**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

*(ссылка на проект)*  *(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Балтийский гуманитарный университет |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) |  |
| Регион ВУЗа | Санкт-Петербург |
| Наименование акселерационной программы | Инновации в жизнь человека |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | Реализация 1 этапа создания агрегатора «Территория творчества «Воздух»» | | | |
| **2** | **Тема стартап-проекта\***    *Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы,*  *основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | | | | | | Развитие и реализация творческого потенциала человека посредством агрегатора «Территория творчества «Воздух»» | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | «Наука о жизни» | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | EDUNET | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | «Новые производственные технологии» | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | - Unti ID  - Leader ID  - ФИО - Алексеенко Мария Алексеевна  - телефон: 89213267536  - почта: almariarus@gmail.com | | | |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** | | | | | | | | | |
|  | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое  описание) |
| 1 | U1352565 | 1757801 | Петрова Д.Б. | Генератор идей | | 89312060144 | - | Высшее образование по специальности «Юриспруденция». Опыт работы в должности «юрист». |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта\***  *Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные*  *потребительские сегменты* | **Целью** проекта является развитие и коммерциализация творческого потенциала человека посредством агрегатора «Территория творчества «Воздух»»  **Задачами**, **результатами** проекта являются:  создание агрегатора творческих коворкингов Санкт-Петербурга (площадок), в которых можно заниматься творчеством, проводить мастер-классы в оффлайн формате и, таким образом, коммерциализировать результаты своего труда и свои творческие проекты;  Создание агрегатора маркетплэйсов с товарами ручной работы для людей, занимающихся творчеством, но не имеющих необходимых знаний или возможности коммерциализировать результаты своего труда (ручной работы);  создание агрегатора маркетплэйсов образовательных курсов и мастер-классов в сфере креативных индустрий и народно-художественных промыслов;  создание агрегатора людей как сообщества творческих людей (кластеризация), которые могут быть полезны друг другу, в том числе информирование их о существующих мерах поддержки молодых предпринимателей, творческих людей и т.д. на основе клубной системы входа в сообщество;  развитие конкуренции и, соответственно, рынка творчества.  **Потребительские сегменты**:  люди, занимающиеся или желающие заниматься творчеством, но не имеющие необходимых знаний или возможности коммерциализировать результаты своего занятия (в виде мастер-классов или реализации товаров);  посетители мастер-классов и покупатели товаров;  владельцы творческих коворкингов Санкт-Петербурга (площадок), в которых можно заниматься творчеством, проводить мастер-классы в оффлайн формате  владельцы маркетплейсов, на которых можно продавать или покупать товары ручной работы |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет**  **продаваться\***    *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации*  *которого планируется получать основной доход* | 1. Подписка на пакет услуг по подбору творческих коворкингов с выбором тарифа. 2. Подписка на пакет услуг по подбору обучающих курсов онлайн или оффлайн формата с выбором тарифа. 3. Подписка на пакет услуг на обучающие курсы онлайн формата с выбором тарифа. 4. Подписка на пакет услуг по подбору мастер-классов онлайн и оффлайн формата (безвозвмездно). 5. Подписка на пакет услуг по подбору маркетплэйсов для продажи товаров ручной работы с выбором тарифа. 6. Подписка на пакет услуг для возможности размещения мастерам-преподавателям своих мастер-классов с информированием о расписании и записи на такие мастер-классы. 7. Клубная система вхождения в агрегатор. 8. Выбор роли участия после которого предлагается соответствующих перечень пакетных услуг с выбором тарифа. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\***    *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя,*  *которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт* | Решает следующие проблемы:   1. Отсутствие возможности в раскрытии творческого потенциала и развитии в выбранном направлении. 2. Отсутствие ресурса для проявления себя в творчестве и реализации своей продукции. 3. Сложность в выборе способа реализации товара, произведенного людьми, далекими от коммерциализации. 4. Отсутствие знаний и умений в ведении предпринимательской деятельности. 5. Наличие большого объема информации в Интернете и отсутствие систематизации и единого (централизованного) агрегатора информации с возможностью сравнения. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\***    *Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц*  *– категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка*  *(B2B, B2C и др.)* | Физические лица в возрасте от 18 до 75 лет (и родители детей до 18 лет), имеющие желание заниматься творчеством, любого уровня образования и потребления, проживающие в Санкт-Петербурге или Ленинградской области преимущественно, а также из других регионов России или стран.  Владельцы маркетплейсов с товарами ручной работы.  Владельцы творческих мастерских и коворкингов с неполной загрузкой.  Владельцы обучающих программ и преподаватели творческих направлений, желающих продавать свои мастер-классы и обучение в онлайн или оффлайн формате. |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\***      *Указывается необходимый перечень научно- технических решений с их кратким описанием*  *для создания и выпуска на рынок продукта* | Продукт будет создан на основе агрегатора:   * существующих творческих коворкингов Санкт-Петербурга (площадок), в которых можно заниматься творчеством, проводить мастер-классы в оффлайн формате; * маркетплэйсов для людей, занимающихся творчеством, но не имеющих необходимых знаний или возможности коммерциализировать результаты своего труда (ручной работы); * маркетплэйсов образовательных курсов и мастер-классов в сфере креативных индустрий и народно-художественных промыслов; * творческих людей, которые могут быть полезны друг другу, в том числе информирование их о существующих мерах поддержки молодых предпринимателей. * для разработки сайта-агрегатора будут использоваться навыки программирования и услуги дизайнеров. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 13 | **Бизнес-модель\***  *Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для*  *создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и*  *поставщиками, способы привлечения*  *финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.* | Используется большой и неограниченный перечень площадок-маркетплейсов, творческих мастерских и коворкингов, преподавателей мастер-классов, что создает широкий доступ к потребителям.  Отсутствует постоянная аренда. Затраты включаются в стоимость продукта.  Выстраивание отношений с потребителями планируется, посредством продаж продукта через собственный сайт-агрегатор, отзывов потребителей о продукте.  Выстраивание отношений с поставщиками планируется через заключение договоров.  Способами привлечения финансовых и иных ресурсов могут быть: государственное финансирование, инвесторы, заёмные средства в банке, собственный капитал.  Планируется использовать такие каналы продвижения как социальные сети (ВК, Инстаграм, Телеграмм), публикации в СМИ, участие в разных мероприятиях и конференциях, email-рассылки, YouTube, реклама на интернет-сайтах, специализированные выставки, баннеры, газеты и журналы.  Каналы сбыта: собственный сайт-агрегатор. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | «Я творю» - творческая студия;  Artista – творческая студия;  Ярмарка Мастеров - маркетплэйс;  DEЛИSPACE - почасовая аренда помещений;  Вселенная Hand made -платформа для покупки и продажи товаров ручной работы, рукоделия, фермерской продукции;  Авито.ру. |
| 15 | **Ценностное предложение\***  *Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими*  *конкурентами, и с самого начала делает*  *очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | Комплексный подход: в одном месте (централизовано) будет агрегатор коворкингов и площадок, агрегатор маркетплейсов, таким образом, будут созданы условия для формирования сообщества творческих людей, развития и коммерциализации их потенциала.  Простота, удобство и доступность сервиса. |
| 16 | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД,**  **действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.);**  **дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)\***    *Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и*  *востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем*  *обосновывается потенциальная*  *прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым* | **Уникальность**. Создание централизованной площадки для удовлетворения существующих потребностей людей, занимающихся творчеством или желающим им заниматься, но не имеющих необходимых знаний или возможности коммерциализировать результаты своего труда (ручной работы).  **Эффективность**. На сегодняшний день имеется огромное количество площадок в городе, как известных, так и нет, которые не используются на 100%, поскольку занятия как правило проходят вечером или в выходные дни. За счет размещения их на единой платформе, преподаватели смогут без проблем подобрать в аренду помещение для своих занятий и по своим параметрам, в то время как сейчас, не имея представления о такой возможности единственным способом открытия своего дела становится полноценная аренда и закупка оборудования, но стоит дорого и медленно окупается для таких занятий.  Продвижение будет реализовано за счет создания единого агрегатора: все площадки, имеющие свое имя и целевую аудиторию для увеличения востребованности своих услуг, товаров, желающих предоставлять площади в аренду, будут размещаться на платформе, тем самым перенося собственную популярность на наш бренд.  **Долгосрочность отношений с потребителем.** Приобретая подписку, потребитель может регулярно получать актуальную информацию по своему запросу.  Устойчивость бизнеса обосновывается за счет наличия национальных целей и задач развития Российской Федерации в сфере креативных индустрий. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\***    *Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют*  *выбранному тематическому направлению* | Создание сайта для развития и коммерциализации творческого потенциала, которая объединяет в себе агрегатор коворкингов (площадок), акселератор талантов, маркетплэйс образовательных курсов и мастер-классов. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***    *Приводится видение основателя (-лей)*  *стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | Осуществляется постоянная актуализация и расширение информации на сайте.  На 1 этапе мы принудительно собираем информацию для размещения.  На последующих этапах партнеры самостоятельно выходят на нас с намерением разместить информацию о себе на нашем портале.  С коворкингами, маркетплэйсами, преподавателями мастер-классов и образовательных мероприятий заключается договор оказания услуг. Они становятся покупателем пакета услуг и членом клуба.  Физические лица – посетители мастер-классов и обучающих мероприятий договор не заключают, они становятся членами клуба после регистрации на сайте.  Для реализации проекта необходимы:   1. Программисты, дизайнеры; 2. Стартовый капитал, инвестиции для реализации задумки:  * Работа дизайнеров сайтов – 400 тыс. руб. * Работа программистов для создания сайта – 400 тыс. руб. * Работа администраторов сайта (техническая поддержка потребителей и поставщиков) – 200 тыс.руб. * Работа специалистов по подбору информации на сайт – 200 тыс. руб.   Команда проекта обеспечит следующие работы:  Подготовка:   1. Этап концептуализации 2. Разработка концепции проекта 3. Анализ рентабельности проектного предложения 4. Социальный анализ целевой аудитории 5. Анализ рисков 6. Технический анализ 7. Маркетинговый анализ   Планирование:   1. Закрепление работ за участниками проекта 2. Разработка базового плана проекта 3. Составление бюджета проекта 4. Создание календарного графика 5. Поиск спонсоров, партнеров и инвесторов 6. Заключение договоров с компаниями партнерами 7. Разработка рекламной кампании.   Разработка:   1. Детализация функционала приложения. 2. Реализация на практике. 3. Тестирование пользователями. 4. Выявление и анализ проблем. 5. Исправление проблем и учёт пожеланий.   Реализация:   1. Запуск сайта-агрегатора. 2. Запуск рекламной кампании. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\***    *Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые*  *обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами*  *(сравнение по стоимостным, техническим*  *параметрам и проч.)* | 1. Комплексный подход: в одном месте будет акселератор, агрегатор коворкингов (площадок), агрегатор маркетплейсов, таким образом будут созданы условия для формирования сообщества творческих людей, развития и коммерциализации их потенциала. 2. Не создается очередная творческая площадка или маркетплейс, создается агрегатор информации для творческого сообщества, позволяющее развивать и коммерциализировать потенциал творческих людей. 3. Инновационность. 4. Удобство использования: пользователи могут легко получать доступ к информации по своему запросу. 5. Улучшение коммуникации: в связи с тем что сайт-агрегатор будет являться сообществом (клубом) по интересам, облегчается коммуникация между пользователями, позволяя им обмениваться друг с другом сообщениями по интересующим их вопросам. 6. Снижение затрат и времени: сайт-агрегатор помочь пользователям сэкономить время и деньги на самостоятельный поиск интересующей их информации и площадок для творчества. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции\***    *Описываются технические параметры*  *научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/*  *обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их*  *конкурентоспособность* | Агрегатор существующих коворкингов (площадок) проведения мастер-классов и продажи товара: это платформа, на которой размещена информация о существующих площадках, можно сравнить их по параметрам и выбрать подходящую.  Агрегатор маркетплэйсов с товарами ручной работы: это платформа, на которой люди, желающие заниматься или занимающиеся творчеством, но не имеющие необходимых знаний или возможности коммерциализировать результаты своего занятия (в виде мастер-классов или товаров), смогут найти подходящий маркетплейс и клиентов.  Агрегатор существующих мастер-классов и обучающих мероприятий |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL**    *Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап- проект по итогам прохождения*  *акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно*  *развивать стартап дальше* | По итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:   * Разработана концепция проекта. * Проведен опрос среди целевой аудитории. * Разработана бизнес-модель. * Сформирован паспорт проекта. * Закреплены работы за участниками проекта. * Созданы социальные сети (ВК, Телеграм, Инстаграм) под названием «Территория творчества «Воздух». |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует приоритету ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере  Внедряется инновационный подход: не обучение и продажа товара, а предоставление информации о возможностях развития. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***    *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Планируется использовать такие каналы продвижения как социальные сети (ВК, Инстаграмм, Телеграмм), публикации в СМИ, участие в разных мероприятиях и конференциях, email-рассылки, YouTube, собственный сайт, специализированные выставки, презентации в вузах и колледжах, соцсети, рекламные баннеры, запуск таргетированной рекламы через Яндекс и Гугл, газеты и журналы.  Выбор каналов продвижения обоснован желанием привлечения внимания максимального количества людей нашей целевой аудитории к продукту. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***    *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Собственный сайт-агрегатор. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***    *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | У творческих людей, которые создают шедевры дома, нет возможности или знаний как коммерциализировать результат своей работы, и даже нет знаний, что это возможно сделать.  В настоящий момент существует проблема доступности информации для творческих людей и легкости ее поиска, чтобы самостоятельно осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере креативных индустрий.  Наличие в настоящее время разрозненных агрегаторов со сложными функциями по подбору площадок для мастер-классов и поиском обучающих курсов.  В настоящее время отсутствует систематизация всех необходимых творческим людям процессов для занятия предпринимательской деятельностью в сфере креативных индустрий. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\***    *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая*  *часть проблемы или вся проблема решается с*  *помощью стартап-проекта* | Проявление скрытых творческих способностей людей, их обучение и развитие навыков. Поддержание интереса к творчеству посредством реализации изготовленной продукции и получения таким образом отдачи от творческого процесса.  Централизация и систематизация информации полезной людям, занятым в сфере креативных индустрий. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\***    *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9,*  *10 и 24)* | Решается проблема, связанная с раскрытием творческого потенциала личности. Теперь у них есть сайт для самообучения, проявления себя через свое творчество и реализацию своей продукции. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***    *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | Будет сайт-агрегатор (территория творчества) где можно будет получить информацию о том, где получить образование в различных творческих направлениях, как стать учителем для кого-то, реализовать товар |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***    *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные*  *возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию,*  *указанную в пункте 7.* | За счет того, что в основе идеи акселератора лежит агрегатор коворкингов, мастер-классов и творческих людей, рынок становится шире, чем для любой самостоятельной творческой мастерской. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| 1. Разработка бизнес-плана: создать детальный бизнес-план, включающий стратегию маркетинга, финансовые прогнозы, операционные планы и планы по разработке и поддержке сайта-агрегатора.  2. Разработка MVP: создать минимально жизнеспособную версию сайта-агрегатора, которая будет содержать основные функции и возможности, позволяющие проверить идею и получить обратную связь от пользователей.  3. Тестирование и улучшение: провести тестирование сайта-агрегатора с помощью пользователей, собрать обратную связь и внести необходимые улучшения и исправления.  4. Масштабирование: с учетом обратной связи пользователей и реакции рынка, расширить функциональность и возможности сайта-агрегатора, добавить новые возможности и оптимизировать процессы.  5. Маркетинг и продвижение: разработать и реализовать стратегию маркетинга и продвижения сайта-агрегатора.  6. Установление партнерских отношений: искать и устанавливать партнерские отношения с медицинскими учреждениями, чтобы расширить доступность сайта-агрегатора и повысить его доверие на рынке.  7. Обратная связь и поддержка клиентов: создать механизм обратной связи с пользователями и обеспечить качественную поддержку и разрешение возникающих проблем и вопросов.  8. Развитие и инновации: продолжать развивать сайт-агрегатор, добавлять новые функции и возможности, следить за изменениями на рынке и предложениями конкурентов, и находить способы инноваций и улучшений.  9. Регистрация идеи и оформление документов. |