Приложение № 15 к Договору

от №

**Паспорт стартап-проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| [https://pt.2035.university/project/travel-vision](theme/theme1.xml) | *23.12.2024 16:16* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет» |
| Регион Получателя гранта  | **Псковская область** |
| Наименование акселерационной программы  | **Акселератор «Политехник»** |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Travel Vision |
| **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.* | Создание виртуальных туров по популярным туристическим направлениям с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности. Это даст людям возможность «посетить» место, не покидая своего дома. |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии. |
| **4** | **Рынок НТИ** | EduNet |
| **5** | **Сквозные технологии**  | Искусственный интеллект, Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальностей |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\***  | - 1885251- 4819014- Древаль Мария Павловна- 89113724531- drevalmasha@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 | Опыт и квалификация |
| 1 | 1885354 | 5302451 | Крупецкий Марк Алексеевич | manufacturer | +7 (911) 690-21-10, mark.mezin2003@yandex.ru |
| 2 | 1885361 | 4819157 | Матюшкина Ксения Алексеевна | manufacturer | +7 (911) 699-38-50, +7 (911) 699-38-50, ochennda@gmail.com |
| 3 | 1885268 | 4826217 | Петраш Александра Евгеньевна | manufacturer | +7 (911) 357-36-13, +7 (911) 357-36-13, aleksandrapetras588@gmail.com |
| 4 | 1885267 | 5297438 | Красавцев Даниил Владимирович | manufacturer | +7 (953) 307-29-00, krasavtsevdaniil51@gmail.com |
| 5 | 25277 | 400816 | Дьякова Юлия Николаевна | administrator | +7 (918) 804-88-26, st26@mail.ru |

 |
|  | **проект плаНа 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* | Travel Vision — это инновационный проект в сфере AR/VR-туризма, предоставляющий пользователям возможность виртуальных путешествий по самым захватывающим местам планеты, не выходя из дома. Наша платформа позволяет погружаться в интерактивные 3D-туры по мировым достопримечательностям, природным заповедникам и культурным центрам, открывая новые горизонты для тех, кто сталкивается с ограничениями времени, бюджета или физической доступности. Ключевая цель проекта — сделать путешествия доступными для всех, предлагая реалистичные и эмоционально насыщенные виртуальные экскурсии, которые можно персонализировать под интересы пользователя. С Travel Vision можно исследовать мир, обучаться, открывать для себя новые культуры и даже участвовать в совместных турах с друзьями или коллегами. Проект ориентирован на туристов, образовательные учреждения, корпорации и эко-активистов, предлагая гибкую бизнес-модель с подписками, индивидуальными турами и B2B-партнёрствами. Travel Vision — это будущее путешествий в новом цифровом измерении. |
|  | **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* | Программа в формате компьютерной игры с виртуальными турами. С помощью искусственного интеллекта будут в продукт внедрены гиды и возможность изучать язык с «носителем» |
| 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* | Туристы и путешественники с ограниченным бюджетом, люди с ограниченными возможностями, школы и университеты, люди, увлечённые искусством, музеи, офисы, люди, которые увлекаются новыми технологиями и играми, семьи с детьми, студенты и школьники, эко-активисты |
| 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.)* | B2C, В2В, B2G |
| 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* | Использование существующих технологий AR/VR: - VR-платформы (например, Oculus, HTC Vive) и программные средства для разработки виртуальных миров (Unity, Unreal Engine). - Технологии захвата и 3D-рендеринга для создания реалистичных моделей ландшафтов и достопримечательностей. - Геолокация и спутниковая съемка для создания точных карт и воссоздания реальных пространств в виртуальной среде (например, технологии, аналогичные Google Earth). Собственные разработки: - Уникальный контент: Создание авторских 3D-туров с интерактивными элементами, такими как гиды, исторические справки, и квесты. - Интерактивность и персонализация: Разработка интерфейсов и систем пользовательских настроек для более глубокого взаимодействия с виртуальной средой (например, выбор маршрута, языковая поддержка). - Платформа для многопользовательского взаимодействия: Встроенные социальные функции для совместных туров и общения с другими пользователями. |
| 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.*  | - Предоставление пользователям уникальных виртуальных туров с использованием AR/VR технологий, позволяя путешествовать в любую точку мира без физического присутствия. - Интерактивные и персонализированные экскурсии для разных целевых групп: туристов, образовательных учреждений, корпораций. Получение прибыли - Модель подписки доступ к базе виртуальных туров за ежемесячную или годовую плату. - Индивидуальные туры: разовые покупки эксклюзивных виртуальных путешествий или тематических экскурсионных пакетов. - Корпоративные решения: B2B-партнёрства с образовательными учреждениями, туристическими агентствами и компаниями для проведения корпоративных мероприятий. Отношения с потребителями - Персонализированный подход: настройка контента под интересы пользователя, наличие обратной связи через платформу. - Сообщество: встроенные функции для общения и совместных путешествий в виртуальном мире. Привлечение ресурсов - Финансирование через венчурные фонды, частные инвестиции, гранты в сфере технологий и туризма. - Партнёрства с разработчиками VR-контента, туристическими компаниями и платформами для создания эксклюзивных туров. Каналы продвижения и сбыта - Цифровой маркетинг: таргетированная реклама в соцсетях, SEO, контент-маркетинг. - Партнёрства с производителями VR-оборудования, туристическими платформами и образовательными учреждениями. - Участие в технологических и туристических выставках для продвижения продукта и привлечения пользователей. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Google Earth VR Expedia (виртуальные туры) YouVisit Tiqets (виртуальные музеи и выставки) Wander (Oculus VR-приложение) BeyondVR Matterport (VR-турагенство) |
| 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* | VR/AR с интерактивностью, любые места по выбору пользователя (включая труднодоступные), высокая интерактивность (путеводители, задания), глубокая культурная интеграция, возможность личных туров с гидом, гибкие туры |
| 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.)***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)**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* | Уникальные технологии и контент: Использование высококачественного VR/AR-контента (4K и выше), доступного на разных устройствах, создаёт глубокий и реалистичный опыт, что выделяет проект среди конкурентов. Отлаженные партнёрства с индустрией: Сотрудничество с университетами, туристическими агентствами и региональными органами власти (B2B и B2G) обеспечивает доступ к устойчивому потоку клиентов, а также расширяет сферы применения платформы — от туризма до образования и экологии. Высокая рентабельность и адаптивность: Модель подписки и B2G контракты дают стабильный доход и позволяют адаптировать проект к различным рынкам и категориям клиентов, что минимизирует финансовые риски. Социальная и экологическая значимость: Виртуальные туры поддерживают устойчивый туризм и образование, привлекая поддержку госпрограмм и образовательных учреждений. Это укрепляет репутацию и устойчивость бизнеса в долгосрочной перспективе. |
|  | **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* | • Разрешение VR-контента: 4K и выше для каждого глаза, что обеспечивает детализированную и реалистичную картинку. • Частота кадров: 90-120 FPS (frames per second) для плавного отображения и минимизации эффекта укачивания (motion sickness). • Поддержка 3D-звука: полное погружение пользователя в виртуальную среду за счёт реалистичной аудиопередачи, создающей эффект присутствия. • Сетевые технологии: возможность участия нескольких пользователей в одном виртуальном туре одновременно, что обеспечивает совместные путешествия и обмен опытом в реальном времени. • Синхронизация действий: использование облачных решений для быстрой обработки и синхронизации данных между пользователями без задержек (latency менее 20 мс). • Поддержка интерактивных объектов: пользователи могут взаимодействовать с объектами в виртуальной среде (открывать двери, нажимать кнопки, выбирать маршруты), что усиливает образовательный и развлекательный потенциал продукта. • Голосовое управление и гид: встроенный виртуальный гид с поддержкой голосовых команд для более удобного навигационного опыта. • Адаптивность контента: автоматическая настройка качества графики и производительности в зависимости от устройства пользователя для обеспечения комфортного опыта. • Лёгкость и быстрота обновлений: возможность добавления новых туров и обновлений через облачные сервисы без необходимости перезагрузки приложения. Возможность предварительной загрузки туров для использования в оффлайн-режиме, что особенно актуально для пользователей с ограниченным доступом к высокоскоростному интернету. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)***\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | 1. Организационные параметры Команда: Ключевые роли включают разработчиков VR/AR, дизайнеров контента, менеджеров по работе с клиентами, специалистов по продажам и маркетингу, а также проект-менеджера. На старте — команда из 10–15 человек. Партнёрства: Сотрудничество с университетами, туристическими агентствами и государственными структурами для B2B и B2G контрактов. Юридическая структура: Регистрация как ООО для гибкости в управлении и оптимизации налогообложения, а также для возможности заключать контракты с государственными учреждениями. 2. Производственные параметры Разработка контента: Создание качественных VR-туров и интерактивных материалов с помощью 3D-сканирования и графики высокого разрешения (4K+). Возможность кастомизации для корпоративных и образовательных клиентов. Техническая платформа: Серверная инфраструктура на базе облачных технологий для обеспечения стабильного доступа пользователей с разных устройств (VR/AR гарнитуры, планшеты, ПК). Обновление контента: Ежеквартальные обновления туров и выпуск нового контента для удовлетворения интересов разных целевых групп (университеты, компании, госструктуры). Поддержка и обслуживание: Техническая поддержка и обслуживание клиентов для обеспечения их удовлетворённости и продления подписок. 3. Финансовые параметры Инвестиции: Первоначальные инвестиции для создания платформы и контента, а также для маркетинга и найма команды (около 15–20 млн руб.). Источники дохода: Подписки для образовательных учреждений и корпораций (B2B). Государственные контракты (B2G). Дополнительные платные услуги — кастомизация контента, уникальные VR-туры. Финансовые прогнозы: Первый год: 32 млн руб. выручки и 19 млн руб. расходов с прибылью в 13 млн руб. Второй год: Прирост выручки на 50% за счёт увеличения числа клиентов (доход — 48 млн руб.). Третий год: Прирост выручки на 30% с увеличением числа контрактов (доход — 62,4 млн руб.). Рентабельность: Высокий уровень рентабельности (около 40%) за счёт масштабируемости подписной модели и низкой себестоимости цифрового контента. |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)***\****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.)* | Высококачественный VR/AR-контент с реалистичными турами и возможностью кастомизации для разных сегментов (образование, туризм, B2G). Широкий охват аудитории благодаря многоплатформенной доступности (VR-гарнитуры, ПК, мобильные устройства). Партнёрства с образовательными и госучреждениями, обеспечивающие устойчивый поток клиентов и возможность участия в государственных программах. Социальная значимость (устойчивый туризм, доступное образование), что привлекает внимание инвесторов и поддержку государства. Гибкая бизнес-модель подписок и кастомизированных услуг, обеспечивающая стабильный доход и лёгкость масштабирования. Фокус на экологии — Travel Vision позволяет путешествовать с минимальным воздействием на природу. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)***\****Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Платформа VR/AR-контента: Разработка многоплатформенной архитектуры для стабильного и высококачественного отображения VR/AR-туров на разных устройствах (VR-гарнитуры, ПК, мобильные устройства). Это требует использования технологий Unity/Unreal Engine, WebXR и 3D-рендеринга высокого разрешения для создания реалистичных виртуальных пространств. Система 3D-сканирования и моделирования: Для создания точных виртуальных копий локаций требуется 3D-сканирование и моделирование, включая фотограмметрию и лазерное сканирование, что обеспечивает высокую детализацию объектов и ландшафтов. Алгоритмы взаимодействия и аналитики: Встроенные интерактивные функции для пользователей, а также система аналитики для отслеживания их активности, помогают улучшить пользовательский опыт и предоставляют образовательным учреждениям данные о прогрессе студентов. Облачная инфраструктура и хранение данных: Для плавной передачи и доступа к VR/AR-контенту с разных локаций, особенно при одновременном подключении многих пользователей, требуется устойчивая облачная инфраструктура. Решение обеспечивается с помощью технологий распределённого хранения и обработки данных. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)\***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* | Для проекта Travel Vision текущий уровень готовности технологии (TRL, Technology Readiness Level) оценивается на уровне TRL 1. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* | В рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030» Псковский государственный университет на основе научного взаимодействия с ведущими вузами и исследовательскими институтами Российской Федерации и Республики Беларусь сформирован и реализует на своей базе пул приоритетных научных направлений: Безопасность культурно-исторического и информационного пространства человека и общества. Наш проект соответствует этому направлению вуза. Также мы развиваем проект в следующих направлениях. Цифровизация образования и туризма: Проект поддерживает государственные программы по цифровизации образования, предлагая интерактивные решения в виде VR/AR-контента. Это соответствует приоритетам, направленным на внедрение новых технологий в образовательные процессы и развитие цифровых компетенций среди учащихся и преподавателей. Развитие внутреннего туризма и сохранение культурного наследия: Виртуальные туры по историческим и культурным объектам России способствуют развитию внутреннего туризма и популяризации регионального культурного наследия. Это актуально для регионов, заинтересованных в привлечении туристов и повышении интереса к локальным достопримечательностям. Поддержка доступного и инклюзивного образования: Технологии VR/AR расширяют доступ к образовательному и культурному контенту, предоставляя возможность учащимся из отдалённых регионов и людям с ограниченными возможностями здоровья участвовать в виртуальных экскурсиях и обучающих программах. Подготовка высококвалифицированных кадров: Проект способствует развитию у студентов современных цифровых навыков, включая работу с виртуальной и дополненной реальностью, что соответствует приоритету подготовки специалистов, способных работать с новыми технологиями. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)**Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Партнёрства с университетами и школами для внедрения в учебные программы (B2B). Государственные программы и тендеры для продвижения в образовательных и туристических госструктурах (B2G). Участие в специализированных выставках и конференциях по EdTech и VR/AR-технологиям. Цифровой маркетинг: таргетированная реклама, вебинары, SEO, контент-маркетинг. Сетевые сотрудничества с туристическими компаниями и образовательными агентствами для совместных проектов |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)**Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Прямые продажи образовательным и государственным учреждениям. Онлайн-платформа с подписной моделью. Дистрибуция через EdTech и туристических партнёров. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **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* | Проект Travel Vision решает проблему доступности путешествий, позволяя пользователям виртуально посещать любые точки мира без ограничений по времени, финансам или физической мобильности. |
| 26 | **«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 11)*  | Держатель проблемы — это потенциальные пользователи, включая туристов, людей с ограниченной мобильностью, занятых профессионалов, образовательные учреждения и эко-активистов. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Туристы с ограниченным временем или бюджетом: Решение: Travel Vision предлагает доступ к виртуальным путешествиям в режиме реального времени или заранее записанным турам, которые можно «посетить» из дома. Пользователи смогут осмотреть знаменитые достопримечательности, прогуляться по улицам городов и даже участвовать в экскурсиях с гидом, избегая затрат на билеты, проживание и транспорт. Это даст возможность исследовать мир без затрат времени и финансов на физическое перемещение. 2. Люди с ограниченной мобильностью: Решение: Продукт создаёт полностью погружающий опыт через VR, позволяя людям с ограниченной подвижностью путешествовать по всему миру без необходимости выходить из дома. Благодаря виртуальной реальности они смогут погрузиться в атмосферу достопримечательностей и пейзажей, которые ранее были для них недоступны из-за физических ограничений. 3. Образовательные учреждения и студенты: Решение: Виртуальные экскурсии по историческим местам, музеям, природным заповедникам станут мощным образовательным инструментом. Учителя смогут проводить уроки или экскурсии через Travel Vision, не выводя учеников из класса. Это повысит интерактивность и погружение в учебный материал, делая обучение более интересным и запоминающимся. 4. Занятые профессионалы: Решение: Для тех, кто не может позволить себе долгие отпуска, виртуальные туры через Travel Vision позволят быстро переключиться и «отдохнуть», исследуя новые локации и получая положительные эмоции без отрыва от работы. Они смогут провести «путешествие» во время коротких перерывов или вечерами, наслаждаясь погружением в новую атмосферу. 5. Эко-активисты и осознанные путешественники: Решение: Travel Vision предлагает экологически безопасную альтернативу реальному туризму. Используя виртуальные туры, путешественники смогут исследовать природные заповедники, культурные достопримечательности и экосистемы без ущерба для природы. Это помогает снизить выбросы углерода и уменьшить негативные последствия массового туризма, сохраняя окружающую среду. 6. Корпоративные клиенты и туристические агентства: Решение: Платформа будет предлагать бизнес-решения для компаний и агентств, которые могут использовать её для предварительного просмотра маршрутов, демонстрации туристических продуктов клиентам, проведения виртуальных корпоративных мероприятий и тимбилдингов. Это поможет сократить затраты на ознакомительные поездки и улучшить работу с клиентами. 7. Интерактивность и персонализация: Решение: Travel Vision позволяет пользователям не только наблюдать, но и взаимодействовать с виртуальной средой: выбирать маршруты, получать справочную информацию в режиме реального времени, участвовать в интерактивных квестах. Это делает опыт уникальным и подстраиваемым под интересы каждого пользователя. |
| 28 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)**Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 16.* | Оценка потенциала рынка: Образовательный сегмент (EdTech): Мировой рынок технологий в образовании оценивается более чем в $250 млрд и продолжает расти, с особым акцентом на онлайн-обучение и VR/AR. В России доля EdTech также растёт, с перспективами значительного увеличения внедрения VR в учебные программы. Туристический сегмент: Рынок виртуального туризма набирает популярность как способ поддерживать интерес к путешествиям и местной культуре. Использование VR для продвижения туризма поддерживается государственными программами, ориентированными на внутренний туризм, что создаёт устойчивую нишу в B2G-сегменте. Рентабельность и масштабирование: Рентабельность: Благодаря подписной модели и контрактам с B2G-клиентами, проект ожидает рентабельность на уровне 30–40% с окупаемостью в течение 1,5–2 лет. Возможности для масштабирования: Выход на международные рынки (CIS, Европа) с акцентом на сотрудничество с университетами и государственными агентствами. Расширение функционала платформы с добавлением новых интерактивных курсов и партнёрских программ. |
| 29 | **План дальнейшего развития стартап-проекта***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)**Укажите, какие шаги будут предприняты в течение 6-12 месяцев после завершения прохождения акселерационной программы, какие меры поддержки планируется привлечь* | Разработка продукта Техническое создание платформы: Разработка удобного интерфейса для пользователей. Интеграция технологий VR и AR для создания интерактивного контента. Создание библиотеки виртуальных туров, начиная с наиболее популярных направлений. Сотрудничество с контент-провайдерами: Наладьте сотрудничество с туристическими агентствами, местными гидами и компаниями, занимающимися созданием контента для VR. Тестирование продукта Бета-тестирование: Запустите закрытое бета-тестирование среди целевой аудитории для сбора отзывов и выявления проблем. Сбор и анализ данных: Используйте отзывы пользователей для доработки функционала и улучшения качества контента. Маркетинг и продвижение Создание маркетинговой стратегии: Разработка контентного плана (видео, статьи, блоги о путешествиях). Использование социальных сетей для продвижения и привлечения пользователей. Участие в выставках и мероприятиях, связанных с туризмом и технологиями VR/AR. Партнёрство с туристическими агентствами: Предложите сотрудничество с турагентствами, которые смогут использовать ваш продукт для презентации направлений. Монетизация Определение бизнес-модели: Подписка: пользователи платят за доступ к контенту. Плата за каждую экскурсию или аренда виртуальных туров. Сотрудничество с рекламодателями и местными бизнесами для размещения рекламы в контенте. Расширение функционала Добавление новых функций: После успешного запуска добавляйте функции, такие как: Виртуальные экскурсии с гидами в реальном времени. Интерактивные элементы, позволяющие пользователям взаимодействовать с контентом. Персонализированные туры на основе предпочтений пользователей. Оценка и оптимизация Анализ пользовательского опыта: Регулярно собирайте отзывы и анализируйте поведение пользователей для улучшения продукта. Оптимизация бизнес-процессов: На основе собранных данных внедряйте изменения в стратегии продаж и маркетинга. 8. Расширение на международные рынки Локализация контента: Переведите интерфейс и контент на несколько языков, чтобы привлечь международную аудиторию. Исследование международных направлений: Анализируйте и добавляйте новые популярные направления, актуальные для разных стран. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

*(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)*

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - [https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu](https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/%23documentu) )

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ (<https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php> ) | в доработке |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ (РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* |
| Коллектив *(характеристика будущего предприятия)**Указывается информация о составе коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент выхода предприятия на самоокупаемость. Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного**предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость* | в доработке |
| Техническое оснащение*Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | в доработке |
| Партнеры (поставщики, продавцы)*Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/ поставщиках/продавцах на**момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* | в доработке |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах) *Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть**осуществлено* | в доработке |
| Доходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто.* | в доработке |
| Расходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода**предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет**достигнуто* | в доработке |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость*Указывается количество лет после завершения гранта* | в доработке |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** |
| Коллектив | в доработке |
| Техническое оснащение: | в доработке |
| Партнеры (поставщики, продавцы) | в доработке |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА***(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок,но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* |
| Формирование коллектива: | в доработке |
| Функционирование юридического лица: | в доработке |
| Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: | в доработке |
| Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): | в доработке |
| Организация производства продукции: | в доработке |
| Реализация продукции: | в доработке |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТАПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** |
| Доходы: | в доработке |
| Расходы: | в доработке |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): | в доработке |
| **Перечень планируемых работ с детализацией** |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца) |
|

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование работы | Описание работы | Стоимость | Результат |
|  |  |  |  |

  |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев) |
|

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование работы | Описание работы | Стоимость | Результат |
|  |  |  |  |

  |
| **Поддержка других институтов инновационного развития** |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития |
| **Платформа НТИ** | в доработке |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: | в доработке |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах «Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»: | в доработке |
| Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»: | в доработке |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** | Нет |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** | Нет |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» | Нет |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» | Нет |

**Календарный план**

 ***Календарный план проекта:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | в доработке | в доработке | в доработке |
| 2 | в доработке | в доработке | в доработке |
|  |  |  |  |