


EcoScan


Авторы: Харитоновна Мария,
Матимбаева Аружан






Актуальность и цель проекта

 Объёмы отходов постоянно растут, однако большинство людей не понимает маркировку упаковки и не знает, какие материалы подлежат переработке и куда их сдавать. В результате значительная часть отходов загрязняет окружающую среду.

 Возникает необходимость в простом и доступном инструменте, который поможет ориентироваться в переработке.

 Цель проекта — разработка мобильного приложения, которое с помощью сканирования штрих-кода определяет тип упаковки и подсказывает способы её правильной утилизации.

о проекте



EcoScan — мобильное приложение, направленное на упрощение процесса сортировки и переработки отходов. Оно помогает пользователям быстро получать информацию об упаковке и принимать экологически правильные решения в повседневной жизни.

Приложение объединяет данные о продуктах, материалах и возможностях их переработки, делая процесс утилизации более понятным и доступным для каждого.

Основная задача приложения — повысить экологическую осознанность населения и упростить процесс раздельного сбора отходов.

Принцип работы приложения

пользователь
сканирует
штрих-код
продукта

приложение
находит его в
базе данных

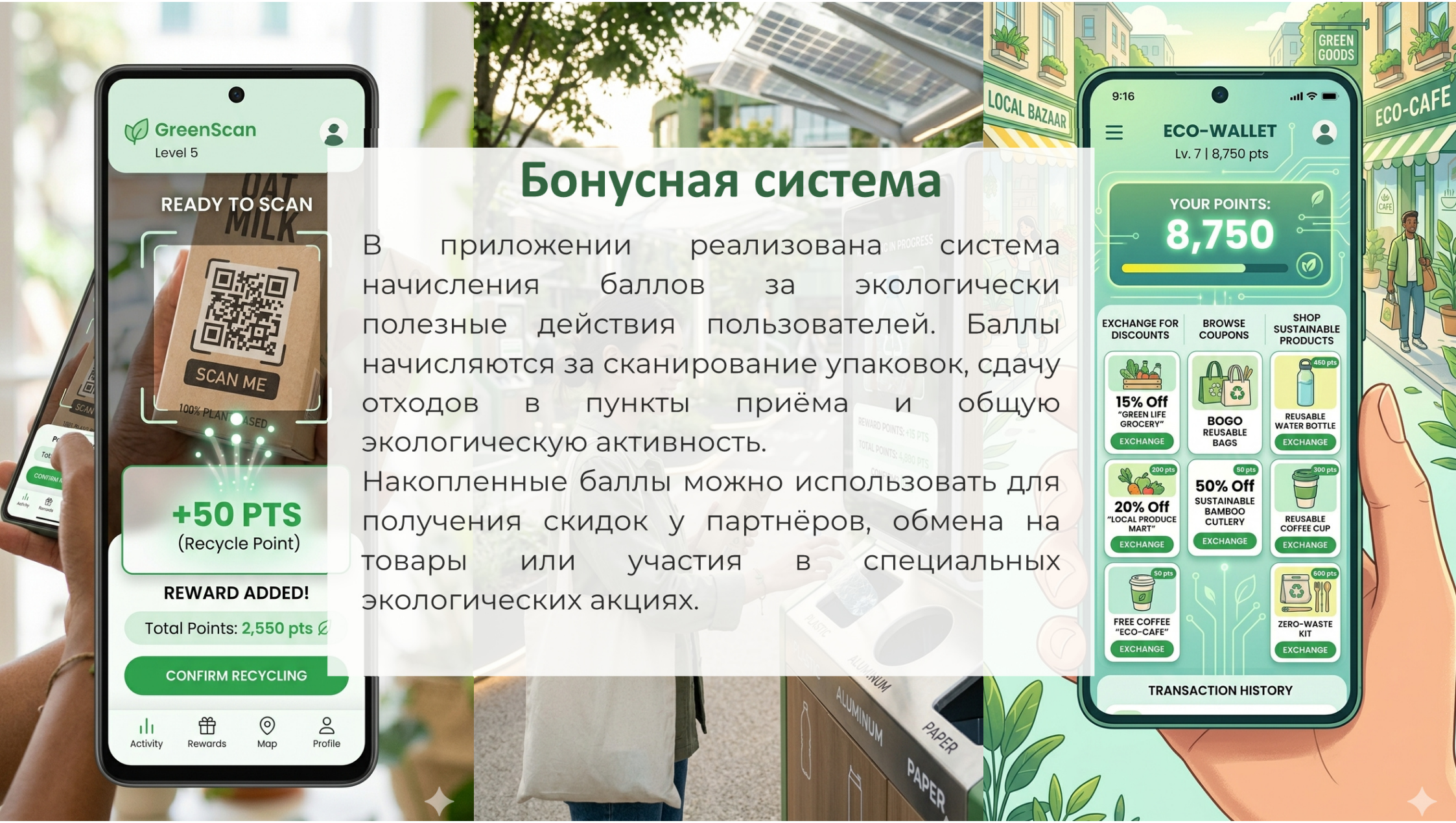
определяет тип
материала
упаковки

показывает,
подлежит ли он
переработке

предлагает
ближайшие
пункты приёма

даёт
рекомендации
по подготовке
отхода

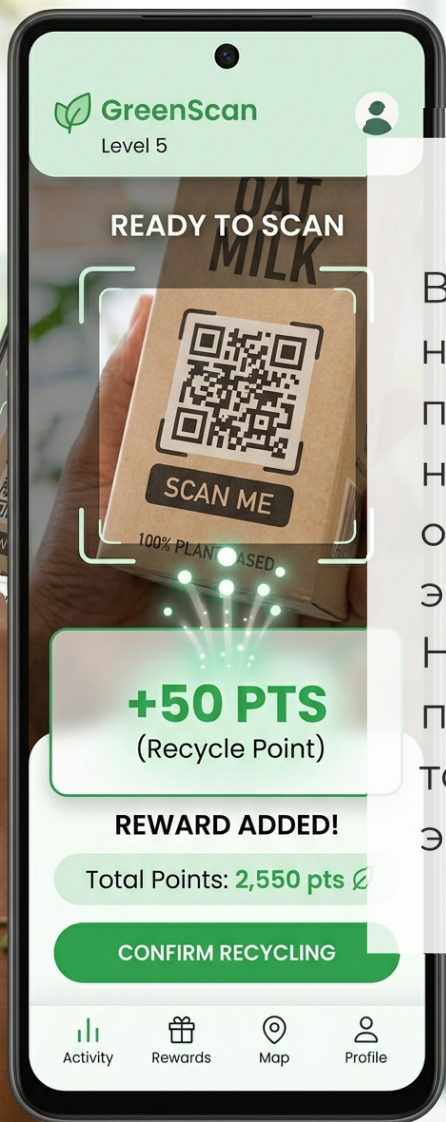
начисляет
бонусы за
экологически
е действия



Бонусная система

В приложении реализована система начисления баллов за экологически полезные действия пользователей. Баллы начисляются за сканирование упаковок, сдачу отходов в пункты приёма и общую экологическую активность.

Накопленные баллы можно использовать для получения скидок у партнёров, обмена на товары или участия в специальных экологических акциях.



База данных штрих-кодов

В приложении используется комбинированная база данных, включающая Open Food Facts, собственную базу и данные, предоставляемые пользователями и производителями.

Каждый штрих-код связывается с карточкой продукта, которая содержит информацию о составе упаковки, типе материала и возможностях переработки.

Для отечественных товаров данные могут добавляться вручную или запрашиваться напрямую у производителей, что повышает точность и полноту информации.

Такой подход позволяет более эффективно определять экологические характеристики продукции и упрощает процесс сортировки отходов для пользователей.

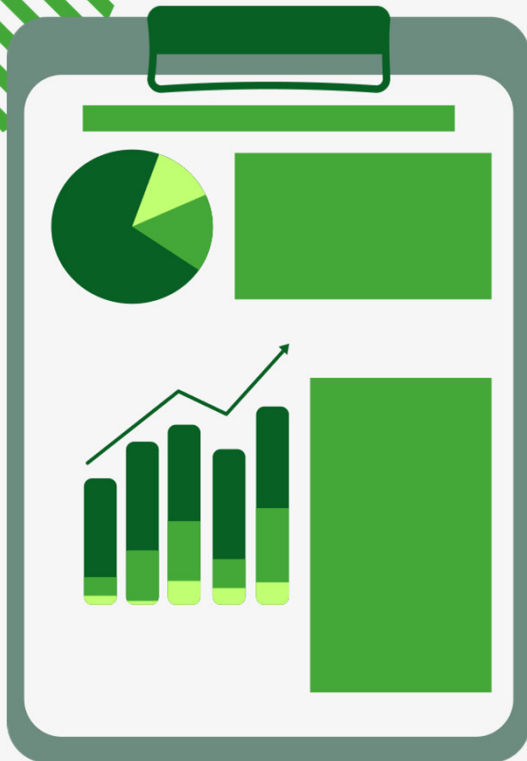
МОНЕТИЗАЦИЯ

Проект выгоден как пользователям, так и партнёрам. Перерабатывающие компании получают больше отсортированного сырья, бренды повышают свой экологический имидж, а магазины привлекают новых клиентов за счёт системы бонусов.

Доход приложения формируется за счёт размещения рекламы, партнёрских программ с компаниями и платного продвижения экологических брендов внутри платформы.



Целевая аудитория и конкурентные преимущества



Целевая аудитория:

Приложение ориентировано на широкий круг пользователей, однако основными являются:

- молодёжь (16–45 лет), активно использующая мобильные приложения
- семьи, заинтересованные в экологичном образе жизни
- эко-осознанные пользователи, стремящиеся к отдельному сбору отходов

Конкурентные преимущества:

- адаптация под условия Казахстана (учёт местных пунктов приёма и системы переработки)
- простой и удобный интерфейс
- система мотивации через бонусы
- объединение информации о продуктах и переработке в одном приложении

Финансовая модель

Категория	Статья расходов / доходов	Сумма (ориентировочно, ₹)	Примечание
Расходы (CAPEX)	Разработка MVP (iOS/Android)	4 500 000	Проектирование интерфейса и сканера
	Наполнение и интеграция БД	1 200 000	Сбор данных по товарам РК
Расходы (ОРЕХ)	Маркетинг и SMM	2 400 000	Таргет на молодежь (16–30 лет)
	Техподдержка и серверы	600 000	Аренда облачных мощностей
ИТОГО РАСХОДОВ		8 700 000	Стартовый капитал
Доходы	Реклама эко-брендов	3 000 000	Платное продвижение в приложении
	Партнерские программы (B2B)	5 000 000	Спецпроекты с ритейлом и переработкой
	Гранты / Программы поддержки	2 000 000	Экологические фонды
ИТОГО ДОХОДОВ		10 000 000	Выручка за первый год

Этап	Срок	Состояние бюджета
Инвестиционный (Pre-seed)	1–6 мес.	Только расходы на разработку и запуск маркетинга.
Операционный минус	7–12 мес.	Появление первой выручки от рекламы и партнеров, но она еще не покрывает затраты на содержание.
Точка безубыточности	14–16 мес.	Ежемесячные доходы сравниваются с ежемесячными расходами.
Полная окупаемость	18–22 мес.	Проект вернул все вложенные на старте средства и начал приносить чистую прибыль.

SWoT-анализ

Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)	Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
Адаптация под условия Казахстана	Зависимость от полноты базы данных	Партнерство с ритейлом и брендами	Конкуренция
Система мотивации	Необходимость начальных инвестиций	Экологическое просвещение	Нестабильность инфраструктуры
Удобство интерфейса	Риск низкой осведомленности	Монетизация через рекламу	Экономические риски
Комплексность	Техническая поддержка	Сотрудничество с переработчиками	Отказ производителей от сотрудничества