**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects:** [**https://pt.2035.university/project/zagadocnyj-arhangelsk\_2023\_10\_04\_22\_14\_32?\_ga=2.135393656.859860757.1698860151-560672675.1697826170**](https://pt.2035.university/project/zagadocnyj-arhangelsk_2023_10_04_22_14_32?_ga=2.135393656.859860757.1698860151-560672675.1697826170)

| **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| --- |
| **Название стартап-проекта** | Загадочный Архангельск |
| **Тема стартап-проекта**(основанная на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынке НТИ и Сквозных технологиях) | Экскурсии в исторические и культурные места Архангельска на основе виртуальной и дополненной реальности. |
| **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ**(выпадающий список, выбор нескольких) | ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ, УПРАВЛЯЮЩИХ, НАВИГАЦИОННЫХ СИСТЕМ. |
| Краткое обоснование соответствия стартап-проекта выбранному технологическому направлению (или нескольким, заполняется в свободной форме) | 1. Виртуальная и дополненная реальность: С использованием VR и AR технологий проект позволяет создать уникальное визуальное и познавательное взаимодействие со зрителями. Зрители могут исследовать музейные экспонаты с помощью виртуальных экскурсий, что позволяет им погружаться в атмосферу музея и увидеть детали, недоступные при обычном посещении.2. Доступность и удобство: Виртуальные и дополненные экскурсии делают культурное наследие города Архангельска доступным для широкой аудитории. Зрители могут просматривать видео-экскурсии в любое удобное для них время, не ограничиваясь графиком работы музеев или географическими ограничениями.3. Инновационность и современность: Проект нацелен на использование современных технологий и предлагает новый подход к посещению музеев. Он сочетает интерактивность, мультимедийные возможности и захватывающие рассказы, чтобы создать уникальное и запоминающееся впечатление.4. Образовательный потенциал: Виртуальные и дополненные экскурсии имеют большой потенциал для образовательной сферы. Они могут быть использованы в школах и учебных заведениях для обучения истории и искусству, расширения культурного кругозора учащихся и поддержки дистанционного образования.Все эти факторы делают проект в виде экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности актуальным и перспективным в сфере культурного туризма и образования. Он соответствует современным требованиям и предоставляет пользователю новые возможности для ознакомления с культурным наследием. |
| **Рынок НТИ**(выпадающий список, выбор нескольких) | TECHNET |
| **Сквозные технологии** (выпадающий список, выбор нескольких) | 3D ПРОТОТИПИРОВАНИЕ; НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ, ТЕХНОЛОГИИ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТЕЙ |
| **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **Лидер стартап-проекта**  | - Unti ID U1320765- Leader ID 4583734- Лысцева Анжела Александровна- 89214873775- почта llysceva@gmail.com |
| **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

| № | ФИО | Должность (при наличии) | Роль в проекте | Опыт и квалификация (краткое описание) | Телефон, почта |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Лысцева Анжела Александровна | Документовед | Лидер | Имею опыт в 4 года в ведении и заполнении документации | 89214873775 |  |  |  |  |
| 2 | Кренёва Ксения Игоревна | Маркетолог | Маркетолог | Эксперт в сфере продвижения на протяжении 2х лет | 89657329115 |  |  |  |  |

 |
| **план реализации стартап-проекта** |
| Аннотация проекта | Проект представляет собой уникальную возможность познакомиться с богатым культурным наследием города Архангельска, не выходя из дома. В рамках проекта мы предлагаем серию видео-экскурсий по различным музеям Архангельска, где зрители смогут увидеть ценные экспонаты, изучить исторические события, и заглянуть в прошлое этого удивительного города.Каждая видео-экскурсия проводится опытными гидами и экспертами, которые рассказывают о музейных коллекциях, истории создания музеев и их роли в сохранении исторического наследия Архангельска. Зрители смогут насладиться детальным рассмотрением экспонатов, услышать захватывающие истории о них и узнать много интересного о культуре и искусстве города.Наш проект будет представлен в видео формате, доступном для просмотра на различных девайсах. Это позволит зрителям без проблем проникнуться атмосферой музейных залов и насладиться интересными и познавательными экскурсиями, не выходя из своего комфортного дома.Проект призван расширить кругозор зрителей, позволить им ощутить культурное наследие Архангельска и вдохновить на личные посещения музеев. Время, которое до сих пор часто тратилось на поиск и планирование походов по музеям, можно теперь экономить, перенося это время на активное изучение культуры и искусства города.Цель: разработка портала, на котором реализуются экскурсии в музеях г. Архангельска, таких как Новодвинская крепость, Художественный музей, Северный морской музей, с применением технологии виртуальной и дополненной реальности. Задачи: надо заполнить 1. Провести аналитику
2. Разработать стратегию
3. Создать макет дизайна сайта
4. Провести верстку
5. Программирование сайта
6. Заполнение сайта информацией
7. Тестирование
8. Представление инвесторам

Ожидаемые результаты: Потенциальные потребители: Сегмент А: Молодежная аудитория, возраста 20-35 лет. Проживающая на территории РФ. Испытывают потребность в погружении в новый мир и в путешествиях. Сегмент Б: Зрелая аудитория 36 - 55 лет. Которая в силу обстоятельств не может посещать другие города и/или выходить за пределы своего дома.  |
| **Базовая бизнес-идея** |
| Какая технология / услуга / продукт будет продаваться: | Экскурсии на основе виртуальной и дополненной реальности по секторам - “Арктика”-590 руб., где вы можете увидеть Арктическое посольство, Архангельский областной краеведческий музей (залы, посвященные покорению Арктики) и музей художественного освоения Арктики им. А.А.Борисова.“Военный Архангельск” - 790 руб., где вы можете увидеть Новодвинскую крепость, Северный морской музей и Архангельский областной краеведческий музей (залы, посвященные военной истории) “Культура Архангельска” - 990 руб., где можно увидеть музей художника и сказочника С.Г. Писахова, Дом коммерческого собрания, музей-заповедник “Малые Корелы”, музей изобразительных искусств, Усадебный дом Е.К. Плотниковой, Старинный особняк на Набережной, связанные с культурой залы Архангельского областного краеведческого музея.  |
| Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает: | Сегмент А: Молодежная аудитория, возраста 20-35 лет. Проживающая как на территории РФ. Испытывают потребность в погружении в новый мир и в путешествиях. Сегмент Б: Зрелая аудитория 36 - 55 лет. Которая в силу обстоятельств не может посещать другие города и/или выходить за пределы своего дома. Проблемы решает следующие: 1. у человека нет возможности попасть в музей из-за несогласованности графика работы и времени работы музея;
2. человек интересуется культурой Севера, но у нет возможности приехать и посетить музеи лично;
3. музей закрыт на реставрацию в связи с этим ограничено посещения музея;
4. человек живет в отдаленной местности, а приехать и посмотреть музеи выходит слишком дорого.
 |
| На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок) | Портал, где будет использована технология виртуальной реальности. Также будем вести сотрудничество с МинКульт РФ, для законности своих действий. Создавать проект нам будет помогать человек, знающий основы проектирования и умеющий работать с программами по 3D-моделированию, чтобы конструировать качественные виртуальные миры.При использовании шлема виртуальной реальности необходимы следующие характеристики: технология экрана, разрешение, угол обзора, частота обновления кадров, наличие и тип датчиков, облегчающих взаимодействие с 3D-пространством - акселерометр, гироскоп, датчик приближения, магнитометр.  |
| **Бизнес-модель\*** *Указывается краткое описание способа, который планируется использовать для создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и поставщиками, способы привлечения финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.*  | Мы будем делать портал, который предоставляет услугу виртуального посещения музея. Это будет стоить 10 млн. рублей. У нас будут покупать экскурсии в 3D (Архангельский областной краеведческий музей. Малые Корелы, Новодвинская крепость и т.д. в г. Архангельске). Бизнес-модель: одноразовая оплата от 590 до 990 рублей, где пользователи платят за каждую экскурсию отдельно. Дополнительно мы можем зарабатывать на видео уроках по истории, аренде очков, организации экскурсионных мероприятий для школ. |
| **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1)Тур по экспозиции Третьяковской галереи — https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/?type=virtualnye-vystavki 2)Виртуальный визит в Государственный Эрмитаж (тур по залам) — https://clck.ru/MbQK8 3)Тур по Российскому Этнографическому музею — http://etn.vm.culture.ru/main/?partner=culture.ru&referrer=%2Finstitutes%2F741%2Frossiyskiy-etnograficheskiy-muzey&partner=culture.ru&referrer=%2Finstitutes%2F741%2Frossiyskiy-etnograficheskiy-muzey 4)Экспозиции Военно-исторического музея Тихоокеанского флота — https://www.museumtof.ru/index.php/expo/zal1 5)Министерство обороны Российской Федерации (Тур по космодрому «Плесецк». Подготовка и пуск ракеты-носителя «Союз-2») — https://мультимедиа.минобороны.рф/encyclopedia/museums/soyz2.htm |
| Организационно-финансовая схема (принципы, алгоритмы) организации бизнеса: | 1. Бизнес-модель: Это модель одноразовой оплаты, где пользователи платят за каждую экскурсию отдельно. Бизнес-модель также может включать дополнительные источники дохода, такие как реклама или спонсорство.2. Ценообразование: Определите цены для каждой экскурсии или для подписки. Важно учесть стоимость разработки контента, техническую инфраструктуру, маркетинг и другие расходы, а также установить цену, которая будет привлекательной для пользователей, но при этом обеспечит прибыльность бизнеса.3. Маркетинг и продвижение: Разработайте стратегию маркетинга и продвижения для привлечения клиентов. Это может включать использование цифровых каналов маркетинга, таких как социальные сети, платные рекламные кампании, контент-маркетинг и PR. 4. Разработка контента: Инвестиции в разработку высококачественного и погружающего контента для экскурсий. Это может включать создание виртуальных моделей мест, подготовку аудио- и видеоматериалов, научно-популярных и документальных сведений, а также разработку интерактивных элементов и заданий для пользователей.5. Техническая инфраструктура: Обеспечьте надежную и стабильную техническую инфраструктуру для поддержки экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности. Это может включать выбор и поддержку совместимых устройств виртуальной и дополненной реальности, облачных хранилищ и серверов, а также разработку специализированного программного обеспечения. |
| Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества, дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.): | Уникальная культура, исторические и природные памятники делают регион привлекательным для туристов и посетителей музеев. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» осуществляется реализация одного из трёх федеральных проектов «Повышение доступности и информированности о туристических продуктах». С этой целью на региональном уровне разработан региональный проект «Развитие туристической инфраструктуры (Архангельская область), который взаимодействует с государственной программой «Культура русского Севера» и «Развитие инфраструктуры Соловецкого архипелага», являющимися программами инновационного развития и модернизации экономики. Это подтверждает интерес к развитию туризма и музеев.В настоящее время на территории Архангельской области осуществляют деятельность 29 музеев, их посетили 340,3 тыс. человек в 2021. В 2020 году экспонировалось только 8,3 процента музейного собрания. Главная причина - отсутствие или недостаточность экспозиционных и выставочных площадей. |
| **Ценностное предложение\*** *Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | Мы, компания Загадочный Архангельск, помогаем туристам, которые приехали в Архангельск на короткий период и/или не имеют возможности посетить многие культурные объекты, в ситуации когда нет возможности пройти в музей (например, сейчас нельзя пройти на территорию Новодвинской крепости) решать проблему посещения культурных достопримечательностей с помощью технологий дополненной и виртуальной реальности и получать экономию времени на поиски информации и экономию денег на гидов и экскурсоводов. |
| **Характеристика будущей технологии / услуги / продукта** |
| Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту): | Цифровые и смешанные вовлекающие платформы /продукты. Сегмент- цифровые. Иммерсивные платформенные / экосистемные решенияДля создания сайта используется интернет, серверы и реальные исторический факты, поэтому можно сделать вывод о том, что проект соответствует технологическому направлению.  |
| Организационные, производственные и финансовые параметры: | Организационные:- собрана команда из знающих людей;- распределены должности и обязанности между её членами;- внесена идея;- предложен план продукта;- сделаны основные этапы для защиты проекта.Производственные: Технические решения:Сбор и анализ данных: Обеспечен доступ к необходимым данным и разработайте методы их сбора, хранения и анализа.Финансовые: - Бюджет проекта: Финансирование проекта: собственные средства, за счет заемных средств или с привлечением инвесторов.- Модель монетизации: Платная покупка |
| Основные конкурентные преимущества: | 1.Школы, колледжи и университеты могут быть заинтересованы в использовании экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности для обогащения учебной программы и создания более интерактивного и погружающего опыта для студентов:2.Музеи, культурные центры и другие организации могут использовать виртуальные и дополненные экскурсии в качестве инновационного инструмента для привлечения посетителей, особенно тех, кто предпочитает взаимодействие с контентом в онлайн-формате:3. Интеграция функций сетевого взаимодействия, таких как комментарии, рейтинги и отзывы, может помочь "держателям" проблемы обмениваться мнениями, идеями и опытом, что создает сильное сообщество и стимулирует их вовлеченность и удовлетворение;4. Обеспечение доступности виртуальных и дополненных экскурсий на разных платформах, таких как мобильные устройства, компьютеры и виртуальные очки, позволяет удовлетворить различные потребности;5. С помощью VR можно увидеть виртуальную модель городских проектов, которые позволяют 20-35 летним более точно представить, как выглядел Архангельск в прошлом.  |
| Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции: | Нашим техническим решением будет создание портала с периодическим обновлением информации, а использование виртуальной и дополненной реальности необходимо для решения специализированных задач. |
| Задел (состояние продукции на начало проекта): | Отсутствует капитал, есть модель сайтаСентябрь 2023 - присутствовали на дизайн-спринте - придумали идею  |
| Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия: | В соответствии с тем, что наш проект связан с культурой Архангельской области, он связан с интересами региона. |
| **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Через социальные медиа, рекламные кампании, партнерства с туристическими организациями и музеями, а также организацию презентаций и мероприятий. |
| **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | У нас будет косвенная, или непрямая, таким образом процесс дистрибуции будет охватывать нескольких посредников. Сбытовая магистраль может быть как короткой (состоящей из единственного представителя), так и длинной (из нескольких участников). |
| **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| Описание проблемы: | В ходе работы над проектом были выявлены следующие проблемы среди нашей целевой аудитории: 1) Недостаточная мотивация молодежи для участия в образовательной программе. 2) Опасения со стороны родителей и общества, связанные с непонятной для некоторых направленностью образовательной программы. 3) Отсутствие интерактивных методик обучения, способствующих повышению интереса у молодежи. 4) Неудобство пользования и низкая популярность.  |
| Какая часть проблемы решается (может быть решена): | Наш проект может решить все вышеуказанные проблемы  |
| «Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции: | "Держатель" проблемы - это человек, организация или группа лиц, которые сталкиваются с определенной проблемой или вызовом, связанным с организацией и проведением экскурсий. Их мотивации могут быть разнообразными, включая:1. Улучшение учебного опыта: Школы, колледжи и университеты могут быть заинтересованы в использовании экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности для обогащения учебной программы и создания более интерактивного и погружающего опыта для студентов.2. Привлечение и удержание публики: Музеи, культурные центры и другие организации могут использовать виртуальные и дополненные экскурсии в качестве инновационного инструмента для привлечения посетителей, особенно тех, кто предпочитает взаимодействие с контентом в онлайн-формате.3. Расширение доступности: Виртуальные и дополненные экскурсии могут быть особенно полезны для людей с ограниченными возможностями или проблемами, которые мешают им посещать физические места. Такие экскурсии позволяют им взаимодействовать с контентом, не выходя из дома или стационарного места нахождения.4. Возможности для рекламы и монетизации: Коммерческие организации, такие как туристические агентства или отели, могут видеть виртуальные и дополненные экскурсии как средство привлечения потенциальных клиентов и увеличения своей прибыли.Решение проблемы с использованием продукции для проекта в виде экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности может включать следующие возможности:1. Создание интерактивных туров: Программное обеспечение и технологии виртуальной и дополненной реальности позволяют создавать интерактивные туры с возможностью взаимодействия с объектами, отображение дополнительной информации или создание виртуальных визуальных эффектов для более захватывающего опыта.2. Пользовательский контент: Предоставление возможности "держателям" проблемы создавать собственный контент в рамках экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности может стимулировать их участие и удовлетворение от решения проблемы. Это может быть осуществлено через облачные платформы или специализированные инструменты для создания контента.3. Сетевое взаимодействие: Интеграция функций сетевого взаимодействия, таких как комментарии, рейтинги и отзывы, может помочь "держателям" проблемы обмениваться мнениями, идеями и опытом, что создает сильное сообщество и стимулирует их вовлеченность и удовлетворение.4. Доступность на разных платформах: Обеспечение доступности виртуальных и дополненных экскурсий на разных платформах, таких как мобильные устройства, компьютеры и виртуальные очки, позволяет удовлетворить различные потребности и предпочтения "держателей" проблемы.В общем, использование продукции для проекта в виде экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности может предоставить широкий спектр возможностей для решения проблем и достижения задач "держателей" проблемы, учитывая их мотивации и потребности. |
| Заделы и пути взаимодействия с «держателем» проблемы и «формирование» его мотивации решения проблемы с использованием продукции: | 1. Исследование потребностей и ожиданий: Прежде чем создавать видео-экскурсии, важно провести исследование и определить, какие именно потребности и ожидания стоят перед "держателем" проблемы (например, музеем или туристической организацией). Можно провести опросы среди посетителей музеев, чтобы выяснить, что их интересует, какие у них проблемы и ожидания от посещения музея.2. Персонализация и адаптация: Одна из ключевых задач проекта состоит в том, чтобы учесть индивидуальные потребности и предпочтения "держателя" проблемы. Например, можно предложить возможность выбора экскурсии по определенному интересующему музейному направлению или персонализировать контент в зависимости от возраста, географического местоположения и других факторов.3. Взаимодействие и обратная связь: Важно установить каналы обратной связи с "держателем" проблемы, чтобы он мог делиться своим мнением, предложениями и замечаниями относительно продукта. Это может быть реализовано через комментарии под видео или социальные сети. Такое взаимодействие поможет улучшить качество продукции и удовлетворить потребности "держателя" проблемы.4. Продвижение и маркетинг: Чтобы формировать мотивацию "держателя" проблемы для использования продукции в виде экскурсий, необходимо активно продвигать и маркетинговать проект. Это может быть осуществлено через социальные медиа, рекламные кампании, партнерства с туристическими организациями и музеями, а также организацию презентаций и мероприятий.5. Качество и уникальность: Важно создавать продукцию высокого качества, которая предлагает уникальные и захватывающие впечатления. Это поможет привлечь и заинтересовать "держателя" проблемы, демонстрируя ему, что продукт обладает высокой ценностью для решения его проблемы.Путем взаимодействия с "держателем" проблемы и формирования его мотивации через персонализацию, обратную связь, маркетинг и предоставление качественного и уникального продукта, проект в виде экскурсий на основе виртуальной и дополненной реальности сможет достичь широкой аудитории и стать востребованным средством погружения в культурное наследие Архангельска. |
| Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса: | Стоимость месячной подписки 790 руб. ЦА составляет примерно 124.256 человек TAM среди туристов г. Архангельска будет равен 124.256 \* 790 = 98,2 млн. руб. 43% хотят посетить музей, но не могут SAM будет равен 98,2 млн\*43%= 42,2 млн руб. Мы можем получить 30% рынкаSOM= 12,7 млн.рублей в год |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| Этап | Дата | Задача | Ответственный |
| --- | --- | --- | --- |
| 1-ый этап | Февраль 2024- Апрель 2024 |  Создание новых или изменение, имеющихся информаций, на основе которых будет создана программа, способная самостоятельно выполнять задачи, связанные с нашей деятельностью. | Кренёва Ксения |
| 2-ой этап | Февраль 2024 | Создание сайта | Лысцева Анжела |
| 3-ий этап | июнь 2024 | Оформление проекта для дальнейшей его презентации заинтересованным лицам | Лысцева Анжела |
| 4-ый этап | июль 2024 | Презентация проекта перед возможными инвесторами | Лысцева Анжела |