смарт-полки, смарт-кассы, смарт-тележки, смарт-карты, и т. д.



Многие инновации, такие как платёжные киоски, кассы самообслуживания и смарт-полки, контактируя с RFID-метками, наклеенными на упаковку или находящимися внутри товара, автоматически осуществляют его оплату, исключая присутствие кассира при совершении операции.



К преимуществам данной концепции относят: экономию затрат; отсутствие очередей; совершенствование логистики товаров; решение проблемы социального дистанцирования в период пандемии; и т.д.



Сегодня люди предпочитают уделять, как можно меньше своего свободного времени покупкам в магазине. В связи с этим, оформилась идея реализовать бесконтактную оплату покупок в продуктовых магазинах. Её суть состоит в том, чтобы максимально сократить и упростить процесс покупки товара.

Суть технологии проста и сложна одновременно



– человек на входе авторизуется с помощью специального мобильного приложения на своем смартфоне, к которому изначально будут привязаны данные банковской карты клиента. Поднося смартфон с QR-кодом к ридеру, клиент активирует доступ к покупкам товара магазина, а также, вход в него.



Ридер

– портативное цифровое мобильное устройство, предназначенное для отображения текстовой информации, представленной в электронном виде.



Система работы предлагаемого нами магазина такова: в момент, когда покупатель будет брать товар, датчики и камеры будут считывать его движение, а также выбранный товар. Товар будет автоматически заноситься в онлайн-корзину, которая находится в смартфоне покупателя и на серверах нашего магазина. В роли умных весов могут выступать и «умные тележки», которые также могут быть представлены в магазине.





В тележках находится три камеры. Они фиксируют предмет с разных сторон. Затем программное обеспечение «умной тележки» соотносит трехмерную модель и сравнивает ее с базой данных изображений продуктов, чтобы определить, что это за товар. Цена отображается на экране. Если покупатель убирает товар из тележки, сумма вычитается обратно.

Для системы управления был оформлен предположительный штат для магазина, а также указаны предположительная заработная плата и график работы сотрудников.

№ п/п	Должность	График работы	Заработная плата
1	Интерактивный директор	Интер.мирбизнесной рабочий день.	4.000 бел.руб.
2	Заместитель главного директора	Интер.мирбизнесной рабочий день.	3.500 бел.руб.
3	Программист	Интер.мирбизнесной рабочий день.	2.000 бел.руб.
4	Работник по обслуживанию компьютерной техники	Интер.мирбизнесной рабочий день.	1.500 бел.руб.
5	Электрик	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	900 бел.руб.
6	Мерчендайзер	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	800 бел.руб.
7	Уборщица	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	700 бел.руб.
8	Повар	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	750 бел.руб.
9	Охранник	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	750 бел.руб.
10	Администратор	Сменный график работы, два рабочих дня, два выходных	850 бел.руб.
11	Главный бухгалтер	Интер.мирбизнесной рабочий день.	1.500 бел.руб.
12	Бухгалтер	Временный, пять дней рабочий и два выходных	900 бел.руб.
13	Экономист	Временный, пять дней рабочий и два выходных	1.000 бел.руб.
14	Донсит	Интер.мирбизнесной рабочий день.	1.000 бел.руб.



Магазин будет полезен для общества по ценовому критерию, будет беречь здоровье окружающих (минимум контактов), сэкономит время покупок в магазине (это, как было указано выше, самый дорогой ресурс в нашем мире), технически упростит, а иногда и подскажет выбор для покупателя. «Быстро. Выгодно. Удобно.»



Спасибо за внимание!

**ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«САМАЯ НЕОЖИДАННАЯ БИЗНЕС-ИДЕЯ В СТИЛЕ «АВАНГАРД»**

Международный конкурс студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту
«МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ»**

(полное название стартап-проекта)

Оспанова Алина Сериковна,
студентка 1-го курса образовательной программы «Туризм»

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Кокшетауский университет имени Абая Мырзахметова (Казахстан)

образовательное учреждение - полностью)

Абишева Гульмира Олжабековна, доктор PhD,
зав. кафедрой туризма, начальной военной подготовки, физической культуры и
спорта

Кокшетауского университета имени Абая Мырзахметова (Казахстан)

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Цель проекта:

Создание и разработка функциональной структуры музейного пространства как объекта общественно-культурного значения, новой туристской достопримечательности и арт-пространства в городе Кокшетау.

Актуальность:

Предлагаемый проект «Музей ненужных вещей» — это план создания уникального музейного пространства, основанного для продвижения идей «экологичного искусства» или непростого сочетания важных аспектов экологического просвещения и арт-креатива, дополняющих друг друга как единая структура.

Основные идеи:

Музеи ненужных вещей, музеи потерянных предметов, музеи мусора – такие современные варианты организации музейного пространства дают возможность людям, с одной стороны, увидеть искусство под другим, непривычным углом, с другой – через наглядные примеры инсталляций и экспозиций понять катастрофически огромные цифры ежедневно выбрасываемых в окружающую среду мусора (сломанные вещи, устаревшая техника, использованная посуда и т.д.). Выставки с экспонатами из отходов могут олицетворять совершенно разные идеи авторов, однако все экспозиции подобного рода создаются, как правило, с общей целью – привлечь людей к творчеству и обратить внимание посетителей на проблемы экологии. Предлагаемый проект «Музей ненужных вещей» — это план создания уникального музейного пространства, основанного для продвижения идей «экологичного искусства» или непростого сочетания важных аспектов экологического просвещения и арт-креатива, дополняющих друг друга как единая структура.

Краткое описание механизма реализации:

Оптимальная площадь музейного пространства — 150 м².

Наем сотрудников для работы в залах — 5 человек.

Финансовая модель работы: типовая музейная (реализация билетов, проведение экскурсий и продажа сувениров).

Благодаря использованию организуемого музейного пространства как уникальной арт-выставки, возможно составление исходного музейного фонда «Музея ненужных вещей» из предметов, бывших в употреблении, не содержащих ядовитых химических соединений, взрывоопасных веществ, не являющихся боевым оружием или частью оружейных систем.

Планируется разделение помещений на 3 основные экспозиции и 1 тематическую зону:

Основная экспозиция №1 «Предметы ушедшей эпохи» - здесь посетители смогут увидеть и потрогать старинные предметы быта, фотографии, приборы, игрушки и др. вещи 20 века. Из экскурсионного рассказа гости узнают об общих тенденциях прошлого века, о применении представленных экспонатов, об их аналогах в современном мире.

Основная экспозиция №2 «Вторая жизнь забытой вещи» - здесь посетители смогут увидеть и ознакомиться с композициями из дефектных или сломанных

предметов, подобранных и скомбинированных друг с другом в новые арт-произведения, передающие особую эстетику и взгляды авторов на общемировые проблемы. Из экскурсионного рассказа гости узнают, как ненужные вещи, тоннами выбрасываемые на мусорные свалки, могут стать творческим материалом и отразить художественный замысел автора на любую тематику.

Основная экспозиция №3 «Музей и экология» - посетители данной экспозиции познакомятся с аналогичными музеями по всему миру (Художественный МУзей МУсора «МУ МУ» (Москва), Нью-Йоркский музей мусора, Nonseum (Вена) и др.), узнают, как такие музеи могут помочь в освещении экологических проблем и их решении.

Тематическая экспозиция №4 «Зона КЛИН» - здесь могут проводиться тематические встречи характера «Конкурс – Лекция – Игра – Научное мероприятие».

Услуги, предоставляемые музеем:

Свободные посещения

Групповые и индивидуальные экскурсии

Организация лекций в стенах музея

Продажа сувениров и экспонатов (либо обмен)

Организация тематических мероприятий («Ночь в музее» - согласно отдельно утвержденному графику и положению)

Краткое экономическое обоснование:

На сегодняшний день на рынке проектирования и размещения музеев в городе Кокшетау представлено 4 государственных и около 20 частных музейных пространств (при организациях, учебных заведениях и т.д.), посвященных истории города, знаменитым историческим личностям, краеведению, области литературы и искусства. Аналогов предлагаемого в данном проекте музейного пространства в городе Кокшетау нет, что позволяет предложить идейное решение по организации в качестве самостоятельного проекта.

Сроки окупаемости проекта: 8,4 мес.

Общая стоимость проекта: 9.646.000 тенге.

Ожидаемые результаты проекта:

Создаваемый проект станет не только ещё одним арт-пространством, но и одной из «имиджевых ассоциаций» города, привлекая к себе туристов и местных жителей.

Результаты внедрения проекта (при наличии)- нет

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



КОКШЕТАУСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А. МЫРЗАХМЕТОВА

Международный конкурс студенческих стартапов

«Бизнес-генерация – 2023»

СТАРТАП – ПРОЕКТ

«МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ»

Автор проекта: Оспанова Алина

Научный руководитель: Абишева Г.О., доктор PhD

Становление идеи музея





Цель проекта: создание проекта музейного пространства как объекта общественно-культурного значения, новой туристской достопримечательности и арт-пространства в городе Кокшетау.

ЧТО ПОВЛИЯЛО НА СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА?



Музей Мусора «My Mu»
(Москва)



Музей «Eye's Gallery»
(Каталония)



Музей «Treasures in the Trash»
(Нью-Джерси)



Задачи проекта:

разработка и
описание
основных
характеристик
проектируемого
музейного
пространства



составление
бизнес-плана и
плана
реализации
проекта





«МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ»

– это музейное пространство, функционирующее
по 3 направлениям:



«МУЗЕЙ НЕНУЖНЫХ ВЕЩЕЙ»



Услуги в музее:

- ❖ Свободные посещения
- ❖ Групповые и индивидуальные экскурсии
- ❖ Организация лекций в стенах музея
- ❖ Продажа сувениров и экспонатов (либо обмен)
- ❖ Организация тематических мероприятий («Ночь в музее» - согласно отдельно утвержденному графику и положению)

Почему нам нужен такой музей?

4 причины «почему»



Количество

У каждого жителя найдется много устаревших и лишних в хозяйстве вещей, занимающих место в шкафах / на полках.

Подходит для творчества

Старые вещи можно использовать для поделок, хэнд-мейд, арт-объектов и при создании новых уникальных предметов.



Значение

Даже если «ненужные» вещи не ценятся на вес «золота», значение их «второй жизни» в процессе экологического воспитания очень весомо.

Интересные вещи

Старые вещи представляют интерес для молодежи, а их необычное представление (применение) побуждают исследовать их историю.

Что мы получим в итоге?

Результат проекта



Изменяемость

Экспозиции музея, как и его фонд, «гибкие» и хорошо изменяемые. Творчество во всех отношениях!

Площадка

Объект, способный послужить множеству целей (экскурсии, фесты, турниры, выставки и др.)

«Магнит»

Достопримечательность не только для жителей, но и для туристов.



Известность

Необычный музей быстро станет известным и популярным местом для горожан и туристов.



Уникальность

Первый «Музей ненужных вещей» в городе Кокшетау.



Интерес

Интерес к музеям никогда не исчезает. Современные музеи – это не только экспонаты, но и «живое» творчество.

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ
СЕКТОР:**

- ☐ родители с детьми – познавательный интерес;
- ☐ школьники и студенты – познавательный, обучающий, развивающий интерес;
- ☐ туристы – досуговый, ностальгический, познавательный интерес;
- ☐ любители истории и искусства – профессиональный интерес.



РАСЧЕТНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

- ✓ первоначальные инвестиции – 9.646.000 тг
- ✓ доход на первом году существования – 13.728.000 тг
- ✓ срок окупаемости – 8,4 месяца.

Для более точных расчетов необходимо учитывать расценки в конкретный период времени, степень инфляции и другие факторы.

Бизнес-план



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ ;)

I МЕСТО

ФГАОУ ВО "РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ"

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Пояснительная записка стартапа:

«Студенческий центр образовательных и досуговых услуг»

(студенты РУДН школьникам и их родителям)

Авторы стартапа:

Клочкова Ульяна Руслановна

Никитина Есения Андреевна

Рощупкина Анастасия Денисовна

Тимонин Станислав Эдуардович

Москва 2023 г.

Цель проекта:

Разработка бизнес-плана Центра занятости для студентов РУДН, а также оказание образовательных и досуговых услуг населению Москвы.

Актуальность:

Одна из самых злободневных проблем для каждого ответственного родителя – это обеспечение безопасности и активного досуга для своего ребёнка в то время, когда он находится на работе или не может по тем или иным обстоятельствам самостоятельно присматривать за ребёнком. Также не менее важной проблемой является активный поиск почасовой работы студентами разных форм обучения. Многим студентам (в т.ч. иностранным) необходима материальная помощь на протяжении всего периода обучения. Однако единичные организации готовы принимать на работу студентов, которые не могут уделять работе 8 часов в день. А данный стартап призван решить обе эти проблемы, предоставив с одной стороны безопасные и качественные досуговые и образовательные услуги для детей школьного возраста, а с другой официальное трудоустройство на неполный рабочий день с гибким графиком на базе университета.

Основные идеи стартапа:

1. Обеспечение безопасности детей школьного возраста.

Для подтверждения необходимости данного стартапа были проанализированы разные новостные порталы, такие как: НТВ, Газета.ру, Лента.ру, Пятый канал, Правмир. За последний год было совершено несколько нападений на детей школьного возраста, которые самостоятельно возвращались со школы днём. Возрастная группа включает в себя детей от 7 до 14 лет. Нападения были разного рода: нападения объединённых групп, взрослых людей, находящихся в состоянии алкогольного или наркотического опьянения, диких животных. И данный факт подталкивает к мысли о создании системы сопровождения для детей данного возраста. Стартап как нельзя лучше обеспечит безопасность данной группы, так как для сопровождения или/и присмотра за ребёнком будет избираться студент, репутацию которого подтверждает и гарантирует университет.

2. Официальное трудоустройство для студентов.

Гибкий график в наши дни всё больше интересует студентов, однако, немногие компании готовы идти на такие жертвы и нанимать студентов (особенно очного отделения). Но проблема трудоустройства остаётся, в связи с разной финансовой ситуацией каждого отдельного студента.

Данный стартап поможет обеспечить небольшим, но удобным заработком каждого «достойного» студента, который доказал посредством обучения, участием в научной и студенческой деятельности университета свою свободу работать оказывая образовательные услуги другим лицам.

3. Привлечение будущих абитуриентов.

«Студенческий центр образовательных и досуговых услуг» может стать хорошей рекламой для Российского университета дружбы народов, так как чем больше качественных услуг будет оказано населению, тем лучше будет становиться репутация ВУЗа.

4. Расширение кругозора детей школьного возраста

На базе Российского университета дружбы народов существует большое количество землячеств разных народов, которые организуют кружки по традиционным танцам, пению и актёрскому мастерству. Таким образом, при интегрировании ребёнка в многонациональную среду

РУДН посредством посещения кружков и мастер-классов будет расширяться его кругозор и интерес к изучению нового.

5. Мотивация студентов

Как было отмечено выше, работать в данном центре смогут не все студенты, а только те, кто пройдут жёсткий поэтапный отбор. Будут учитываться не только представленные документы, но и общая репутация студента, отзывы преподавательского состава, наличие/отсутствие академических задолженностей, владение профильным предметом (для студентов-репетиторов) и оценка коммуникативных навыков кандидатов. Однако, получив возможность трудоустройства, студент обеспечивает себя стабильным заработком и возможностью работать по гибкому графику.

Механизм реализации:

1. Механизм оказания образовательных и досуговых услуг.

Образовательные услуги оказываются репетиторами после заключения договора с законным представителем ребенка. Расписание занятий и их содержание определяется устно и может меняться. Услуга оказывается в месте, установленном заказчиком (квартира, частный дом). Стоимость занятий за один час определяется в зависимости от предмета, возраста ребенка и сложности изучения материала и указывается в договоре. Оплата производится непосредственно после проведения занятия.

Услуги аниматоров предоставляются в здании Интерклуба РУДН на территории студенческого городка университета по адресу г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 21А. При выборе секции родитель заключает соответствующий договор, где прописано количество, длительность и стоимость занятий за месяц. Оплата услуги должна быть произведена до начала второго по счёту занятия. Оплаченные пропущенные занятия могут быть компенсированы при подаче заявления о возврате средств.

Мастер-классы проводятся по заказу школы с предварительным обсуждением деталей и подписанием договора. Оплата услуги производится до начала мастер-класса. Все расходы, связанные с закупкой необходимых материалов для мастер-класса, не включаются в стоимость услуги и оплачиваются заказчиком отдельно.

Услуги гувернеров определяются в договоре, заключаемым между студентом и родителем. В стандартный пакет услуг включено проведение свободного времени с ребенком и сопровождение его на улице. Дополнительно возможны приготовление пищи (ингредиенты оплачиваются заказчиком), помощь по дому и помощь ребенку с выполнением домашних заданий. Оказанная услуга оплачивается в конце рабочего дня по указанному в договоре тарифу.

2. Механизм отбора студентов.

Учащиеся Российского университета дружбы народов, желающие устроиться на работу в Студенческий центр образовательных и досуговых услуг, должны соответствовать некоторым критериям и иметь при себе необходимые документы.

Заявку по поиску работы в Студенческом центре может подать любой студент РУДН возрастом от 18 лет и учащийся на втором курсе бакалавриата или выше. При подаче заявки студент в первую очередь обязан предъявить паспорт или другой документ, удостоверяющий личность, а также студенческий билет. Для рассмотрения кандидатуры на возможное рабочее место также необходимо иметь при себе рекомендательное письмо с кафедры или от заместителя декана, характеристику от студенческого комитета ОУП и выписку успеваемости, подписанную заместителем декана по учебной части. Рассматриваются только те студенты, которые обучаются на «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» (D(3+), C(4), B(5), A(5+)). Интенсивность привлечения студента будет зависеть от его успеваемости.

Студенческий центр образовательных и досуговых услуг предоставляет студентам возможность реализовать себя в нескольких профессиях: репетитор, гувернер или аниматор. Помимо вышеуказанных требований и документов студентам следует обратить внимание на дополнительные условия приема на работу.

Для устройства на работу в качестве репетитора по математике, химии, биологии или истории студент должен пройти проверку в формате ОГЭ, а также обучаться на направлении с соответствующим профильным предметом. Баллы ЕГЭ (или аналогичного экзамена) будут дополнительным плюсом при рассмотрении заявки студента.

Студент, желающий реализовать себя в качестве репетитора по иностранному языку (английский, немецкий, французский, испанский, китайский) должен пройти проверку в формате ОГЭ. Дополнительно студент может предоставить баллы ЕГЭ и/или сертификат, подтверждающий уровень владения иностранным языком (или быть носителем иностранного языка, тогда будет учитываться его знание русского языка).

Для работы репетитором по русскому языку студент обязан пройти тестирование в формате ЕГЭ (только тестовая часть).

При подаче заявки на работу репетитором информатики студент должен предоставить оценочную ведомость по данному предмету.

Работа гувернером подразумевает наличие у студента особой любви к детям и умения улаживать конфликтные ситуации. Для этого проводится тестирование в виде решения кейсов (возможных ситуаций), после чего наниматель делает вывод о приеме на работу.

Для приема студента на работу в качестве аниматора выписка успеваемости не обязательна, но студент должен обладать особыми личностными качествами и быть активным членом студенческого сообщества. Желательно состоять в студенческих организациях, а при специализации аниматора в определенной области (танцы, вокал и т. п.) студент должен заниматься в соответствующем кружке.

Экономическое обоснование:

Статьи расходов.

1. Налогообложение.

Выбор режима налогообложения – ПСН. Данный выбор аргументирован его фиксированностью и простотой в исчислении. Так для организации деятельности «Студенческого центра оказания образовательных и досуговых услуг» на один год необходимо 11 патентов на все виды оказываемых услуг. Стоимость 1 патента на оказание образовательных услуг в городе Москва на 2023 год составляет 39 600 руб. Таким образом, налог по ПСН, исчисленный за год по всем видам деятельности составит 435 600 руб.

2. Расходы на оплату труда ОПП.

Для каждой должности были определены размеры заработной платы, выведенные за счёт анализа разных платформ занятости. Были установлены средние заработные платы по рынку занятости.

Начальный предполагаемый штат сотрудников: гувернёров – 15, репетиторы (английский – 10, французский – 3, испанский – 3, немецкий – 3, математика – 5, химия – 3, информатика – 3, история – 4, русский язык - 3), аниматоры – 9. Таким образом, расходы на заработную плату ОПП в месяц составят 518 000 руб. при минимальной занятости работников (по 5 ч в неделю).

3. Косвенные расходы.

Косвенные расходы состоят только из амортизации на приобретённую технику.

14 ноутбуков. Необходимо для работы двух администраторов и руководителя. Средняя цена ноутбука составляет 40 000 руб. Срок полезного использования – 3 года. Амортизируемая стоимость составляет – 560 000 руб. Ежемесячная амортизация 15 556 руб.

Колонка. Необходима для работы аниматоров в Интерклубе. Средняя стоимость 10 000. Срок полезного использования – 3 года. Ежемесячная амортизация 278 руб.

Принтер. Средняя стоимость 10 000 руб. Срок полезного использования – 3 года. Ежемесячная амортизация 278 руб.

Итого косвенные расходы составляют – 16 111 руб. в месяц.

4. Коммерческие расходы.

Реклама "Студенческого центра образовательных и досуговых услуг" будет осуществляться через раздачу листовок после проведения мастер-классов в школах. В месяц необходимо около 250 штук. Для изготовления была выбрана цветная глянцевая бумага средней плотности и размером 10 на 14,5 см. Сумма затрат на печать листовок составляет около 10 000 рублей в месяц. Итого коммерческих расходов в месяц: 10 000 руб.

5. Управленческие расходы.

Проездной для персонала. Необходимо обеспечивать работников проездными, особенно студентов-репетиторов, работающих на дому. Стоимость проездного на наземный транспорт и метро в 2023 году составляет 715 руб. Таким образом, на всех репетиторов и аниматоров (61) расходы составят – 43 615 руб. в месяц.

Заработная плата руководителя составляет 63 000 руб. в месяц.

Аренда офиса составляет 90 000 руб. (может быть снижена при договорённости с университетом).

К прочим расходам управления были отнесены расходы на канцтовары – 25 000 руб. в месяц.

Заработная плата офиса (2 администратора, юрист, бухгалтер) – 140 000 руб. в месяц.

Страховые взносы – 217 742 руб. в месяц.

Итого управленческих расходов – 589 357 руб. в месяц.

6. Себестоимость реализуемых услуг.

Себестоимость реализуемых услуг, при учёте всех расходов на оплату труда ОПП и косвенных расходов, составляет 534 111 руб. в месяц.

Итого общая сумма расходов составляет примерно 1 108 000 руб. в месяц.

7. Кредит.

Для успешного начала деятельности Центра необходимо взять кредит в размере 600 000 руб. на закупку оборудования (ноутбуков, колонки, принтера). Кредит берём под 22,8% сроком на 1 год. Таким образом проценты по кредиту составят 136 800 руб.

8. Предполагаемый доход.

Цены на услуги репетиторов/аниматоров/гувернеров устанавливались, исходя из анализа цен на разных образовательных платформах. Так средняя цена часа репетитора составляет 550 руб., а гувернера 250 руб.

Также был разработан отдельный прайс-лист для услуг аниматоров в Интерклубе, которые будут предоставляться в формате групповых занятий (примерно по 8 человек). Средняя цена за абонемент (8 занятий) составляет 2 500 руб., для индивидуальных занятий – 3 200 руб., пробное занятие 400–450 руб. Так как отдельно организуются Мастер-классы для школ (при их проведении будет присутствовать ответственный на факультете за работу со школами): был составлен список возможных мероприятий. Все мастер-классы для школ будут проводиться на безвозмездной основе. Однако, их проведение будет играть роль дополнительной рекламы для университета.

Таким образом, при минимальной нагрузке работников «Студенческого центра образовательных и досуговых услуг» возможна выручка в размере 11 000 000 руб. в год. А предполагаемая выручка в месяц будет составлять 917 000 руб.

При учёте всех расходов получаем, что возможный чистый доход за 1 год может составить 5 854 000 руб.

Доля университета – 30%. Итого составит: 3 300 000 руб. в год. Налог на прибыль университета: 659 808 руб. Чистый доход: 2 639 232 руб.

При начальном вложении в размере 600 000 руб. срок окупаемости составит примерно 2 месяцев. Таким образом, из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что стартап реализуем.

Ожидаемые результаты:

«Студенческий Центр образовательных услуг» рассчитан на оказание услуг детям и подросткам в возрасте от 7 до 16 лет и их родителям.

Студенческий центр образовательных услуг привлекателен для его слушателей и их родителей в первую очередь возможностью обучения широкому спектру иностранных языков, которые изучают студенты. Кроме того, ввиду привлечения в качестве педагогов – студентов из зарубежных стран, обучающихся в РУДН, слушатели центра получают возможность обучения, в том числе, и у носителей языков. Услуги аниматоров и гувернеров являются вспомогательными и будут востребованы родителями благодаря тому, что их могут оказывать студенты, обладающие доверием преподавательского состава и членов студенческого совета.

Ожидаемые результаты проекта Центра образовательных услуг для университета:

- Получение РУДН дополнительных финансовых средств от оказания платных услуг, поскольку услуги дополнительного образования в Центре будут предоставляться на договорной основе;
- РУДН в виде Центра получает без дополнительных материальных затрат площадку для проведения экспериментов и апробации новых учебных программ и учебных планов, для дальнейшей проработки и внедрения в образовательный процесс;
- Администрация Университета получает возможность оценки знаний и коммуникативных способностей обучающихся студентов, для дальнейшего их привлечения в магистратуру, аспирантуру и включение в кадровый резерв преподавателей и руководителей ВУЗа, привлечения в дальнейшем на профессиональной основе в качестве преподавателей;
- РУДН может оценить уровень подготовки и образования слушателей Центра из старших классов и их возможностей в качестве потенциальных абитуриентов;
- Центр образовательных услуг в процессе набора и привлечения слушателей одновременно ведет PR-кампанию ВУЗа среди школьников, абитуриентов и их родителей, с целью привлечения в ВУЗ наиболее подготовленных и талантливых школьников.

В свою очередь, студенты, принимающие участие в проекте, имеют возможность постоянно совершенствовать полученные за время обучения в ВУЗе знания на практике. Среди основных прогнозируемых результатов следующие:

- Дополнительный материальный доход за оказание услуг;
- Самореализация;
- Благодаря доступности всех методических материалов и возможности консультаций по проблемным вопросам с практикующими преподавателями, студенты получают возможность дополнительного углубленного изучения предмета, который преподают и приобретают преподавательский навык и навык общения с детьми и удержания их внимания;

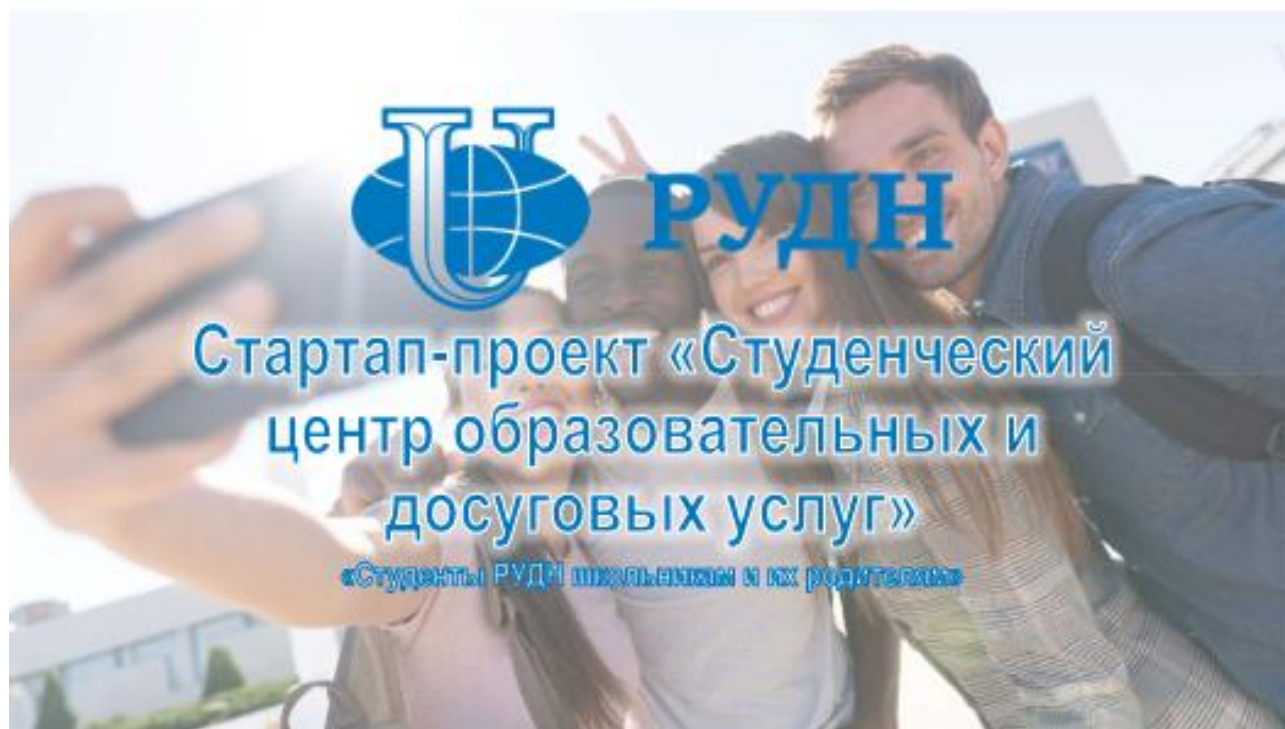
- На основе результатов работы в образовательном центре у студентов формируются практическая база для исследовательских и научных работ;
- Выявляются организаторские и лидерские качества студентов, вырабатывается такое качество, как самодисциплина и ответственность;

Родители, обращающиеся в Центр образовательных услуг, получают возможность на предоставление комплекса услуг: образовательных и дополнительных – в качестве аниматоров и гувернеров. Кроме того, родители получают возможности:

- Качественное и углубленное изучение ребенком иностранного языка, в соответствии с требованиями РУДН;
- Возможность выбора и корректировки нагрузки и интенсивности обучения языкам;
- Широкий выбор иностранных языков для изучения и досуговых мероприятий;
- Немаловажным является и стоимость услуг Центра, которые на порядок меньше, чем у частных преподавателей и репетиторов. Регулировать цену услуг можно путем занятия по несколько человек или в группах.

Можно сделать вывод, что реализация проекта и функционирование студенческого центра образовательных услуг РУДН при минимуме затрат со стороны ВУЗа, принесет положительные результаты для всех заинтересованных сторон: администрации и студентов РУДН, школьникам и их родителям, как планирующим дальнейшее поступление в РУДН, так и обращающихся в Центр для помощи в освоении школьной программы и более углубленного изучения иностранных языков.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



Цели и задачи проекта

ЦЕЛЬ

Разработка бизнес-плана Центра занятости для студентов РУДН, а также оказание образовательных и досуговых услуг населению города Москвы.

ЗАДАЧИ:

1. предоставить возможность студентам получать стабильный доход;
2. установить дополнительные связи со школьниками и их родителями, подшефными школами;
3. определить потенциал студентов, которых потом можно будет привлечь для педагогической деятельности в РУДН

Актуальность проекта



1. Повышение уровня преступности в отношении детей

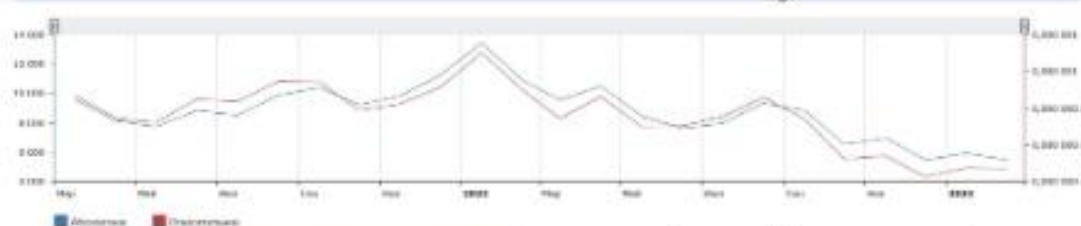
За январь 2023 г. зафиксирован рост регистрируемой преступности на 1,1%.

В СМИ всё чаще мелькают сюжеты о нападениях на детей.



Актуальность проекта

2. Периодическое увеличение спроса на услуги гувернеров в Москве.



Количество поисковых запросов о поиске няни для ребенка в г. Москва в системе Яндекс.

Актуальность проекта

3. Востребованность репетиторов и гувернеров, выявленная в результате социологического опроса.

Услугами репетиторов воспользовались бы следующее количество опрошенных*:

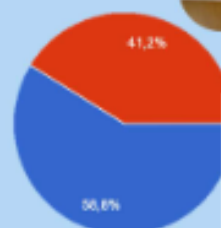
По русскому языку – 60,5%

По математике – 82,4%

По английскому языку – 90,8%

По французскому языку – 54,6%

*Указаны наиболее востребованные репетиторы.



Если у вас есть или были бы дети, воспользовались бы вы услугами гувернера для детей от 7 до 12 лет?

Да
Нет

Актуальность проекта

4. Решение правительства РФ о преподавании в школах африканских языков (суахили и амхарский).

Внедряется сквозная подготовка

Школа
Университет
Работодатель



Создан Российско-Африканский сетевой Университет

Преимущества проекта

1. Качественные и недорогие услуги для детей.

3. PR-кампания для университета.

5. Небольшой, но стабильный заработок для студентов.

2. Дополнительные доходы для ВУЗа.

4. Возможность изучения непопулярных иностранных языков.



РУДН как часть Центра

Университет осуществит/предоставит:

- Рекламу Студенческого центра образовательных и досуговых услуг
- Помещения для проведения секционных занятий в Интерклубе, оснащенные необходимой аппаратурой
- Коммунальное обслуживание помещений и ремонт при необходимости



РУДН как часть Центра

Функции

- регулирование работы центра через Руководителя
- официальное подтверждение репутации студентов
- предоставление мест для оказания услуг (помещений Интерклуба, кабинет для офиса)

Ответственность

- за достоверность документов, подтверждающих репутацию студентов
- за безопасность предоставляемых помещений
- за содержание предоставляемых помещений



Отбор студентов

На работу в Центр приглашаются студенты РУДН, соответствующие требованиям и прошедшие отбор.



Кого примут на работу?

Студент 2 курса или выше от 18 лет

Успеваемость не ниже D (3+)

Успешное прохождение собеседования, написание экзамена или решение кейсов

Хорошая репутация и активное участие в жизни университета

Интерклуб РУДН



Структура управления Центром

Управленческий персонал

Руководитель Центра

Бухгалтер - 1

Администраторы - 2

Юрист - 1

Аниматоры - 15

Репетиторы - 37

Гувернеры - 15

Основной производственный персонал



Проект в цифрах - расходы



1. Налогообложение:

По ПСН налог за все виды деятельности составит 435 600 руб.



2. Расходы на оплату труда ОПП:

При максимальной занятости работников за год расходы составят 6 360 000 руб.



3. Косвенные производственные расходы:

Состоят из амортизации на приобретенную технику и составляют 73 400 руб./год.



4. Коммерческие расходы:

Печать рекламных материалов в год обойдется в 120 000 руб.



5. Управленческие расходы:

Аренда, канцтовары, з/п офиса и прочее – 6 996 000 руб. в год.



6. Доля университета:

45% от чистой прибыли, 2 000 000 руб. в год.



7. Кредит:

Кредит под 22,8% на срок 1 год – 1 032 000 рублей.

**ИТОГО РАСХОДОВ
ЗА ПЕРВЫЙ ГОД:
17 017 000 рублей**

Капитальные вложения Центра



Принтеры



Ноутбуки



1 колонка

Финансовые результаты

При минимальной нагрузке работников предполагаемый годовой доход составляет 18 540 000 рублей

При учете всех расходов минимальный чистый доход после погашения кредита: 2 555 000 рублей в год.

Первоначальные инвестиции	840 000
NPV	2 109 135
Дисконтированный срок окупаемости	1 год
Окупаемость	8 месяцев
PI	1,4
IRR	263,3%
Точка безубыточности	15 985 000

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Стартап-проект «Студенческий центр образовательных и досуговых услуг»



RUDN
university

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Мобильное приложение «Псков.trip»

(полное название стартап-проекта)

Акинина Ольга Александровна

Акинин Иван Александрович

Андреева Светлана Викторовна

Денисова Олеся Вадимовна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Псковский государственный университет»**

образовательное учреждение - полностью)

Петрова Ольга Сергеевна

**Старший преподаватель кафедры экономики, финансов и финансового
права**

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Стартап-проект Мобильное приложение «Псков.trip»

Информация играет важнейшую роль во всех сферах деятельности людей, становясь при этом неотъемлемым фактором экономического роста.

В наше время повышается значение информации как товара. Это является следствием общего роста информационных потребностей и выражением развития отрасли информационных услуг. Поэтому, приоритетное внимание должно быть уделено именно информационным технологиям, которые будут активно содействовать технологическому прорыву, такому как создание и развитие технических средств.

С каждым годом растет использование глобальной компьютерной сети, которая развивается столь стремительно, что ежегодно объем информационных ресурсов увеличивается в несколько раз. С каждым днем мобильные приложения становятся популярнее среди пользователей. Причем приложения могут быть совершенно разными - от развлекательных и информационных программ, до интернет-магазинов и мобильного банкинга.

Псков один из древнейших русских городов. Первое упоминание в летописи относится к 903 году, этот год и считается годом основания города. Большую часть своей истории Псковская область находилась на западных рубежах русских земель и является приграничной территорией.

Цель стартап-проекта – идея создания мобильного приложения «Псков.trip», которое будет помогать туристам и жителям Пскова находить информацию о достопримечательностях города и области, и новых интересных местах для времяпровождения. Благодаря приложению «Псков.trip» турист и местный житель Псковской области сможет пройти:

1. По готовому маршруту, проложенному на карте.
2. По маршруту, в котором указаны места, объединенные одной тематикой, но нет строгого пути следования.
3. Самостоятельно составить себе план маршрута, выбрав из списка всех мест и объектов те, которые хочется увидеть.

Актуальность проекта

Турпоток в Псковскую область по итогам 2022 года вырос почти на 20%, до 450 тыс. туристов. Псковскую область также посетило рекордное количество экскурсантов — около 2 млн. человек, что почти на 50% больше, чем в 2021 году. За новогодние праздники 2023 года регион принял 77 тыс. туристов — путешественников, посетивших исторические объекты области.

В псковском правительстве отмечают рост числа индивидуальных туристов, планирующих отдых в регионе самостоятельно, без участия туроператоров и без проживания в гостиницах региона. Основными точками притяжения в регионе являются город Псков, Пушкинские Горы, Печоры и историческая крепость Изборск.

Далее, представим динамику турпотока в Псковскую область за 2018-2022 года.

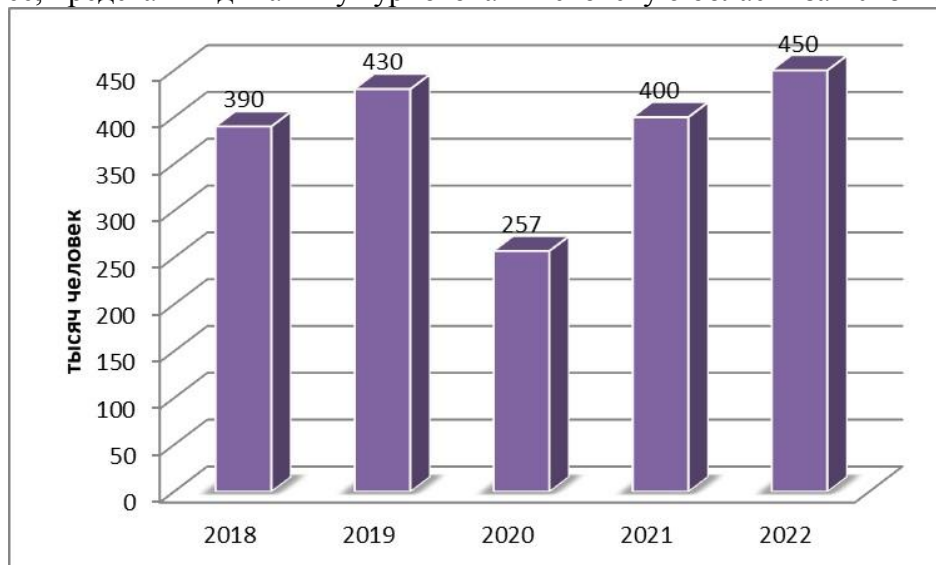


Рис.1 Динамика турпотока в Псковскую область за 2018-2022 гг.

Как видно из рис.1 турпоток в регион за 2019-2022 год вырос на 15%. В 2020 году наблюдался спад в связи с Covid ограничениями.

Создание приложений для мобильных устройств является одним из популярных и востребованных направлений инвестирования в современном мире. Сложно представить человека, который не пользуется телефоном. Также, актуальность нашей идеи создания мобильного приложения «Псков.trip» заключается и в развитии внутреннего туризма России, так как из-за санкций внешний туризм ограничен.

Подобные мобильные приложения для туристов есть во многих городах России, например, в Москве, Санкт-Петербурге, Иваново, Ярославле и Ростове – на Дону. В Псковской области аналогов такого приложения нет, поэтому мобильное приложение «Псков.trip» будет уникальным для региона.

Город Псков и Псковская область привлекает туристов величайшими историческими достопримечательностями.

Главные места в городе — Псковская крепость и Псковский кремль.

В Изборск стоит съездить ради главной достопримечательности города — крепости, построенной в XIV веке. Это монументальное древнее сооружение, частично восстановленное, но все же скорее живописное, чем функциональное или познавательное. Приятно здесь и погулять по самому городку.

Также в городе сохранились белокаменные купеческие палаты, которые старше Петропавловской крепости в Санкт-Петербурге. Обязательно стоит посмотреть музей-заповедник Поганкины палаты.

Непременно стоит посетить город Печоры, который славится Псково-Печорским Свято-Успенским мужским монастырем, воздвигнутым более пятисот лет назад.

Есть и романтическое, спокойное и живописное место Псковской области — и это Пушкинские горы. Здесь можно пойти на экскурсии по Михайловскому, Тригорскому или Петровскому имениям.

В Псковской области есть и удивительные природные достопримечательности. Например, к югу от города, на границе России, Латвии и Беларуси, находится Себежский национальный парк, который славится своими великолепными ландшафтами, разнообразием местной фауны и флоры.

Псковская область - это область с множеством великолепных старинных церквей и внушительной крепостью с могучими стенами и башнями, в структуре которой выделяется её ядро - Кром или Кремль. Это место с удивительной концентрацией древних достопримечательностей, которое «дышит» спокойствием и тысячелетней историей. Псковская область богата на достопримечательности, посещение которых порадует каждого гостя и оставит теплые воспоминания о поездке.

В табл.1 приведем сравнительную характеристику основных конкурентов «Псков.trip», на основе опроса студентов ПсковГУ.

В опросе принимали участие 73 иногородних студентов. Опрос проводился в дистанционном формате на базе Яндекс. форм. Респондентам было предложено оценить источники получения туристической информации по нескольким критериям и выставить баллы от 1 до 10.

Таблица 1

Сравнительная характеристика конкурентной среды

Критерий (от 1 до 10)	2Gis	Яндекс. Карты	Экскурсоводы	Карты, путеводители	Псков.trip
Удобство пользования	10	7	5	5	9
Количество информации	7	5	6	4	7
Универсальность	7	5	5	4	9
Многозадачность	9	5	2	3	7
Производительность	8	7	2	3	8
Итого	41	29	20	19	40

На основе данных табл.1, можно сделать вывод, что основным конкурентом предлагаемого продукта «Псков.trip» является приложение 2GIS. Преимуществом приложения «Псков.trip» является универсальность, нацеленная на туристов, посещающих Псковскую область.

Основные идеи:

Приложение «Псков.trip» должно стать уникальным мобильным гидом по городу Пскову и области, не только отображающему основные памятные места, но и позволяющему находить новые места для времяпровождения, следовать по готовым маршрутам или создать свои собственные.

На базе опроса была выявлена проблема, которая заключается в неудобном и долгом поиске информации о нашем городе для туристов. Исходя из этого предлагается решение - идея создания мобильного приложения «Псков. trip», в котором будут разработаны уникальные туристические маршруты с описанием мест и фотографиями. Материалы планируются заказать в туристических агентствах Псковской области специально для приложения.

Краткий механизм реализации:

Сделать мобильное приложение — интересная, но непростая задача.

Для реализации проекта планируется заказать разработку мобильного приложения у IT-компании ООО «Академия Проф-Ит Бюджет» (г. Псков). Создание мобильного приложения проходит в несколько этапов.

Этап 1. Оценка проекта

Здесь определяется бюджет, сроки и объем работ по проекту. Цель этапа: сформировать документ с целями и задачами, оценить каждую фичу в часах работы и оценить их стоимость, описать технологии, потенциальные риски и ответственность сторон.

Стоимость разработки приложения «Псков.trip» на базе Android составляет 2 000 000 рублей.

Этап 2. Планирование проекта

На данном этапе формируется команда разработчиков, составляется календарный план реализации проекта, формы отчетности. Также заключается договор с IT-компанией, в котором указывается виды услуги, стоимость и обязанности сторон.

Этап 3. Аналитика

На этом этапе детально прорабатываются все элементы мобильного приложения: описываются бизнес-процессы, необходимые функции, требования к безопасности, производительности, масштабируемости и отказоустойчивости.

Этап 4. Разработка дизайна

Этап 5. Непосредственная разработка мобильного приложения.

В приложении «Псков. trip» турист и местный житель Псковской области сможет пройти:

1. По готовому маршруту, проложенному на карте;
2. По маршруту, в котором указаны места, объединенные одной тематикой, но нет строгого пути следования;
3. Самостоятельно составить себе план маршрута, выбрав из списка всех мест и объектов те, которые хочется увидеть.

Этап 6. Тестирование приложения

Этап 7. Релиз

Этап 8. Техподдержка.

Для этого в штате команды будет программист, который будет следить за функционированием мобильного приложения. Приложение будет работать на основе AR-технологий и навигации. Функция дополненной реальности поможет расширить информационное взаимодействие пользователя с окружением на интерактивном уровне, заменит собой множество бумажных карт и путеводителей, поможет сориентироваться в незнакомом городе.

Особенности приложения «Псков. trip»:

- ✓ пользователь приложения может искать по названию определенную достопримечательность, произвести фильтрацию по категориям, а также добавить выбранное место в список избранных. Поиск по категориям: архитектура, исторические места, спорт, еда и так далее, также можно перейти в раздел поиска мест по карте;
- ✓ отсутствие аналогов;
- ✓ быстрый и удобный поиск.

Основными потребителями являются туристы, приехавшие в Псковскую область и местные жители.

В настоящее время разработана идея и концепция мобильного приложения «Псков. trip».

Краткое экономическое обоснование:

Согласно статистическим данным 71,4% рынка занимают пользователи Android, 28,85% -IOS. В связи с этими данными было принято решение создать первое приложение для платформы Android, при успешном функционировании проекта планируется так же создание приложения для платформы IOS.

Создание мобильного приложения на базе Android - 2 000 000 рублей.

Необходимые ежемесячные затраты представлены в таблице.

Таблица 2

Ежемесячные затраты

Реклама в социальных сетях (VK)	50 000 рублей
Реклама в турагентствах	40 000 рублей
Оповещение на выставках и в музеях	80 000 рублей
Программист, который будет следить за функционированием приложения	40 000 рублей
Единоразовый платеж для размещения на платформе Google Play	1 900 (25\$) рублей
Итого	211 900 рублей

Затраты на начальном этапе составляют 2 211 900 рублей. Далее ежемесячные затраты будут составлять 210 000 рублей.

Монетизировать планируется через рекламу в приложении и различные партнерские программы. Например, клиенты устанавливают мобильное приложение «Псков. trip», в котором найдут выгодные предложения от псковских турфирм, отелей, кафе, ресторанов

(акции, «горящие» туры, уникальные предложения). Так, у организаций появляются уникальные каналы связи с клиентом, которые прекрасно подходят для увеличения так называемых спонтанных покупок.

В план маркетинговых мероприятий входит рекламная кампания, которая включает в себя размещение рекламы в социальных сетях, реклама в турагентствах, отелях, кафе, оповещение на выставках и в музеях.

На данном этапе, есть предварительное соглашение на сотрудничество со следующими организациями. (см. таб.3).

Таблица 3

Стоимость рекламы с организациями-партнерами

Организации	Стоимость рекламы в приложении «Псков.trip»
ООО "Двор Позднеева"	50 000 рублей
Ресторан "Строгановъ"	50 000 рублей
Отель "Покровский"	50 000 рублей
Old Estate Hotel & SPA	50 000 рублей
Гостиница «Рижская»	30 000 рублей
Турботревел	30 000 рублей
Гостиница «Оазис»	30 000 рублей
Спортивно-туристический комплекс «Раздолье»	100 000 рублей
Турфирма «Континент-тур»	30 000 рублей
Гостиничный комплекс «Пушкинь»	50 000 рублей
«У Покровки» кафе	20 000 рублей
Миша Бистро	20 000 рублей

Таким образом, основной доход будет за счет размещение рекламы в приложении «Псков. trip» псковских отелей, гостиниц, кафе, ресторанов, турфирм. Предполагаемый доход на начальном этапе 510 000 рублей в месяц (за рекламу в приложении). Предполагаемая прибыль составляет:

$510\,000 - 210\,000$ (ежемесячные затраты) = 300 000 рублей в месяц.

Средний срок окупаемости проекта составит 7 месяцев.

При успешном функционировании проекта в долгосрочном периоде возможно расширение на другие города и аренда/продажа франшизы проекта.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

Стартап-проект Мобильное приложение «Псков.trip»

ПСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Студенты: Андреева С.В.

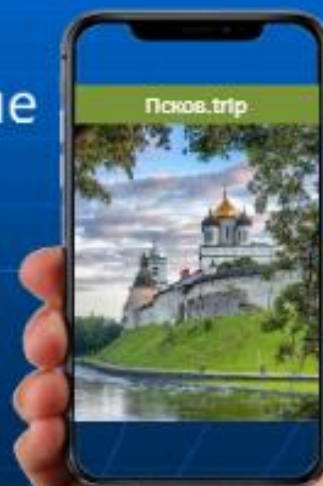
Акулицина О.А.

Денисова О.В.

Алексеев И.А.

Коуч-консультант: Петрова О.С.

Псков 2023

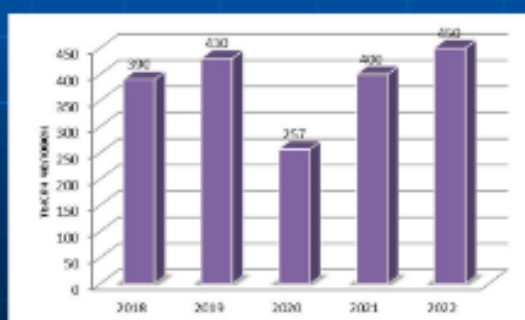


Цель

- Идея создания мобильного приложения «Псков.trip», которое будет помогать туристам и жителям Пскова находить информацию о достопримечательностях города и области, и новых интересных местах для времяпровождения

Актуальность

- Заключается и в развитии внутреннего туризма России, так как из-за санкций внешний туризм ограничен



- ☐ Турпоток в Псковскую область по итогам 2022 года вырос почти на 20%, до 450 тыс. туристов



□ **Город Псков и Псковская область привлекает туристов величайшими историческими достопримечательностями**



□ **Псковская область богата на достопримечательности, посещение которых порадует каждого гостя и оставит теплые воспоминания о поездке**



□ **Псковская область - это область с множеством великолепных старинных церквей и внушительной крепостью с могучими стенами и башнями**

Проблема

Неудобный и долгий поиск информации о нашем городе для туристов

Решение

Идея создания мобильного приложения «Псков. trip», в котором будут разработаны уникальные туристические маршруты с описанием мест и фотографиями. Материалы планируются заказать в туристических агентствах Псковской области специально для приложения

□ Сравнительная характеристика конкурентной среды

Критерий (от 1 до 10)	2Gis	Яндекс. Карты	Экскурсоводы	Карты, путеводители	Псков.trip
Удобство пользования	10	7	5	5	9
Количество информации	7	5	6	4	7
Универсальность	7	5	5	4	9
Многозадачность	9	5	2	3	7
Производительность	8	7	2	3	8
Итого	41	29	20	19	40

Механизм реализации

Для реализации проекта планируется заказать разработку мобильного приложения у IT-компании ООО «Академия Проф-Ит Бюджет» (г. Псков). Создание мобильного приложения проходит в несколько этапов.

Этап 1. Оценка проекта

Этап 2. Планирование проекта

Этап 3. Аналитика

Этап 4. Разработка дизайна

Этап 5. Разработка мобильного приложения

Этап 6. Тестирование приложения

Этап 7. Релиз

Этап 8. Техподдержка.



Особенности приложения «Псков. trip»:

Пользователь может искать по названию определенную достопримечательность, произвести фильтрацию по категориям, а также добавить выбранное место в список избранных.

Отсутствие аналогов в регионе

Быстрый и удобный поиск

Экономическое обоснование проекта

- Создание мобильного приложения на базе Android – 2 000 000 рублей
- Необходимые ежемесячные затраты представлены в таблице:

Реклама в социальных сетях (VK)	50 000 рублей
Реклама в турагентствах	40 000 рублей
Оповещение на выставках и в музеях	80 000 рублей
Программист, который будет следить за функционированием приложения	40 000 рублей
Единоразовый платеж для размещения на платформе Google Play	1 900 (25\$) рублей
Итого	211 900 рублей

Затраты на начальном этапе составляют 2 211 900 рублей. Далее ежемесячные затраты будут составлять 210 000 рублей.

Модель монетизации

- Реклама в приложении;
- Партнерские программы.



Предварительное соглашение на сотрудничество со следующими организациями:

Организации	Стоимость рекламы в приложении «Писка trip»
ООО "Двор Позднеева"	50 000 рублей
Ресторан "Строганов"	50 000 рублей
Отель "Покровский"	50 000 рублей
Old Estate Hotel & SPA	50 000 рублей
Гостиница «Рижская»	30 000 рублей
Турботревел	30 000 рублей
Гостиница «Оазис»	30 000 рублей
Спортивно-туристический комплекс «Раздолье»	100 000 рублей
Турфирма «Континент-тур»	30 000 рублей
Гостиничный комплекс «Пушкин»	50 000 рублей
«У Покровки» кафе	20 000 рублей
Миша Бистро	20 000 рублей

Основной доход будет за счет размещение рекламы в приложении «Псков. trip» псковских отелей, гостиниц, кафе, ресторанов, турфирм.

Предполагаемый доход на начальном этапе 510 000 рублей в месяц (за рекламу в приложении).

Средний срок окупаемости проекта составит 7 месяцев.

Предполагаемая прибыль составляет:

$510\,000 - 210\,000$
(ежемесячные затраты) =
300 000 рублей в месяц.

При успешном функционировании проекта возможно расширение на другие города и аренда/продажа франшизы.

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Брестский государственный технический университет»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИХ СТАРТАПОВ
«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТУДЕНЧЕСТВА И ИХ РЕШЕНИЕ – 2023»

ОПИСАНИЕ РАЗРАБОТКИ

**ПРИМЕНЕНИЕ ГИБРИДНЫХ РАДИАТОРОВ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ
ОТОПЛЕНИЯ В МЕЖСЕЗОНЬЕ**

Авторы:

Студент 3 курса машиностроительного
факультета БрГТУ, группы ТВ-18

М.О.Мороз

Студент 3 курса факультета инженерных
систем и экологии БрГТУ, группы ТВ-18

М.Н.Терещук

Коуч-консультанты:

Заведующий кафедрой начертательной
геометрии и инженерной графики БрГТУ,
канд. техн. наук

О.А.Акулова

Заведующий кафедрой теплогазоснабжения
и вентиляции БрГТУ,
канд. техн. наук, доцент

В.Г.Новосельцев

Брест, 2023

Актуальность стартап-проекта:

Сегодня проблема отопления в период межсезонья становится все более актуальной. Особенно это замечают люди, проживающие в слабо утепленных панельных домах, так как отопление в них поступает только на втором этапе подключения и плохая теплоизоляция не позволяет обеспечить комфортные температуры в помещении для человека.

Для решения этой проблемы в административных промышленных и жилых зданиях с минимальными вложениями был разработан отопительный прибор, который может устанавливаться на существующие отопительные приборы или устанавливаться отдельно в виде гибридного радиатора.

Сущность стартап-проекта:

В рамках стартап проекта «Применение гибридных радиаторов для решения проблемы отопления в межсезонье» наша команда предлагает реализацию следующих направлений деятельности:

1. Расчет нагревательного элемента и подбор оптимальных параметров длины кабеля для различных типов радиаторов.

2. Проектирование. Включает настройку и подбор отопительного прибора для повышения эффективности.

3. Прототипирование. Включает создание гибридного радиатора и установку его в необходимое помещение.

Что Вы можете получить от нашего стартап-проекта?

Вы получаете команду высококвалифицированных специалистов, способных решать разного рода задачи, и которые готовы нести ответственность и усердно трудиться для отличного старта этого проекта.

Наши специалисты владеют самыми современными программными комплексами для 3D-моделирования, визуализации, проектирования и расчета, а также необходимыми профессиональными и инженерными компетенциями.

Мороз Максим Олегович, студент 3 курса специальности 1-70 04 02 Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна, владеет системой автоматизированного проектирования AutoCAD, а также программным обеспечением для визуализации 3ds Max, технологиями для инженерных расчетов, отвечает за материально-техническую часть и маркетинговую стратегию стартап-проекта.

Терещук Максим Николаевич, студент 3 курса специальности 1-70 04 02 Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна, владеет системой автоматизированного проектирования Revit, а также программным обеспечением для теплотехнических и гидравлических расчетов ValtecPRG, отвечает за техническую часть и экономику стартап-проекта.

В рамках научно-исследовательской работы под руководством О.А.Акуловой, заведующей кафедрой начертательной геометрии и инженерной графики, а также В.Г.Новосельцева, заведующего кафедрой теплогазоснабжения и вентиляции, нами был выполнен ряд реальных задач, среди которых:

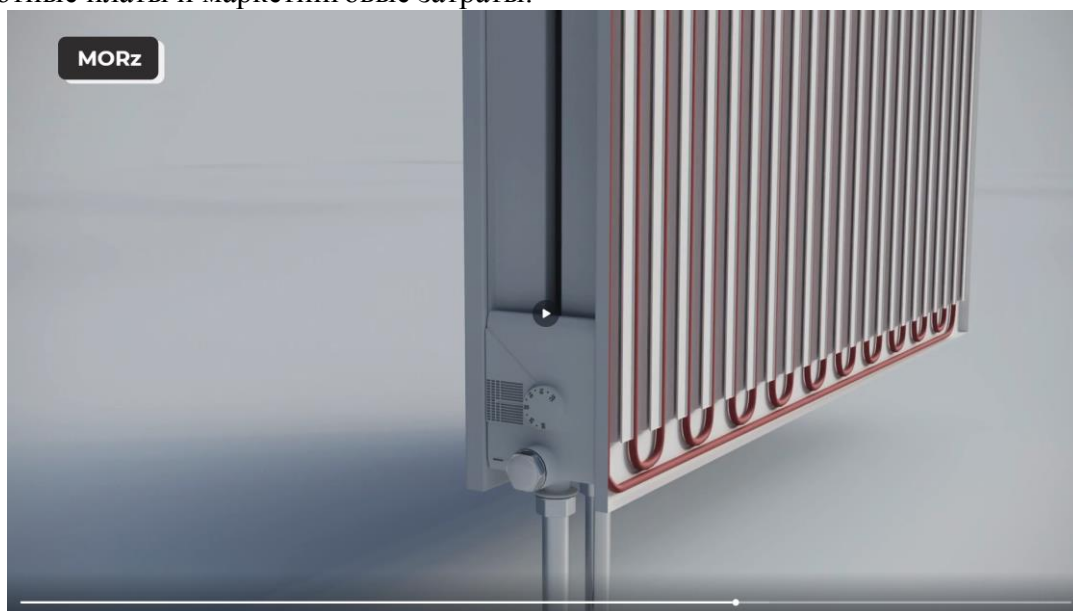
1. Были проведены замеры и расчеты оптимальных характеристик кабеля, таких как длина, сопротивление, тепловая мощность, инерционность. Эти данные были использованы для создания реального прототипа гибридного радиатора.

2. Создан рабочий образец гибридного радиатора, с последующим решением некоторых конструктивных особенностей, которые не обеспечивали наиболее эффективные условия работы.

3. Нами была выполнена 3D-анимация концепта в 3ds max, которая наглядно демонстрирует внутреннее устройство гибридного отопительного прибора. Видно, что кабель может устанавливаться внутри секции, но так же возможно закрепить кабель на внешней стороне панели.

Что потребуется от инвесторов?

Для реализации стартап-проекта требуются инвестиции в размере 20 000 бел. руб, для закупки электрорегуляторов, кабеля, панелей, а так же часть средств уйдет на заработные платы и маркетинговые затраты.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



MORz

Проблемы

Что вам необходимо знать



Проблема 1

Невозможность отопления в межсезонье в жилых и административных зданиях

Проблема 2

Необеспечение температурных норм в помещениях с "уязвимыми группами" населения

Проблема 3

Невозможность отопления при аварии на тепловых пунктах или магистралях

MORz

Решения



Решение 1

Гибридный радиатор. Представляет собой панельный радиатор, который может устанавливаться в помещениях с повышенными санитарно-гигиеническими нормами, и обеспечивать теплом ВНЕ зависимости от поры года

Поддерживаем температуру в межсезонье

Уменьшаем количество заболеваний среди людей в больницах и детских домах

MORz

Решения

Решение 2

Греющая решетка на радиатор. Представляет собой лёгкий каркас внутри которого встроен нагревательный элемент. Без особого труда может устанавливаться на обычный панельный радиатор (в будущем и на чугунные секционные). И подключается к сети 220В

Удобная конструкция, которая позволяет частично заменить водяное отопление

Превращаем обычный радиатор в гибридный и получаем его преимущества

MORz

ТТХ продукта

Решение 1

Гибридный радиатор.

- Теплоотдача: от 999 до 999 Вт
- Размеры по высоте: от 300 до 700 мм
по длине: от 400 до 3000 мм
- Материал панели: сталь
- Может иметь встроенный терморегулятор, который выполняет роль термостатического клапана для электрической секции

Решение 2

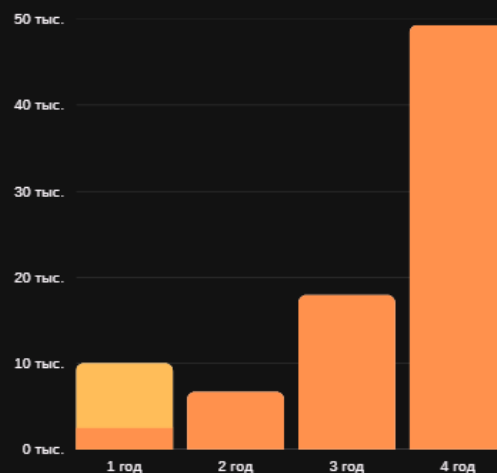
Греющая решетка на радиатор.

- Теплоотдача: от 999 до 999 Вт
- Размеры по высоте: от 300 до 700 мм
по длине: от 400 до 3000 мм
- Материал решетки: сталь
- Имеет специальные крепления для радиаторов и регулятор мощности ШИМ

Преимущества для инвестора

В результате сделки инвестор может получить доходность двумя путями:

- Путем роста стоимости акций из-за роста капитализации (стоимости) компании **ОАО «MORz»**;
- Получение дивидендов (акционерным соглашением предусмотрено распределение **65% чистой прибыли** компании на выплату дивидендов акционерам)



Желтым - размер инвестиций
Оранжевым - доходность

Дополнительные права инвесторов

Дивиденды

Выплата **дивидендов – 65%** от чистой прибыли компании начиная со 2-го года. Первые дивиденды будут начислены по итогам 2025 года

Действующие опционы

Инвестор текущего раунда, получит право на **10% дисконт** от стоимости акций в следующем раунде

Инвестиционное предложение

Предлагаем инвестору долю в компании:

ОАО «MORz»

- **50 000 бел. руб**
стоимость доли (20%)
- **3000 бел. руб**
минимальный чек



MORz

НАША КОМАНДА



МАКСИМ МОРОЗ

Генеральный директор



МАКСИМ ТЕРЕЩУК

Технический директор

MORz

Максим Мороз

Генеральный директор

Telegram: @abyssthenight

+375 29 5292904

maksus.morozus@gmail.com

Наведи камеру телефона, чтобы
попасть в чат с Максимом



ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«ЛУЧШИЕ В БИЗНЕС-ПОЛЕМИКЕ»

ФГАОУ ВО «РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Экономический факультет

Пояснительная записка стартапа:
«Кемпинговый туризм – новые возможности»

Авторы стартапа:

Прошина Анастасия Александровна

Семёнова Мария Алексеевна

Горюнов Антон Сергеевич

Пехов Тимофей Олегович

Москва 2023 г.

Цель проекта:

Открытие новых возможностей в туристической отрасли, а также культурно-патриотическое воспитание у населения разных возрастов.

Актуальность:

За последний год в отношении России и Беларуси были введены ряд санкции, затронувшие разные отрасли, в том числе сферу туризма. В связи с ограничениями граждане из России и Беларуси не могут приезжать в страны Европы с туристическими визитами и все больше внимания обращают на путешествия внутри страны или страны с безвизовым режимом.

В последнее время спрос на российские курорты превышает предложение, из-за чего стоимость туров становится слишком дорогим для простой семьи. По данным РБК отдых в одном из самых популярных курортов России в Сочи ежегодно подорожал на 15%. Стоимость проживания в отелях выросла более чем на 30%, что вынуждает множество семей в России отказаться от отдыха или ездить в отпуск раз в два года.

Также санкции коснулись сферы авиаперелётов, в 2022 году были приостановлены работы многих авиакомпаний и аэропортов в южной части России, из-за этих событий цены на авиабилеты подорожали, а спрос на железнодорожные билеты вырос более чем в двое. Даже увеличение количества поездов, которые ходят в сторону популярного туристического направления в два и более раз не остановили увеличение цен.

В связи с этим популярным и недорогим видом отдыха стали «кемпинги», комфортный способ отдыха, где туристы, путешествующие на автомобиле не «подвязанные» под одно конкретное место или отель, имеют возможность выбрать не только пункт для отдыха, но и выбрать маршрут и места культурного отдыха.

Именно данный проект направлен на создание кемпингов по маршруту «Москва-Брест-Москва, т.е. направление, помогающее развивать туризм для граждан обеих стран, а также кроме экономического эффекта имеет социально-культурный. За счёт более свободного маршрута каждая семья может выбирать интересующие их направления отдыха, для кого-то важно прогуляться по музеям, для другой семьи интереснее прогулки и жизнь в палатках наедине с природой и активный отдых. Кемпинг даёт возможность совершать выбор в зависимости от интересов каждого.

Основные идеи:

Основная идея кемпинга состоит в возможности выбора собственного маршрута и посещение интересующих мест для каждого, людям только необходимо иметь понимание расположения наших кемпингов, где они могут переночевать или провести время подольше и провести время в окружении природы.

Также в нынешнее время одним из важнейших направлений является культурное и патриотическое воспитание молодёжи, на маршруте Москва-Смоленск-Минск-Брест-Бобруйск-Могилев находится множество мемориалов, культурных центров и музеев, где молодое поколение может узнать много исторической информации о ВОВ.

Кроме культурного просвещения, отдых на природе имеет огромный социальный эффект в части коммуникаций между родителями и детьми. Совместный отдых на природе и совместное посещение благоприятно влияет на взаимоотношение между родителями, которые много времени проводят на работе и мало взаимодействуют с детьми разных возрастов.

Описание механизма реализации:

1. Приобретение (возможна и аренда) земельного участка под кемпинг.

Проанализировав маршрут, были определены несколько площадок с возможностью комфортного расположения кемпинга по маршруту Москва-Брест. Между пунктами для остановки не

более 450 км, так как преодоление данной дистанции за рулём является простой даже для не очень опытного водителя. Важным фактором именно такой дистанции является наличие детей у многих семей, для которых долгие переезды утомительны.

2. Создание самой площадки под кемпинг и её обустройство.

Данный пункт является одним из важнейших, так как качественная подготовка площадки напрямую влияет на количество посетителей, качество жизни, возвращаемость клиентов, привлекательность нашего кемпинга в отличие от конкурентов.

После земельный участок необходимо облагородить и отчистить территорию, сделать комфортный выход к водоёму, обеспечить кемпинг санитарной зоной, зоной отдыха и проживания, беседками и барбекю, а также территорией с развлечениями.

3. Приобретение различного оборудования.

Данные расходы включают в себя оборудование для разных целей, начиная от строительства самой зоны кемпинга, заканчивая оборудованием для зоны активного отдыха (велосипеды, надувные лодки и т.п.).

Экономическое обоснование:

Приобретение земельного участка.

Приобретение земельного участка – расходы около 18 тыс. долл. США (около 1332000 руб.). Земельный участок в Смоленской области (Гагаринское поселение, 133 соток); В Минской области (Лавский Брод, 94 соток); в Минской области (Карабье 129 соток); Могилевская область (поселение Днепер, 105 соток)

Расходы на заработную плату персонала.

Расходы на минимальное количество сотрудников, в дальнейшем при увлечении нагрузки и количества гостей есть возможность расширения штата сотрудников (сезон – май-сентябрь, т.е. 5 месяцев).

Управляющий: $35000 \text{ руб} \times 5 = 175000 \text{ руб.}$

По два администратора: $25000 \times 2 \times 5 = 250000 \text{ руб.}$

Охрана: $20000 \times 2 \times 5 = 200000 \text{ руб.}$

Работник аренды сапов 1000 руб. в день + % с продаж, т.е. $30 \times 1000 \times 3 = 90000 \text{ руб.}$

Страховые взносы: 215930 руб.

Расходы на уборку санитарной и кухонной зоны: 150000 руб.

Расходы на вывоз мусора = 35000 руб.

Расходы на скос травы = 20000 руб.

Закупка товаров на продажу.

Данные расходы включают в себя закупку товаров, которые потом продаваться посетителям кемпинга.

Закупка снеков (пример на Твиксе, так как стоимость остальных товаров схожа) 1788 цена за 48 штук (продаются примерно 2 партии в день)

$30 \times 3576 \times 5 = 536400 \text{ руб.}$

Реклама

Расположение рекламы в навигаторе, реклама в тур агентствах создание сайта для привлечения новых клиентов = 50000 руб. в месяц размещение рекламы на различных сайтах и навигаторах.

Дополнительно 30000 руб. в год на обслуживание и создание сайта.

Проценты по кредиту

Проценты по кредиту в год: 372000 руб.

Текущие расходы: $1135930 + 536400 + 50000 + 20000 + 372000 + 373425 = 2115425$ руб.

Капитальные вложения

Это первоначальные расходы, которые необходимы для осуществления качественного функционирования данного кемпинга и обеспечения дополнительных доходов, в т.ч.:

Обустройство стояночных мест: 25000 руб.

Обустройство освещения: 40000 руб.

Обустройство детской площадки (спецпокрытие): 15000 руб.

Обустройство спортивной площадки (спецпокрытие): 20000 руб.

Расходы на обустройство санитарной зоны: $15000 \times 5 + 10000 \times 3 = 105\,000$ руб.

Приобретение мангалов: $2000 \times 5 = 10000$ руб.

Строительство беседок: 30000 руб.

Затраты на оформление разрешений и регистрацию ИП = 200000 руб.

Приобретение палаток: $5000 \times 15 = 75000$ руб.

Душ летний: 30000 = 30000 руб.

Спальни мешки $5000 \times 15 = 75000$ руб.

Коврики для палатки: $900 \times 15 = 13500$ руб.

Освещение для палаток: $500 \times 15 = 7500$ руб.

Складные столики: $1500 \times 5 = 7500$ руб.

Стульчики: $500 \times 15 = 7500$ руб.

Зонты (тенты): 30000 руб.

Посуда: $10 \times 2650 = 26500$ руб.

Приобретение SUP-лодок: $20 \times 18000 = 360000$ руб.

Дополнительные расходы

Приобретение батута: 60000 руб.

Приобретение мячей: 1500 руб.

Приобретение ракеток для бадминтона и сетки = 4500 руб.

Капитальные затраты: $1332000 + 1077500 + 66000 = 2475500$ руб.

С учетом непредвиденных расходов = 3000000 руб.

Для приобретения земельного участка, капитальных и дополнительных расходов будет использоваться кредит в размере 3000000 руб. под 12,4% годовых сроком на два года.

Кроме того, могут возникнуть дополнительные расходы, связанные с выполнением заказов проживающих в кемпинге (они не учитывались, т.к. на них будет устанавливаться договорная цена).

Доходы

Основной деятельностью является организация проживания в кемпинге, но также обеспечив людей дополнительными услугами есть возможность получить большую прибыль.

Проживание

В самом начале работы загруженность будет около 10 машин в день (20 дн. в мес.):

$1750 \times 10 \times 20 \times 5 = 1750000$ руб.

Дополнительные доходы

Продажа товаров в магазине снеков

$1820 \times 2 \times 30 \times 5 = 546000$ руб.

Аренда беседки в 500 руб./час. (загрузка 4 час./день). Доходы от аренды беседок: $100 \times 4 \times 3 \times 15 \times 5 = 90000$ руб.

Спрос на спортивный инвентарь с 10.00 до 19.00 час., стоимость аренды 150 руб./час. Доход от аренды спорт. инвентаря: $150 \times 5 \times 9 \times 5 = 337500$ руб.

При загрузке батут в день 2 час. (аренда 40 руб. /20 мин.) доход: $40 \times 2 \times 20 \times 5 = 8000$ руб.

Стоимость аренды SUP-лодок дифференцирована в зависимости от времени суток:

$2 \times 1500 = 3000$ «Встреча рассвета»

$4 \times 5 \times 700 = 14000$ «Дневной тариф»

$2 \times 1500 = 3000$ «Встреча заката»

Доход от аренды SUP-лодок: $20000 \times 15 \times 5 = 1500000$ руб.

Итого доходы = 4231500 руб.

Привлекательность проекта (срок реализации 2 года):

NPV = 576275 руб.

PI = 1,19

IRR = 24,8%

PP = 1,4 года

Расчёты проведены на один кемпинг (все остальные параметры принимаются аналогичными)

Сравнение с альтернативными вариантами поездки (не используя кемпинги)

Варианты поездки семьи из четырех человек.

Расходы семьи при путешествии на автомобиле

Цена 1 ночи на машину в кемпинге 1750 руб.

По маршруту семья будет останавливаться в четырех кемпингах (в некоторых остановится на 3-4 дня), соответственно 1750 руб. $\times 4 \times 2,5 = 36750$ руб.

Расстояние от Москвы до Бреста = 10990 км.

Обратный маршрут из Бреста через Бобруйск и Могилев расстояние 1130 км.

Расчет затрат на бензин:

Расход топлива 7л./100 км.

Цена в России (92) 50 руб.

Цена в Беларуси (92) 62 руб.

Москва — Смоленск — Минск — Брест = 4146 руб.

Брест — Бобруйск — Могилев — Москва = 4301 руб.

ЕДА: в среднем 500 руб. на человека в день (в среднем поездка на 10 дней).

$500 \times 4 \times 10 = 20000$ руб.

При самостоятельном приобретении ими палатки, туристического. набора, походного столика и т.д.; оплате кемпинга, бензина, питания расходы составят:

$3690 + 2150 + 2150 + 36750 + (4146 + 4301) + 20000 = 73\,187$ руб.

Путешествие семьи железнодорожным транспортом

Маршрут: Москва — Смоленск — Минск — Брест — Бобруйск — Могилев — Москва

- Поезд: Москва – Смоленск $1574 \times 4 = 6286$ руб.

Поезд на общественном транспорте: $25 \times 2 = 50$ руб.

- Поезд: Смоленск – Минск $2799 \times 4 = 11196$ руб.
Хостел – 2233 руб.; трехзвездочный отель – 4400 руб.
Общественный транспорт на одного: $23 \times 2 = 46$ руб.
- Поезд: Минск-Брест: $2135 \times 4 = 8540$ руб.
Средний чек снять номер от 1800–2500 руб.
Общественный транспорт: $23 \times 2 = 46$ руб.
- Поезд: Брест-Бобруйск: $1200 \times 4 = 4800$ руб.
Общественный транспорт: $20 \times 2 = 40$ руб.
- Поезд: Бобруйск-Могилев $700 \times 4 = 2800$ руб.
Средний чек номера в отеле = 2800 руб.
- Поезд: Могилев-Москва: $3156 \times 4 = 12624$ руб.

Итого проезд + питание +(проживание, при оплате 1 номера на четырех человек) = $6286 + 50 + 11196 + 4400 \times 2 + 46 + 8540 + 2500 \times 6 + 46 + 4800 + 40 + 2800 + 12624 + 20000 = 87728$ руб.
При этом не учитывались транспортные расходы на посещение отдельных достопримечательностей.

Расчет затрат семьи на посещение музеев

Учитывая разность поколений, интересы людей и их возможности и желание передвигаться по городу, можно сказать, что не всех будет привлекать и заинтересовывать те или иные достопримечательности. Так же влияет фактор ограниченности времени. Некоторые достопримечательности люди могут увидеть, просто прогуливаясь по городу, некоторые будут даже интересны как факт существования и их история в Интернете, но не желание их посещения.

Смоленск:

- Смоленская крепостная стена.

Затраты на всю семью составят 500 руб.

Обзорная экскурсия (на 1 группу до 10 чел.): 500 руб.

Экскурсию проводит профессиональный экскурсовод. Экскурсия может проводиться на городской территории, либо, при условии приобретения входных билетов – в помещениях башни Маховой. (продолжительность – 45 минут).

- Исторический музей.

Максимально возможные затраты на посещение исторического музея на семью составят: $200 \times 2 + 70 \times 2 = 540$ руб.

Итого затраты на посещение данных достопримечательностей составят 1040 руб. на семью.

Минск:

- Музей истории Великой Отечественной войны

Для посещения данного музея семье потребуется:

$$2 \times 10 \times 26,8634 + 8 \times 2 \times 26,8634 = 967 \text{ руб.}$$

- Мемориальный комплекс «Хатынь»
- Мемориальный комплекс «Курган славы»

Для посещения мемориальных комплексов:

Хатынь $8 \times 26,8634 \sim 215$ руб. (Курс взят на 23.03.2023 г.)

Курган славы $0,5 \times 2 + 1 \times 2 \sim 80$ руб. (Курс взят на 23.03.2023 г.)

Итого на посещение основных достопримечательностей в Минске семье потребуется: $967 + 215 + 80 = 1262$ руб.

Брест:

- Для посещения таких исторических объектов как «Музей обороны Брестской крепости» и «Музей 5 форт» требуются входные билеты, затраты на которые составят для семьи: $8 \times 26,8634 + 4 \times 26,8634 = 645$ руб./за 1 музей. (Курс взят на 23.03.2023 г.)

Для посещения Беловежской пуши без экскурсий семья может приобрести билеты на сумму: $7 \times 26,8634 + 5 \times 26,8634 = 645$ руб.

Итого для посещения главных достопримечательностей Бреста семья потратит:
 $645 + 645 = 1290$ руб.

Могилев:

Ратуша: $3 \times 26,8634 + 1,5 \times 26,8634 = 242$ руб.

Для посещения зоопарка: $9 \times 26,8634 + 6 \times 26,8634 = 806$ руб.

При желании покормить животных: $2 \times 26,8634 = 54$ руб.

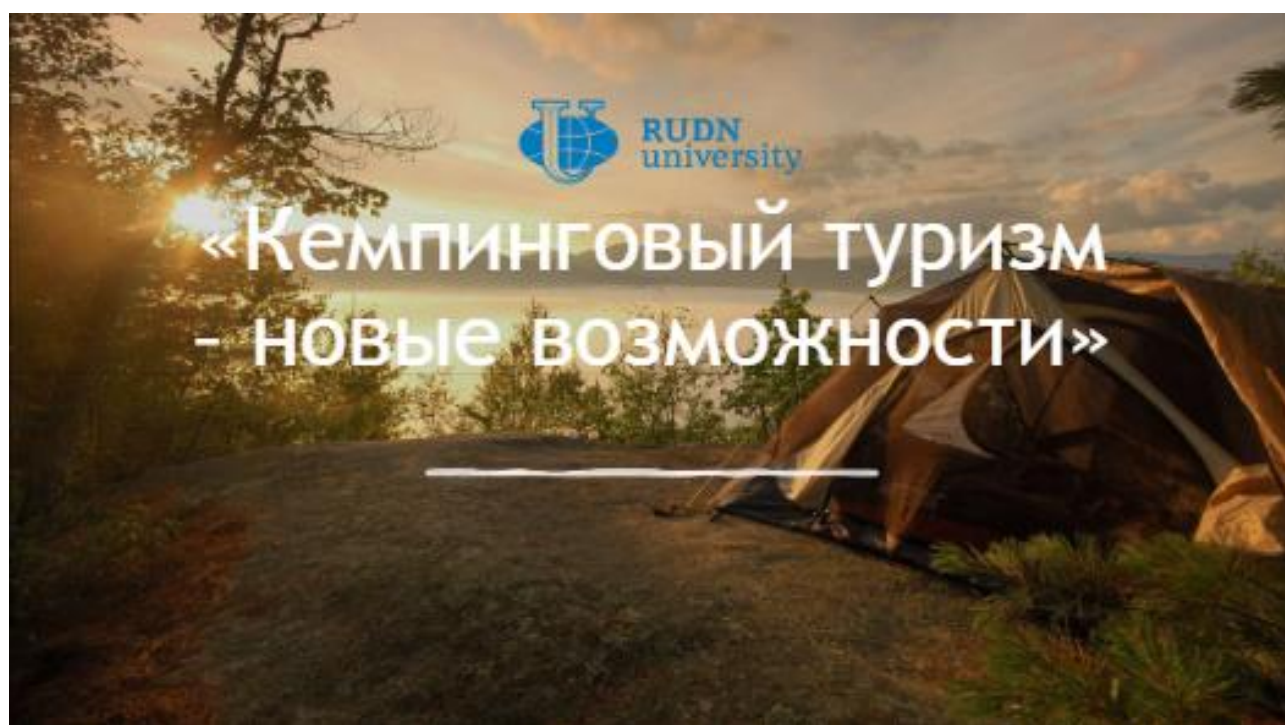
Итого: $242 + 806 + 54 = 1102$ руб.

Ожидаемый результат проекта:

Проект имеет несколько эффектов: экономический и социальный, будет способствовать патристическому воспитанию граждан. Что касается экономического эффекта, то, во-первых, проект будет способствовать развитию сферы гостеприимства. Во-вторых, позволит семьям с ограниченными возможностями провести интересный и комфортный отпуск. В третьих, создаст новые рабочие места (работники кемпинга). В-четвертых, простимулирует производство определенных видов товаров (палаток, спальных мешков и т.д.), увеличив продажи производителей и налоги для государства (в т.ч. за счет покупок туристов в обеих странах).

За счёт роста популярности данного направления и открытия бизнеса в данной сфере раньше конкурентов будет наличие постоянной базы клиентов, которых можно привлечь скидкой на посещение или хорошей коммуникацией сотрудников. Благодаря чему будет возможность увеличивать бизнес, развивать новые направления, заниматься расширением территории работы, соответственно максимизируя прибыль и увеличивая денежные обороты.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



Цель:

Открытие новых возможностей в туристической отрасли (нового туристического продукта), а также культурно-патриотическое воспитание у населения разных возрастов.

Актуальность:

За последний год в отношении России и Беларуси были введены ряд санкции, затронувшие разные отрасли, в том числе сферу туризма. В связи с ограничениями граждане из России и Беларуси не могут приезжать в страны Европы с туристическими визитами и все больше внимания обращают на путешествия внутри страны или страны с безвизовым режимом.

Механизм реализации

Механизм реализации:

- Приобретение (возможна и аренда) земельного участка под кемпинг.
- Создание самой площадки под кемпинг и её обустройство.
- Приобретение различного оборудования и товаров.



Преимущества активного кемпингового туризма

- изменение потребностей туристов;
- более дешевый вариант размещения;
- отличная возможность научиться и научить детей ставить палатку, искать и рубить дрова, рыбачить, разжигать костер;
- общение с близкими людьми;
- еда на природе вкуснее;
- возможность освоения «диких» территорий;





МАРШРУТ



Создание кемпинговой зоны

Капитальные затраты:

- Аренда земельного участка - 1 332 000 руб.
- Оформление разрешений и регистрацию ИП - 200 000 руб.
- Обустройство стояночных мест - 25 000 руб.
- Обустройство санитарной зоны - 105 000 руб.
- Приобретение палаток - 75 000 руб.
- Обустройство освещения - 40 000 руб.
- Прочее - 69 8500

Итого = 2475500 руб.



Текущие расходы:

- Зарплата персонала - 930 000 руб.
- Уборка территории - 205 000 руб.
- Реклама - 230 000 руб.
- Товары на продажу - 536 400 руб.

Итого = 1901400 руб.

Финансирование проекта за счет кредитных средств в размере 3 млн. руб.
под 12,4 % в год сроком на два года

Доходы от реализации проекта

- Проживание = 1750000 руб.
- Продажа снеков = 546000 руб.
- Аренда беседок = 90000 руб.
- Аренда спортивного инвентаря = 337500 руб.
- Батут = 8000 руб.
- SUP-лодки = 1500000 руб.

Доходы = 4231500 руб.

*при желании посетителей кемпинга, администрация поможет подобрать экскурсии.

Привлекательность проекта

(срок реализации 2 года):

- NPV = 576275 руб.
- PI = 1,19
- IRR = 24,8%
- PP = 1,4 года

*расчёты проведены на один кемпинг (все остальные параметры принимаются аналогичными)



Перспективы развития кемпингов

- Застройка комфортабельных домов;
- Увеличение штаба для организации дополнительных услуг;
- Организация полноценной кухонной зоны;
- Разработка и организация экскурсионных маршрутов;
- Расширение услуг для активного отдыха;
- Создание сетей кемпингов;



Расходы семьи на путешествие

Маршрут: Москва — Смоленск — Минск — Брест — Бобруйск — Могилев — Москва

- Проживание – 36750 руб.
- Затраты на бензин – 8447 руб.
- Питание – 20000 руб.
- Итого: 65197 руб.

*при самостоятельном приобретении ими палатки, туристического набора, походного столика и т.д.; оплате кемпинга, бензина, питания расходы составят:

73 187 руб.

Альтернативный вариант

- Проезд – 43928 руб.
- Проживание – 23800 руб.
- Питание – 20000
- Итого: 87728 руб.

*не учитываются расходы на посещение достопримечательностей



Патриотическое воспитание

Смоленск



Смоленская крепостная стена



Мемориальный комплекс «Катынь»

Минск



Мемориальный комплекс «Хатынь»



Мемориальный комплекс «Курган Славы»

Бобруйск



Памятник-танк на могиле генерала Б.С. Бахарова



Мемориальный комплекс в Красном Береге

Брест



Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой»



Музей обороны Брестской крепости

Дополнительные туристические направления



Собор Успения Девы Марии

Могилев



Могилёвский зоосад

Брест



Беловежская пуща

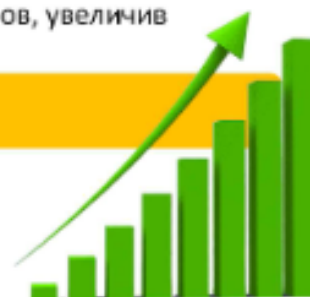
Ожидаемые результаты

Экономический эффект:

- проект будет способствовать развитию сферы гостеприимства;
- позволит семьям с ограниченными возможностями провести интересный и комфортный отпуск;
- создаст новые рабочие места;
- простимулирует производство определенных видов товаров, увеличив продажи производителей;

Социальный эффект:

- способствует патриотическому воспитанию граждан;





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Стартап-проект: «Кемпинговый туризм – новые возможности»

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Handmade мастерская «Точка уюта»

(полное название стартап-проекта)

Афонасенкова Полина Дмитриевна

Маркова Елизавета Павловна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Смоленский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова, Смоленск

образовательное учреждение - полностью)

Лёшина Мария Александровна

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Суть проекта:

Handmade мастерская «Точка уюта» - это изготовление подарков, предметов и элементов декора в интерьере ручной работы для уюта в каждом доме, таких как интерьерные куколочки, венки.

Заявитель:

Hand-made мастерская «Точка уюта» - это изготовление и онлайн/офлайн продажи изделий ручной работы для создания интерьера и домашнего уюта в виде авторских интерьерных кукол и венков.

Название «Точка уюта» - является привлекательным для потенциальных покупателей. «Уют» ассоциируется с комфортом, удобством, тёплой атмосферой, чистотой и порядком, а «точка» - с заключительной частью создания интерьера в доме. Элементы декора ручной работы создают прекрасную атмосферу в доме, так как сделаны с любовью, душевным теплом и положительными эмоциями.

Основной вид деятельности:

Производство и продажа подарков, предметов и элементов декора в интерьере ручной работы. Коды по ОКВЭД: 32.99.8 Производство изделий народных и художественных промыслов; 52.48.34 Розничная торговля сувенирами и художественных произведений; 32.99.6 Производство изделий для праздников, карнавалов или прочих изделий для увеселения; 13.92 Производство готовых текстильных изделий; 47.7 Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах.

Миссия:

Мы делаем полезные и актуальные подарки и предметы интерьера ручной работы на любой вкус и запрос! Мы поможем создать уют в доме индивидуально, быстро, качественно, недорого!

Фирменный логотип:

Золотой круг в логотипе означает солнце, а точнее теплоту и лучистость, которую мы будем нести в ваш дом. Оно будет создавать уют и тепло. В солнце изображён лавровый венок, он символизирует победу и мир. Цвета выбраны не случайно. Белый цвет означает гармонию, чистоту и лёгкость, а золотой – оптимизм, свет и силу.

Слоган: Ваша идея, наше исполнение!

Основная целевая аудитория B2C.

В качестве оценки реализуемости бизнес-идеи нами было принято решение использовать метод «6F», представленный в таблице 1.

Таблица 1. Оценка реализуемости бизнес-идеи

Фактор	Оценка
Fast (быстро, скоро)	Запуск производства за минимальные сроки (1-2 месяца), быстрая окупаемость затрат, до 1-ого года. Возможность перехода на широкое производство.
Fine (ясный, понятный)	Потенциальный покупатель осознаёт, что подарки сделанные вручную гораздо интереснее, чем заводские клоны без души и человеческого тепла. Продукция востребована.
Free (бесплатно, свободно)	Наши цены являются конкурентоспособными
Fusion (слияние, коалиция),	Мы точно знаем нашу целевую аудиторию.
Facility (возможности, удобства),	От приобретения нашего товара клиент может получить качественную продукцию, выполненную по индивидуальному заказу.
Factory (фабричный, фабрика)	Мы производим продукцию сами, а в процессе наращивания объёма заказов и продаж, в будущем будет расширять мастерскую.

А также использовали бизнес – модель Александра Остервальдера: для этого каждую из выбранных идей мы наложили на модель Остервальдера, и объективно оценив все ключевые бизнес процессы, пришли к нашей идее. Осуществляем продажи с 04.04.2021г., с 13.01.2023г. зарегистрировались как самозанятые.

Наименование	Ед. изм.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
Сумма инвестиций с учетом оборотного капитала и стартовых затрат	руб.	20 106,00			20 106,00
Потребность в финансировании (с учетом оборотного капитала и убытков первых	руб.	8 000,00			8 000,00
Всего выручка	руб.	165 483,40	358 905,92	231 081,48	755 470,80
Объем продаж	шт.	92,00	378,00	318,00	788,00
Средняя цена	руб./шт.	1 798,73	949,49	726,67	958,72
Маржинальный доход	руб.	51 395,00	220 951,57	209 635,51	481 982,09
Маржинальная доходность	%	31,1%	61,6%	90,7%	63,8%
Прибыль до процентов и налогов и амортизации (EBITDA)	руб.	47 395,00	208 951,57	200 635,51	456 982,09
Рентабельность по EBITDA	%	28,6%	58,2%	86,8%	60,5%
Прибыль до процентов и налогов (EBIT)	руб.	47 128,33	208 151,57	200 035,51	455 315,42
Рентабельность по EBIT	%	28,5%	58,0%	86,6%	60,3%
Чистая прибыль	руб.	43 788,33	193 795,34	186 502,88	424 086,55
Рентабельность по чистой прибыли	%	26,5%	54,0%	80,7%	56,1%
Простой период окупаемости (Payback Period - PP)	мес.				1,97
Дисконтированный период окупаемости (Discounted Payback Period - DPP)	мес.				1,98
Чистая текущая стоимость проекта (Net Present Value - NPV)	руб.				374 440,42
Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return - IRR)	%				389,6%
Индекс прибыльности (Index of Profitability - IP)	к-т				19,82

Рис. 1. Показатели эффективности проекта

Основные идеи:

Мы предлагаем подарки и предметы интерьера, сделанные вручную, они гораздо интереснее, чем заводские клоны без души и человеческого тепла. У нас, каждый человек, независимо от своего возраста и социального статуса, сможет найти и приобрести изделия ручной работы для украшения помещения, также душевного спокойствия и психологического равновесия человека. Кроме того, мы проводим мастер-классы по изготовлению венков и интерьерных куколок для школьников или других категорий населения.

Прототип продукта представлен на рисунке 2.

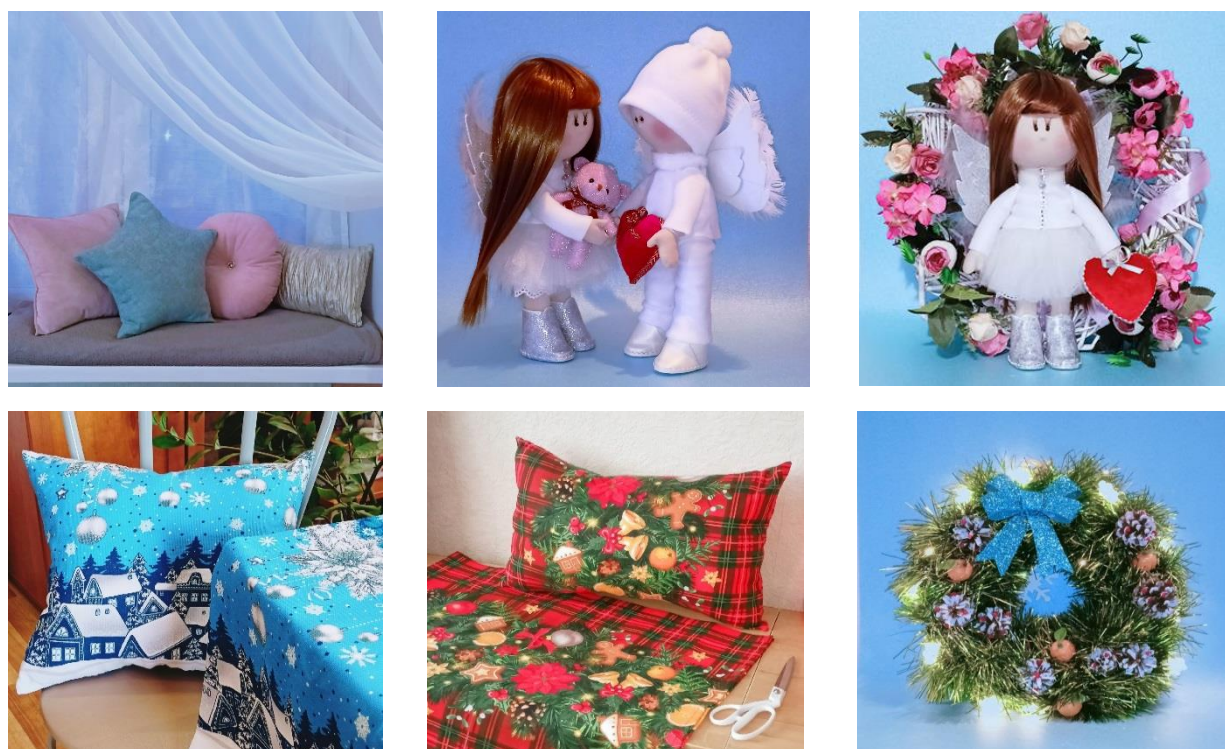


Рис. 2. Прототип продукта

Ассортиментная матрица представлена в таблице 2.

Таблица 2. Ассортиментная матрица

Наименование продукции	Назначение и область применения	Основные характеристики	Конкурентоспособность	Патентоспособность и авторские права	Наличие или необходимость лицензирования	Степень готовности к выпуску и реализации продукции
Праздничные венки	Оформление интерьера, декор, игрушки	Цвет: Цветные Размер: 31,5*3 Материал: лоза/дополнительный декор из натуральных экологических материалов	Низкая	Не требует подтверждения авторских прав.	Не требует лицензирования.	Товар полностью готов и запущен в реализацию.
Интерьерные куклы		Цвет: Белый Размер 28-38 см. Материал: ткань/текстиль	Средняя			
Декоративные подушки		Цвет: Цветной/однотонный Размер: 40*40 Материал: х/б и бархат	Высокая			
Скатерти и салфетки		Цвет: Цветной/однотонный Размер: 110*140 и 40*40 Материал: х/б	Низкий			

Краткое описание механизма реализации:

На начальном этапе мы планируем функционировать как самозанятые граждане с оформлением договора совместной деятельности и платить налог на профессиональный доход со ставкой 4%, так как товары реализуются пока только физическим лицам. На этапе развития, когда продукция будет востребована и у юридических лиц, будет уплачиваться этот же налог, но со ставкой 6%.

На этапе устойчивого развития планируется создание и регистрация ИП Марковой Е.П., переход на упрощенную систему налогообложения по ставке 6%, так как расходы будут минимальны.

Для того чтобы правильно обращаться к клиентам и грамотно строить коммуникации, мы определяем целевую аудиторию нашего бизнеса на его стартовом этапе. Кроме того, знание ЦА помогает нам правильно выбирать каналы для продвижения и рационально использовать бюджет.

На стартовом этапе проекта целевая аудитория географически ограничена, а именно основные покупатели находятся в пределах города Смоленска и Смоленской области, но в дальнейшем, по мере развития бизнеса, планируется доставка в другие регионы Российской Федерации или даже за границу.

Основными потребителями является сектор B2C – физические лица в возрасте от 10 до 30 лет, но также в дальнейшем планируем выйти на сектор B2B и работать с юридическими лицами.

Проект «Точка уюта» функционирует в сети «Вконтакте», поэтому можно сказать, что нашими потенциальными покупателями и потребителями являются пользователи этой сети. В дальнейшем планируем выход на маркетплейсы, такие как: OZON, Wildberries и т.д. Также в

данный момент продажа товаров осуществляется офлайн в магазине подарков и сувениров «Своя полка», а также онлайн при помощи сайтов Авито, Юла, Ярмарка мастеров.

Для определения целевой аудитории мы проанализировали социальную сеть «Вконтакте» при помощи сервиса TargetHunter, что позволило нам выявить аудиторию в количестве 2-х активных групп посвященных аналогичному продукту, в которых 344 подписчика.

Для определения портрета целевой аудитории нами проведен анализ на основании «5 основных параметров методики Филиппа Котлера», а также их подразделов, результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3. Сегментация целевой аудитории (B2C) Филиппа Котлера

	Школьники и студенты	Взрослые люди
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Расположение	г. Смоленск	г. Смоленск
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Возраст	От 10 до 14 лет–28% От 15 до 20 лет-72%	От 21 до 25 лет-67% От 26 до 30 лет-18% От 31 до 60 лет-15%
Пол	Женщины-71% Мужчины-29%	Женщины-85% Мужчины-15%
СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Уровень дохода	Ниже среднего, средний, выше среднего уровня дохода	
Жизненный цикл	Одиночка; Подросток	Одиночка, В паре
Род занятий	Умственный и физический труд; домохозяйки; фрилансеры; офисные работники, пенсионеры.	
Образование	СПО; ВО	ВО
ПСИХОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Образ жизни	Динамичный; городской	Городской; Размеренный
Отношение к инновации	Новаторское	Новаторское, Традиционное
Внутренняя мотивация совершения покупки в нашем магазине	Стремление украсить дом к празднику, приобрести товар ручной работы взамен товара из масс-маркета, сделать интересный и нетривиальный подарок	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Частота потребления	Реже 2-х раз в месяц.	Чаще 1го раза в месяц.

Исходя из анализа, можно сделать вывод, что наш проект удовлетворяет основную потребность каждого из сегментов – украсить дом к приближающему празднику и создать уютную, праздничную обстановку. Бюджетные цены позволяют не нарушать материальное благополучие клиентов. Для более глубокого анализа выделенных целевых групп мы воспользовались методикой «5W» - Марка Шеррингтона.

Таблица 4. Анализ сегментации ЦА «5W» - Марка Шеррингтона

КТО?	B2C Школьники и студенты Возраст: 10-20 \$: ниже среднего, средний Соц. Аспект: активный образ жизни	B2C Взрослые люди Возраст: 21-60 \$: средний, выше среднего Соц. Аспект: активный или размеренный образ жизни
ЧТО?	Декоративные венки, интерьерные куклы, декоративные подушки.	
ПОЧЕМУ?	Подарок близким на любой праздник ручной работы за минимальную сумму, украсить дом.	создать уютную обстановку дома в праздник и будни, приобрести нетривиальный подарок с индивидуальным дизайном близким или друзьям
КОГДА?	По необходимости	В любое время
ГДЕ?	Через социальные сети, Авито, магазин «Своя полка».	Через социальные сети, Авито, магазин «Своя полка».
Покупатель	Родители или молодежь с собственным источником дохода	Женщины, желающие украсить дом. Мужчины, желающие приобрести подарок
Потребитель	дети, тинэйджеры и молодежь	

Проведенный анализ позволил описать портрет потенциальных клиентов в разрезе сегментирования целевых групп. Образы потенциальных клиентов представлены на рис. 3.

Фото		
Имя	Анастасия Юрьева	Алла Филиппова
Должность	Студентка	Бухгалтер
Возраст	19 лет	28 лет
Образование	СПО, Незаконченное ВО	ВО
Отношение к инновациям	Положительное, новаторское	
Тип	Покупатель	
Роль в семье	Не замужем	Не замужем
Мотивация	Приобрести товар для украшения собственной комнаты.	Порадовать близких товаром ручной работы.

Рис. 3 - Портрет потенциального клиента

Для анализа рынка и отрасли мы провели географический анализ рынка и отрасли, выявили динамику запросов по изделиям ручной работы за прошедший год.

А также выявили возрастной состав женского населения и его динамику в Смоленске и области.

Для понимания и оценки необходимой конверсии в фактическую покупку услуги, на основании проведенного исследования (в том числе опроса 436 человек) была произведена оценка рынка емкости рынка и потенциальной доли рынка.

Для определения емкости и доли рынка использовали метод «сверху-вниз»: средняя стоимость изделия составила 907 руб., фактическая емкость рынка в натуральном выражении 2181 шт., фактическая емкость рынка в стоимостном выражении 1978466 руб., без учета повторных покупок.

Проведен конкурентный анализ отрасли компании, отраслевое окружение и концепция бизнеса с помощью метода 5 сил Портера, результаты представлены на рисунке 4.

Для эффективного входа на рынок изделий ручной работы города Смоленска, а также занятия своей ниши проведен анализ ближней конкурентной среды.

Для формирования эффективной маркетинговой стратегии проведен анализ на основе методик, зарекомендовавших себя в практическом применении. Для анализа внешних факторов использована методика PEST-анализа. Для оценки внутренних факторов был проведен SWOT-анализ, который показал, что, несмотря на небольшой опыт, малую известность нашей компании, растущий интерес к изделиям ручной работы, сильные стороны проекта предполагают его устойчивое развитие. Кроме того, по итогам анализа внутренней среды, мы сделали вывод, что сильнее своих конкурентов по ценовой политике, по удобному месторасположению пункта реализации (при покупке офлайн) и способам доставки товара (при покупке онлайн), использованию научного подхода в производственной деятельности и в широком ассортименте предлагаемых товаров.

Параметр	Значение	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Высокий	Компания обладает уникальным предложением на рынке, аналогов которому не существует	Сконцентрировать деятельность мастерской на повышении уникальности продукта (например, расширение ассортимента ряда, ввод новых видов продукции, создание фирменного стиля и т.д. Необходимо следовать стратегии лидерства в выбранной рыночной нише)
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок компании является высоко конкурентным и перспективным. Отсутствует возможность полного сравнения товаров разных фирм. Есть ограничения в повышении цен.	Основные усилия следует сосредоточить на постоянном мониторинге деятельности конкурентов и повышении осведомленности потребителя об уникальных особенностях продукта.
Угроза со стороны новых игроков	Высокий	Высокий риск входа новых игроков. Новые компании появляются постоянно из-за низких барьеров входа и низкого уровня первоначальных инвестиций.	Проводить мероприятия по выявлению новых игроков рынка. Усовершенствовать промо систему.
Угроза потери текущих клиентов	Высокий	Портфель клиентов обладает высокими рисками (при уходе ключевых клиентов - значимое падение продаж). Существование менее качественных, но экономичных предложений. Неудовлетворенность текущим уровнем работ по отдельным направлениям.	Привлекать клиентов высоким качеством произведенной продукции, низкими ценами. Осуществлять активное взаимодействие с потенциальным покупателем, работать в направлении повышения лояльности со стороны интернет-пользователей. Постоянно развивать систему акций и рекламных мероприятий, а также осуществлять активное воздействие на потребителя через маркетинг.
Угроза нестабильности поставщиков	Средний	Приоритетность отрасли для поставщика низкая, поэтому он вкладывает в нее меньше внимания и усилий, следовательно, возможен риск поступления некачественных материалов	Проводить переговоры с поставщиками по повышению удобства сотрудничества и обеспечению взаимовыгодных условий поставки материалов.

Рис. 4. Конкурентный анализ отрасли с помощью метода 5 сил Портера

На основании проведенного анализа произведена оценка возможных стратегических векторов развития «Точки уюта» с помощью Матрицы Ансоффа. Основной маркетинговой стратегией на первоначальном этапе была выбрана *стратегия проникновения на рынок*, так как мы выходим на существующий рынок с уже существующим продуктом, а в качестве вспомогательных стратегий: ориентация на рынок и фокусирование.

Для сохранения конкурентоспособности существует необходимость постоянно проводить мониторинг предложений конкурентов и отзывов покупателей.

Основным инструментом продвижения нашего бизнеса мы выбрали продвижение через интернет, потому что весь наш бизнес основывается на работе в интернете, наша ЦА большое

количество времени проводит в сети, из этого следует, что узнать о нас она может через интернет ресурсы.

Деятельность нашего бизнеса предусматривает каналы сбыта нулевого и первого уровня. К первым мы относим продажу онлайн через соцсеть «Вконтакте» с использованием пабликов и контекстной рекламы, через сайт «Авио», «Юла», а для офлайн продаж используем печатную рекламу и промоакции (например, участие в Ярмарках мастеров, проведение мастер-классов). К каналам первого уровня мы относим продажи через посредников, а именно с использованием точки сбыта «Своя полка».

В качестве **ценовой стратегии** на начальном этапе была выбрана **стратегия низких цен**, так как мы самостоятельно производим изделия и имеем возможность устанавливать низкую цену для формирования лояльности потребителя и обеспечения необходимого уровня заказов, что позволяет максимизировать объем продаж и достичь признания покупателей. В будущем мы планируем использовать **стратегию конкурентных цен**, ориентированную рынок.

В ходе планирования процесса продажи услуги нами выбран эффективный маркетинговый инструмент продаж - *рекламная модель скрытого управления АИДА*, в рамках которой процесс продажи состоит из четырех этапов воздействия: внимание, интерес, желание, действие.

Вид мероприятия	Содержание акции
Знакомство	Первая покупка для каждого клиента со скидкой 10 %
С ногой в экологию	При каждом заказе от 1 500 рублей предоставляется скидка на следующую покупку в 15 %
Приведи друга	Каждому покупателю за приведенного друга дается промокод на скидку
Счастливая суббота	Каждую субботу скидка 5 % на каждую позицию ассортимента

Рис. 5. Пример использования рекламной модели скрытого управления АИДА

Данный комплекс мер позволит обеспечить расчетные данные. Ответственной за продвижение услуг по выше описанным каналам коммуникации является Афонасенкова Полина. Создание и продвижение, работа в соц. сетях будет осуществляться Марковой Лизой. Рекламной рассылкой будет заниматься также Лиза.

Краткое экономическое обоснование:

Для определения **точки безубыточности**, мы обратились к методике «Директ-Костинг» и расчету маржинальной прибыли, данные представлены на рис. 6,7.

Наименование	Ед. изм.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
Сумма инвестиций с учетом оборотного капитала и стартовых затрат	руб.	20 106,00			20 106,00
Потребность в финансировании (с учетом оборотного капитала и убытков первых	руб.	8 000,00			8 000,00
Всего выручка	руб.	165 483,40	358 905,92	231 081,48	755 470,80
Объем продаж	шт.	92,00	378,00	318,00	788,00
Средняя цена	руб./шт.	1 798,73	949,49	726,67	958,72
Маржинальный доход	руб.	51 395,00	220 951,57	209 635,51	481 982,09
Маржинальная доходность	%	31,1%	61,6%	90,7%	63,8%
Прибыль до процентов и налогов и амортизации (EBITDA)	руб.	47 395,00	208 951,57	200 635,51	456 982,09
Рентабельность по EBITDA	%	28,6%	58,2%	86,8%	60,5%
Прибыль до процентов и налогов (EBIT)	руб.	47 128,33	208 151,57	200 035,51	455 315,42
Рентабельность по EBIT	%	28,5%	58,0%	86,6%	60,3%
Чистая прибыль	руб.	43 788,33	193 795,34	186 502,88	424 086,55
Рентабельность по чистой прибыли	%	26,5%	54,0%	80,7%	56,1%

Рис. 16. Расчет маржинальной прибыли, руб.

№ п/п	Наименование	2022 г	2023 г.	2024 г.	Всего
1	Всего выручка, руб.	165 483,40	358 905,92	231 081,48	755 470,80
2	Объем продаж шт.	92,00	378,00	318,00	788,00
3	Средняя цена, руб.	1 798,73	949,49	726,67	958,72
4	Всего переменные издержки, руб.	32 105,00	137 954,35	128 680,25	298 739,59
5	Переменные издержки на 1 ед. продукции, руб.	348,97	364,96	404,65	379,11
6	Маржа на ед. продукции, руб.	1 449,77	584,53	322,02	579,61
7	Постоянные издержки (в т.ч. Аморт, %, налоги)	9 276,67	34 334,36	29 898,95	73 509,97
8	ТБ продаж единиц продукции в год	6,40	58,74	92,85	157,99
9	ТБ продаж единиц продукции в мес	0,53	4,89	7,74	13,17
10	ТБ в стоимостном выражении в год	11 509,62	55 771,51	67 470,79	151 464,67
11	ТБ в стоимостном выражении в мес	959,13	4 647,63	5 622,57	12 622,06

Рис. 7. Расчет точки безубыточности по годам проекта

Для проведения расчета срока окупаемости первоначально была рассчитана ставка дисконтирования, которая включает ключевую ставку Центрального банка и уровень риска для нашего проекта: ставка рефинансирования 7,50 %, уровень риска – 5,0. Итого ставка дисконтирования 12,5%

Общая потребность в финансировании составит 20106 руб. Вся сумма инвестиций была погашена за счет собственных средств. Для достижения поставленных целей по реализации проекта был составлен бюджет движения ДС, данные представлены на рисунке 8.

№ п/п	Наименование	2022г.	2023г.	2024г.	Всего
	Остаток ДС на начало периода		47 395,00	256 346,57	
1	Денежный поток по операционной деятельности	47 395,00	208 951,57	200 635,51	456 982,09
1.1.	Поступления по операционной деятельности	83 500,00	358 905,92	338 315,76	780 721,68
1.2.	Выплаты по операционной деятельности	36 105,00	149 954,35	137 680,25	323 739,59
		-	-	-	
2	Денежный поток по инвестиционной деятельности	- 20 106,00	-	-	- 20 106,00
2.1.	Поступления по инвестиционной деятельности	-	-	-	-
2.2.	Выплаты по инвестиционной деятельности	20 106,00	-	-	20 106,00
		-	-	-	
3	Денежный поток по финансовой деятельности	20 106,00	-	-	20 106,00
2.1.	Поступления по финансовой деятельности	20 106,00	-	-	20 106,00
2.2.	Выплаты по финансовой деятельности	-	-	-	-
	Чистый денежный поток	47 395,00	208 951,57	200 635,51	456 982,09
	Остаток ДС на конец периода	47 395,00	256 346,57	456 982,09	456 982,09

Рис. 8. Бюджет движения ДС

По методу калькуляционных затрат, выбрана модель деления расходов на постоянные и переменные. Основная доля расходов приходится на переменные. Для эффективного управления этими расходами, по одной из модели калькуляции затрат - методу экономических элементов их разбили на несколько видов статей. Расчеты постоянных и переменных расходов выполнены с поправкой на коэффициент загруженности и процент инфляции. Бюджет доходов и расходов представлен на рисунке 9.

№ п/п	Наименование	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
1	Доходы всего	165 483,40	358 905,92	231 081,48	755 470,80
1.1.	Доходы от реализации изделий	165 483,40	358 905,92	231 081,48	755 470,80
		-	-	-	-
2	Расходы всего	36 105,00	149 954,35	137 680,25	323 739,59
2.1.	Переменные расходы	32 105,00	137 954,35	128 680,25	298 739,59
2.1.1.	Материалы	12 350,00	52 395,17	49 237,10	113 982,27
2.1.2.	Транспортные расходы	17 250,00	74 852,14	69 425,09	161 527,22
2.1.3.	Заработная плата	-	-	-	-
2.1.4.	Коммунальные расходы	2 505,00	10 707,04	10 018,06	23 230,10
		-	-	-	-
	Маржинальный доход	51 395,00	220 951,57	209 635,51	481 982,09
	Маржинальная доходность	31,1%	61,6%	90,7%	63,8%
2.2.	Условно-Постоянные расходы	4 000,00	12 000,00	9 000,00	25 000,00
		-	-	-	-
2.2.2.	Заработная плата	-	-	-	-
	Оклад	-	-	-	-
	Премия (5% от выручки)	-	-	-	-
		-	-	-	-
2.2.5.	Маркетинговые затраты	4 000,00	12 000,00	9 000,00	25 000,00
	Прибыль до процентов и налогов и амортизации (EBITDA)	47 395,00	208 951,57	200 635,51	456 982,09
	Рентабельность по EBITDA	28,6%	58,2%	86,8%	60,5%
	Амортизация	266,67	800,00	600,00	1 666,67
	Прибыль до процентов и налогов (EBIT)	47 128,33	208 151,57	200 035,51	455 315,42
	Рентабельность по EBIT	28,5%	58,0%	86,6%	60,3%
	% по кредитам	-	-	-	-
	Прибыль до налогов	47 128,33	208 151,57	200 035,51	455 315,42
	НПД-4%	3 340,00	14 356,24	13 532,63	31 228,87
	НПД-6%	5 010,00	21 534,36	20 298,95	46 843,30
	Чистая прибыль	43 788,33	193 795,34	186 502,88	424 086,55
	Рентабельность по чистой прибыли	26,5%	54,0%	80,7%	56,1%

Рис. 9. Бюджет доходов и расходов

Проведенные расчёты показали эффективность и рентабельность проекта (рис.10).

Оценка эффективности проекта		2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
№ п/п	Наименование	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Всего
1	Чистый денежный поток по операционной деятельности	20 412,50	194 681,01	241 888,58	456 982,09
2	Чистый денежный поток по инвестиционной деятельности	-20 106,00	-	-	20 106,00
3	Совокупный денежный поток	306,5	194 681,01	241 888,58	436 876,09
4	Кумулятивный денежный поток	-10 944,50	1 211 546,44	3 561 572,80	
5	Простой период окупаемости	1,97	-	-	1,97
5	Ставка дисконтирования	12,5	12,5	12,5	
7	Дисконтированный чистый ДП по операционной деятельности	20 084,14	177 831,37	196 423,63	394 339,15
8	Дисконтированный чистый ДП по инвестиционной деятельности	-19 898,72	-	-	-19 898,72
9	Дисконтированный совокупный ДП	185,42	177 831,37	196 423,63	374 440,42
10	Кумулятивный дисконтированный ДП	-10 949,59	1 126 869,87	3 128 916,23	
11	Дисконтированный период окупаемости	1,98	-	-	1,98
Сводные показатели					
1	Простой период окупаемости (Payback Period - PP), мес.	1,9735			
2	Дисконтированный период окупаемости (Discounted Payback Period - DPP)	1,9836			
3	Чистая текущая стоимость проекта (Net Present Value - NPV)	374 440,42			
4	Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return - IRR)	389,61%			
5	Индекс прибыльности (Index of Profitability - IP)	19,82			

Рис. 10. Показатели эффективности

Подводя итог, отметим, что срок окупаемости проекта с учетом определения чистого денежного потока равен 1 месяц. Приведенные финансовые расчеты показали, что предлагаемый проект эффективен и рентабелен.

Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова



Handmade мастерская
Точка уюта

Авторы:
Афонасенкова Полина Дмитриевна
Маркова Елизавета Павловна



ОСНОВНЫЕ ДАННЫЕ О КОМПАНИИ	
Полное наименование	Handmade мастерская Точка уюта
Структура собственности	Самостоятельная
основные виды деятельности по ОКЭД	22.99.2 Производство изделий народных и художественных промыслов 47.24 Розничная торговля сувенирами и художественными произведениями 22.99.4 Производство изделий для праздников, карнавальных или праздничных для украшения 13.92 Производство текстильных изделий 47.7 Торговля розничная прочие товары в специализированных магазинах
Назначение и область применения	Использование и аксессуарной продукции изделий ручной работы для создания интерьера и домашнего уюта в виде авторских интерьерных подушек и декоративных элементов, для декора помещений и актуальных подарков и сувениров, интерьера ручной работы на любой вкус и запрос, мы помогаем создать уют в доме индивидуализируя, быстро, качественно, недорого!
Виды	
Фирменный логотип	Золотой круг в котором сияют звезды, а в центре теплота и уютность, которую мы будем нести в ваш дом. Она будет согревать уют и тепло. В центре изображен золотой знак, он символизирует победу и мир. Цвета выбраны не случайно. Белый цвет символизирует чистоту и нежность, а золотой – оптимизм, свет и силу.
Уникальное торговое предложение (slogan)	Ваша идея, наше исполнение!
Степень готовности к выпуску и реализации продукта	Продукт полностью реализован и находится опираем в условиях рынка с 04.04.2020!

Бизнес-модель по методике Александра Остервальдера

Ключевые партнеры	Ключевые процессы	Ценность предложения	Технологии клиентских отношений	Целевые группы потребителей
- поставщики материалов: магазины тканей и различных материалов; - площадки сбыта продукции: магазин «Своя полка», Авито, Юла.	- разработка дизайна; - закупка материалов; - изготовление продукции; - продажа продукции; - маркетинг и реклама Ключевые ресурсы Материальные: клеевые стержни, клеевой пистолет, заготовка из пенопласта, мишура, гирлянда роса, краска баллончик, лака, винилов, шпатель пенопластовый, ткань, ткань на одежду, ткань на обувь, волосы (трессы), тесьма (бусинки), раскраски, фомки/ки, перья, наполнитель холофайбер. Трудовые: мастера Информационные: ПО для создания дизайна Финансовые: Собственные средства для стартапа в сумме 20106 руб.	- изготовление оригинальной единичной продукции собственного дизайна; - высокое качество и экологичность продукции; - максимально короткие сроки исполнения заказа.	- предоставление услуги совместного дизайна продукта; - комплексное и качественное обслуживание; - консультации. Каналы продвижения - Социальная сеть «ВКонтакте»; - Авито, Юла, магазин «Своя полка»; - Личные продажи. <i>В действующем маркетинговом:</i> OZON, Wildberries	Сегмент B2C: - Дети, твородержатели и молодежь, которые хотят украсить собственную комнату или подарок на день рождения; - Женщины, желающие украсить дом; - Мужчины, желающие порадовать близких экологически чистым и безопасным товаром ручной работы.
Структура затрат		Поток доходов		
- затраты на изготовление продукции (материалы, коммуналка, расходы на комиссию по договору за продажу); - затраты на рекламу и маркетинг; - затраты на транспорт (аренда «Своя полка»)		- реализация товаров по ассортиментной матрице; - продажа подарочных сертификатов; - поступления от проведения мастер-классов.		

Основные факторы конкурентоспособности нашего продукта и нашего бизнеса

Аргументация конкурентоспособности нашего продукта

- 1. Качество, экологичность и гипоаллергенность продукта (в своих изделиях мы используем натуральные эко- материалы)
- 2. Ценовая доступность продукта (ценовой диапазон от 110р до 3500р)
- 3. Универсальность в использовании (можно использовать наш продукт в качестве подарка и украшения интерьера, а также детской игрушки)

Аргументация конкурентоспособности нашего бизнеса

- 1. Индивидуальная поддержка клиента во время предоставления услуги (помощь в создании, выборе дизайна нашего товара в цветовой гамме)
- 2. Перспективы масштабирования бизнеса (выход на маркетплейсы, B2B рынок)
- 3. Удобство заказа и доставки (сотрудничество с «Своя полка»; расположение площадки продаж в Вконтакте; доставка по Авито, СДЭК, почта России и Boxberry)
- 4. Постоянное обновление ассортимента (к любому празднику и случаю, а также по запросу клиента)
- 5. Легкость и удобство выбора, экономия времени покупателя, универсальность использования товаров (шкелы и венки изготовлены в разных расцветках, которые комбинируются с любым интерьером и подходят для самых разных жизненных ситуаций, а также могут использоваться как детская игрушка).
- 6. Приятные скидки (в особенности постоянным покупателям будет выделена персональная скидочная карта/купон)

Потребность в открытии подтверждается соцопросом среди жителей г. Смоленска и Смоленского региона (436 респондентов) с помощью Гугл-форм:

<https://docs.google.com/forms/d/1aWEXPYMhXcWJ21ULPU>

[TRYrC95qmsAbsxDKloqA5eZA/edit?usp=drivesdk](https://docs.google.com/forms/d/1aWEXPYMhXcWJ21ULPU/TRYrC95qmsAbsxDKloqA5eZA/edit?usp=drivesdk)



Можете ли Вы приобрести изделие ручной работы для подарка близким?



Понимаете ли Вы потребность в изделиях ручной работы для подарка близким?



Какая категория изделий ручной работы Вы бы хотели приобрести?

Опросом среди наших клиентов по удовлетворенности покупкой:

<https://forms.gle/AZTmQfe2tMm7Bcdy6>



Каким качеством товара, что Вы приобрели, вы можете поделиться с близкими?

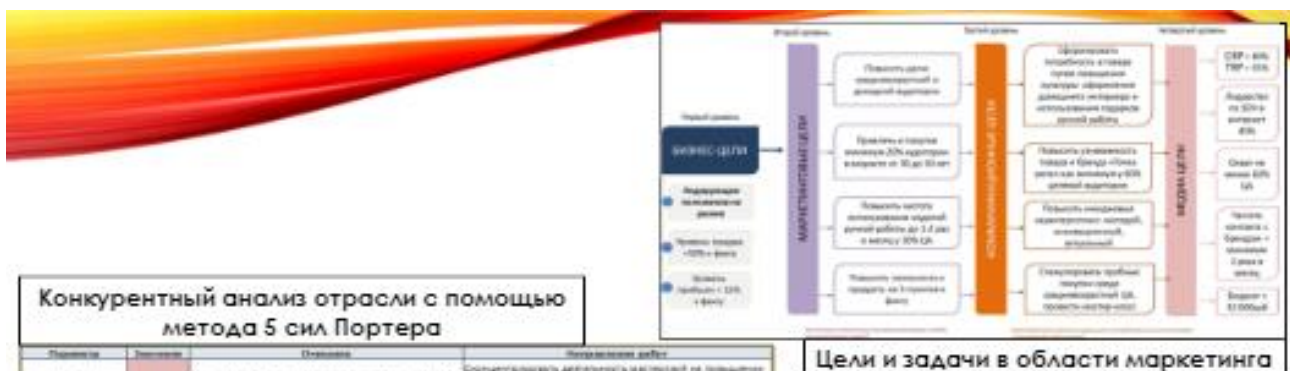


Каким качеством товара, что Вы приобрели, вы можете поделиться с близкими?



Емкость рынка

Изделия ручной работы	ед. изм.	Текущий год
Расчет емкости рынка снизу вверх (от потребителя или базы клиентов)		
Размер аудитории: все	чел	24 237
Пенетрация (планируемая доля ЦА)	%	1,50%
Планируемый охват ЦА	чел	364
Фактический охват ЦА (среднее кол-во покупок в год)	шт	6
Средняя стоимость покупки	руб	907
Потенциальная емкость		
Изделия ручной работы	в шт	145 422
Изделия ручной работы	в руб	131 897 754
Фактическая емкость		
Изделия ручной работы	в шт	2 181
Изделия ручной работы	в руб	1 978 466



Параметры	Угрозы	Опасности	Потенциальные выгоды
Угрозы со стороны поставщиков	Высокий	Угроза со стороны поставщиков заключается в том, что поставщики могут повысить цены на сырье и материалы, что приведет к увеличению затрат на производство и снижению прибыли.	Снижение затрат на закупку сырья и материалов, что приведет к снижению затрат на производство и увеличению прибыли.
Угрозы со стороны покупателей	Средний	Угроза со стороны покупателей заключается в том, что покупатели могут отказаться от покупки продукции, что приведет к снижению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Угрозы со стороны новых игроков	Высокий	Угроза со стороны новых игроков заключается в том, что новые игроки могут войти на рынок и начать продавать продукцию, что приведет к снижению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Угрозы со стороны существующих игроков	Высокий	Угроза со стороны существующих игроков заключается в том, что существующие игроки могут начать продавать продукцию, что приведет к снижению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Угрозы со стороны поставщиков	Средний	Угроза со стороны поставщиков заключается в том, что поставщики могут повысить цены на сырье и материалы, что приведет к увеличению затрат на производство и снижению прибыли.	Снижение затрат на закупку сырья и материалов, что приведет к снижению затрат на производство и увеличению прибыли.

Оценка возможных стратегий по Ансоффу

Вариант стратегии	Возможность	Описание	Ключевые источники роста компании
Стратегия пролонгирования	Возможна	Если все сделано в рамках стратегии у Токио рета, то можно не только увеличить количество продаж, но и увеличить количество продаж, что приведет к увеличению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Стратегия развития рынка	Возможна	Важно, чтобы компания была готова к тому, что рынок может быть насыщен, что приведет к снижению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Стратегия развития товара	Не возможна	Компания не обладает достаточными ресурсами для расширения ассортимента.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.
Стратегия диверсификации	Возможна	У компании есть все возможности для роста на текущем рынке, что приведет к увеличению продаж и прибыли.	Увеличение продаж и прибыли за счет расширения ассортимента и улучшения качества продукции.



Детальный маркетинговый план и маркетинговый бюджет для этапа запуска

Цель	Выход на рынок изделий ручной работы к сентябрю 2021 года				
Анализ	Задача	Срок	Ответственный	Бюджет	
	Комплексный анализ рынка и ЦА	июль-август 2021 выполнено	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
Инструменты достижения	Задача	Срок	Ответственный	Бюджет	
	Разработка и внедрение рекламной стратегии:	сентябрь 2021 - январь 2022 выполнено	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	1. Разработка УТП	сентябрь 2021 выполнено	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	2. Поиск рекламных площадок	октябрь 2021 выполнено	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	3. Разработка креатива	январь 2022 выполнено	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	Запуск рекламы в социальных сетях	февраль-март 2022	Миронова Е.П.	1 500,00 Р	
	Промоакции людей в кластер-магазинах	июль-август 2022	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.	1 500,00 Р	
	Определение эффективности коммуникации	февраль-март 2022 выполнено	Афонякина Т.Д.		
Инструменты достижения	Разработка стратегии продвижения в соцсетях	февраль-март 2022 выполнено	Миронова Е.П.		
	Определение продукта	июль-август 2021	Миронова Е.П.		
Итого:				3 000,00 Р	

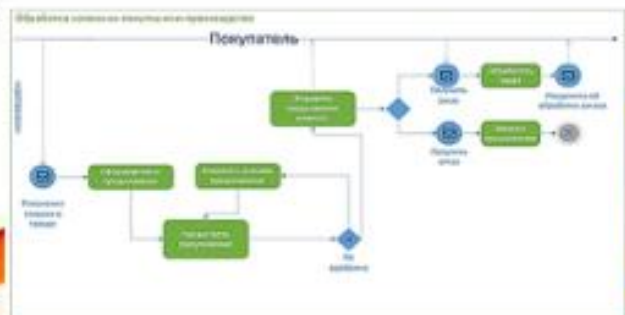
Маркетинговый план и маркетинговый бюджет для дальнейших этапов развития

Цель	Увеличение клиентской базы на 25% и увеличение частоты покупок на 30% к 01.01.2024				
Анализ	Задача	Срок	Ответственный	Примерный бюджет	
	Анализ текущих показателей	июль-август 2023	Миронова Е.П.		
Инструменты достижения	Задача	Срок	Ответственный	Примерный бюджет	
	Разработка рекламной стратегии и запуск рекламной кампании	сентябрь 2023	Миронова Е.П.	20 000,00 Р	
	Создание контент-плана	сентябрь-октябрь 2023	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	Создание и запуск контент-кампании с 1 по 20 августа 2023	август 2023	Миронова Е.П.		
	Пополнение каталога. Мониторинг популярности товаров	июль-август 2023	Миронова Е.П.	1 000,00 Р	
	Организация мероприятий. Мастер-класс по производству изделий ручной работы	июль-август 2023	Афонякина Т.Д.	1 000,00 Р	
	Разработка персонализированной рекламы	сентябрь 2023	Миронова Е.П., Афонякина Т.Д.		
	Итого:			22 000,00 Р	

Карта системы бизнес-процессов



BRMN диаграмма основной деятельности



Варианты развития бизнеса, коммерческие риски и антикризисный план

ПОЗИТИВНЫЙ ВАРИАНТ			
Мероприятия по развитию бизнеса			
Уровень спроса высок прогнозируемые результаты	Аренда торгового помещения 25 кв. м, г. Смоленск, ул. Октябрьской революции, д.17, увеличение ассортимента товаров.		
	В долгосрочной перспективе возможен вариант масштабирования бизнеса: - открытие большого магазина изделий ручной работы; дифференцирование деятельности за счет установки автоматических кофе-машин для желающих перекусить и выпить чашечку кофе (200 000 руб.); - выход на платформы Ozon и Wildberries.		
НЕГАТИВНЫЙ ВАРИАНТ			
	Риск / Управляемость рисков	Степень риска	АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН
Уровень спроса низок прогнозируемого уровня продаж	Спад платежеспособности покупателей / Неуправляемый	Допустимый	Выходные в ассортимент изделий с низкой себестоимостью и цунами эксклюзива
	Появление новых игроков на рынке / Неуправляемый	Опасный	Мониторинг новых игроков и их предложений, с целью диверсификации ассортимента путем расширения уже имеющегося и введения новых товаров
	Потери текущих клиентов/Управляемый	Опасный	Привлечение клиентов высоким качеством производимой продукции и привлекательной ценой. Осуществлять активное взаимодействие с потенциальными покупателями. Работать в направлении повышения лояльности со стороны интернет-пользователей. Постоянно развивать систему лояльности регулярными мероприятиями, а также осуществлять активное воздействие на потребителей через маркетинг.
	Появление новых игроков/Неуправляемый	Опасный	Формирование резервного фонда за счет части прибыли с целью подстраховки

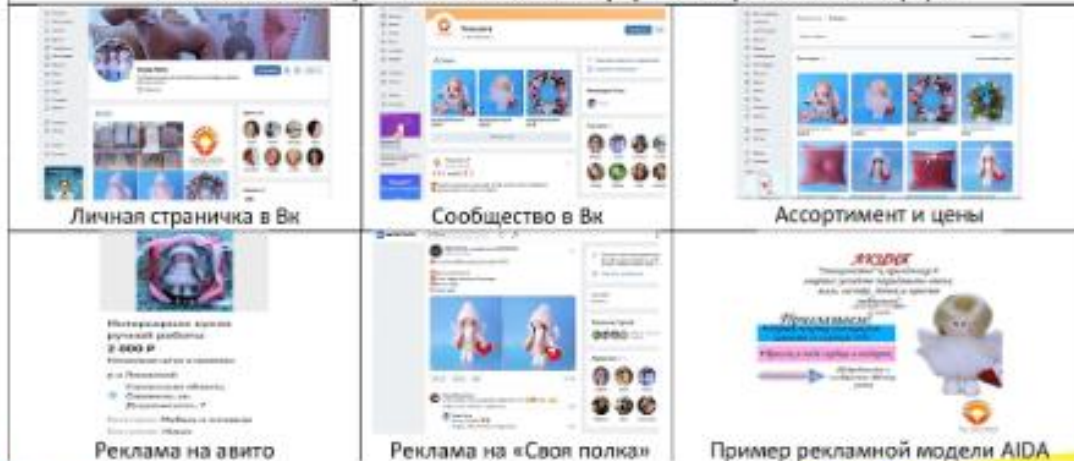
Стартовые расходы или бюджет инвестиций

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Цена, руб./покуп. кв.	Затраты, руб.	
1	Аренда помещения	м²	2 000	1	2 000
2	ИПТБ за оборудование				8000
3	Прочие расходы (транспорт, реклама)				
4	Налог на имущество (налог на имущество физ. лица)	м²	1 200	1	1 200
5	Затраты		1800	1	1800
6	ИПТБ за оборудование				1800
7	Затраты на доставку	кг	10	10	10
8	Затраты на доставку	кг	10	10	10
9	Затраты на доставку	кг	10	10	10
10	Затраты на доставку	кг	10	10	10
11	Затраты на доставку	кг	10	10	10
12	Затраты на доставку	кг	10	10	10
13	Затраты на доставку	кг	10	10	10
14	Затраты на доставку	кг	10	10	10
15	Затраты на доставку	кг	10	10	10
16	Затраты на доставку	кг	10	10	10
17	Затраты на доставку	кг	10	10	10
18	Затраты на доставку	кг	10	10	10
19	Затраты на доставку	кг	10	10	10
20	Затраты на доставку	кг	10	10	10
21	Затраты на доставку	кг	10	10	10
22	Затраты на доставку	кг	10	10	10
23	Затраты на доставку	кг	10	10	10
24	Затраты на доставку	кг	10	10	10
25	Затраты на доставку	кг	10	10	10
26	Затраты на доставку	кг	10	10	10
27	Затраты на доставку	кг	10	10	10
28	Затраты на доставку	кг	10	10	10
29	Затраты на доставку	кг	10	10	10
30	Затраты на доставку	кг	10	10	10
31	Затраты на доставку	кг	10	10	10
32	Затраты на доставку	кг	10	10	10
33	Затраты на доставку	кг	10	10	10
34	Затраты на доставку	кг	10	10	10
35	Затраты на доставку	кг	10	10	10
36	Затраты на доставку	кг	10	10	10
37	Затраты на доставку	кг	10	10	10
38	Затраты на доставку	кг	10	10	10
39	Затраты на доставку	кг	10	10	10
40	Затраты на доставку	кг	10	10	10
41	Затраты на доставку	кг	10	10	10
42	Затраты на доставку	кг	10	10	10
43	Затраты на доставку	кг	10	10	10
44	Затраты на доставку	кг	10	10	10
45	Затраты на доставку	кг	10	10	10
46	Затраты на доставку	кг	10	10	10
47	Затраты на доставку	кг	10	10	10
48	Затраты на доставку	кг	10	10	10
49	Затраты на доставку	кг	10	10	10
50	Затраты на доставку	кг	10	10	10
51	Затраты на доставку	кг	10	10	10
52	Затраты на доставку	кг	10	10	10
53	Затраты на доставку	кг	10	10	10
54	Затраты на доставку	кг	10	10	10
55	Затраты на доставку	кг	10	10	10
56	Затраты на доставку	кг	10	10	10
57	Затраты на доставку	кг	10	10	10
58	Затраты на доставку	кг	10	10	10
59	Затраты на доставку	кг	10	10	10
60	Затраты на доставку	кг	10	10	10
61	Затраты на доставку	кг	10	10	10
62	Затраты на доставку	кг	10	10	10
63	Затраты на доставку	кг	10	10	10
64	Затраты на доставку	кг	10	10	10
65	Затраты на доставку	кг	10	10	10
66	Затраты на доставку	кг	10	10	10
67	Затраты на доставку	кг	10	10	10
68	Затраты на доставку	кг	10	10	10
69	Затраты на доставку	кг	10	10	10
70	Затраты на доставку	кг	10	10	10
71	Затраты на доставку	кг	10	10	10
72	Затраты на доставку	кг	10	10	10
73	Затраты на доставку	кг	10	10	10
74	Затраты на доставку	кг	10	10	10
75	Затраты на доставку	кг	10	10	10
76	Затраты на доставку	кг	10	10	10
77	Затраты на доставку	кг	10	10	10
78	Затраты на доставку	кг	10	10	10
79	Затраты на доставку	кг	10	10	10
80	Затраты на доставку	кг	10	10	10
81	Затраты на доставку	кг	10	10	10
82	Затраты на доставку	кг	10	10	10
83	Затраты на доставку	кг	10	10	10
84	Затраты на доставку	кг	10	10	10
85	Затраты на доставку	кг	10	10	10
86	Затраты на доставку	кг	10	10	10
87	Затраты на доставку	кг	10	10	10
88	Затраты на доставку	кг	10	10	10
89	Затраты на доставку	кг	10	10	10
90	Затраты на доставку	кг	10	10	10
91	Затраты на доставку	кг	10	10	10
92	Затраты на доставку	кг	10	10	10
93	Затраты на доставку	кг	10	10	10
94	Затраты на доставку	кг	10	10	10
95	Затраты на доставку	кг	10	10	10
96	Затраты на доставку	кг	10	10	10
97	Затраты на доставку	кг	10	10	10
98	Затраты на доставку	кг	10	10	10
99	Затраты на доставку	кг	10	10	10
100	Затраты на доставку	кг	10	10	10

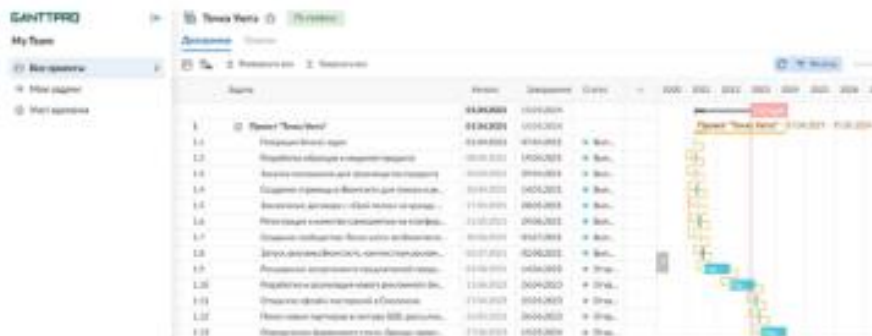
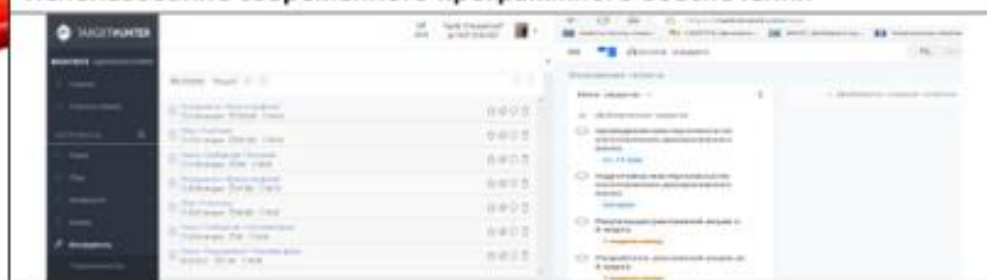
№ п/п	Наименование	Ед. изм.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Всего
1	Сумма инвестиций с учетом оборачиваемости капитала (стартовый капитал)	руб.	20 100,00			20 100,00
2	Прибыль от финансирования (с учетом оборачиваемости капитала и убытков периода)	руб.	8 000,00			8 000,00
3	Всего выгода	руб.	300 000,00	300 000,00	331 000,00	700 000,00
4	Объем продаж	кг	50,00	170,00	1 100,00	700,00
5	Средняя цена	руб./кг	1 700,00	940,00	730,00	960,00
6	Маржинальный доход	руб.	55 700,00	121 900,00	208 600,00	486 200,00
7	Маржинальная доходность	%	11,7%	61,0%	90,7%	61,0%
8	Прибыль от продаж с учетом амортизации (ВРП)	руб.	40 100,00	100 000,00	191 000,00	431 100,00
9	Доходность по ВРП	%	74,7%	64,0%	68,0%	67,2%
10	Прибыль до уплаты налогов и налога (ВРП)	руб.	40 100,00	100 000,00	191 000,00	431 100,00
11	Доходность по ВРП	%	74,7%	64,0%	68,0%	67,2%
12	Чистая прибыль	руб.	39 100,00	100 000,00	171 000,00	390 100,00
13	Доходность по чистой прибыли	%	74,0%	60,7%	65,0%	63,0%
14	Чистый период окупаемости (Чистый период - ЧП)	мес.				2,23
15	Дисконтированный чистый период окупаемости (Discounted Period Return - DPR)	мес.				2,17
16	Чистый период окупаемости (Net Present Value - NPV)	руб.				350 500,00
17	Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return - IRR)	%				100,0%
18	Индекс прибыльности (Index of Profitability - IP)	кг				30,71

Сводные показатели эффективности проекта

Использование социальных сетей и платформ электронной коммерции



Использование современного программного обеспечения



Варианты развития бизнеса, коммерческие риски и антикризисный план

ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ			
Антикризис по развитию бизнеса			
Проблемы, угрозы, риски, критические уровни развития	Аренда торгового помещения 25 кв. м. в г. Смоленске, ул. Октябрьский район, д. 37, регистрация ассортимента товаров в декларированной территории оказания услуг на территории бизнеса; - открытие большого магазина изделий ручной работы, дифференцирование деятельности за счет создания автоматического кофе-машины для изготовления продукции и выдачи чашечки кофе (200 000 руб.); - выход на платформы Ozon и Wildberries;		
Антикризис по развитию бизнеса			
ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ			
Риск / Угроза / Проблема	Степень риска	АНТИКРИЗИСНЫЙ ПЛАН	
Проблемы, угрозы, риски, критические уровни развития	Средняя / Угроза / Проблема	Введение в ассортимент изделий с низкой себестоимостью и низким уровнем класса	
Проблемы, угрозы, риски, критические уровни развития	Средняя / Угроза / Проблема	Мониторинг новых игроков и их предложений, с целью диверсификации ассортимента путем расширения уже имеющегося и введения новых товаров	
Проблемы, угрозы, риски, критические уровни развития	Средняя / Угроза / Проблема	Привлечение клиентов высшего качества производимой продукции и привлечение клиентов. Организация работы с персоналом и клиентами. Работа в направлении повышения лояльности со стороны интернет-пользователей. Постепенное расширение системы акций и скин-программ, а также осуществлять активное воздействие на потребителей через маркетинг.	
Проблемы, угрозы, риски, критические уровни развития	Средняя / Угроза / Проблема	Формирование резервного фонда за счет части прибыли с целью подстраховки	

Определены меры по формированию положительного имиджа «Точки уюта»:

1. Наличие фирменного стиля – разработан логотип, придуман слоган, определена по методу Харрисона организационная культура, дизайн и цветовая гамма.

2. Готовность нести ответственность по своим обязательствам и совершаемым действиям как в отношении представителей внешней среды (поставщиков, клиентов и т.п.), так и сотрудников.

3. Проведение мастер-классов, в том числе на безвозмездной основе.

4. Перечисление части получаемого дохода на нужды приюта для животных «Верность».

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Производство и реализация безвоздушных шин «Noair»

(полное название стартап-проекта)

Касперук Наталья Андреевна

Овчарова Анастасия Евгеньевна

Гончар Глеб Геннадьевич

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

УО "Брестский государственный технический университет"

образовательное учреждение - полностью)

Мишкова Маргарита Петровна

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

1. Актуальность и суть проекта

Актуальность: ежегодно в мире утилизируется 200 млн покрышек, и хотя безвоздушный комплект шин тоже не вечен, срок его службы минимум втрое дольше, что позволит снизить объем отходов. Что еще лучше, конструкция без надувной камеры практически не боится повреждений, ни проколов, ни ударов, а потому не выходит из строя в большинстве ДТП.

Так же вес безвоздушных шин в 7 раз меньше типового колеса с металлическим диском и резиновой покрышкой, на его производство тратится гораздо меньше сырья. С таким колесом не нужно следить за давлением, тратить время на накачивание шин.

Общий облик автомобильного колеса с центральным диском и шиной, заполненной воздухом, сформировался достаточно давно и подтвердил свою эффективность. Однако регулярно предпринимаются попытки кардинальной перестройки такой конструкции с целью повышения ее технических или экономических характеристик. Определенной популярностью в этом контексте пользуется т.н. безвоздушная шина с упругими элементами и без сжатого газа. Первые варианты безвоздушных шин появились едва ли не в начале прошлого века. Зачастую поводом к появлению таких проектов становился дефицит материалов. Конструкторы пытались заменить труднодоступную и недешевую резину более выгодным деревом или металлом. К настоящему времени проблема дефицита была решена, и новые проекты связаны только с желанием повысить характеристики ходовой части. Ранние проекты безвоздушных шин чаще всего предлагали металлический диск и внешний обод с протектором, соединенные набором пружин разных форм и конфигураций. В разное время использовались цилиндрические или листовые пружины.

Noair – это компания по производству безвоздушных шин. Мы предоставляем такие услуги как: производство безвоздушных шин, их установка, реконструкция изношенных шин.

Основные преимущества безвоздушных шин:

1. **Исключение проколов шины.** Отсутствие воздуха в шинах делает невозможным ее прокол и ненужным запасное колесо.
2. **Давление в шинах.** Нет необходимости регулировать и проверять его. К тому же, шина не лопнет из-за высокого давления.
3. **Рациональный расход топлива.** В случае, когда показатель давления в одном из колес автомобиля отличается, увеличивается расход топлива. В случае с безвоздушными шинами подобная ситуация невозможна.
4. **Равномерный износ шин.** Износ покрышки также зависит от давления. Так, при несоответствии показателя указанным производителем нормам, она стирается быстрее.
5. **Меньше масса колеса.** Снижение массы, позволяет эффективно расходовать топливо, повышает управляемость машины и уровень комфортности движения.
6. **Шина не слетит с диска.** Из-за особенностей конструкции и монтажа данная ситуация исключается.
7. **Высокий уровень безопасности.** Как следствие приведенных ранее пунктов о невозможности проколоть шину или сорвать ее с диска, а значит потерять управление.
8. **Экологичность.** Для производства резины безвоздушных шин может использоваться переработанное сырье.
9. **Не требуется запасное колесо.**
10. **Снижается риск ДТП,** вызванный проколами и разрывами покрышек.

Название «Noair» - простое и лаконичное, оно сразу дает понять потенциальным потребителям, что они имеют дело с безвоздушными шинами.

Фирменный логотип: **Логотип выполнен в форме безвоздушного колеса, но давайте обратим внимание на детали. Форма кольца означает прочность: прочность наших идей, наших товаров. Знак молнии символизирует стремление: стремление к развитию, к росту, к поиску новых технологий. Синий цвет был выбран как цвет стабильности, вызывающий доверие.**

Фирменный логотип предприятия ООО «Noair» представлен на рис. 1.



Рисунок 1 – фирменный логотип безвоздушных шин «Noair»

2. Конструкция

Конструктивно безвоздушная шина представляет собой жесткий обод, внутри которого находятся соты или эластичные спицы, а также ступица.

3. Основные идеи

Основной вид деятельности: производство и реализация безвоздушных шин, их установка, реконструкция изношенных шин

Миссия: «Обеспечить водителей качественными шинами и избавить от проблем проколов, регулировки давления и неравномерного износа шин».

Слоган: «Открой для себя качественное решение Noair!».

Прототип 3d модели безвоздушных шин представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 - Прототип 3d модели безвоздушных шин

4. Реализация

Нами была создана 3d модель шины. На основе данной модели будет изготавливаться литейная форма. Далее эта форма заполняется эластичными полиуретанами и формируется шина.

В данный момент услуги по созданию литейных форм по 3d модели могут предоставить белорусские компании «3d сфера» и «Plastic technologies ltd», а также российская фирма «S-erp».

Проект создания «безвоздушных» шин в компании называют буквально изобретением колеса. И понятно, почему подобные разработки, несмотря на все многообещающие перспективы, так до сих пор массово и не появились на автомобилях:

Пневматические шины можно «настроить» под разные типы поверхности изменив давление воздуха в них. То же самое с массой транспортного средства. В «безвоздушных», естественно, так сделать не получится — ни справиться перед выездом на снег либо грязь, ни подкачать колеса при повышенной нагрузке машины.

Подвеска автомобилей рассчитана на определенный вес колеса, а также такие характеристики шины как ее способность к поглощению ударов. У «безвоздушных» банально резины и полимеров в конструкции больше, да и пружинят они меньше. Если это не скажется

на ресурсе шасси, то уж точно отразится на ощущениях водителя от езды. А люди не любят, когда что-то привычное сильно меняется. Кроме того, есть еще вопрос боковых нагрузок, которые совершенно точно новые покрышки будут отрабатывать иначе, чем обычные.

Ну и никто не отменял недостатки — а они обязательно будут выявлены, идеальных технологий не существует. Если с обычной автомобильной резиной уже давно все понятно, то как себя покажет «безвоздушная», еще только предстоит узнать. Сравнение обычных и безвоздушных шин представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение обычных и безвоздушных шин

	Пневматические шины	Безвоздушные шины
Вес	20 кг.	10 кг.
Материал	Натуральный и синтетический каучук, сажа, масло, резиновые смеси	Каучуковая смесь, полимерное стекловолокно и компоненты, усиливающие конструкцию
Поглощение неровностей	Высокое	Высокое
Износостойкость	5 лет	15 лет
Стоимость	300 руб. за шт.	704 руб. за шт.

Из таблицы видно, что безвоздушные шины уступают в цене, они в 2,3 раза дороже, но если учесть, что срок службы в 3 раза выше, а также возможно восстановление до 5 раз, то безвоздушные шины получаются выгоднее.

5. Краткое экономическое обоснование

Для производства одного колеса нам необходимы следующие составляющие:

Таблица 2 – Стоимость основных материалов для производства одного колеса

Наименование	Цена за 1 кг, руб	Необходимое количество, кг	Стоимость
Авиационный алюминий 6061	14	10	140
Эластичный полиуретан	50	6	300

С учётом затрат на электроэнергию, заработную плату сотрудникам и амортизацию основных средств, себестоимость одного колеса составляет 586 рублей.

Таблица 3 – Калькуляция себестоимости и цены

Вид продукции	Себестоимость за ед., руб.	Прибыль за ед., руб.	Цена за ед., руб.
Колесо	586	118	704
Комплект	2344	469	2813

Таблица 4 – Планируемый объем продаж за первый год

Денежные поступления	За 1 год	За 2 год	За 3 год
Выручка, руб.	2112000	2323200	2675200
Себестоимость, руб.	1758000	1933800	2226800
Общая прибыль, руб.	422400	464640	535040
Налог на прибыль, руб.	84480	92928	107008
Чистая прибыль, руб.	337920	371712	428032
Рентабельность, %	16	16	16

6. Ожидаемые результаты проекта

Результатом успешной деятельности проекта можно считать достижение следующих целей:

- 1) За год выйти на продажу 3000 шин и увеличить это количество до 3800 шин через два года
- 2) Завоевать доверие потребителей и инвесторов.
- 3) Начать активное сотрудничество с уже устоявшимися компаниями по производству шин в СНГ пространстве (ОАО "Белшина" и т.д.)

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ





Основные преимущества безвоздушных шин



1. Исключение проколов шины
2. Нет необходимости регулировать и проверять давление
3. Рациональный расход топлива
4. Равномерный износ шин
5. Меньше масса колеса
6. Шина не слетит с диска
7. Высокий уровень безопасности
8. Экологичность
9. Не требуется запасное колесо.
10. Снижается риск ДТП

Пневматические шины **VS** Безвоздушные шины

Параметры	Пневматические шины	Безвоздушные шины
Вес	20 кг.	10 кг.
Материал	Натуральный и синтетический каучук, сажа, масло, резиновые смеси	Каучуковая смесь, полимерное стекловолокно и компоненты, усиливающие конструкцию
Поглощение неровностей	Высокое	Высокое
Износостойкость	5 лет	15 лет
Стоимость	300 руб. за шт.	704 руб. за шт.

**Пневматические
шины**

**Безвоздушные
шины**



**Открой для себя
качественное решение
Noair!**

Стасевич А.С, Тарасюк А.В., Назарова П.Г., Барщевская В.М.

Recycle for the life cycle

Белорусский национальный технический университет

Корсак Е.П., старший преподаватель

ЦЕЛЬ

Одной из самых значимых и глобальных проблем современности является повышение потребления энергии. В развивающихся странах темпы потребления электроэнергии растут в геометрической прогрессии, по этой причине ухудшается экологическая обстановка в мире. Развитие альтернативной энергетики – отличное решение этих проблем. В данной статье авторами предложен проект по созданию летней энергетической эко-школы на базе санатория-профилактория «Политехник» Белорусского национального технического университета, включающий принцип работы и экономическое обоснование проекта.

Цель проекта: повышение уровня экологического образования в Беларуси, а также вступление Белорусского национального технического университета в состав эко-вузов СНГ.

Задачи проекта:

- укрепление международных отношений, под средством привлечения иностранных студентов для обучения в энергетической эко-школе;
- поддержание Целей устойчивого развития Республики Беларусь;
- из средств, вырученных от смен эко-школы на базе Белорусского национального университета установить автоматы по сортировке.

Объект исследования: энергетическая эко-школа

Предмет исследования: осведомленность учащихся о экологической обстановке в мире

АКТУАЛЬНОСТЬ

Человек принялся губить природу с самых первых дней своего существования, а с каждым пройденным годом, процветанием и усложнением цивилизации проблема экологии набирает еще большие обороты. Именно поэтому в настоящее время становится актуальным вопрос о сохранении биосферы, для решения которого необходимо видоизменить сферы деятельности человека путем нравственного совершенствования людей, выработки духовно-нравственных установок и высокого уровня экологической культуры.

На ряду с экологией рядом с людьми существует энергетика, что также оказывает существенное влияние на окружающую среду за счет вредных выбросов и использования истощаемых ресурсов. Загрязнение почвы, воздуха, воды, разрушение озонового слоя, парниковый эффект и истощение ресурсов – все это основные проблемы экологии и энергетики, напрямую связанные с необдуманым потреблением и использованием ресурсов. Поэтому, для сохранения окружающей нас среды, правительством Республики Беларусь активно разрабатываются государственные программы, направленные на улучшение экологической обстановки. Одними из уже реализующихся программ являются Государственная программа «Охрана окружающей среды и устойчивое использование природных ресурсов на 2021-2025 годы», Государственная программа «Энергосбережение» на 2021– 2025 годы.

Одним из эффективных путей формирования экологической культуры человека является погружение его в процесс непосредственного общения с природой, в процесс понимания того, что природа – это не просто окружающая человека среда. Можно бесконечно долго говорить о необходимости сохранения природы и «природных богатств», воспитании любви к природе, бережном отношении к ней, но ситуация не изменится до тех пор, пока не изменится сознание людей. Как правило, человеку свойственно проявлять заботу и любовь к тому, что он понимает и считает своим. Одной из наиболее эффективных форм экологического образования и воспитания людей является международная эко-энергетическая школа на базе студенческого санатория-профилактория «Политехник» Белорусского национального технического университета. Расположение на берегу Минского моря (Беларусь, Минская область, Минский район, Папернянский сельсовет, 89, д. Приморье (в 10 км от Минска; на территории студенческого санатория-профилактория БНТУ), объединяющая в себе познавательную, досуговую и

оздоровительную составляющие с разнообразными мероприятиями, практическими заданиями и лекциями, направленными на развитие у людей экологической осознанности.

Белорусский национальный технический университет уже имеет двусторонне сотрудничество с КНР и Узбекистаном, что позволит произвести обмен экологическим опытом между студентами стран. **Институт Конфуция по науке и технике БНТУ** основан 6 декабря 2013 года. Партнером БНТУ по созданию Института Конфуция является Северо-Восточный университет – один из ведущих вузов Китая, основанный в 1923 году, который находится в городе Шеньян, столице провинции Ляонин. Торжественное открытие Института Конфуция по науке и технике состоялось 21 октября 2014 года. В настоящее время Китай является крупнейшим источником вредных выбросов (обеспечивая более 1/4 мировых выбросов парниковых газов). Китайские показатели выбросов на единицу ВВП — одни из самых высоких в мире, поэтому участие в международной программе эко-энергетической школы для студентов из КНР особенно актуально.

На протяжении смены студентам будут читаться лекции от приглашенных преподавателей, направленные на развитие и понимание экологических проблем и возможностях минимизации их влияния на своем собственном опыте. Различные интерактивы в виде квестов, викторин, игр и заданий позволят сразу же применять полученные знания на практике и закреплять материал, наглядно наблюдать и чувствовать, что каждый человек способен изменить окружающую обстановку начав первым делом с себя.

Средства, вырученные от реализации проекта, предполагается использовать для создания в Белорусском национальном техническом университете системы сбора и переработки отходов, реализации возможности снижения количества используемого пластика в центрах общественного питания университета. В 2015 году стартовало движение «Цель 99», призванное «зажечь» белорусов идеей раздельного сбора. Не выбрасывать в общее ведро бутылки и бумагу учат еноты на билбордах и социальная реклама по радио. Разделение отходов позволяет сберечь окружающую среду, а переработка может предотвратить захоронение потенциально полезных материалов и сократить потребление первичного сырья, тем самым снизив потребление энергии, загрязнение воздуха (от сжигания), загрязнение воды, загрязнение почвы (от захоронения).

Таким образом, создание эко-энергетической школы направлено на выработку у студентов осознанности в потреблении и использовании ресурсов, получении знаний в сфере экологии, энергетики и устойчивого развития в соответствии с концепцией «зеленых» вузов.

Создание и реализация проекта направлены на достижение таких целей устойчивого развития, как:

- Цель №3: Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте;
- Цель №4: Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех;
- Цель №12: Обеспечение рациональных моделей потребления и производства;
- Цель №13: Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями;
- Цель №14: Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития;
- Цель №15: Защита, восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное управление лесами, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биологического разнообразия;
- Цель №17: Укрепление средств достижения устойчивого развития и активизация работы механизмов глобального партнёрства в интересах устойчивого развития.

Совмещение наших студентов со студентами стран СНГ, а также КНР и Узбекистана позволит укрепить международное сотрудничество между странами-участницами проекта.

И еще одной из главных актуальных причин реализации проекта является вступление Белорусского национального технического университета в ассоциацию «Зеленых вузов» стран СНГ, стартовавшей 1 октября 2012 года на основе ЦУР №12 и направленной на развитие движения экологически ответственных вузов и студенческих экологических инициатив.

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ

Проект образовательной программы эко-энергетической школы «Recycle for the life cycle» (7 дней)

Дни	Описание программы (лекции, экскурсии, мастер-классы)
1 день	Заезд

13.00 – 14.00 Торжественное открытие смены

Концертная программа, посвящение в команду «эко-френдли»

13.00-14.00 Обед

16.00-17.00 Круглый стол «Инновации в экомониторинге» с участием надзорных органов и представителей социально ответственного бизнеса:

- обсуждение экологических проблем региона и путей их решения;

17.00 – 18.00 Спортивное мероприятие "Зелёная эстафета"

Спортивное развлечение с интерактивными играми и музыкальным сопровождением

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

Участники танцуют на пьезопанели, поют караоке и вырабатывают электро-энергию.

2 день	<u>8.00-8.30</u> Зарядка
--------	--------------------------

8.45-9.45 Завтрак

10.00 – 12.30 Лекция на тему «Водосбережение»

Цели и задачи:

- Формирование у обучающихся активной социальной позиции по отношению к рациональному использованию водных ресурсов;
- Изучить и проанализировать информацию о потреблении воды;
- Инициировать рациональное использование и экономию воды Внедрение в практику мероприятий по водосбережению.

13.00-14.00 Обед

16.00 -18.00 Велосипедная прогулка по просторам природы

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

3 день	<u>8.00-8.30</u> Зарядка
--------	--------------------------

8.45-9.00 Завтрак

10.00 – 12.30 Лекция на тему «Качество атмосферного воздуха»

Цели и задачи:

- Изучить степень загрязнения атмосферного воздуха методами биоиндикации в микрорайоне проживания;
- Выявить причины загрязнения атмосферного воздуха в микрорайоне проживания;
- Формировать экологически ориентированное поведение команды «эко-френдли» через приобретение практических навыков.

13.00-14.00 Обед

16.00 -18. 00 Изготовление буклетов, памяток на природоохранную тематику

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

4 день

8.00-8.30 Зарядка

8.45-9.00 Завтрак

10.00 – 12.30 Лекция на тему «Энергосбережение»

Цели и задачи:

- Организовать мероприятия по привлечению внимания к рациональному использованию энергоресурсов, уменьшение потерь энергоресурсов посредством вовлечения всех участников в активную энергосберегающую деятельность
- Продолжить обучение приемам рационального и экономного и использования энергоресурсов в быту;
- Провести изучение потребления электроэнергии;
- Внедрение в практику мероприятий по энергосбережению.

13.00-14.00 Обед

16.00 -18. 00 Велосипедная прогулка по просторам природы

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

5 день

8.00-8.30 Зарядка

8.45-9.00 Завтрак

10.00 – 12.30 Лекция на тему «Обращение с отходами»

Цели и задачи:

- Актуализировать знания команды «эко-френдли» об источниках отходов и мусора и способах их минимизации, переработки и вторичного использования;
- Внедрение в практику мероприятий по минимизации образования отходов и разделному сбору мусора.

13.00-14.00 Обед

16.00 -18. 00 Мастер-класс по изготовлению бумаги из старых книг

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

6 день

8.00-8.30 Зарядка

8.45-9.00 Завтрак

10.00 – 12.30 Лекция на тему «Биоразнообразие»

Цели и задачи:

- Углубить знания о биоразнообразии местной территории и условиях его сохранения и увеличения;
- Совершенствовать умения проводить наблюдения, измерения, исследования в природе;
- Формирование высокой экологической культуры обучающихся путём изучения разнообразия наземных насекомых на территории учреждения образования.

13.00-14.00 Обед

16.00 -18. 00 Эко-пикник

На территории будут: ярмарка, вкуснейшая еда от шеф-повара, верёвочный парк, экотропы, уличные музыканты

19.00-20.00 Ужин

20.30-22.00 Дискотека «Ток из-под ног»

7 день

8.00-8.30 Зарядка

8.45-9.00 Завтрак

10.00-12.00 Эко-квест

Вы сможете расширить свой кругозор об экомаркировке, сортировке мусора, полезности местных и сезонных продуктов, а также закрепить знания, приобретенные в нашей школе. Каждый участник, который прошёл все задания и собрал все штампы на карту участника. получит эко подарки.

12.30-13.30 Подведение итогов. Вручение призов.

Уезд

Реализация проекта предполагается на базе студенческого санатория-профилактория «Политехник» Белорусского национального технического университета. Расположение на берегу Минского моря (Беларусь, Минская область, Минский район, Папернянский сельсовет, 89, д. Приморье (в 10 км от Минска) соответствует идее экологического воспитания и сохранения окружающей среды. Комнаты рассчитаны на 4 человек. Корпус отапливается, обеспечен холодным и горячим водоснабжением. Для проведения спортивных и культурно-массовых мероприятий на территории имеются спортивные площадки для футбола, баскетбола, волейбола, гандбола, теннисные корты, велодорожка, зал ЛФК и механотерапии, игровая комната, помещения для кружков и творческих студий, открытая сценическая площадка, библиотека. Продолжительность смены – 7 дней, количество мест на смену – 20 человек.

Белорусский национальный технический университет развивает двухстороннее сотрудничество с провинциями КНР и Узбекистаном (Ташкентский государственный технический

университет), в рамках чего предполагается внедрение образовательных программ для студентов по обмену экологическим опытом между странами. Введение подобной программы станет отличным опытом для участников не только для пополнения знаний в области экологии, но и позволит познакомиться с новыми людьми и культурой.

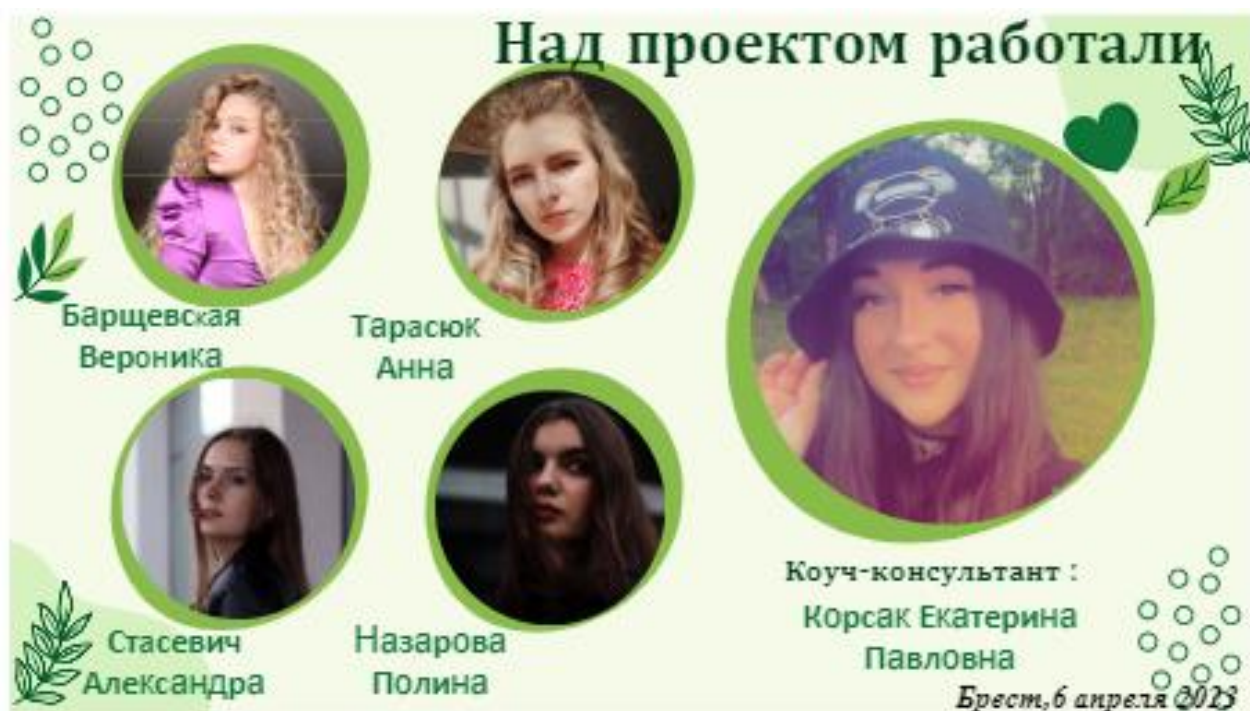
Основой разработки культурно массовых мероприятий станет расширение осведомленности подрастающего поколения о важности сохранения экологии, информирование о методах осознанного потребления. Для осуществления предполагается привлечение специалистов в области экологии для проведения ознакомительных лекций, проведение экскурсий по эко-тропам и эко-заповедникам страны, обучение правильной сортировке отходов, принципам ответственных закупок, снижения своего экологического следа и энергосбережения и другое. На протяжении смены обучающиеся будут разделены на команды, каждой из которых будет предложено создание концепции собственного проекта на предпочтительную для отдыхающих эко-тематику.

Средства, вырученные от реализации проекта, предполагается использовать для создания в Белорусском национальном техническом университете системы сбора отходов, реализации возможности снижения количества используемого пластика в центрах общественного питания университета. Для этого на базе университета необходимо установить контейнеры для раздельного сбора отходов. При установке автоматов для сбора пластика возможно осуществление дисконтной программы на приобретение товаров в пунктах общественного питания.

Таким образом летняя эко-школа реализует развитие концепции «Зеленых университетов» в Республике Беларусь, которая основана на Цели устойчивого развития №12 – ответственное потребление и производство путем внедрения «Зеленой инфраструктуры» в деятельность университета. Станет основанием для вступления университета в ассоциацию эковузов СНГ. Также реализация проекта поможет укрепить международное сотрудничество университета с Китайской народной республикой и Республикой Узбекистан.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ





Задачи проекта

1

укрепление международных отношений, под средством привлечения иностранных студентов для обучения в энергетической эко-школе

2

поддержание Целей устойчивого развития Республики Беларусь

3

из средств, вырученных от смен эко-школы на базе Белорусского национального университета установить автоматы по сортировке



Брест, 6 апреля 2023

Расположение эко-энергетической школы



Студенческий санаторий-профилакторий «Политехник»

на берегу Минского моря (Беларусь, Минская область, Минский район, Папернянский сельсовет, 89, д. Приморье (в 10 км от Минска; на территории студенческого санатория-профилактория БНТУ)

Брест, 6 апреля 2023

Международное сотрудничество



Республика Узбекистан
обмен экологическим опытом между студентами стран

Китайская Народная Республика
участие в международной программе эко-энергетической школы для студентов

Брест, 6 апреля 2023

Проект способствует достижению Целей устойчивого развития:



Хорошие здоровье и благополучие

Ответственное потребление и производство

Сохранение морских экосистем

Партнёрство в интересах устойчивого развития

Качественное образование

Борьба с изменением климата

Сохранение экосистем суши

Брест, 6 апреля 2023

«Цель 99»

Средства, вырученные от реализации проекта, предполагается использовать для создания в Белорусском национальном техническом университете системы сбора и переработки отходов, реализации возможности снижения количества используемого пластика в центрах общественного питания университета.



Брест, 6 апреля 2023

«Цель 12»

Ответственное потребление и производство путем внедрения «Зеленой инфраструктуры» в деятельность университета. Станет основанием для вступления университета в ассоциацию экотовзов СНГ. Также реализация проекта поможет укрепить международное сотрудничество университета с Китайской народной республикой и Республикой Узбекистан.



Также БНТУ предложили вступить в ассоциацию «Эко-фест»



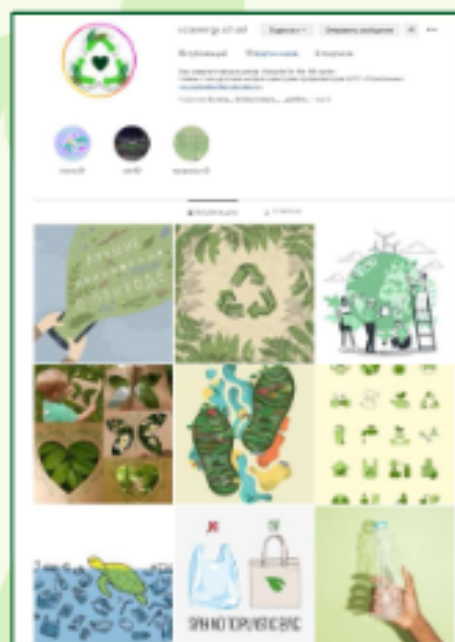
МЕНЮ МЕРОПРИЯТИЙ



Брест, 6 апреля 2023

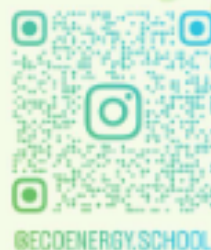
Программа эко-энергетической школы							
 Мероприятия	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	7 день
	Круглый стол «Мотивация и вовлечение персонала в экологичные инициативы»	Лекция на тему «Возобновляемые источники энергии и возобновляемый тепловой энергетический баланс»	Лекция на тему «Влияние атмосферы воздуха»	Лекция на тему «Возобновляемые источники энергии»	Лекция на тему «Образование и энергия»	Лекция на тему «Образование и энергия»	Материалы по выработке электроэнергии
	Экспертная конференция «Экологический менеджмент»	Групповая работа «Формирование экологичных привычек»	Групповая работа «Экологический менеджмент»	Групповая работа «Экологический менеджмент»	Групповая работа «Экологический менеджмент»	Групповая работа «Экологический менеджмент»	Экспертная конференция
	Материалы по развитию экологичности	Лекция «Образование и энергия»	Материалы по развитию экологичности	Материалы по развитию экологичности	Материалы по развитию экологичности	Материалы по развитию экологичности	Материалы по развитию экологичности
	Организатор: «Техно-Экономический проект» Участники: персонал на выработку электроэнергии и выработка электроэнергии						

Технико-экономические показатели проекта		
 Из расчета: 1 человек в день Количество участников 20 человек	Наименование показателя	Значение
	Капиталовложения	13600 бел.руб.
	Проживание и питание, в среднем обходится проживающему	40 бел.руб./чел.
	Зарплата персонала и приглашённых лекторов	5000 бел.руб.
	Необходимая канцелярия + подарочная продукция (бумага/эко-ручки/эко-шоперы/бейджи)+ прочие расходы	3000 бел.руб.
	Доход	1800 бел.руб.
	Стоимость путёвки	900 бел.руб./чел.
	Прибыль	4400 бел.руб.
	Срок окупаемости	1 смена
	ЧДД	3982 бел.руб.



Instagram школы @ecoenergy.school

Для распространения своего проекта мы выбрали продвижение в интернете с помощью веб-сайта и социальной сети Instagram. На сегодняшний день данные ресурсы помогают быстро и доступно донести информацию до необходимой аудитории, вызвать интерес к заданной теме. Instagram является более обширным информационным ресурсом, где публикуются эко-советы, проводятся мини-игры и другие интерактивы с подписчиками, предоставляется возможность напрямую связаться с организаторами и уточнить интересующие детали.



Брест, 6 апреля 2023

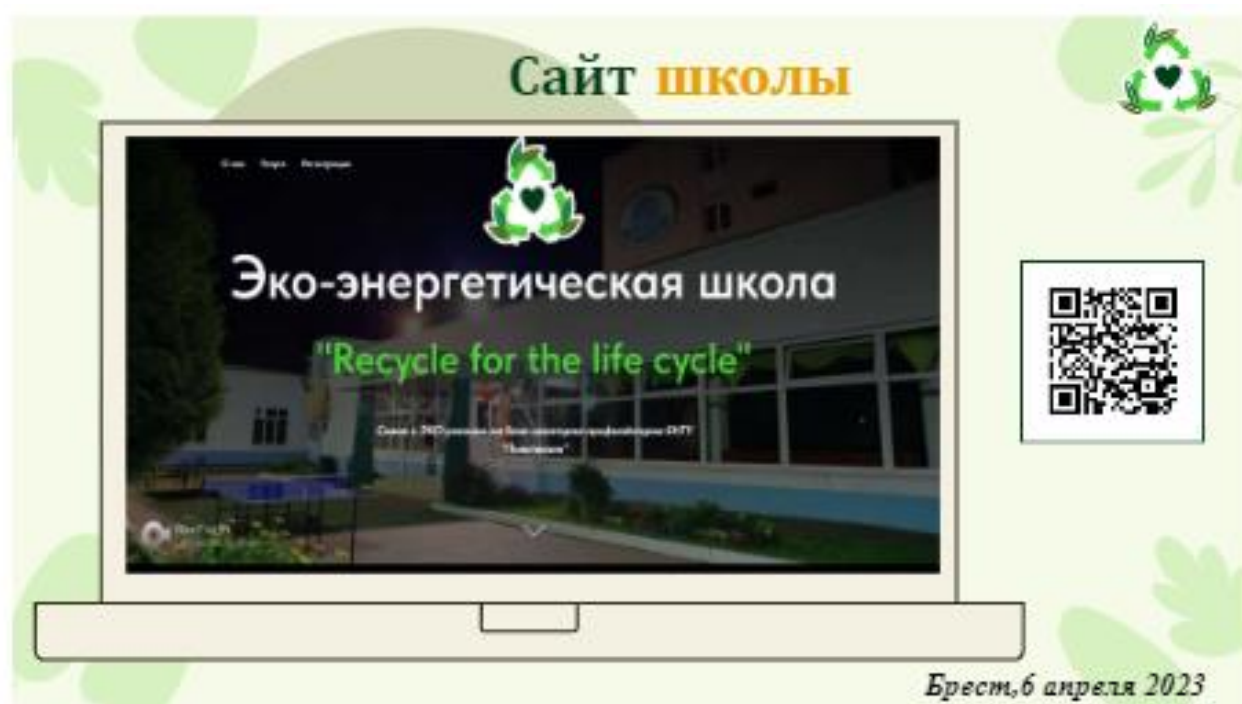


Сайт школы

На сайте представлена актуальная программа мероприятий, стоимость путевки, уточняется наличие свободных мест, а также размещена форма для подачи заявки на участие.



Брест, 6 апреля 2023



Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Экопосуда из косточек фруктов

(полное название стартап-проекта)

Игнатова Марина Сергеевна

Бальцева Карина Юрьевна

Гусейнова Назанин Гулу кызы

Гусейнова Фарида Гулу кызы

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Брестский государственный технический университет, Брест

образовательное учреждение - полностью)

Кулакова Лейла Омаровна

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Суть проекта:

Главный минус в использовании пластиковой одноразовой посуды – это ее сложная утилизация. Попадая в почву, материал имеет очень долгий период распада. При сжигании пластик выделяет в атмосферу сильно ядовитые вещества. Поэтому для решения проблемы утилизации одноразовой посуды из пластика необходимы целые заводы по переработке. У нас появилась отличная альтернатива пластиковой одноразовой посуде!

Нами разработан бизнес-план проекта по изготовлению эко-посуды из косточек фруктов в г. Бресте.

Основной вид деятельности: производство биоразлагаемой эко-посуды из натуральных природных материалов. Она изготавливается по новейшим технологиям только из экологически чистого сырья.

В качестве оценки реализуемости бизнес-идеи нами было принято решение использовать метод «6F», представленный в таблице 1.

Таблица 1. Оценка реализуемости бизнес-идеи

Фактор	Оценка
Fast (быстро, скоро)	Запуск производства за 2-3 месяца, средняя окупаемость затрат, около 1 года. Возможность перехода на широкое производство.
Fine (ясный, понятный)	Потенциальные покупатели осознают, что, приобретая нашу продукцию по доступной цене, они также заботятся об окружающей среде.
Free (бесплатно, свободно)	Наши цены являются доступными для клиентов и конкурентоспособными.
Fusion (слияние, коалиция)	От приобретения нашего товара клиент получает качественную продукцию.
Factory (фабричный, фабрика)	Изготовление и реализация продукции осуществляется в г. Брест, но в дальнейшем мы планируем расширять производство в других областях РБ.

Основные идеи:

Съедая фрукты, люди зачастую просто выбрасывают косточки, поэтому большое количество семян легко можно превратить в нечто полезное. Для этого мы собираем косточки фруктов у компаний, которые обрабатывают их плоды для производства варенья, джемов и других консервов из фруктов и превращаем их в эко-посуду.

Задача потребителя состоит в том, чтобы приобрести необходимый товар по выгодной цене. Но в нашем случае потребитель не только приобретает тару для продуктов, но и защищает себя и окружающую среду от вредных веществ, находящихся в обычной посуде. Причем ее стоимость, несмотря на все положительные характеристики, меньше, чем у других производителей!

Еще одним преимуществом такой посуды является то, что она безопасно может разлагаться в природе, и то, что посуда из косточек фруктов является полностью нетоксичной, даже при повторном использовании.

Табл. 2. Ассортиментная матрица

Наименование продукции	Назначение и область применения	Основные характеристики	Конкурентоспособность	Патентоспособность и авторские права	Наличие или необходимость лицензирования	Степень готовности к выпуску и реализации продукции
Тарелки мелкие столовые	Для подачи вторых блюд	Цвет: Цветные. Диаметр: 240 мм. Материал: косточки фруктов.	Средняя	Не требует подтверждения авторских прав.	Не требует лицензирования.	Товар полностью готов.
Тарелки глубокие столовые	Для подачи супов	Цвет: Цветные. Диаметр: 240 мм. Емкость: 500 мл. Материал: косточки фруктов.	Средняя			
Салатники треугольной, овальной и круглой формы	Для подачи разных видов закусок и салатов	Цвет: Цветные. Вместимость: 120, 240, 360, 480, 720 мл. Материал: косточки фруктов.	Средняя			
Стаканы	Для подачи различных видов напитков	Цвет: Цветные. Емкость: 260 мл. Материал: косточки фруктов.	Средняя			
Вилки, ложки		Цвет: Цветные. Размер: 170 мм. Материал: косточки фруктов.	Средняя			

Краткое описание механизма реализации:

На стартовом этапе проекта целевая аудитория географически ограничена, а именно основные покупатели находятся в пределах города Бреста и Брестской области, но в дальнейшем, по мере развития бизнеса, планируется доставка в другие области Республики Беларусь или даже за границу.

Для определения портрета целевой аудитории нами проведен анализ на основании «5 основных параметров методики Филиппа Котлера», а также их подразделов, результаты представлены в таблице.

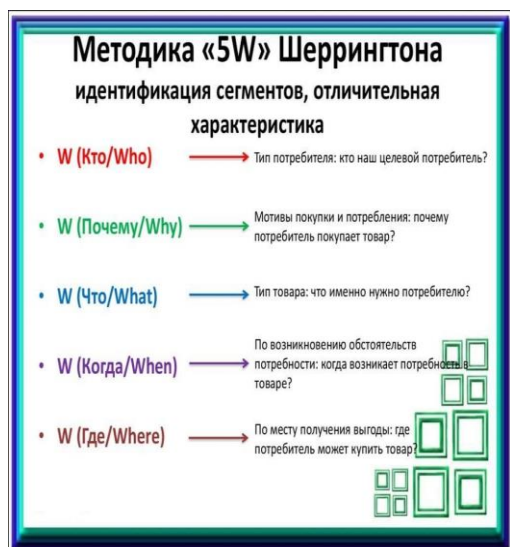
Табл.3 Сегментация целевой аудитории (B2C) Филиппа Котлера

	Школьники и студенты	Взрослые люди
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Расположение	г. Брест	г. Брест
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Возраст	От 10 до 14 лет–8% От 15 до 20 лет-92%	От 21 до 25 лет-57% От 26 до 30 лет-28% От 31 до 60 лет-15%
Пол	Женщины-68% Мужчины-32%	Женщины-86% Мужчины-14%
СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Уровень дохода	Ниже среднего, средний, выше среднего уровня дохода	
Жизненный цикл	Одиночка; Подросток	Одиночка, В паре
Род занятий	Умственный и физический труд; домохозяйки; фрилансеры; офисные работники, пенсионеры.	
Образование	СПО; ВО	ВО
ПСИХОГРАФИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Образ жизни	Динамичный; городской	Городской; Размеренный
Отношение к инновации	Новаторское	Новаторское, Традиционное
Внутренняя мотивация совершения покупки в нашем магазине	Стремление приобрести экологический товар для дома по доступной цене, взамен пластиковой или керамической посуды.	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ПРИЗНАК		
Частота потребления	Реже 1го раза в месяц.	Около 1го раза в месяц.

Исходя из анализа, можно сделать вывод, что наш проект удовлетворяет основную потребность каждого из сегментов: стремление приобрести экологически чистый товар для дома по доступной цене, взамен пластиковой или керамической посуды. Бюджетные цены позволяют не нарушать материальное благополучие клиентов. Для более глубокого анализа выделенных целевых групп мы воспользовались методикой «5W» - Марка Шеррингтона.

Таблица 4. Анализ сегментации ЦА «5W» - Марка Шеррингтона

Рис. 1. Конкурентный анализ отрасли с помощью метода 5 сил Портера



КТО?	B2C Школьники и студенты Возраст: 10-20 \$: ниже среднего, средний Соц. Аспект: активный образ жизни	B2C Взрослые люди Возраст: 21-60 \$: средний, выше среднего Соц. Аспект: активный или размеренный образ жизни
ЧТО?	Тарелки мелкие столовые, тарелки глубокие столовые, салатники треугольной, овальной и круглой формы, стаканы, вилки, ложки.	
ПОЧЕМУ?	Эко-ориентированные потребители из двух аналогичных товаров выбирают тот, производитель которого стремится минимизировать вред окружающей среде.	Эко-ориентированные потребители из двух аналогичных товаров выбирают тот, производитель которого стремится минимизировать вред окружающей среде.
КОГДА?	По необходимости	В любое время
ГДЕ?	Через сайт, через социальные сети.	Через сайт, через социальные сети.
Потребитель	дети, подростки и молодежь	Женщины и мужчины, желающие приобрести посуду.

Проведен конкурентный анализ отрасли компании, отраслевое окружение и концепция бизнеса с помощью метода 5 сил Портера, результаты представлены в таблице.

Для эффективного входа на рынок эко посуды города Бреста, а также занятия своей ниши проведен анализ ближней конкурентной среды.

Таблица 5. SWOT-анализ

Параметр	Значение	Описание	Направление работ
Угрозы со стороны товаров заменителей	Высокий	Эко посуду из косточек фруктов не производят другие фирмы, однако на рынке существует множество видов посуды.	Сконцентрировать деятельность организации на поддержании уникальности: проведение маркетинговой деятельности, расширение ассортимента.
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Высокий	Рынок является перспективным и развивающимся. Полное сравнение товаров разных фирм невозможно.	Проводить постоянный мониторинг деятельности конкурентов.
Угрозы со стороны новых игроков рынка	Средний	Выбранная ниша является новой и перспективной, из-за низких барьеров входа возможно появление новых игроков.	Проводить мероприятия по выявлению новых игроков рынка.
Угрозы потери потребителей	Высокий	Из-за существования множества товаров заменителей (эко-посуды и обычной посуды) удержать клиента достаточно сложно.	Взаимодействие с потенциальными покупателями, привлечение клиентов с помощью системы акций.
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Учитывая новизну использования доставляемых косточек фруктов, не существует других фирм, нуждающихся в данном виде сырья.	Проведение переговоров по обеспечению взаимовыгодных и удобных поставок.

Уровень конкурентной борьбы:

- сильная конкуренция.

Влияние поставщиков:

- несколько поставщиков.

Влияние покупателей:

- большое число потенциальных покупателей.

Угроза появления новых игроков:

- низкие барьеры входа в отрасль, средняя угроза.

Угроза появления аналогичных продуктов:

- высокая.

Конкурентные преимущества бизнес-идеи:

- Безопасная для окружающей среды;
- Нетоксична;
- Позволяет сократить выбросы в атмосферу;
- Легче перерабатывается;
- Широкий диапазон рабочих температур;
- Удобство использования.

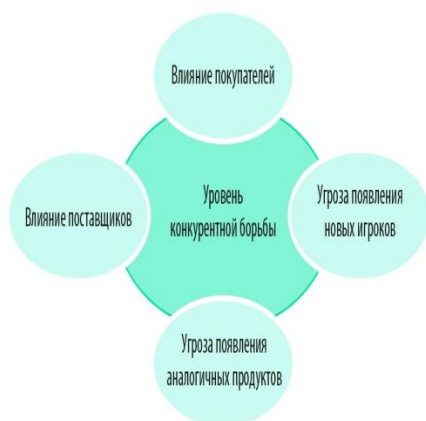




Рис. 2. Социальный опрос потенциальных клиентов

4P	Характеристика
Product	Эко-посуда из косточек фруктов
Price	Метод ценообразования, стратегия “следование за конкурентами”. Используемые способы ценообразования: метод мониторинга конкурентных цен. Факторы, влияющие на ценообразование: издержки, ниже уровня которых стоимость продукта не может опуститься; число и размер конкурентов.
Place	На начальном этапе реализация эко-посуды из косточек фруктов ограничивается г. Брест. Реализация осуществляется через сайт?
Promotion	Рекламная вывеска, создание аккаунтов в популярных социальных сетях и их продвижение, раздача листовок со скидочным купоном 10%.

Табл. 6. – Маркетинг-микс “4P”.

Возможности: 1. Возможность расширения ассортимента производимой эко-посуды, а также специальных моющих средств; 2. Повышение квалификации и обучение организаторов проекта; 3. Рост спроса, что гарантирует стабильность доходов;	Угрозы: 1. Дефицит сырья в зимний, весенний период; 2. Ухудшение отношений с поставщиками; 3. Наличие конкурентов на рынке; 4. Снижение спроса в результате появления товаров-заменителей;
---	--

Сильные стороны: 1. Хорошее качество продукции; 2. Сравнительно низкая цена продукции; 3. Продукт из натуральных нетоксичных природных материалов	Слабые стороны: 1. Отсутствие наработанной клиентской базы; 2. Узкий ассортимент продукции; 3. Сложности с привлечением клиентов; 4. Ограниченность производственных возможностей; 5. Высокий уровень стартовых инвестиций на приобретение дорогостоящего оборудования
--	---

Табл. 7. - PEST-анализ

(P) Политические факторы	(E) Экономические факторы
Позитивные: 1. Возможно сотрудничество со странами СНГ. 2. Государственная поддержка бизнеса. Негативные: 1. Влияние санкций на закупку оборудования за рубежом.	Позитивные: 1. Рост спроса на эко-продукцию. 2. Исключаются расходы на утилизацию. 3. Уменьшение безработицы в стране. 4. Рост заработной платы. Негативные: 1. Уменьшение темпа роста ВВП. 2. Рост цен на сырье.
(S) Социокультурные факторы	(T) Технологические факторы
Позитивные: 1. В обществе растет положительное отношение к натуральным продуктам. 2. Увеличивается количество покупок через интернет Негативные: 1. Снижение численности населения 2. Выбор клиента в пользу обычной посуды.	Позитивные: 1. Использование информационных технологий для производства и реализации продукции. 2. Увеличение производительности и рост качества за счет использования технологий. Негативные: 1. Рост стоимости оборудования.

Для формирования эффективной маркетинговой стратегии проведен анализ на основе методик, зарекомендовавших себя в практическом применении. Для анализа внешних факторов использована методика PEST-анализа. Для оценки внутренних факторов был проведён SWOT-анализ, который показал, что, несмотря на небольшой опыт, малую известность нашей компании, растущий интерес к эко-посуде из косточек фруктов, сильные стороны проекта предполагают его устойчивое развитие. Кроме того, по итогам анализа внутренней среды, мы сделали вывод, что сильнее своих конкурентов по ценовой политике, по удобному месторасположению пункта реализации (при покупке офлайн) и способам доставки товара (при покупке онлайн), использованию научного подхода в производственной деятельности и в высоком качестве предлагаемых товаров.

Для сохранения конкурентоспособности существует необходимость постоянно проводить мониторинг предложений конкурентов и отзывов покупателей.

Основным инструментом продвижения нашего бизнеса мы выбрали продвижение через интернет, потому что весь наш бизнес основывается на работе в интернете, наша ЦА большое количество времени проводит в сети, из этого следует, что узнать о нас она может через интернет ресурсы.

Себестоимость продукции:

Персонал	Количество, чел.	Размер з/п, руб.
Администратор (директор) предприятия	1	1 400 бел руб (35 000 росс руб)
Работники склада	2	1000 (25 000)
Технолог (химик)	1	1400 (35 000)
Работники цеха	4	1000 (25 000)
Наладчик оборудования	1	1000 (25 000)
Бухгалтер	1	1000 (25 000)
Менеджер по закупкам сырья и сбыту продукции	2	1000 (25 000)

Суммарно, затраты на оплату труда составят при таком раскладе около 7800 руб.(270 тыс. руб)

Учитывая необходимость проведения ремонта, аренда такой площади в первый месяц обойдется от 13148,4 бел.руб (400 тыс. руб.) Последующая месячная оплата – не менее 4930 руб.(150 тыс. руб)

	Количество	Стоимость, тыс. руб.
Экструдер	1	32871 бел. руб (1 000000)
Термоформовочная машина	1	23009,7 бел. руб. (700000)
Компрессор	1	19722,6 бел. руб. (600000)
Пресс-формы	3	6574,2 бел. руб. (200000)
Итого:		95325,9 бел. руб. (2 900000)

Первоначальные затраты	Сумма
Регистрация бизнеса (ООО)	493,1 бел. руб.(15 тыс.руб)
Ремонт площади	657,42 бел. руб.(200 тыс.руб)
• Аренда	4930,65 бел. руб.(150 тыс.руб)
• Закупка сырья	3287,1 бел. руб (100 тыс.руб)
• Приобретение и наладка оборудования	98613 бел. руб (3 000 тыс.руб)
• Выплата з/п сотрудникам	8875,17 бел. руб (270 тыс.руб)
• Оплата коммунальных платежей	1314,84 бел. руб (40 тыс.руб)
• Маркетинговые услуги	3287,1 бел. руб (100 тыс.руб)
• Итого:	121458,38 бел. руб (3 875 тыс.руб)

Ежемесячные траты, включая оплату сырья, труда работников, аренды и коммунальных услуг, будут находиться на уровне 18 400 бел. руб. (560 тыс. руб) ежемесячно.

Себестоимость продукции = $18400/60000$ шт. = 0,31 руб.

Планируемая рентабельность = 30%.

Отпускная цена = 0,40 руб.

Выручка = 24 000 руб.

Прибыль = $24000 - 18400 = 5600$.

Процесс производства эко-посуды

Производство био-посуды можно разделить на пять этапов:

1. Создание массы. Органическое сырье перемешивается с водой и масляными присадками до однородной массы, удаляются комочки, твердые частицы, проводится вакуумное обезвоживание смеси.
 2. Формование. Масса разливается по формам, подвергается прессованию с высокой температурой для быстрого затвердевания.
 3. Сушка. На этом этапе используется тепловая сушка. Изделия помещаются в специальный температурный шкаф, высушиваются в течение нескольких часов для повышения прочности, твердости.
 4. Обрезка кромок и стерилизация. Готовая посуда из сушильного шкафа помещается в кромко-обрезной станок, где удаляются излишки материала на кромках и ей придается законченный вид. После этого изделия подвергаются стерилизации ультрафиолетом.
 5. Упаковка. Готовая продукция упаковывается и хранится в сухом месте.
- Технология изготовления биоразлагаемой посуды требует меньше энергозатрат, чем создание пластиковых изделий за счет повторного использования воды и переработки бракованных полуфабрикатов для следующего цикла производства.

ЭКО-ПОСУДА ИЗ КОСТОЧЕК ФРУКТОВ

Презентацию
подготовили:
Игнатова М.
Бальцева К.
Гусейнова Н.
Гусейнова Ф.



ПРОБЛЕМА

- Главный минус в использовании пластиковой посуды - это ее сложная утилизация. При сжигании пластик выделяет в атмосферу сильно ядовитые вещества. Поэтому для решения проблемы утилизации посуды из пластика необходимы целые заводы по переработке.



РЕШЕНИЕ

- У нас появилась отличная альтернатива пластиковой одноразовой посуде!
- Нами разработан бизнес-план проекта по изготовлению эко-посуды из косточек фруктов в г. Бресте.



ОСНОВНОЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- Производство био-разлагаемой эко-посуды из натуральных природных материалов. Она изготавливается по новейшим технологиям только из экологически чистого сырья.



КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА БИЗНЕС-ИДЕИ:

- Безопасная для окружающей среды;
- Нетоксична;
- Позволяет сократить выбросы в атмосферу;
- Легче перерабатывается;
- Широкий диапазон рабочих температур;
- Удобство использования.



ПРОЦЕСС ПРОИЗВОДСТВА ЭКО-ПОСУДЫ

Производство биопосуды можно разделить на шесть этапов:

- Создание массы;
- Помещение состава в экструдер;
- Формирование заготовок;
- Сушка и Обрезка краев;
- Дезинфекция;
- Упаковка продукции.



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- Себестоимость продукции = $18400 / 60000 \text{ шт.} = 0,31 \text{ руб.}$
- Планируемая рентабельность = 30%.
- Отпускная цена = 0,40 руб.
- Выручка = 24 000 руб.
- Прибыль = $24000 - 18400 = 5600$.



РЫНОК

- На стартовом этапе проекта целевая аудитория географически ограничена, а именно основные покупатели находятся в пределах города Бреста и Брестской области, но в дальнейшем, по мере развития бизнеса, планируется доставка в другие области Республики Беларусь или даже за границу.



УГРОЗЫ (РИСКИ)

- Дефицит сырья в зимний, весенний период;
- Ухудшение отношений с поставщиками;
- Наличие конкурентов на рынке;
- Снижение спроса в результате появления товаров-заменителей;



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

ДИПЛОМ В НОМИНАЦИИ
«УМЕНИЕ УВИДЕТЬ ПРОБЛЕМУ»

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Сайт-стилист «Знічка»

(полное название стартап-проекта)

Шурьякова Юлия Владиславовна;

Зданевич Полина Сергеевна;

Меленчук Владислава Руслановна;

Хололович Диана Викторовна.

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет»

образовательное учреждение - полностью)

Мишкова Маргарита Петровна,

доцент, кандидат экономических наук

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

«Знічка», в переводе с белорусского языка «падающая звезда», олицетворяет исполнение желаний.

Миссия: помогать людям чувствовать себя лучше и увереннее за счет правильно подобранных образов для каждого, а также обеспечивать простоту, удобство и возможность привлекательного выбора.

Слоган: исполняйте мечты вместе с нами каждый день!

1. Обоснование инициации проекта:

- Покупатели хотят экономить время при поиске одежды
- Покупатели хотят экономить деньги при поиске одежды
- Покупатели хотят получать персонализированные рекомендации по подбору образов: кроме товара они хотят получить услуги, которые сэкономят их время и деньги, а именно помощь в выборе товара определенного фасона, стиля, а также определенной цены, получить помощь в создании образа.

2. Актуальность идеи:

В последнее время всё больше развивается Интернет-торговля, покупателям доступно большое разнообразие товаров и магазинов, которые продают одежду, обувь и аксессуары. Предлагаемых товаров так много, что покупателю требуется тратить очень много времени на поиск подходящих товаров по требуемой цене.

Мы провели опрос среди студентов и преподавателей нашего университета, в результате которого выявили боль целевой аудитории: 40 % опрошенных тратят на покупку вещей более 2 часов, у 60 % имеются вещи, которые они не надевали после покупки, а 67% хотели бы облегчить свою жизнь, используя сайт-стилист.

Как много времени Вы тратите на покупки вещей?

100 ответов

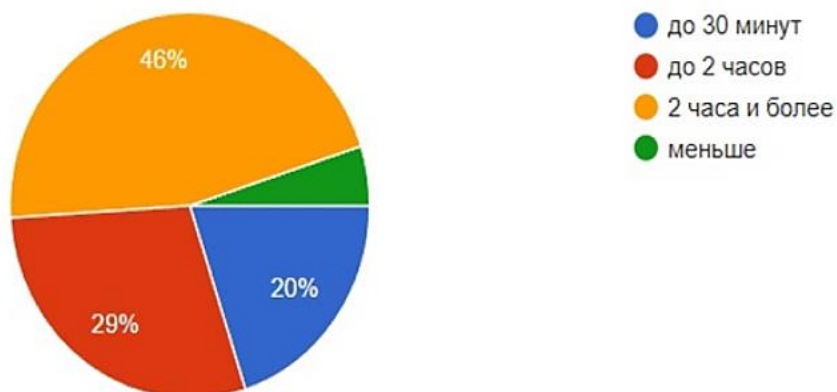


Рисунок 1 – Затраченное время на покупку вещей

Пользуетесь ли Вы интернет-магазинами?

100 ответов

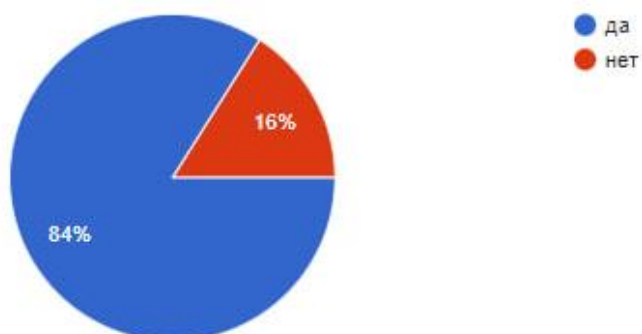


Рисунок 2 – Актуальность интернет-магазинов

Есть ли у Вас вещи, которые Вы не надевали после покупки?

100 ответов

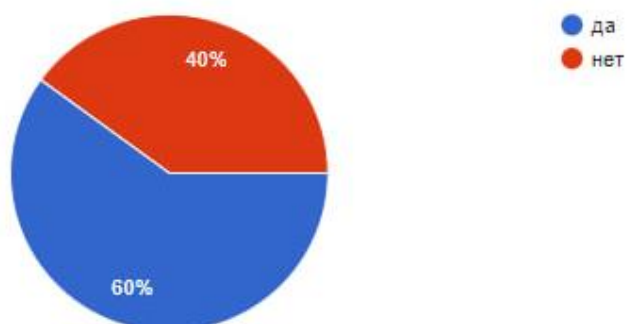


Рисунок 3 – Нерациональные покупки

Покупаете ли Вы продукцию белорусских брендов?

100 ответов

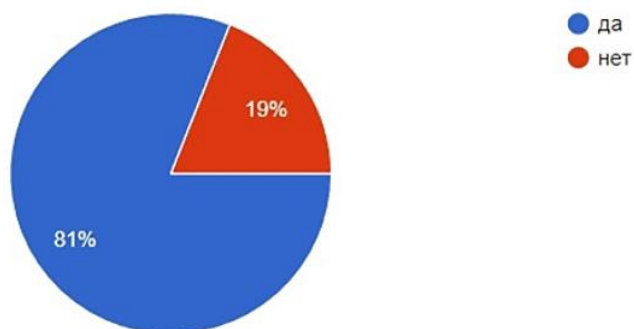


Рисунок 4 – Актуальность белорусских брендов

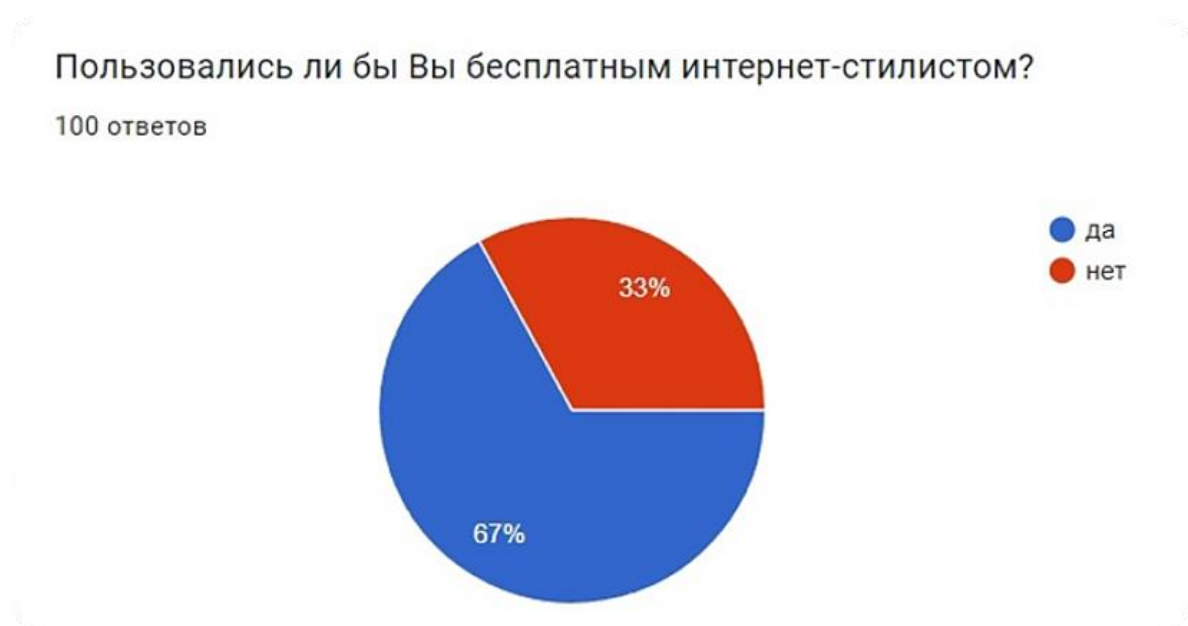


Рисунок 5 – Потребность в интернет-стилисте

Мы проанализировали полученные данные и предлагаем решение проблемы.

3. Основная идея стартапа:

«Знічка» — это не просто интернет-магазин, это сайт, который экономит Ваше время, помогает составить идеальный образ на основе Ваших предпочтений и подсказывает, в каких магазинах приобрести вещи, которые Вам понравились.

4. Краткое описание механизма реализации:

Клиент заходит на сайт, проходит опрос о цветовой гамме, о стиле одежды, а также указывает свои размеры и определяет бюджет, а также для улучшенного подбора можно загрузить свое фото, генерирует образ, выбирает понравившиеся вещи и оформляет покупку в личном кабинете.

5. Краткое экономическое обоснование

Одним из основных способов получения прибыли сайта «Знічка» - процент от продаж продукции белорусских брендов (до 5%), их реклама через уникальные партнерские ссылки, предоставляя брендовую продукцию посетителям и покупателям сайта. Дополнительным способом является: размещение рекламных баннеров или контекстных объявлений на платформе сайта.

Таблица 1 – Сравнительный анализ экономической эффективности

Показатели	«Знічка»		Конкуренты		Отклонение за месяц
	За месяц	За год	За месяц	За год	
Выручка	8344	100128	13523	162276	5179
Дополнительный доход	120	1440	450	5400	330
Налог от валовой выручки	507,84	6094	719,94	10060,56	212,1
Затраты	6256	75072	12358	148296	6102

Эффект (Прибыль)	1700	20402	895,06	9319,44	- 804,4
Эффективность	20,37%	20,37%	7,8%	7,8%	- 12,57%

Выручка:

Клиентов за день = 20 чел * 29,8 дней = 596 клиентов.

Средняя цена образа = 280 руб.

Среднее число белорусских брендов, сотрудничающих с «Знічка» = 30 магазинов.

Процент, получаемый от покупки = 5%

Выручка = 596 * 280 * 5% = 8344 руб.

Дополнительные доходы от размещения рекламы на сайте:

Стоимость 1 рекламы за 1000 просмотров = 15 руб.

Среднее число показов в день = 65 показов.

Число баннеров = 4 баннера.

Дополнительные доходы = 4 баннера * 15 руб * 2 = 120 руб.

Затраты:

Затраты на заработную плату работникам = 900 + 2500 + 1800 + (320 * 1) + 108 = 5628 руб.

Налог = (8344 + 120) * 6% = 507,84 руб.

Дополнительные расходы + аутсорсинг = 628 руб.

Затраты = 5628 + 628 = 6256 руб.

Прибыль = 8344 + 120 – 6256 – 507,84 = 1700 руб.

6. Ожидаемые результаты проекта:

«Знічка» станет прибыльным бизнесом, в долгосрочной перспективе ожидается:

- расширение клиентской базы,
- повышение лояльности клиентов,
- рост осведомленности потенциальных клиентов,
- рост уровня продаж,
- увеличение количества инвесторов,
- привлечение новых брендов,
- выход на мировой рынок,
- повышение имиджа на рынке,
- увеличение уровня прибыли и рентабельности.

Прибыль = Выручка + Доп. доход – затраты – налог = 8344 + 120 – 6256 – 507,84 = 1700 руб.

Рентабельность продаж = $\frac{\text{прибыль от продаж}}{\text{выручка от продаж}} * 100\% = \frac{1700}{8344} * 100\% = 20,37\%$

7. Анализ целевой аудитории:

- География: Россия, Беларусь, Казахстан и другие;

- Возраст: от 5 до 90 лет;
 - Пол: любой;
 - Интересы: мода, покупки, стилисты;
- Размер потенциальной аудитории: 20000 человек.

У потенциальной аудитории есть одна или все из перечисленных проблем:

- Не знают, что надеть на каждый день;
- Не знают, что надеть на особый случай;
- Недовольны своим гардеробом;
- Не могут составить целостный образ;
- Хотят меньше тратить времени и денег на покупку одежды и обуви;

8. Анализ конкурентов на рынке

В таблице представлены компании, которые оказывают схожие услуги и являются потенциальными конкурентами. Все компании являются крупными имидж-агентствами, которые оказывают онлайн услуги:

Таблица 2 – Анализ конкурентов на рынке

Компания	Сайт	Описание
SoFits.Me	http:// it.sofi ts.me/	Оказывают онлайн услуги по разбору гардероба и составлению готовых образов с доставкой товаров.
LookBox	https: //lbox.ru/	Стилист определяет потребности клиента и собирает готовые образы для клиента с доставкой товаров.
HelloModa	https://hellomoda.ru/	Стилистические услуги оказывают на основе системы типажей. Оказывают также образовательные услуги
Модная контора	https: //modnayakon-tora.ru/	Различные стилистические услуги, в том числе шоппинг туры в Европу. Оказывают также образовательные услуги
Имидж студия Марины Щеняевой	https: //shchenyaeva.art/	Стилистические услуги оказывают на основе системы типажей. Оказывают также образовательные услуги

9. Анализ и управление стейкхолдерами:

1. Покупатели:

- Им проще находить интересующий товар.
- Можно получить помощь в составлении лука без обращения к стилистам.
- Экономия времени и финансов в поиске подходящей вещи к уже имеющейся или в создании образа в целом.

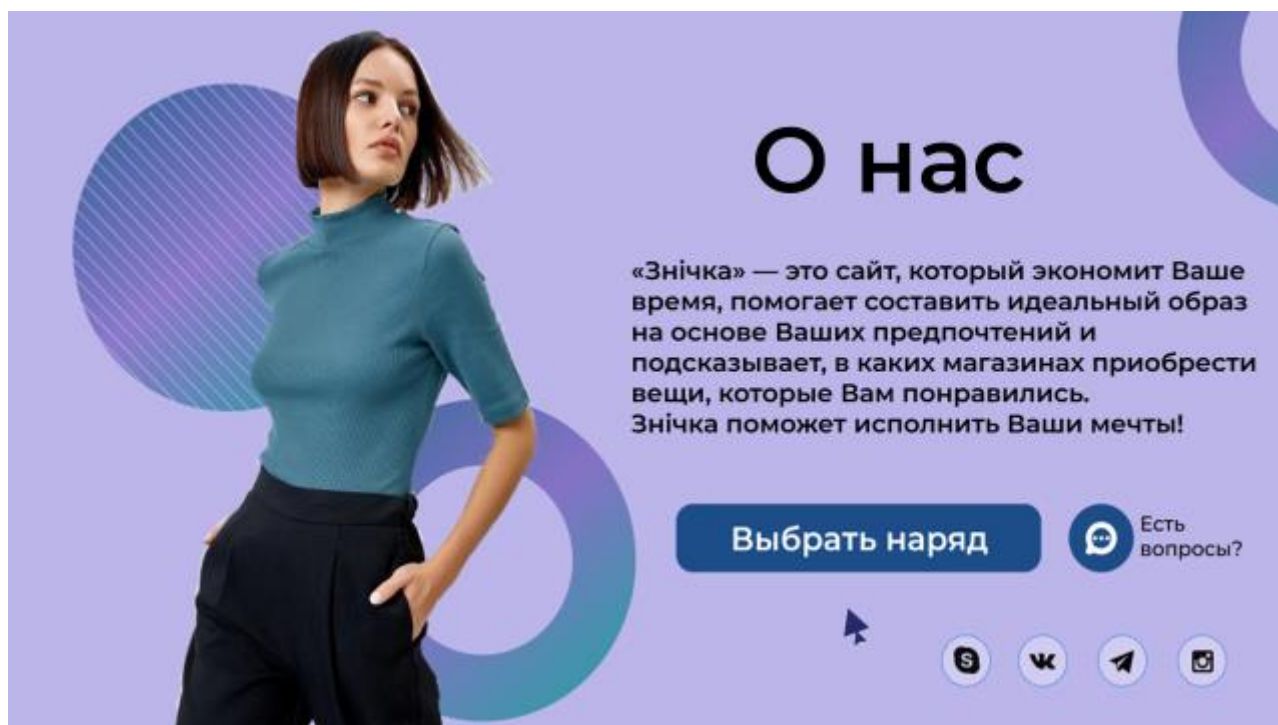
- Получение индивидуальной услуги.
- 2. Бренды (мировые, хорошо известные, новые на рынке):
 - Сервис станет дополнительной точкой продаж для брендов, а также местом, где они смогут найти своих покупателей.
 - Покупатели смогут находить товары брендов, если они будут участвовать в образах.
 - Сервис станет площадкой для знакомства покупателей с новым брендом.
- 3. Блогеры:
 - Простой и удобный инструмент создания контента для своей страницы.
- 4. Партнеры:
 - На сайте будут размещена продукция и реклама партнёров.

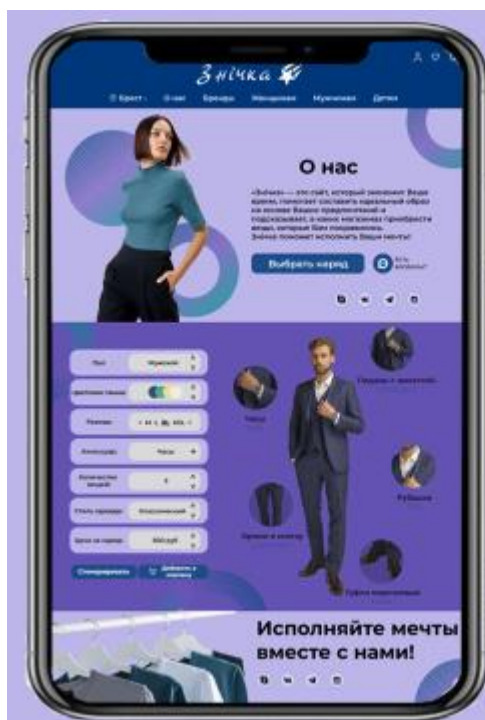
10. SWOT-анализ

Таблица 3 – SWOT-анализ «Знічка»

	ВОЗМОЖНОСТИ: 1.Расширение географии продаж; 2.Расширение рынка покупателей; 3.Увеличение количества услуг, в том числе автоматизированных; 4.Увеличение спроса на данный вид услуг.	УГРОЗЫ: 1.Снижение платежеспособности населения; 2.Изменение потребностей и вкусов покупателей; 3.Политическая нестабильность; 4.Повышение конкуренции.
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ: 1.Высокий уровень сервиса; 2.Широкий ассортимент товаров; 3.Профессиональный уровень консультирования; 4.Персонализированная услуга.	ПОЛЕ «СИВ»: 1. Благодаря тому, что все услуги персонализированные, может произойти расширение географии продаж. 2.Высокий уровень сервиса поможет расширить рынок покупателей.	ПОЛЕ «СИУ»: 1. Развитие конкуренции может привести, в долгосрочной перспективе, к улучшению качества работы с клиентами; 2. Широкий ассортимент товара помогает оставить довольными всех потребителей.
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ: 1.Высокая стоимость разработки системы; 2.Высокая стоимость продвижения продукта; 3.Неизвестность услуги на рынке Республики Беларусь; 4.Медленный выход на зарубежный рынок.	ПОЛЕ «СЛВ»: 1.Развитие комплекса маркетинга — это возможность к увеличению сотрудничества с другими странами; 2.Увеличение спроса на данный вид услуг может ускорить выход на зарубежный рынок.	ПОЛЕ «СЛУ»: 1.Нестабильность внешнеэкономических связей может привести к потере зарубежных активов; 2.Худший результат к которому приведут слабые стороны: банкротство и ликвидация предприятия.

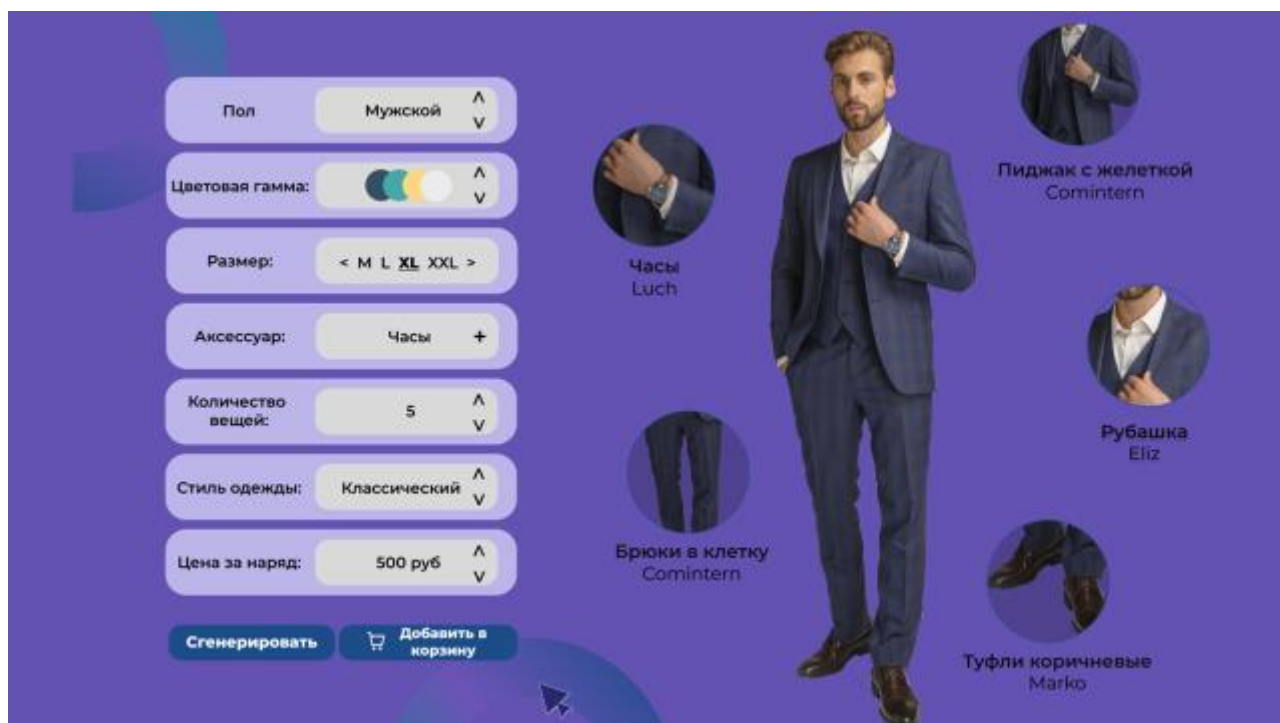
ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



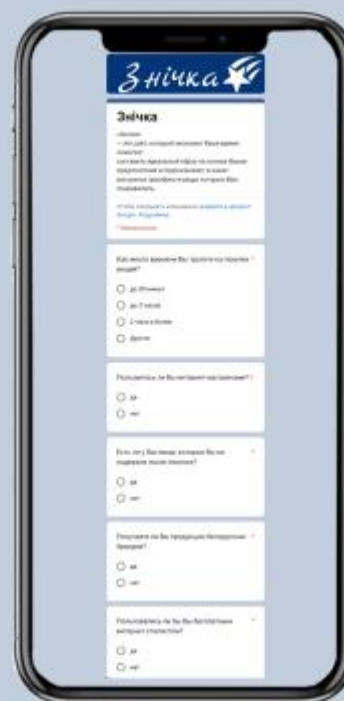


Как работает «Знічка» :

1. Зайти на сайта;
2. Пройти опрос и/или загрузить фото;
3. Сгенерировать образ;
4. Выбрать понравившиеся вещи;
5. Оформит покупку.

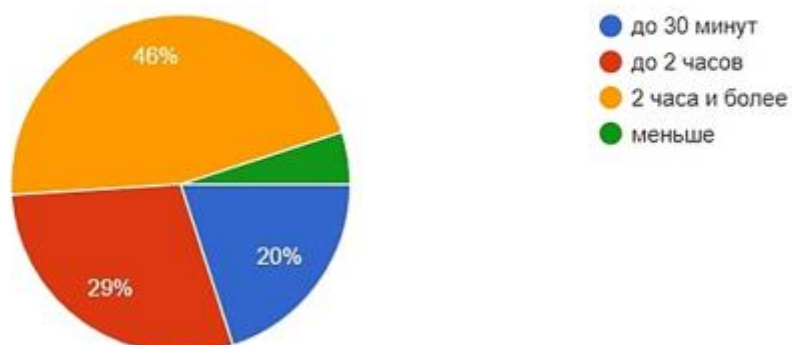


Опрос среди студентов и преподавателей:



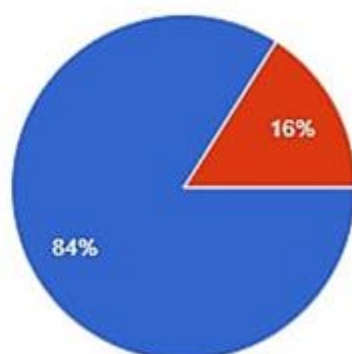
Как много времени Вы тратите на покупки вещей?

100 ответов



Пользуетесь ли Вы интернет-магазинами?

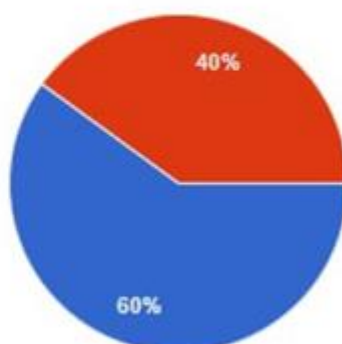
100 ответов



да
нет

Есть ли у Вас вещи, которые Вы не надевали после покупки?

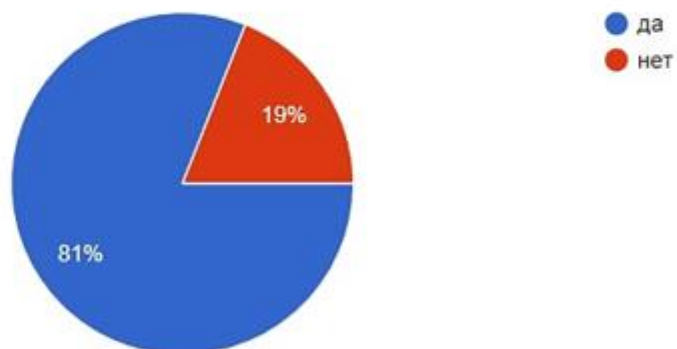
100 ответов



да
нет

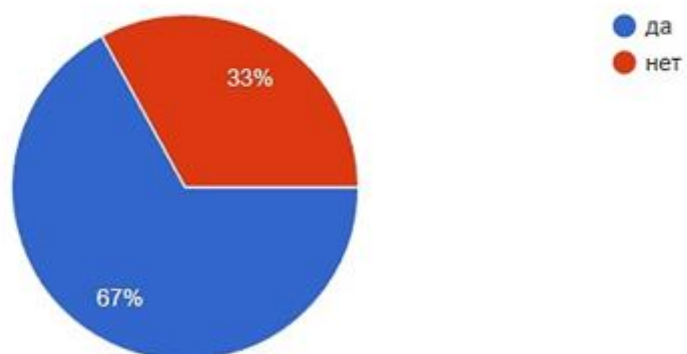
Покупаете ли Вы продукцию белорусских брендов?

100 ответов



Пользовались ли бы Вы бесплатным интернет-стилистом?

100 ответов



Почему «Знічка»



Экономия Вашего
времени



Удобный личный
кабинет



Безопасность и
надежность



Система уведомлений
о доставке товара



Ориентация на
клиента



Короткие сроки
доставки



Система
отслеживания товаров

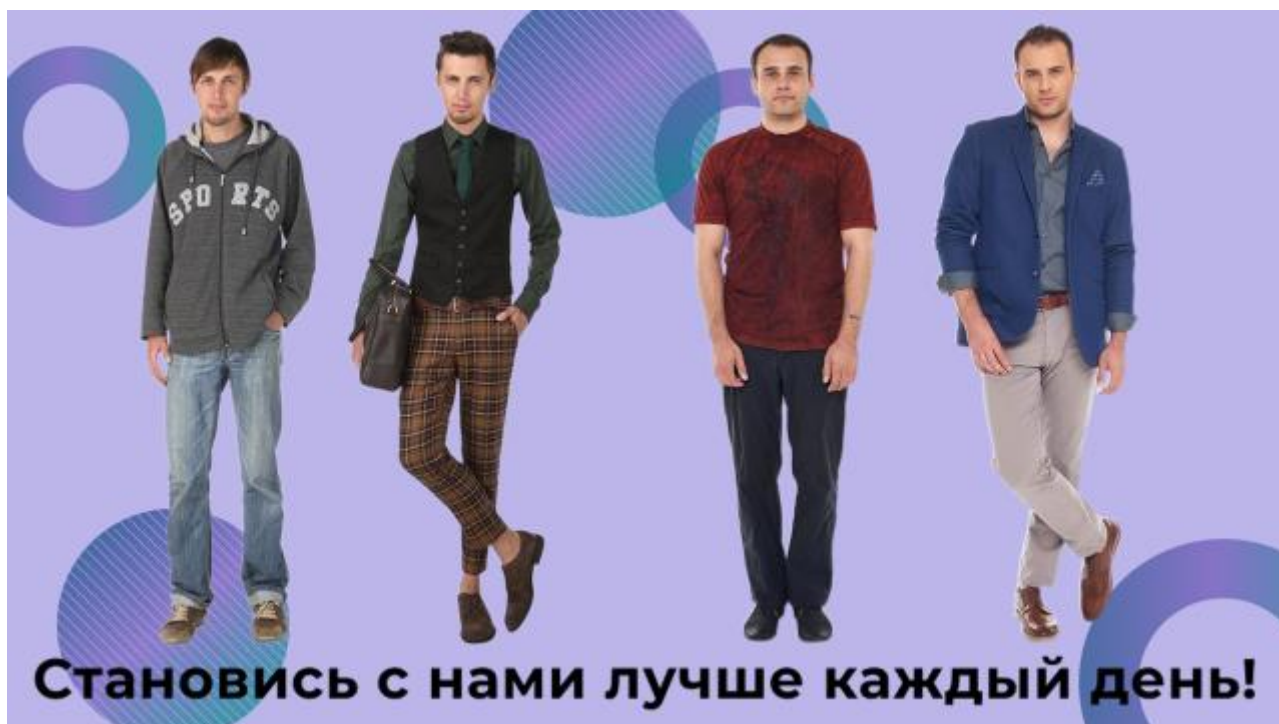


Гарантия возврата

Развернуть v



Становись с нами лучше каждый день!



Бренды:

Развернуть v



S-O

1. Благодаря тому, что все услуги персонализированные, может произойти расширение географии продаж.
2. Высокий уровень сервиса поможет расширить рынок покупателей.

S-T

1. Развитие конкуренции может привести, в долгосрочной перспективе, к улучшению качества работы с клиентами;
2. Широкий ассортимент товара помогает оставить довольными всех потребителей.



W-O

1. Развитие комплекса маркетинга — это возможность к увеличению сотрудничества с другими странами;
2. Увеличение спроса на данный вид услуг может ускорить выход на зарубежный рынок.

W-T

1. Нестабильность внешнеэкономических связей может привести к потере зарубежных активов;
2. Худший результат к которому приведут слабые стороны: банкротство и ликвидация предприятия.

Стейкхолдеры:

1 Покупатели

2 Бренды

3 Блогеры

4 Партнеры

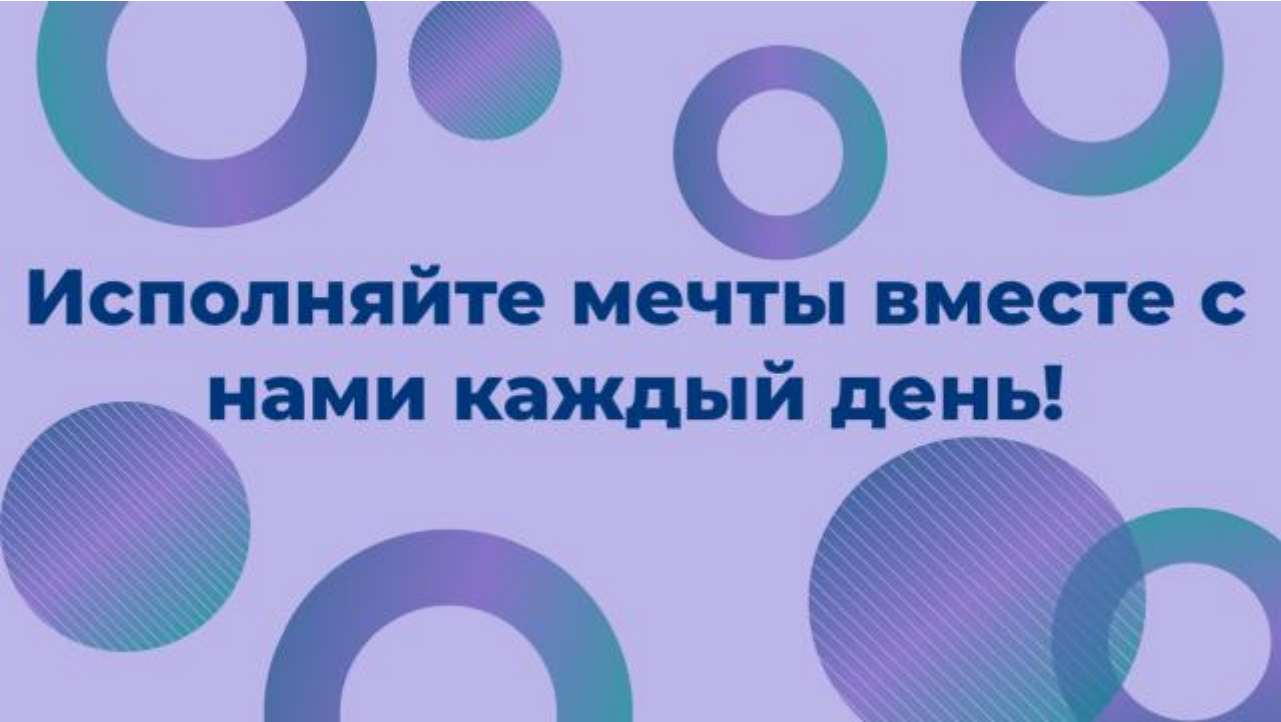


Оклады и график работы персонала

Должность	График работы	Время работы	Заработная плата
Администратор	2/2	По будням: 11:00 – 20:00, в выходные: 13:00 – 21:00	900 BYN/мес
Программист - разработчик	По будням	12:00 – 19:00	2500 BYN/мес
Web - дизайнер	По будням	11:00 – 18:00	1800 BYN/мес
Курьер	Почасовой заработок	–	1 час – 4р, в среднем 4 ч в день, 320 BYN/мес
Итого			5628 BYN/мес

Показатели эффективности

Показатели	«Знічка»		Конкуренты		Отклонения за месяц
	За месяц	За год	За месяц	За год	
Выручка	8344	100128	13523	162276	5179
Дополнительный доход	120	1440	450	5400	330
Налог от валовой выручки	507,84	6094	719,94	10060,6	212,1
Затраты	6256	75072	12358	148296	6102
Прибыль (Эффект)	1700	20402	895,06	9319,44	-804,4
Эффективность	20,37%	20,37%	7,8%	7,8%	-12,57%



**Исполняйте мечты вместе с
нами каждый день!**

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

Гостиница для растений «Green hostel»

(полное название стартап-проекта)

Зубарь Анастасия Алексеевна

Руссель Кристина Руслановна

Пугачёва Ева Витальевна

Медведева Ангелина Владимировна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

УО «Гомельский государственный технический университет имени
П.О. Сухого»

образовательное учреждение - полностью)

Андриянчикова Мария Николаевна

к.э.н., доцент

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

МЕМОРАНДУМ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Изложенный проект представляется на рассмотрение на конфиденциальной основе, исключительно для участия в международном конкурсе студенческих стартапов «Бизнес-генерация – 2023», организованного УО "Брестский государственный технический университет". Данная информация не может быть использована для копирования или каких-либо иных целей, а также передаваться третьим лицам.

Принимая на рассмотрение этот проект, получатель берет на себя ответственность за сохранность информации и гарантирует возврат данной копии автору, если он не намерен инвестировать капитал в начало проекта.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные по данному проекту, касающиеся его потенциальной прибыльности, объемов реализации, расходов, нормы прибыли и будущего ее уровня, основывается на согласованном мнении всего коллектива участников разработки проекта.

Информация, содержащаяся в данном проекте, получена из источников, заслуживающих доверия.

1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА

Мы живем в эпоху постиндустриального общества, для которого характерно развитие сферы услуг. Посредством оказания услуг компании удовлетворяют потребности клиентов и получают за это определенный доход.

В современном мире люди часто сталкиваются с проблемой: на кого оставить растения во время отъезда на длительное время. Чаще всего хозяева в таких ситуациях обращаются к соседям или близким родственникам. Но не у всех есть такая возможность. Поэтому мы предлагаем открыть хостел для растений, где можно будет оставить свои растения за определенную плату.

Цель нашего проекта – создание хостела для растений «Green hostel», где им будет обеспечен необходимый уход.

Такая услуга набирает популярность в России. Также подобные хостелы есть в Минске и в Могилёве. Мы предлагаем открыть хостел для растений «Green hostel» в городе Гомеле.

Целевая аудитория – владельцы растений, которым необходимо уезжать на длительное время.

Мы провели анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз нашего проекта. SWOT-анализ проекта представлен в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Отсутствие необходимости больших капитальных вложений 2. Система лояльности 3. Высокая рентабельность и относительно небольшой срок окупаемости	1. Особая необходимость инструментов продвижения, так как услуга не является распространенной. 2. Большие расходы на коммунальные услуги
Возможности	Угрозы
1. Освоение большой доли рынка ввиду низкой конкуренции 2. Открытие хостелов для растений по всей Республике Беларусь 3. Расширение спектра оказываемых услуг	1. Изменение законодательной и налоговой базы. 2. Экономические риски 3. Непринятие потребителями данного вида услуг

2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ГОСТИНИЦА ДЛЯ РАСТЕНИЙ «GREEN HOSTEL»

Так как в г. Гомеле подобных хостелов для растений нет, ближайшими конкурентами для нас будут являться следующие организации:

- магазин комнатных растений и кашпо “100KASHPO”, где также оказываются услуги по пересадке комнатных растений,
- цветочный магазин «Пирамида», специализирующийся на реализации комнатных растений,
- магазин цветов и подарков «Ландыш»,
- цветочный магазин «Флора-Гомель»,
- магазин цветов «Dr.Fleur»,
- цветочный магазин «Соланж Флауэрс»
- мастерская букетов «Флоранс»,
- цветочный магазин «Лепесток»,
- магазин цветов «Еловое яблоко»,
- салон «Орхидея» и др.

3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

В аренду предполагается взять офисное помещение площадью 18 м², расположенное по адресу г. Гомель, ул. Волгоградская, 14.

Помещение соответствует всем требованиям техники пожарной безопасности и санитарно-гигиеническим нормам.

Арендная плата составит 205 бел.руб. в месяц. Договор аренды заключается на 1 год.

Помещение оборудовано следующими инженерными коммуникациями:

- 1) сетью хозяйственно-питьевого водопровода,
- 2) сетью вентиляции,
- 3) санитарными узлами,
- 4) сетью электроснабжения.

4. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

Капитальные затраты на открытие хостела представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Капитальные затраты

№	Наименование	Количество, шт.	Цена за единицу, бел. руб.	Итоговая стоимость, бел. руб.
1.	Стеллаж	2	139,64	279,28
2.	Фитолампа для растений	2	48	96
3.	Стол	1	68	68
4.	Стул	1	32	32
5.	Лейка для растений	2	9,24	9,48
6.	Пульверизатор для воды	2	6,52	13,04
7.	Итого	-	-	497,8

Ежемесячные затраты проекта представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Ежемесячные затраты

№	Наименование	Итоговая стоимость, бел. руб.
1.	Грунт для комнатных растений, 5 л	2,63
2.	Универсальное удобрение, 0,25 л	8,60
3.	Минеральное удобрение 0,25 л	5,30
4.	Аренда, коммунальные услуги	205
5.	Итого	221,53

Стоимость за сутки: 1 бел. руб. входит ежедневный уход за растением, исходя из потребности растения (вода, свет, тень)

Дополнительные услуги: пересаживание растений, удобрение и подкормка растений – 2-5 бел. руб. (зависит от вида и сорта растения).

Посещаемость: 15 – 20 человек.

Ежемесячные расходы: 221,53 бел. руб.

Ежемесячная выручка: 450 бел. руб.

Общая сумма налогов: 90 бел. руб.

Прибыль: 138,47 руб.

Рентабельность: 30,7%

5. ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЛАН

Организационно-правовая форма «Green hostel»– ИП.

Реализация представленного проекта соответствует основным направлениям государственной политики Республики Беларусь и регулируется следующими нормативными актами:

Государственная программа «Рынок труда и содействие занятости» на 2021–2025 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 декабря 2020 г. № 777

Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021 – 2025 года, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2021 года №56

Указ Президента от 21.05.2009 № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»

Положение о государственной регистрации субъектов хозяйствования, утвержденным Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования»

Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 года «О поддержке малого и среднего предпринимательства» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 170, 2/1703).

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



Гостиница для растений «Green hostel»

Цель нашего проекта –
создание хостела для временного
размещения растений, где им
будет обеспечен необходимый
уход.

Гостиница для растений «Green hostel»

Таблица 1 – SWOT-анализ проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Отсутствие необходимости больших капитальных вложений 2. Система лояльности 3. Высокая рентабельность и относительно небольшой срок окупаемости	1. Особая необходимость инструментов продвижения, так как услуга не является распространенной. 2. Большие расходы на коммунальные услуги
Возможности	Угрозы
1. Освоение большой доли рынка ввиду низкой конкуренции 2. Открытие хостелов для растений по всей Республике Беларусь 3. Расширение спектра оказываемых услуг	1. Изменение законодательной и налоговой базы. 2. Экономические риски 3. Непринятие потребителями данного вида услуг

Гостиница для растений «Green hostel»

Так как в г. Гомеле подобных хостелов для растений нет, ближайшими конкурентами для нас будут являться следующие организации:

- магазин комнатных растений и кашпо “100KASHPO”, где также оказываются услуги по пересадке комнатных растений,
- цветочный магазин «Пирамида», специализирующийся на реализации комнатных растений,
- магазин цветов и подарков «Ландыш»,
- цветочный магазин «Флора-Гомель»,
- магазин цветов «Dr.Fleur»,
- цветочный магазин «Соланж Флауэрс»
- мастерская букетов «Флоранс»,
- цветочный магазин «Лепесток»,
- магазин цветов «Еловое яблоко»,
- салон «Орхидея» и др.



Гостиница для растений «Green hostel»

В аренду предполагается взять офисное помещение площадью 18 м², расположенное по адресу г. Гомель, ул. Волгоградская, 14.

Помещение соответствует всем требованиям техники пожарной безопасности и санитарно-гигиеническим нормам.

Арендная плата составит 205 бел. руб. в месяц. Договор аренды заключается на 1 год.

Гостиница для растений «Green hostel»

Таблица 2 – Капитальные затраты

№	Наименование	Количество, шт.	Цена за единицу, бел. руб.	Итоговая стоимость, бел. руб.
1.	Стеллаж	2	139,64	279,28
2.	Фитолампа для растений	2	48	96
3.	Стол	1	68	68
4.	Стул	1	32	32
5.	Лейка для растений	2	9,24	9,48
6.	Пульверизатор для воды	2	6,52	13,04
7.	Итого	-	-	497,8

Гостиница для растений «Green hostel»

Таблица 3 – Ежемесячные затраты



№	Наименование	Итоговая стоимость, бел. руб.
1.	Грунт для комнатных растений, 5 л	2,63
2.	Универсальное удобрение, 0,25 л	8,60
3.	Минеральное удобрение 0,25 л	5,30
4.	Аренда, коммунальные услуги	205
5.	Итого	221,53

Гостиница для растений «Green hostel»

Стоимость за сутки: 1 бел. руб. входит ежедневный уход за растением, исходя из потребности растения (вода, свет, тень).

Дополнительные услуги: пересаживание растений, удобрение и подкормка растений – 2-5 бел. руб. (зависит от вида и сорта растения).

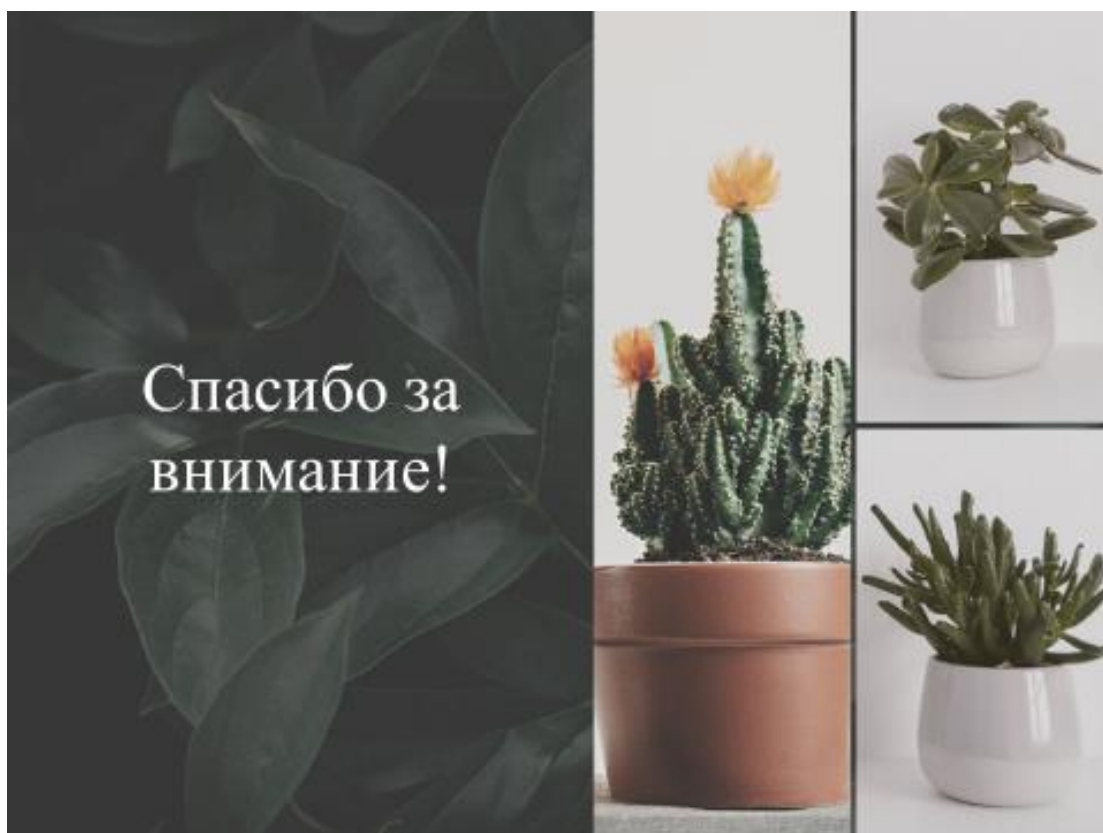
Посещаемость: 15 – 20 человек.



Гостиница для растений «Green hostel»

Таблица 4 – Экономические показатели проекта

№	Показатель	Значение
1.	Ежемесячные расходы	221,53 бел. руб.
2.	Ежемесячная выручка	450 бел. руб.
3.	Общая сумма налогов	90 бел. руб.
4.	Прибыль	138,47 бел. руб.
5.	Рентабельность	30,7%
6.	Срок окупаемости	3,5 мес.



Учреждение образования «Белорусский государственный университет информатики и радио-
электроники»

ЗАПИСКА К РАЗРАБОТАННОМУ ПРОЕКТУ
Сервис по оптимизации финансовых средств

Авторы:

Липченко Анна Михайловна

Цейкало Дарья Сергеевна

Демещенко Ольга Олеговна

Воробей Ксения Антоновна

Коуч-консультант: ст. преподаватель ка-
федры экономики, магистр экономиче-
ских наук

О.Н. Шкор

Минск 2023

Цель, актуальность и основные идеи проекта:

Сейчас многие люди сталкиваются с проблемами в управлении своими финансами, включая недостаток знаний в области личных финансов, неэффективное использование финансовых ресурсов и трудности в планировании бюджета. В результате, люди могут находиться в долгах, не иметь достаточного количества сбережений и не уметь достигать своих финансовых целей.

Цель проекта - создать прототип сервиса по оптимизации финансовых средств.

Важно улучшить финансовое благополучие людей, предоставив им инструменты и знания, необходимые для принятия обоснованных решений. Это позволит людям добиться лучших результатов в своей жизни и обеспечит их экономическую устойчивость в будущем. Продолжительное время финансовая грамотность не была приоритетом для многих людей. Однако, с развитием и доступностью финансовых инструментов и услуг, знание основных финансовых принципов и умение принимать осознанные финансовые решения становится все более важным. В связи с этим, сервис, который помогает людям формировать свои финансовые навыки и принимать более осознанные решения, является актуальным и востребованным на рынке. Такой сервис помогает людям не только понимать основы финансов, но и применять их на практике, находить оптимальные варианты инвестирования и решать другие финансовые вопросы.

Данный сервис является особенно актуальным по нескольким причинам:

1. Несмотря на то, что многие люди имеют источник дохода, многие из них не знают, как правильно управлять своими финансами. Однако, в данный момент все больше людей осознают, что управление финансами — это необходимый инструмент для достижения целей и снижения рисков.

2. Необходимость в таком сервисе возникает также в связи с ситуацией пандемии, которая изменила многие аспекты жизни людей, включая аспекты, связанные с финансами. Многие люди уволены из-за пандемии, некоторые потеряли бизнес, поэтому им нужны новые навыки, чтобы управлять своими финансами в новых условиях.

3. Финансовые технологии и инструменты быстро развиваются, и люди должны уметь разбираться в них. Сервис, который помогает усовершенствовать финансовые знания и навыки, обеспечивает обучение новым технологиям и позволяет приводить их в действие.

Основные идеи сервиса, который помогает людям улучшить свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения:

1. Бюджетирование и отслеживание расходов: пользователи могут создавать бюджеты и отслеживать свои финансы, что поможет им лучше понимать, на что они тратят свои деньги и какие расходы можно сократить.

2. Образовательные ресурсы: сервис может предоставлять образовательные ресурсы, такие как статьи, видеоуроки и онлайн-курсы, которые помогут пользователям узнать больше о финансах и улучшить свои навыки.

3. Инвестирование: сервис может предложить пользователям инструменты для инвестирования, которые помогут им создавать инвестиционный портфель и принимать осознанные решения при выборе инвестиций.

4. Советы от экспертов: пользователи могут получать персонализированные советы от финансовых экспертов, которые помогут им принимать решения в соответствии с их финансовыми целями и ситуацией.

5. Анализ расходов: сервис может анализировать данные о расходах пользователя и давать рекомендации по распределению затрат.

6. Разработка финансовых планов: пользователи могут создавать персонализированные финансовые планы, которые помогут им достигнуть своих целей и планировать свои финансы на долгосрочную перспективу.

7. Расчет кредитных возможностей: сервис может помочь пользователям рассчитать свои кредитные возможности, рассчитать стоимость кредита, проанализировать условия и выбрать наилучшее предложение.

8. Регулярное уведомление о платежах: сервис может напоминать пользователям о необходимости оплаты счетов и платежей.

9. Сравнение финансовых продуктов: пользователи могут сравнивать финансовые продукты, такие как кредиты, дебетовые карты, депозиты и другие, чтобы выбрать наиболее выгодное предложение.

Механизм реализации и экономическое обоснование:

Механизм реализации стартапа может включать в себя несколько этапов:

1. Исследование рынка и потенциальных клиентов. Необходимо провести анализ существующих конкурентов, чтобы понимать ситуацию на рынке. Также важно выяснить, какие потребности имеют ваши потенциальные клиенты и какие проблемы вы можете помочь им решить.

2. Разработка бизнес-модели. Необходимо определить, как вы будете зарабатывать на своем сервисе. Это может быть подписка на платный контент, комиссия за использование инструментов анализа и планирования бюджета, продажа рекламы и т.д.

3. Создание продукта. На этом этапе необходимо разработать сервис и функциональность, которые помогут пользователям улучшить свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения. Это может быть включение инструментов для отслеживания расходов и доходов, рекомендации по инвестированию, калькуляторы кредитов и другие функции.

4. Тестирование и улучшение. После создания продукта необходимо провести тестирование, чтобы определить, насколько эффективными являются различные функции и какие из них требуют доработки или улучшения.

5. Маркетинг и продвижение. Когда продукт готов к запуску, необходимо разработать стратегию маркетинга и продвижения, чтобы привлечь пользователей и заинтересовать их в использовании сервиса. Это может включать в себя создание сайта, контекстную рекламу, SEO-оптимизацию и другие маркетинговые каналы.

6. Монетизация и масштабирование. После запуска продукта и привлечения достаточного количества пользователей необходимо начать монетизировать свой сервис и рассматривать возможности его масштабирования. Например, можно добавить новые функции, расширить аудиторию за счет продвижения в новых регионах и развивать партнерские отношения с финансовыми учреждениями и компаниями, чтобы предлагать пользователям дополнительные возможности и услуги. Также можно рассмотреть возможность привлечения инвестиций для расширения бизнеса и ускорения роста. Настройка рекламы в приложениях, индивидуальные условия сотрудничества с конкретными банками, осуществление платных услуг в сервисе, платная подписка на особые услуги и vip-пакеты – основные способы монетизации данного сервиса.

Факторы, которые могут служить экономическим обоснованием для реализации проекта:

1. Рынок: финансовое образование и управление личными финансами являются актуальными и востребованными темами, особенно в периоды экономической нестабильности. Большинство людей сталкиваются с проблемами в управлении своими деньгами и нуждаются в помощи в этом вопросе. Поэтому, стартап, предлагающий решения для улучшения финансовых навыков, может иметь большой потенциал на рынке.

2. Конкуренция: хотя конкуренция в этой области достаточно высока, большинство предложений ограничено конкретными аспектами финансового планирования и не охватывает все аспекты управления личными финансами. Стартап, предлагающий комплексный подход к финансовому образованию и управлению личными финансами, может занять нишу на рынке.

3. Монетизация: стартап может получать доход, предлагая различные услуги для улучшения финансовых навыков, такие как индивидуальные консультации, подбор инвести-

ционных портфелей, разработка персональных финансовых планов, проведение онлайн-курсов и т.д. Кроме того, можно получать доход, работая с банками и страховыми компаниями и получая комиссии за продажи продуктов.

4. Рост: стартап может развиваться путем увеличения аудитории, предлагаемых услуг и расширения географического охвата. При этом необходимо использовать маркетинговые стратегии и технологические инструменты для привлечения новых пользователей.

5. Инвестиции: стартап, который помогает людям улучшить свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения, может привлечь инвестиции от венчурных капиталистов и других инвесторов, заинтересованных в развитии финансовой индустрии и улучшении финансовой грамотности населения. Для этого стартап должен представить свой бизнес-план и продемонстрировать потенциальный рост доходов и расходов. Инвесторы могут также предоставить дополнительные ресурсы, такие как советы по управлению бизнесом и сопровождение на этапе развития компании.

6. Социальный эффект: стартап, который помогает людям улучшить свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения, может иметь значительный социальный эффект. Улучшение финансовой грамотности населения может привести к уменьшению уровня финансовой незащищенности и улучшению качества жизни. Этот социальный эффект может привлечь дополнительное внимание и поддержку от государственных органов и некоммерческих организаций.

Итак, стартап, который помогает людям улучшить свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения, может иметь экономическое обоснование благодаря высокому спросу на услуги по финансовому образованию, отсутствию полноценной конкуренции, возможностям монетизации, потенциальному росту, привлечению инвестиций и социальному эффекту.

Положительные последствия внедрения:

Внедрение сервиса, который помогает людям улучшать свои финансовые навыки и принимать более осознанные финансовые решения, может привести к ряду положительных последствий:

1. Улучшение финансовой грамотности. Люди получают больше информации о том, как правильно управлять своими финансами, что позволит им сделать более осознанные финансовые решения.

2. Сокращение финансовых ошибок. Люди будут лучше осведомлены о различных финансовых продуктах и услугах, что позволит им избежать финансовых ошибок и уменьшить вероятность попадания в долговую яму.

3. Увеличение финансовой безопасности. Благодаря улучшению финансовых знаний люди смогут лучше защитить свои финансовые интересы, что поможет им избежать мошенничества и других финансовых преступлений.

4. Улучшение экономического благосостояния. Люди, улучшающие свои финансовые навыки, могут стать более успешными в финансовом плане, что в свою очередь может привести к улучшению экономического благосостояния в целом.

5. Увеличение спроса на финансовые услуги. Рост финансовой грамотности может привести к увеличению спроса на различные финансовые продукты и услуги, что в свою очередь может стимулировать рост финансовой индустрии.

Прототип и визуал сервиса:

Прототипирование сайта было выполнено в приложении Figma, проработана визуальная часть, составляющие данного сервиса, рассмотрены некоторые функции.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

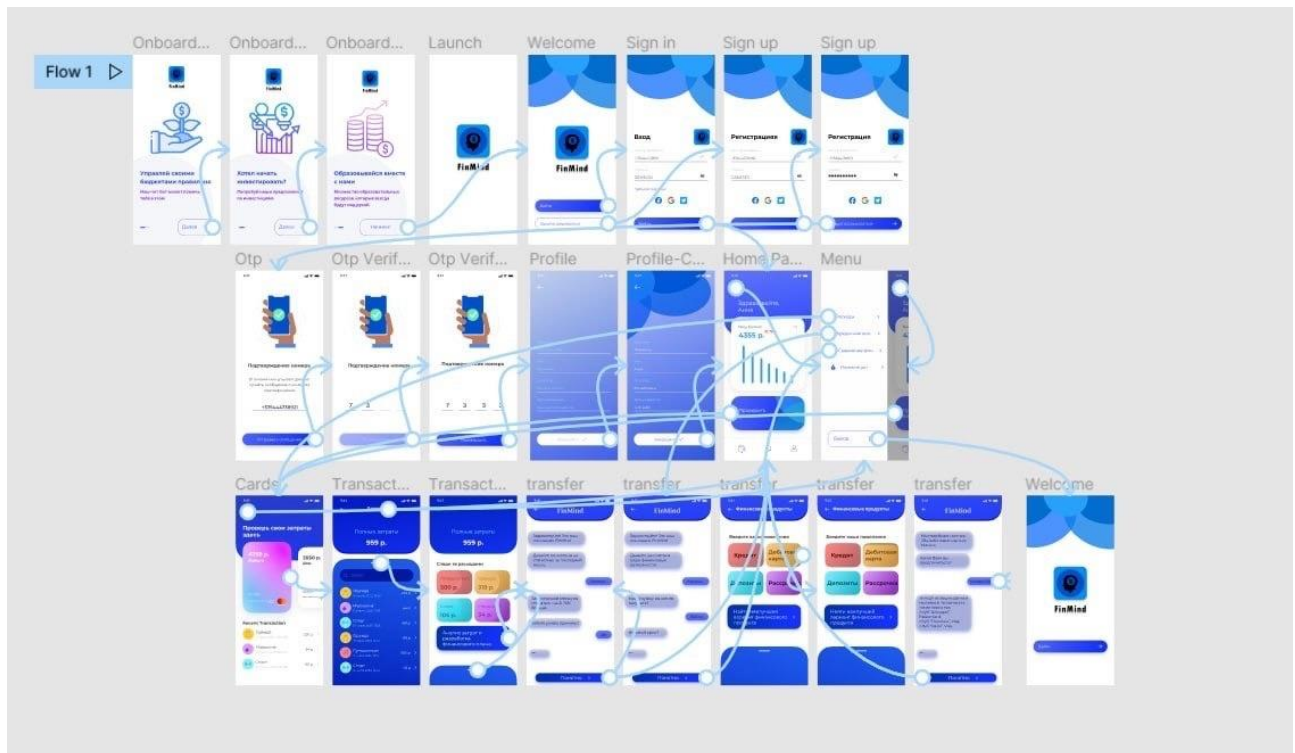


Рисунок 1-Прототип сервиса



Рисунок 2-Визуал сервиса: первая страница, главная страница, страница регистрации



Рисунок 3-Визуал сервиса: работа чат-бота

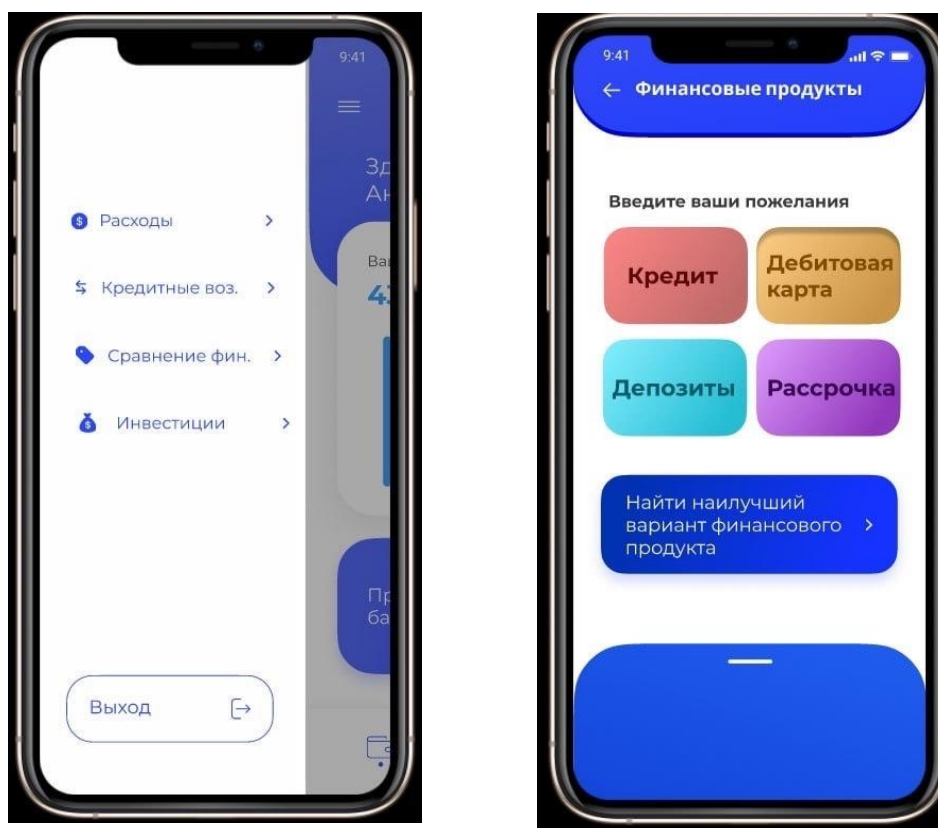


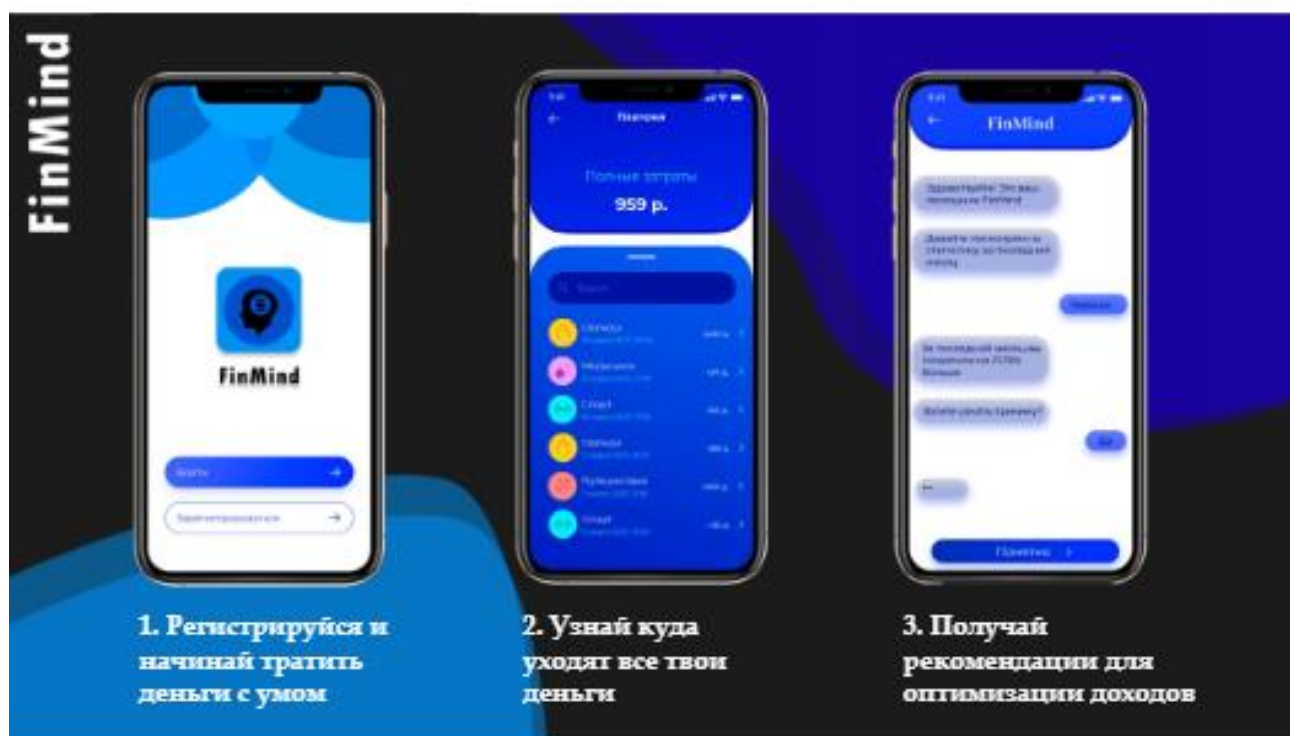
Рисунок 4-Визуал сервиса: страницы меню предоставляемых продуктов и услуг



Учреждение образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
 Авторы: Лигченко Анна Михайловна, Цейкало Дарья Сергеевна, Демещенко Ольга Олеговна, Воробей Ксения
 Антоновна
 Консультант: ст. преподаватель кафедры экономики, магистр экономики наук О.М. Шер

**FinMind – СЕРВИС, КОТОРЫЙ ПОМОГАЕТ
ЛЮДЯМ УЛУЧШАТЬ СВОИ ФИНАНСОВЫЕ
НАВЫКИ И ПРИНИМАТЬ БОЛЕЕ
ОСОЗНАННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ**





FinMind

ВЛИЯНИЕ, КОТОРОЕ FINMIND ОКАЖЕТ НА ОБЩЕСТВО:

1. Улучшение финансовой грамотности.
2. Сокращение финансовых ошибок.
3. Увеличение финансовой безопасности.
4. Улучшение экономического благосостояния.
5. Увеличение спроса на финансовые услуги.



ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

- Финансовое образование и управление личными финансами являются актуальными и востребованными темами, особенно в периоды экономической нестабильности.
- Стартап может получать доход, предлагая различные услуги для улучшения финансовых навыков, такие как индивидуальные консультации, подбор инвестиционных портфелей, разработка персональных финансовых планов, проведение онлайн-курсов и т.д. Кроме того, можно получать доход, работая с банками и страховыми компаниями и получая комиссии за продажи продуктов.
- Стартап может развиваться путем увеличения аудитории, предлагаемых услуг и расширения географического охвата. При этом необходимо использовать маркетинговые стратегии и технологические инструменты для привлечения новых пользователей.

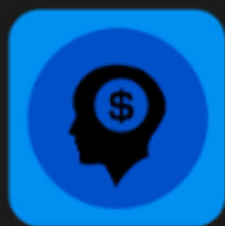
FinMind



FinMind

КАК ЭТО ВСЕ РЕАЛИЗОВАТЬ?

1. ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ.
2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ
3. СОЗДАНИЕ ПРОДУКТА.
4. ТЕСТИРОВАНИЕ И УЛУЧШЕНИЕ.
5. МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ
6. МОНЕТИЗАЦИЯ И МАСШТАБИРОВАНИЕ.



FinMind

УПРАВЛЯЙТЕ СВОИМИ ДЕНЬГАМИ С УМОМ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

**ПЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту**

РАЙ ВКУСА «Если с дома выйти сложно – заказать доставку можно»

(полное название стартап-проекта)

Капитан команды – Синютин Юлия Сергеевна;

члены команды: Баран Ксения Вячеславовна;

Сидорук Дарья Константиновна;

Парфеев Ирина Сергеевна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

УО «Брестский государственный технический университет»

образовательное учреждение – полностью

Кривицкая Тамара Васильевна, старший преподаватель кафедры менедж-
мента

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

На современном этапе развития информационных технологий, средств транспорта и связи, способов передачи информации наблюдается не только стирание границ в Интернет сети, но и повышение мобильности населения. Благодаря достижениям технологического прогресса стираются расстояния, растут скорости, совершенствуется качество и увеличивается количество услуг, которые современный бизнес может предложить обществу.

Услуги в сфере общественного питания являются результатом деятельности предприятий данной сферы, основная цель которых заключается в удовлетворении потребности населения в питании.

Высокая комплексность и тесная взаимосвязь услуг общественного питания со всеми другими секторами сферы услуг делают этот сектор одним из важнейших в современное время.

Можно утверждать, что сектор общественного питания является важной частью социальной инфраструктуры, его роль достаточно значима и направлена на выполнение главной функции – *создания комплекса условий для развития экономики и обеспечения нормальной жизнедеятельности человека.*

Беря во внимание комплексность услуг рынка общественного питания, а также многочисленное количество участников процесса их потребления, очень важно более детально остановиться на специфических особенностях, которые являются общими для большинства услуг и характеристиками, которые являются отличительными.

Рассмотрев основные характеристики и составляющие рынка услуг общественного питания была разработана типовая модель, отражающая конкретные связи, возникающие между объектами и субъектами рынка. С помощью данной модели можно увидеть, как происходит формирование спроса и предложения на рынке общественного питания.

Бар «РАЙ ВКУСА» оказывает потребителям услуги по производству и реализации продуктов питания.

В условиях постоянно растущей конкуренции в отрасли, для повышения эффективности оказания услуг в целом и использования современных инструментов маркетинга в частности, наиболее целесообразным будет разработка и внедрения в процесс её деятельности применения такого современного инструмента маркетинга в повышении эффективности оказания услуг, как:

1. SEO оптимизация и раскрутка сайта.
2. Обеспечение комплексного технического обслуживания сайта.
3. Увеличение эффективности группы Бар РАЙ ВКУСА в «Вконтакте».
4. Создание аккаунта в социальных сетях «Instagram» и «TikTok».

SEO оптимизация и раскрутка сайта. Поисковое продвижение сайта – еще один важный инструмент, за счет которого потенциальные клиенты смогут легко найти сайт в поисковой системе. Поисковое продвижение сайта Бар РАЙ ВКУСА необходимо начать с оптимизации контента. Следует оптимизировать существующий контент сайта (тексты и фотографии) под ключевые слова, добавить новый контент. Затем необходимо приобрести ссылки на сайт Бар РАЙ ВКУСА с других тематических сайтов, что повысит авторитет сайта в глазах поисковых систем, и поспособствует повышению позиций в поисковой выдаче. Рекомендуются не только арендовать временные ссылки (с оплатой за месяц), но и закупить вечные ссылки, то есть навсегда. Временные ссылки следует закупить в автоматической системе продвижения сайтов WebEffector, вечные ссылки можно приобрести в таких системах, как GoGetLinks, Miralinx,

RotaPost. Приобретаемые ссылки должны быть как с анкором, так и без анкора, причем соотношение должно быть примерно 30 к 70. Это необходимо для того, чтобы приобретаемые ссылки учитывались поисковыми системами как естественные. В противном случае ссылки просто не будут учитываться поисковиками, и не повлияют на позиции сайта. Следует также учесть, что эффект от покупки ссылок проявится не раньше, чем через четыре–шесть месяцев.

Обеспечение комплексного технического обслуживания сайта. Контекстная реклама – это короткое текстовое объявление, которое размещается в выдаче поисковой системы, и показывается пользователю, если он ввел запрос, соответствующий тематике данного объявления. Наиболее популярными системами контекстной рекламы являются Яндекс Директ и Google Adwords, именно в этих системах рекомендуется создать рекламные объявления.

Продвижение сообщества «ВКонтакте» – важный инструмент интернет– маркетинга, который Бар РАЙ ВКУСА ранее не использовало в своей деятельности. Причина в том, что руководство не сумело оценить эффективность данного инструмента. Необходимо придерживаться следующих правил при работе в социальной сети «ВКонтакте»:

- ежемесячно составлять гибкий план публикаций;
- составить базу данных дружественных по тематике групп;
- публиковать новый контент не менее четырех раз в неделю;
- публиковать ссылки на сайт компании в постах (через три–четыре поста);
- размещать не менее одного видео и не менее одной фотогалереи в неделю;
- все посты иллюстрировать изображениями;
- оперативно удалять спам (в течение одного–двух часов);
- оперативно отвечать на комментарии и вопросы (в течение дня);
- проводить таргетированные рекламные кампании один–два раза в квартал;
- еженедельно мониторить появление новых групп по теме;
- ежедневно мониторить появление новых упоминаний компании в сети;
- не реже одного раза в месяц анализировать статистику активности в группе.

Особое внимание при продвижении сообщества «ВКонтакте» необходимо уделить контенту, который публикуется в сообществе. Контент должен быть актуальным и интересным пользователям, кроме того, необходимо четко разграничивать и чередовать посты, носящие развлекательный и рекламный характер.

Идеи контента могут быть следующими:

- новости Бар РАЙ ВКУСА, информация об акциях, конкурсах, новинках;
- информация об услугах Бар РАЙ ВКУСА;
- обзоры (в том числе ссылки на обзоры) продукции;
- положительные отзывы клиентов.

Создание аккаунтов в социальных сетях «Instagram» и «TikTok» поможет часто информировать потенциальных клиентов, показывая в ленте публикаций и новостей свои фото– и видеоматериалы с различных мероприятий и не только.

Для применения разработанных рекомендаций необходимо составить конкретную программу с указанием сроков выполнения намеченных задач. Все рекомендации разбиты на конкретные задачи, указаны сроки выполнения задачи, а также сотрудники, которые являются ответственным за выполнение.

В табл. 1 представлена программа реализации мероприятий по интернет-продвижению услуг Бар РАЙ ВКУСА.

Таблица 1 Программа мероприятий по интернет-продвижению услуг Бар РАЙ ВКУСА

Рекомендуемое действие	Конкретные задачи	Сроки
1	2	3
Запуск рекламной компании в Яндекс Директ	1 Составление рекламных объявлений	май, 2023 г.
	2 Настройка времени показа и регионов, где будут показаны объявления (время показа с 11.00-16.00, регион: г. Брест +радиус 10 км)	май, 2023 г.
Запуск рекламной компании в Яндекс Директ	3 Выбор стратегии показов и установление цены клика (стоимость клика 10 коп.)	май, 2023 г.
Продвижение сообщества в социальной сети «ВКонтакте»	1 Составление плана публикаций материалов в группе	апрель, 2023 г.
	2 Публикация нового контента не реже 4-х раз в неделю	апрель, 2023 г.
	3 Оптимизация контента сайта (текстов, фотографий) в соответствии с ключевыми словами	май, 2023 г.
	4 Написание новых SEO-статей и публикаций для сайта	май, 2023 г.
	5 Наращивание внешней ссылочной массы (аренда временных и закупка вечных ссылок с тематических сайтов)	май, 2023 г.
Продвижение в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	1 Регистрация личной страницы – представительства компании в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	апрель, 2023 г.
	2 Рассылка личных приглашений участникам дружественных групп	май, 2023 г.
	3 Составление плана публикаций для размещения в группе	май, 2023 г.
	4 Размещение рекламы в дружественных группах и сообществах	май, 2023 г.

Источник: собственная разработка автора

Проанализируем очередность применения мероприятий.

Первым по очередности мероприятием является *рекламная компания в Яндекс. Директ*. Настроить и запустить рекламную кампанию можно в течение нескольких часов, что позволит получить целевых посетителей на сайт в кратчайшие сроки. Единственным недостатком является ограничение бюджета. Если подобранные запросы являются высокочастотными, рекламный бюджет будет расходоваться достаточно быстро.

Данный инструмент интернет-маркетинга, как и контекстная реклама Яндекс.Директ, позволит достичь быстрых результатов.

Следует отметить, что при грамотной настройке рекламной компании, можно добиться минимальной цены клика, равной всего 5 копеек. Это делает таргетированную рекламу в социальной сети «Вконтакте» одним из самых привлекательных инструментов интернет-маркетинга.

Продвижение сайта в поисковых системах является долгоиграющим инструментом интернет-маркетинга, то есть положительный эффект будет сохраняться на протяжении долгого времени. Нелишним будет, перед продвижением сайта, провести поисковый аудит сайта.

Поисковый аудит сайта (SEO-аудит) – это исследование, выявляющее ошибки в содержимом страниц сайта, которые мешают сайту занять высокие места в поисковой выдаче. Необходимо протестировать сайт на совместимость с поисковыми системами, чтобы информация на сайте оперативно попадала в поисковики. Результатом поискового аудита сайта становится отчет, содержащий описание текущей ситуации и рекомендации по ее улучшению.

Продвижение в социальных сетях «Instagram» и «TikTok» запланировано на конец весны. Однако большинство потенциальных клиентов будут активно пользоваться интернетом, в частности социальными сетями, даже на отдыхе.

Перед реализацией предложенных мероприятий согласно установленной программе, необходимо разработать бюджет, затем оценить эффективность разработанных мероприятий. Бюджет мероприятий по продвижению услуг Бар РАЙ ВКУСА в интернет-среде представлен в табл. 2.

Таблица 2 Бюджет мероприятий по продвижению услуг Бар РАЙ ВКУСА в интернет среде

Мероприятие	Стоимость (руб.)	Затраты (руб.)
1	2	4
Рекламная кампания в Яндекс.Директ	Стоимость клика по конкурентным ключевым словам варьируется от 40 до 80 копеек. По решению руководства на рекламу Яндекс.Директ выделяется 300 рублей в месяц. $300 \times 6 = 1800$	1800
Продвижение сообщества в социальной сети «Вконтакте»	Стоимость продвижения складывается из: 1 Работа копирайтера по написанию и публикации контента в группе. Стоимость – 150 рублей в месяц. 2 Размещение рекламных постов в дружественных группах. Стоимость размещения варьируется от 50 до 150 рублей за 1 размещение. По решению руководства бюджет в месяц 90 рублей. Итого стоимость 1 месяца продвижения в соц. сети «Вконтакте» оценивается в 240 рублей. $240 \times 6 = 1140$	1140

Продвижение в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	Стоимость продвижения в социальной сети «Instagram» складывается из: 1 Создание личной страницы предприятия в социальной сети. Бесплатно, поскольку данные работы будут выполняться штатным сотрудником. 2 Размещение рекламы в дружественных группах. Стоимость размещения рекламы в одной группе составляет от 100 до 180 рублей. По решению руководства на рекламу в «Instagram» и «TikTok» выделяется 340 рублей в месяц. $340 \times 3 = 1020$	1020
Оптимизация и продвижение сайта в поисковых системах	Стоимость поискового продвижения по выбранным ключевым словам согласно расчетам веб-студии, составит 240 рублей в месяц. $240 \times 4 = 960$	960
Итого		4920

Источник: собственная разработка автора

Как видно из данных приведенной табл. 2, общие затраты на реализацию мероприятий составят около 4920 руб.

Таким образом экономический эффект при затратах в размере 4,92 тыс. руб. составит 52,98 тыс. руб. Из расчетов видим, что мероприятие по продвижению услуг Бар РАЙ ВКУСА в интернет среде, экономически обосновано.

Третьей мерой в рамках выбранной стратегии по увеличению количества обращений в Бар РАЙ ВКУСА является внедрение бонусной программы.

Современные методы поддержки покупательской лояльности можно условно разделить на методы, относящиеся к ассортиментной политике; неценовые - оказание помощи при совершении покупки, информационно-консультационные услуги и дополнительные удобства; ценовые - различные дисконтные программы.

Последний, самый известный и наиболее распространенный в Беларуси тип программ по привлечению и удержанию покупателей - дисконтные программы (и их упрощенная разновидность - разовые скидки). Суть их - в предоставлении клиенту выгоды в виде возврата части оплаченной стоимости товара непосредственно в момент покупки. Налицо сугубо материальная выгода: некий сэкономленный процент от стоимости товара, услуги.

Разовые акции направлены в основном на разовое привлечение покупателей, после чего пришедшие могут никогда в жизни больше не обратиться в организацию, если снова не узнают, что в автосервисе есть интересующая услуга (со скидкой).

Стратегическая цель дисконтной системы:

- привлечь большее количество клиентов;
- увеличить объем продаж и ускорить оборот капитала;
- увеличить прибыль предприятия.

Стратегическая задача дисконтной системы:

- заинтересовать постоянного клиента;
- проявить повышенное внимание при обслуживании;
- предоставить особые скидки;
- увеличить количество постоянных клиентов.

Главным инструментом дисконтной программы является «карта клиента». С учетом психологии клиентов разного пола, возраста и материального достатка, «Карта клиента» - это важнейший информационный документ:

- удостоверяющий право предъявителя на скидки, льготы, бонусы, призы, подарки и т.д.;
- подтверждающий его избранный социальный статус в обществе;
- дающий уверенность в постоянной возможности воспользоваться оплаченными привилегиями.

А с точки зрения маркетологов «карта клиента» является:

- безотказным инструментом для формирования базы данных постоянных клиентов;
- прочной связующей нитью для выстраивания с клиентами более тесных отношений;
- средством, помогающим прогнозировать спрос на отдельные группы товаров или услуг;
- средством, позволяющим отслеживать, какие услуги и товары перестали пользоваться спросом.

Бар РАЙ ВКУСА заказать к изготовлению во 2 квартале 2022 года 200 «Карт клиента». Изготовление одной карты с разработкой дизайна карты и логотипом стоит 1,45 руб. Для печати бонусных карт было выбрано Рекламно-Полиграфическое Предприятие УП «Логовест», изучив рынок данных услуг, выявлено, что данная организация предлагает самую низкую стоимость данной услуги в городе Бресте.

Таким образом затраты составят:

$$1,45 \times 200 = 290 \text{ руб.}$$

Для информационной поддержки дисконтной программы Бар РАЙ ВКУСА на 2023 год должна включать в себя интернет рассылку владельцам «Карт клиента» информации об акциях (рассылка будет осуществляться по электронной почте, на электронный адрес клиента, указанный в анкете при получении «Карта клиента»). По интернет-рассылке предприятие дополнительных затрат не несет.

По данным бухгалтерии Бар РАЙ ВКУСА выручка по данным услугам в 2021 году составила 3815 тыс.руб. Предполагаемая сумма скидок по отношению к выручке организации по услугам составит 10%:

$$3815 \times 10 : 100 = 381,5 \text{ тыс.руб.}$$

Исходя из опыта и показателей Бар РАЙ ВКУСА в предыдущие года, предполагаемый

Оценка экономической эффективности мероприятий в рамках предложенной программы

В табл. 3 представлены годовые затраты на проведение предложенных мероприятий, а также рассчитан годовой ожидаемый экономический эффект.

Таблица 3 Затраты на внедрение мероприятий и предполагаемый эффект

Наименование мероприятия	Общая сумма затрат	Ожидаемый эффект
1	2	3
Интернет-продвижение предоставляемых услуг Бар РАЙ ВКУСА	4,92 тыс.руб.	+52,98 тыс.руб.
Внедрение скидок	0,3 тыс.руб.	+20,13 тыс.руб.

Источник: собственная разработка автора

Далее проведем расчет экономического эффекта от реализации мероприятия, то есть рассчитаем годовую сумму чистой прибыли от реализации мероприятий в табл. 3.2

Таблица 3.2 Прогноз динамики показателей экономической эффективности реализации мероприятий

Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий
1	2	3
Выручка от реализации без налогов, тыс. руб.	16975	20951
Налоги и отчисления из прибыли, тыс. руб.	16536	20397,8
Чистая прибыль, тыс. руб.	439	553,2

Источник: собственная разработка

Как показывает анализ показателей деятельности предприятия после внедрения предлагаемых мероприятий, экономическая эффективность предложенных мероприятий выражается через:

- увеличение количества обращений в Бар РАЙ ВКУСА;
- повышение качества услуг;
- повышение квалификации специалистов;
- повышению узнаваемости и репутации бренда;
- увеличение прибыли предприятия.

Таким образом из проведенного анализа исследуемого предприятия, была разработана наиболее подходящая для предприятия стратегия сохранения своей рыночной ниши и завоеванию новых рынков сбыта.

Для Бар РАЙ ВКУСА было предложено провести следующие мероприятия в рамках выбранных стратегий. Первой мерой в рамках выбранной стратегии в целях повышения узнаваемости и репутации бренда было предложено программа интернет-продвижения услуг Бара РАЙ ВКУСА.

В качестве второй меры, в рамках выбранной стратегии по увеличению количества обращений в Бар РАЙ ВКУСА, предложено внедрение бонусной программы. Экономический эффект при затратах в размере 0,3 тыс. руб. составит 20,13 тыс. руб.

Благодаря предложенным рекомендациям предприятию удастся увеличить прибыль, что обусловит положительное значение всех показателей деятельности предприятия. Как итог, в результате реализации предложенных мероприятий наблюдается повышение эффективности оказанных услуг, что говорит о том, что предложенные мероприятия повысят прибыль Бара РАЙ ВКУСА.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ



ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- 1. SEO оптимизация и раскрутка сайта.
- 2. Обеспечение комплексного технического обслуживания сайта.
- 3. Увеличение эффективности группы Бар РАЙ ВКУСА в «Вконтакте».
- 4. Создание аккаунта в социальных сетях «Instagram» и «TikTok».

РЕКЛАМА

- **Контекстная реклама** – это короткое текстовое объявление, которое размещается в выдаче поисковой системы, и показывается пользователю, если он ввел запрос, соответствующий тематике данного объявления.

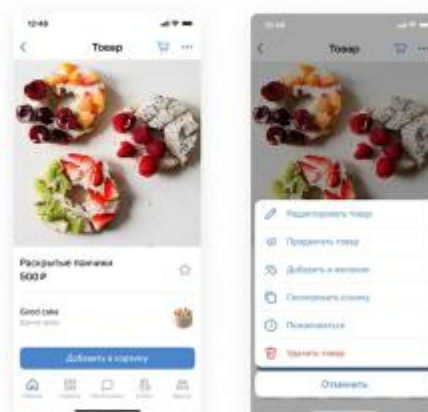


ПРОДВИЖЕНИЕ СООБЩЕСТВА «ВКОНТАКТЕ»

Продвижение сообщества «ВКонтакте» – важный инструмент интернет-маркетинга, который Бар РАЙ ВКУСА ранее не использовало в своей деятельности.

Правил при работе в социальной сети «ВКонтакте»:

- ежемесячно составлять гибкий план публикаций;
- составить базу данных дружественных по тематике групп;
- публиковать новый контент не менее четырех раз в неделю;



- размещать не менее одного видео и не менее одной фотогалереи в неделю;
- все посты иллюстрировать изображениями;
- оперативно удалять спам;
- оперативно отвечать на комментарии и вопросы;
- проводить таргетированные рекламные кампании один–два раза в квартал;
- еженедельно мониторить появление новых групп по теме;
- ежедневно мониторить появление новых упоминаний компании в сети;
- не реже одного раза в месяц анализировать статистику активности в группе.

ИДЕИ КОНТЕНТА

- новости Бара **РАЙ ВКУСА**, информация об акциях, конкурсах, новинках;
- информация об услугах Бара **РАЙ ВКУСА**;
- обзоры (в том числе ссылки на обзоры) продукции;
- положительные отзывы клиентов.



ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЮ

Рекомендуемое действие	Конкретные задачи	Сроки
1	2	3
Запуск рекламной компании в Яндекс Директ	1 Составление рекламных объявлений	май, 2023 г.
	2 Настройка времени показа и регионов, где будут показаны объявления (время показа с 11.00-16.00, регион: г. Брест +радиус 10 км)	май, 2023 г.

1	2	3
Запуск рекламной компании в Яндекс Директ	3 Выбор стратегии показов и установление цены клика (стоимость клика 10 коп.)	май, 2023 г.
Продвижение сообщества в социальной сети «ВКонтакте»	1 Составление плана публикаций материалов в группе	апрель, 2023 г.
	2 Публикация нового контента не реже 4-х раз в неделю	апрель, 2023 г.
	3 Оптимизация контента сайта (текстов, фотографий) в соответствии с ключевыми словами	май, 2023 г.
	4 Написание новых SEO-статей и публикаций для сайта	май, 2023 г.
	5 Нарращивание внешней ссылочной массы (аренда временных и закупка вечных ссылок с тематических сайтов)	май, 2023 г.

1	2	3
Продвижение в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	1 Регистрация личной страницы – представительства компании в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	апрель, 2023 г.
	2 Рассылка личных приглашений участникам дружественных групп	май, 2023 г.
	3 Составление плана публикаций для размещения в группе	май, 2023 г.
	4 Размещение рекламы в дружественных группах и сообществах	май, 2023 г.

БЮДЖЕТ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ

Мероприятие	Стоимость (руб.)	Затраты (руб.)
1	2	4
Рекламная кампания в Яндекс.Директ	Стоимость клика по конкурентным ключевым словам варьируется от 40 до 80 копеек. По решению руководства на рекламу Яндекс.Директ выделяется 300 рублей в месяц. $300 \times 6 = 1800$	1800
Продвижение сообщества в социальной сети «ВКонтакте»	Стоимость продвижения складывается из: 1 Работа копирайтера по написанию и публикации контента в группе. Стоимость – 150 рублей в месяц. 2 Размещение рекламных постов в дружественных группах. Стоимость размещения варьируется от 50 до 150 рублей за 1 размещение. По решению руководства бюджет в месяц 90 рублей. Итого стоимость 1 месяца продвижения в соц. сети «ВКонтакте» оценивается в 240 рублей. $240 \times 6 = 1140$	1140

Продвижение в социальных сетях «Instagram» и «TikTok»	Стоимость продвижения в социальной сети «Instagram» складывается из: 1. Создание личной страницы предприятия в социальной сети. Бесплатно, поскольку данные работы будут выполняться штатным сотрудником. 2. Размещение рекламы в дружественных группах. Стоимость размещения рекламы в одной группе составляет от 100 до 180 рублей. По решению руководства на рекламу в «Instagram» и «TikTok» выделяется 340 рублей в месяц. $340 \times 3 = 1020$	1020
Оптимизация и продвижение сайта в поисковых системах	Стоимость поискового продвижения по выбранным ключевым словам согласно расчетам веб-студии, составит 240 рублей в месяц. $240 \times 4 = 960$	960
Итого		4920

ВНЕДРЕНИЕ БОНУСНОЙ ПРОГРАММЫ

Современные методы поддержки покупательской лояльности можно условно разделить на:

- методы, относящиеся к ассортиментной политике;
- неценовые - оказание помощи при совершении покупки, информационно-консультационные услуги и дополнительные удобства;
- ценовые - различные дисконтные программы.



КАРТА КЛИЕНТА

Карта клиента - это важнейший информационный документ:

- удостоверяющий право предъявителя на скидки, льготы, бонусы, призы, подарки и т.д.;
- подтверждающий его избранный социальный статус в обществе;
- дающий уверенность в постоянной возможности воспользоваться оплаченными привилегиями.



ЗАТРАТЫ НА ВНЕДРЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ И ПРЕДПОЛАГАЕМЫЙ ЭФФЕКТ

Наименование мероприятия	Общая сумма затрат	Ожидаемый эффект
1	2	3
Интернет-продвижение предоставляемых услуг Бар РАЙ ВКУСА	4,92 тыс.руб.	+52,98 тыс.руб.
Внедрение скидок	0,3 тыс.руб.	+20,13 тыс.руб.

ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ

Показатели	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий
1	2	3
Выручка от реализации без налогов, тыс. руб.	16975	20951
Налоги и отчисления из прибыли, тыс. руб.	16536	20397,8
Чистая прибыль, тыс. руб.	439	553,2

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Благодаря предложенным рекомендациям предприятию удастся увеличить прибыль, что обусловит положительное значение всех показателей деятельности предприятия. Как итог, в результате реализации предложенных мероприятий наблюдается повышение эффективности оказанных услуг, что говорит о том, что предложенные мероприятия повысят прибыль Бара РАЙ ВКУСА.



Международный конкурс
студенческих стартапов
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к стартап-проекту

«Личный кабинет студента»

(полное название стартап-проекта)

Джиган Маргарита Сергеевна, Жукова Екатерина Андреевна, Савоник
Виктория

Ивановна

Ф.И.О. автора(ов) – полностью

УО «Брестский государственный технический университет»

образовательное учреждение - полностью)

Филиппова Татьяна Викторовна, старший преподаватель кафедры
менеджмента

Носко Наталья Викторовна, старший преподаватель кафедры менеджмента

Ф.И.О. коуч-консультанта (если есть) – полностью, должность

Цель проекта: Упростить для студентов работу с информацией, её сбором и хранением.

Актуальность: Сейчас 21 век – век информатизации и технологий. Необходимо переносить информацию с бумажного носителя в электронный вид, что позволит упростить процесс поиска, сбора и хранения данных. Также актуальность заключается в заботе об экологии нашей планеты за счёт уменьшения употребления бумаги, а это, в свою очередь, уменьшает затраты университета на печать и на закупку бумажного носителя.

Основные идеи:

➤ **Упрощение сбора информации.** Расписание пар, даты консультаций, экзаменов и пересдач, афиши мероприятий – вся необходимая информация собрана в личном кабинете и находится всегда под рукой.

➤ **Упрощение хранения информации.** Наш кабинет позволит сохранить и, при необходимости, предоставить данные о проделанной работе. Это касается курсовых и научных работ, докладов и конференций (при написании диплома это особенно удобно).

Если вдруг сломается компьютер или произойдёт утеря файлов, то все свои работы студенты смогут найти на онлайн носителе в «Личном кабинете студента».

➤ **Личные данные.** Все данные студента такие, как Ф.И.О., факультет, курс, специальность, номер телефона, адрес электронной почты и т.д. собраны в одном месте и не нужно перебирать кипу бумаг, чтобы узнать всё необходимое об учащемся. Особенно это удобно для преподавателей и кураторов.

Краткое описание механизма реализации:

1. Зарисовка и разработка дизайна сайта, формулировка требований
2. Поиск специалиста в IT-сфере, который будет готов взяться за работу
3. Обсуждение со специалистом всех нюансов и объёма работы (в часах)
4. Расчёт стоимости всех затрат и установление сроков сдачи сайта
5. Подписание договора
6. Разработка сайта
7. Тестирование сайта и корректировка всех нюансов
8. Приём результатов работы специалиста и запуск сайта

Краткое экономическое обоснование:

С точки зрения IT-специалиста объём работы включает в себя:

1. Анализ требований ~ 24 чел.ч.
2. Проектирование ~ 40 чел.ч.
3. Реализация ~ 400 чел.ч.
4. Тестирование ~ 100 чел.ч.
5. Развёртывание ~ 32 чел.ч.

Стоимость 1-го часа работы специалиста составляет 15\$/ч., из этого следует:

1. Анализ требований ~ 360\$
2. Проектирование ~ 600\$
3. Реализация ~ 6000\$
4. Тестирование ~ 1500\$
5. Развёртывание ~ 480\$

+ покупка доменного имени 20\$

+ хостинг 10\$/мес

Итого, стоимость сайта и всех работ составляет ~ 8970\$

Сумма, указанная выше, является единоразовым вложением. Далее ежемесячные затраты на сайт будут составлять 10\$ на хостинг.

Ожидаемые результаты проекта: упрощение работы, удобство сбора и хранения информации, повышение эффективности работы студентов.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ К СТАРТАП-ПРОЕКТУ

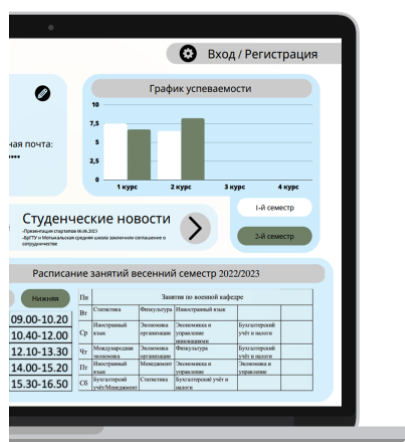
Startup-проект

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ
СТУДЕНТА



Над проектом
работали:

Джиган М.С.
Жукова Е.А.
Савоник В.И.



Идеальным вариантом было бы, чтобы вся необходимая информация была под рукой. Для решения этой проблемы мы предлагаем разработать **электронный кабинет студента**.

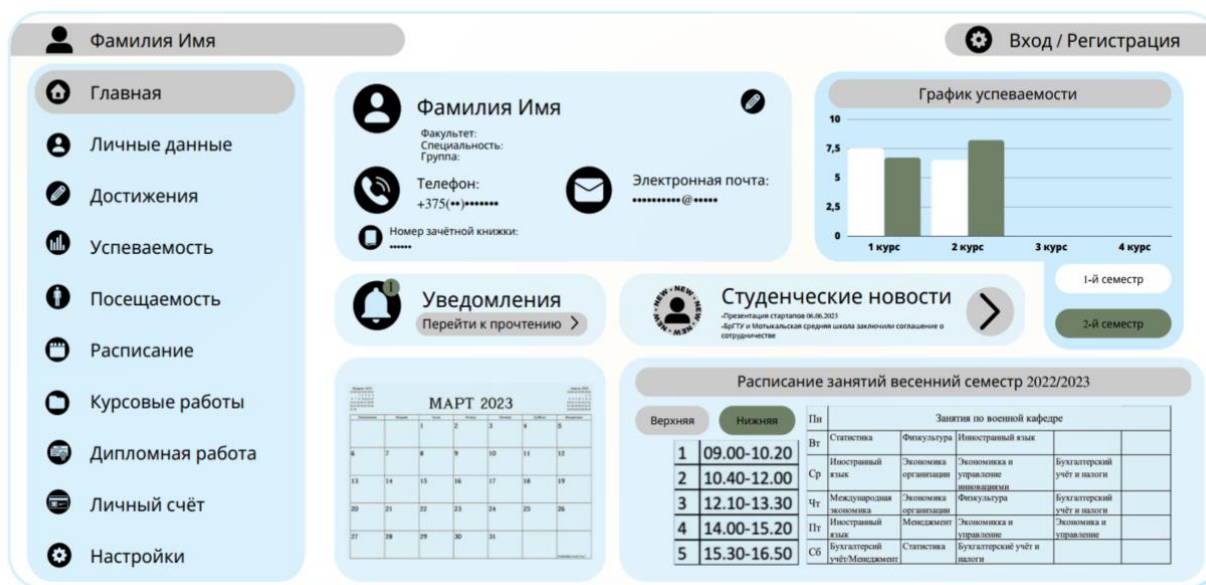
Проблемы:

- Сбор информации:**
Вся необходимая информация находится в разных частях университета, что затрудняет её сбор и не экономит время.
- Хранение информации:**
Многие учащиеся также сталкиваются с проблемой сбора и хранения информации о проделанной работе за время обучения.
- Личные данные:**
Не для кого не секрет, что, чтобы найти личное дело студента и его данные, нужно перебрать кучу бумаг, а это занимает время.

Решения:

- Сбор информации:**
Расписание пар, даты консультаций, экзаменов и пересдач, афиши мероприятий – вся необходимая информация под рукой.
- Хранение информации:**
Наш кабинет позволит сохранить и, при необходимости, предоставить данные о проделанной работе.
- Личные данные:**
В кабинете будет располагаться личная информация об учащемся, такая как электронная почта и номер телефона.

Визуализация Личного кабинета



Фамилия Имя | Вход / Регистрация

Личные данные студента

Фамилия _____
 Имя _____
 Отчество _____
 Дата рождения _____

Пол _____
 Место проживания _____
 Семейное положение _____
 Дата поступления - год выпуска _____
 Форма обучения _____
 Номер телефона _____
 Электронная почта _____
 Образование _____
 Информация о родителях (ФИО): _____
 Дата рождения _____
 Место проживания _____
 Место работы _____
 Должность _____
 Номер телефона _____

Личные данные:

- Вкладка заполняется студентом
- Содержит информацию о студенте (личные данные, родители и т.д.)
- Отображает контакты для связи со студентом

Достижения:

- Активность пользователя
- Конференции (загружаются студентом самостоятельно)
- Информация о спортивных достижениях
- Наименование секций

Фамилия Имя | Вход / Регистрация

Достижения

Конференции: _____

Загрузить файл

Спортивные достижения и секции:

Наименование секции: _____

Достижения: _____

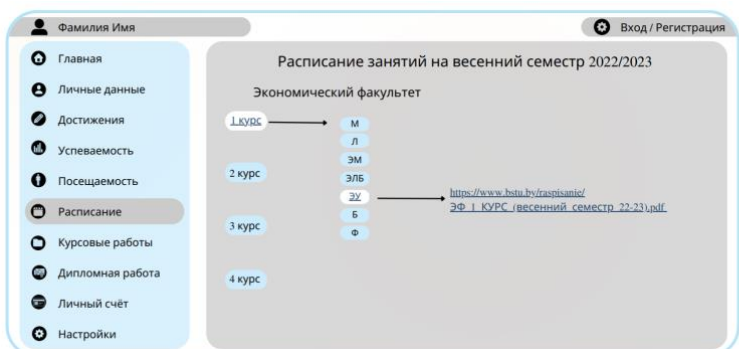


Успеваемость:

- Графики успеваемости за осенний и весенний семестры
- Задания на семестр (курсовые работы и т.д.)
- Отображаются экзамены и зачеты

Посещаемость:

- Графики на основе пропусков за каждый месяц обучения (по уважительной и неуважительной причине)
- Посещаемость (будет заполнять староста каждой группы)



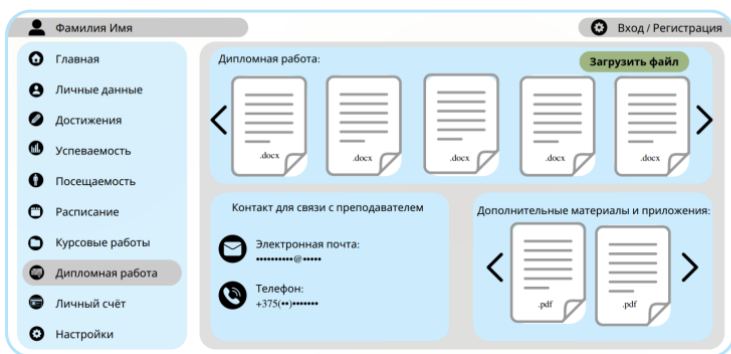
Расписание:

- Актуальное расписание
- Кликабельные кнопки с прикреплёнными ссылками, которые ведут на сайт БрГТУ

Курсовые работы:

- Курсовые работы (загружаются вручную)
- Возможность дальнейшего использования файлов
- Сроки сдачи



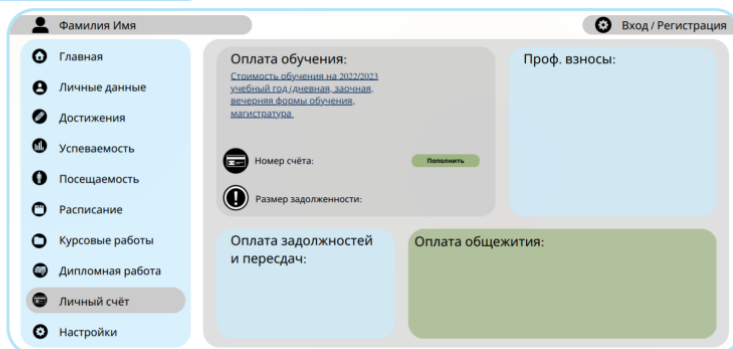


Дипломная работа:

- Дипломная работа студента
- Дополнительные файлы и приложения
- Контакты для связи с преподавателем

Личный счёт:

- Состояние личного счёта студента
- Актуальная стоимость обучения, статус его оплаты и т.д.
- Проф. взносы (профком, БРСМ)



Описание механизма реализации



Краткое экономическое обоснование:

С точки зрения IT-специалиста объём работы включает в себя:

1. Анализ требований ~ 24 чел.ч.
2. Проектирование ~ 40 чел.ч.
3. Реализация ~ 400 чел.ч.
4. Тестирование ~ 100 чел.ч.
5. Развёртывание ~ 32 чел.ч.

Стоимость 1-го часа работы специалиста составляет 15\$/ч., из этого следует:

1. Анализ требований ~ 360\$
 2. Проектирование ~ 600\$
 3. Реализация ~ 6000\$
 4. Тестирование ~ 1500\$
 5. Развёртывание ~ 480\$
- + покупка доменного имени 20\$
+ хостинг 10\$/мес

Итого, стоимость сайта и всех работ составляет ~ 8970\$
Сумма, указанная выше, является единовременным вложением. Далее ежемесячные затраты на сайт будут составлять 10\$ на хостинг.

Отчёт
о Международном конкурсе студенческих стартапов
«Бизнес-генерация – 2023»
в формате открытого очно-дистанционного участия (офф-/онлайн уча-
стия)

*(организатор – кафедра менеджмента
УО «Брестский государственный технический университет»,
6 апреля 2023 года)*

№	Показатель		Результат
1.	Количество проведенных мероприятий	с численностью участников до 60 человек	
		с численностью участников от 60 человек	1
2.	Участники мероприятий, чел.	общее количество	142
3.	Количество потенциальных инвесторов, чел.	принявших участие в мероприятии	3
		принявших участие в инвестировании бизнес-проектов стартапов	—
4.	Количество экспертов чел.	принявших участие в мероприятии	6
5.	Бизнес-проекты, ед.	заявленные	36
		рассмотренные	36
		проинвестированные	—

Научное издание

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНКУРСА
СТУДЕНЧЕСКИХ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ
«БИЗНЕС-ГЕНЕРАЦИЯ – 2023»**

*Текст печатается в авторской редакции,
орфографии и пунктуации*

Ответственный за выпуск: Гарчук И. М.
Редактор: Митлошук М. А.
Компьютерная верстка: Соколюк А. П.

Издательство БрГТУ.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных
изданий № 1/235 от 24.03.2014 г., № 3/1569 от 16.10.2017 г.

Подписано в печать 28.12.2023 г. Формат 60х84 ¹/₈.

Бумага «Performer». Гарнитура «Times New Roman».

Усл. печ. л. 35,11. Уч. изд. л. 37,75. Заказ № 1415. Тираж 25 экз.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Брестский государственный технический университет».

224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

ISBN 978-985-493-623-9

