**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) |  |
| --- | --- |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) |  |
| Регион ВУЗа |  |
| Наименование акселерационной программы |  |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | | | | | | *Арт-маркет* | | | |
| **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.* | | | | | | Современная ярмарка, которая объединяет разнообразие предложений под одной крышей, где предприниматели и креативные люди могут арендовать торговые места для реализации своих товаров и услуг. Это не просто аренда торгового места — мы предоставляем платформу для развития малого бизнеса, где каждый продавец может найти свою аудиторию, а покупатели — разнообразные и качественные товары в уютной и удобной атмосфере. | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии. | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | **Технет** — кросс-рыночное и кросс-отраслевое направление, обеспечивающее технологическую поддержку развития рынков НТИ и высокотехнологичных отраслей промышленности за счет формирования Цифровых, «Умных», Виртуальных Фабрик Будущего (Digital, Smart, Virtual Factories of the Future);  **Эдунет** - рынок продуктов и сервисов, которые вовлекают человека в развитие и реализацию своего потенциала. | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | Необязательно для заполнения, при желании вы можете выбрать технологии из [Списка >>](https://docs.google.com/document/d/1vwlECVdkuY7c-L0QhRQLe0jlbZTGJ8O46v4SUp5I9Vo/edit?usp=sharing) | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | * UntiID — U1888607 * Leader ID —6429198 * Лидекаускас Вероника Аполинарасовна * 79113950908 * veronikal20040406@gmail.com | | | |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** | | | | | | | | | |
|  | № | UntiID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое  описание) |
| 1 | U1888607 | 6429198 | Лидекаускас Вероника Аполинарасовна | Коммуникатор | | 79113950908  veronikal20040406@gmail.com |  | Организация экологического мероприятия “Вечер с зелёным вкусом”, проведение мастерклассов в качестве волонтера на фестивале GreenWeekend и на Дне Семьи в Любятого.  Ведение SMM и пабликов в телеграмме. |
| 2 | U1895863 | 6434667 | Головнева Елена Олеговна | Координатор | | +79215040423  alyona.golovneva@yandex.ru |  | Организация экологического мероприятия “Вечер с зелёным вкусом”  Опыт работы графическим дизайнером. |

|  | **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* | 1. Цели проекта:   Организовать Арт-маркет в городе Псков.   1. Задачи проекта:    1. Найти участников    2. Арендовать помещение    3. Запустить рекламу    4. Провести мероприятие 2. Ожидаемые результаты:   Заработок получают участники и организаторы.   1. Области применения результатов (где и как сможем применить проект):   Арт-маркет помогает рукодельникам, желающим продать продукты своего творчества, и людям, желающим приобрести их товары.   1. Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать):   Молодые псковичи в возрасте 14-25 лет, включая школьников и студентов. |
|  | **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* | Арт-маркет дает авторам единую реальную площадку для продажи, а покупатели имеют возможность лично и удобно приобрести товары ручной работы в одном месте. |
| 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* | Стартап-проект арт-маркета полностью решает проблему обеих целевых аудиторий.  Для рукодельников:   * Предоставляется специализированная и удобная площадка для продажи их изделий, что устраняет необходимость искать временные и неподходящие локации для реализации своей продукции. * Создаются условия для прямого общения с клиентами, что позволяет мастерам получать обратную связь, укреплять свой бренд и привлекать постоянных покупателей.   Для покупателей:   * Устраняется проблема отсутствия единого места для покупки качественных товаров ручной работы, что упрощает процесс выбора и покупки. * Предоставляется возможность лично ознакомиться с продукцией, получить рекомендации от авторов и найти уникальные подарки или вещи для себя в комфортной и вдохновляющей атмосфере.   Таким образом, проект решает ключевые задачи обеих сторон, создавая мост между мастерами и покупателями, и одновременно способствует развитию творческой и предпринимательской активности в регионе. |
| 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.)* | Молодые псковичи в возрасте 14-25 лет, включая школьников и  студентов, платёжеспособные или уже имеющие собственные деньги,  желающие приобрести разнообразные продукты творчества местных  мастеров, стать обладателем уникальной вещи, а также хотящие найти  комфортное место для встречи единомышленников и приятное  времяпрепровождение в необычной для Пскова обстановке. |
| 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* | *Для реализации рекламы и продвижения мероприятия будут использоваться онлайн-платформы Telegram и ВКонтакте. Для удобства использования должна быть создана группа, где будет выкладываться основная информация, касающаяся мероприятия.* |

| 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.* | Бизнес-модель арт-маркета строится на создании ценности как для продавцов, так и для покупателей, обеспечивая удобство и уникальность предложения. Продавцам, в частности рукодельникам, арт-маркет предоставляет физическую площадку для аренды торговых мест, что создает единое пространство, привлекающее целевую аудиторию — людей, заинтересованных в уникальных товарах ручной работы. Покупатели, в свою очередь, получают возможность лично ознакомиться с товарами, выбрать их в комфортной и эстетически приятной обстановке, что экономит время и делает процесс покупки приятным.  Отношения с поставщиками и потребителями выстраиваются на основе доверия и взаимовыгодных условий. Рукодельникам предлагаются краткосрочные и долгосрочные договоры аренды торговых мест, а также поддержка в виде рекламы через социальные сети и продвижения на мероприятиях. Это способствует не только стабильному притоку участников, но и их развитию. Для покупателей проводятся регулярные акции и мероприятия, информация о которых распространяется через социальные сети и офлайн-каналы, создавая лояльную аудиторию, которая ценит уникальность и качество представленных товаров.  Для привлечения финансовых и иных ресурсов арт-маркет использует оплату аренды со стороны продавцов, а также привлекает спонсоров и партнеров для организации специальных событий и мероприятий. Человеческие ресурсы представлены операционной командой и маркетологами, а в зависимости от объема работы и мероприятий привлекаются внештатные сотрудники и волонтеры.  Продвижение арт-маркета осуществляется через социальные сети, такие как Telegram и ВКонтакте, где демонстрируются товары и истории мастеров, а также через проведение мероприятий, мастер-классов и коллабораций с местными крафтовыми магазинами. Такой подход создает положительный пользовательский опыт, укрепляет бренд и привлекает как новых арендаторов, так и покупателей, способствуя росту прибыли. |
| --- | --- | --- |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Абсолютно идентичных нам конкурентов в Пскове нет, но есть другие похожие мероприятия: Аниме-ярмарки, Винный Фестиваль, Green Weekend, гастрономический фестиваль «Моя Еда».«Соловьиная ночь» - Международный фольклорный фестиваль. |
| 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* | Наш арт-маркет уникален для нашего города, потому что он предоставляет мастерам и творческим предпринимателям специально организованную площадку для продажи своих изделий. В отличие от других мероприятий, где мастера лишь присоединяются при совпадении тематики, наш арт-маркет фокусируется именно на поддержке локальных талантов и создании комфортной и вдохновляющей атмосферы для участников и посетителей.  Мы не просто предоставляем место для торговли – мы создаём особую атмосферу творчества, общения и поддержки местных мастеров. |
| 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* | 1. Обоснование реализуемости арт-маркета основывается на его конкурентных преимуществах и уникальности. Одним из ключевых факторов является тот факт, что наш проект предоставляет физическую площадку для продажи изделий ручной работы, что создает атмосферу доверия между продавцами и покупателями. В отличие от онлайн-платформ, арт-маркет предлагает уникальный опыт непосредственного взаимодействия с продуктом и автором, что существенно увеличивает привлекательность для обеих сторон. Простота доступа к этой площадке, возможность аренды торговых мест по приемлемым условиям и постоянная поддержка продавцов через рекламу и продвижение — наши важные конкурентные преимущества. 2. Полезность и востребованность арт-маркета очевидны, так как он решает важную проблему как для мастеров, так и для покупателей: рукодельники получают доступ к организованной и привлекательной площадке для сбыта своих уникальных товаров, а покупатели имеют возможность лично и в комфортной обстановке ознакомиться с широким ассортиментом крафтовых изделий. С учетом роста популярности товаров ручной работы и стремления людей к уникальным продуктам, этот проект способен удовлетворить возросший спрос на авторские изделия и стать центром для локальных мастеров и их покупателей. 3. Мы уверены в реализации проекта, потому что он обладает высокой степенью адаптивности и устойчивости на рынке. Одним из аргументов в пользу устойчивости бизнеса является низкая конкуренция на локальном уровне среди аналогичных площадок, а также уникальная возможность предложить мастерам не только физическое пространство, но и полноценное маркетинговое сопровождение, что многим малым предпринимателям недоступно. Прямое взаимодействие с потребителем, регулярные мероприятия и акции создают высокий уровень лояльности среди покупателей, что укрепляет проект на рынке. 4. Проект будет прибыльным, так как спрос на качественные и уникальные изделия ручной работы стабильно растет. Люди все чаще ищут возможность приобрести оригинальные продукты, а маркетинговая поддержка и регулярные мероприятия будут способствовать увеличению количества продаж. Уникальность нашего предложения, связанного с личным взаимодействием мастеров и покупателей, также играет важную роль в создании конкурентного преимущества. |
|  | **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* | Наш проект арт-маркета ориентирован на активное использование социальных сетей для взаимодействия с целевой аудиторией, в частности ВКонтакте и Telegram. Это позволит нам эффективно привлекать как покупателей, так и продавцов. Мы планируем использовать эти платформы для публикации информации о мероприятиях, новых поступлениях и актуальных предложениях.  Технические параметры проекта включают следующие аспекты:   1. **Платформы**: Мы будем использовать социальные сети ВКонтакте и Telegram для продвижения и взаимодействия с клиентами. ВКонтакте станет основной платформой для публикации контента, создания рекламных кампаний и ведения групп, где можно будет анонсировать события и новинки. Telegram, в свою очередь, будет задействован для оперативных рассылок, поддержания связи с участниками и информирования о специальных акциях и предложениях. 2. **Инструменты аналитики**: Мы будем использовать встроенные инструменты аналитики ВКонтакте и Telegram для мониторинга взаимодействия пользователей с контентом и для оценки эффективности рекламных кампаний. Это позволит своевременно корректировать стратегии продвижения и улучшать взаимодействие с клиентами. 3. **Механизмы оплаты и заказов**: Для удобства покупателей мы планируем интегрировать в наши группы системы оплаты через интернет-эквайринг, что позволит напрямую оформлять заказы на товары через социальные сети, минимизируя усилия для пользователей. 4. **Контент-стратегия**: Планируется регулярное создание креативного контента, ориентированного на визуальные и текстовые элементы, отражающие уникальность товаров ручной работы и атмосферу нашего арт-маркета. Мы будем использовать фото- и видеоматериалы, создавая профессиональные съемки товаров 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* | Организационные параметры:  * **Статус**: Индивидуальный предприниматель (ИП) * **Размер уставного капитала**: Для ИП уставной капитал не требуется. * **Состав организации**: Основатель (руководитель) — индивидуальный предприниматель. Возможны наемные работники: администраторы, маркетолог, бухгалтер (на аутсорсе). * **Форма собственности**: Индивидуальное предпринимательство. * **Партнеры**: Рукодельники и малые производители, предоставляющие свою продукцию для продажи на площадке.  Производственные параметры:  * **Программа производства и реализации**: Организация ярмарки 2 раза в год (с возможным увеличением частоты по мере роста спроса). Реализация товаров ручной работы через аренду торговых мест на площадке. * **Технологии**: Использование онлайн-продвижения через социальные сети и платформы для маркетплейсов. * **Основные средства**:   + Помещение в аренду: площадка для ярмарки (ориентировочно 50-100 м²). Возможно сотрудничество с торговыми центрами или временная аренда пространств.   + Технологическое оборудование (включая стойки для арендаторов).  Финансовые параметры:  * **Объем финансирования**: 91688 рублей * **Финансовые результаты реализации проекта**:   + **Ожидаемая выручка**: около 100000 рублей   + **Издержки**:     - Аренда помещения: 70000     - Зарплаты сотрудникам 20000     - (Прочие расходы (маркетинг, коммунальные услуги) 1688 рублей   + **Чистая прибыль**: 8312 рублей * **Ожидаемое движение денежных средств**: Положительное движение денежных средств начинается со второго месяца при увеличении числа арендаторов и снижения постоянных расходов. * **Срок окупаемости**: 1 день |

| 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.)* | Наши преимущества:   1. **Уникальный формат**: мы создаём пространство, где мастера и творческие предприниматели могут найти своих покупателей и представить свои работы в удобной и организованной обстановке. 2. **Разнообразие предложений**: на одном рынке представлены изделия ручной работы, художественные работы, авторские товары – всё, что подчёркивает индивидуальность мастеров и интересует наших гостей. 3. **Приятная атмосфера**: уютная обстановка арт-маркета делает процесс выбора и покупки особенно приятным для посетителей. Это не просто ярмарка, а место для общения, вдохновения и новых открытий. 4. **Выгодные возможности для мастеров**: участие в арт-маркете помогает расширить клиентскую базу, получить обратную связь и вдохновение от общения с единомышленниками. |
| --- | --- | --- |
| 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* | *Для реализации рекламы и продвижения мероприятия будут использоваться онлайн-платформы Telegram и ВКонтакте. Для удобства использования должна быть создана группа, где будет выкладываться основная информация, касающаяся мероприятия.*   1. *онлайн-платформа Telegram: крупнейшая социальная сеть в России и странах СНГ.* 2. *онлайн-платформа ВКонтакте: самое популярное приложение для обмена мгновенными сообщениями в некоторых странах Европы, Азии и Африки.* |
| 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* | Уровень готовности технологии: TRL 4 – Проверка основных технологических компонентов в лабораторных условияхОписание уровня готовности: На текущем этапе проект арт-маркета прошел начальные фазы исследования и концептуальной разработки. В ходе акселерационной программы:   * **Организационные компоненты**: Были уточнены ключевые аспекты бизнес-модели, разработана концепция маркетплейса для рукодельников и покупателей товаров ручной работы. Определены основные целевые аудитории и их потребности, а также проработаны возможные пути монетизации проекта. * **Кадровые ресурсы**: Сформирована основная команда, состоящая из участников с необходимыми компетенциями в области маркетинга, организации мероприятий и бизнес-менеджмента. Выстроено понимание распределения обязанностей и задач внутри команды. * **Материальные ресурсы**: Проведено тестирование базовых элементов концепции (например, расчеты аренды торговых мест, базовые исследования рынка), а также разработаны первые версии маркетинговых материалов для продвижения проекта.  Почему проект соответствует этому уровню (TRL 4): На этом этапе был подтвержден основной концепт и определены ключевые технологические компоненты, такие как создание онлайн-платформы для взаимодействия с арендующими торговые места, организация оффлайн мероприятий, а также разработка системы привлечения покупателей. Однако пока все эти элементы находятся в стадии лабораторного тестирования и требуют проверки в реальных условиях, что позволит двигаться к следующему этапу.  Проект готов к дальнейшему тестированию в более масштабных и реальных условиях с целью проверки его ключевых компонентов на практике, включая взаимодействие с целевой аудиторией и пилотное тестирование мероприятий. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | *Актуальность: Арт-маркет представляет собой уникальную площадку для поддержки местных мастеров и креативных предпринимателей, предоставляя им возможность реализовать свои изделия и наладить контакт с аудиторией. Проект способствует развитию малого бизнеса и культурной среды города, отвечая на потребности жителей в оригинальных и качественных товарах.*  *Цель: Создать удобную и привлекательную платформу для продвижения и продажи товаров ручной работы, объединяя мастеров и покупателей в рамках арт-маркета.* |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Для продвижения арт-маркета мы планируем использовать социальные сети ВКонтакте и Telegram, так как они наиболее популярны среди нашей целевой аудитории и позволяют эффективно взаимодействовать с клиентами.  **ВКонтакте** будет служить основной площадкой для публикации контента, анонсирования событий, ведения групп и создания рекламных кампаний, что позволит охватить широкий круг заинтересованных пользователей.  **Telegram** мы задействуем для оперативных рассылок, информирования участников о новостях, акциях и специальных предложениях, а также для поддержания прямой связи с клиентами. Выбор этих платформ обоснован их удобством, широкими функциональными возможностями и способностью эффективно вовлекать пользователей. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | В своей бизнес-идее, наша модель монетизации будет основана на сочетании двух каналов сбыта: аренда и платформа. Во-первых, мы будем зарабатывать на аренде торговых мест для рукодельников, которые смогут продавать свои изделия на нашем арт-маркете. Этот формат позволит продавцам напрямую взаимодействовать с покупателями и демонстрировать свои товары в живой, уютной атмосфере.  Во-вторых, мы будем развивать онлайн-платформу, где покупатели смогут заказывать изделия ручной работы через социальные сети ВКонтакте и Telegram. Это позволит нам использовать модель прямых продаж через онлайн-платформы, где продавцы будут взаимодействовать с покупателями в цифровом формате, расширяя охват аудитории и увеличивая удобство покупки.  Такое сочетание каналов сбыта — аренды и онлайн-платформы — обеспечит устойчивость проекта, привлекая как локальных покупателей, так и онлайн-аудиторию. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Суть проблемы заключается в отсутствии в нашем городе специализированной реальной площадки, где мастера и рукодельники могли бы объединиться для продажи своих товаров. В результате мастера сталкиваются с трудностями поиска подходящего места для реализации своих изделий, ограничиваются онлайн-продажами или вынуждены участвовать в ярмарках, не всегда ориентированных на их тематику.  Для покупателей проблема состоит в том, что в городе нет удобного и комфортного пространства, где можно было бы в одном месте найти разнообразные качественные товары ручной работы, лично пообщаться с авторами и получить уникальный опыт покупки.  Важно решить эту проблему, так как создание арт-маркета позволит поддержать местных мастеров, предоставив им площадку для продвижения своих изделий, и подарит жителям города уникальную возможность приобрести оригинальные товары, что также способствует развитию культурной и творческой среды региона. |
| 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* | Стартап-проект арт-маркета полностью решает проблему обеих целевых аудиторий.  Для рукодельников:   * Предоставляется специализированная и удобная площадка для продажи их изделий, что устраняет необходимость искать временные и неподходящие локации для реализации своей продукции. * Создаются условия для прямого общения с клиентами, что позволяет мастерам получать обратную связь, укреплять свой бренд и привлекать постоянных покупателей.   Для покупателей:   * Устраняется проблема отсутствия единого места для покупки качественных товаров ручной работы, что упрощает процесс выбора и покупки. * Предоставляется возможность лично ознакомиться с продукцией, получить рекомендации от авторов и найти уникальные подарки или вещи для себя в комфортной и вдохновляющей атмосфере.   Таким образом, проект решает ключевые задачи обеих сторон, создавая мост между мастерами и покупателями, и одновременно способствует развитию творческой и предпринимательской активности в регионе. |

| 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)* | 1) Держатель проблемы: Рукодельники (авторы товаров ручной работы)Проблемы:  * Отсутствие удобной площадки для продажи * Ограниченная аудитория * Нет времени на маркетинг и продвижение   Наш арт-маркет предоставляет рукодельникам готовую физическую площадку для продажи их изделий. Они могут арендовать небольшие торговые места и, не заботясь о рекламе и привлечении покупателей, сконцентрироваться на создании своих товаров. Мы также организуем продвижение маркета и привлекаем целевую аудиторию, что помогает авторам находить своих покупателей.  2) Держатель проблемы: **Покупатели товаров ручной работы** Проблемы:  * Сложности с поиском уникальных товаров * Недоверие к покупкам онлайн * Отсутствие комфорта   Наш арт-маркет решает эту проблему, предоставляя покупателям возможность легко и удобно найти и приобрести уникальные товары в одном месте. Пространство организовано так, чтобы покупатели могли вживую видеть изделия, общаться с мастерами и делать покупки без лишних сомнений и неудобств. |
| --- | --- | --- |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | *Проблема будет решена с помощью создания и организации регулярных арт-маркетов в удобной локации.*  *Для рукодельников:*   * *Мы предоставим оборудованное пространство для торговли, включая аренду торговых мест, что избавит мастеров от необходимости самостоятельно искать площадки или платить высокую арендную плату за индивидуальные магазины.* * *Организуем рекламу мероприятия через социальные сети и другие каналы продвижения, что привлечет целевую аудиторию и обеспечит мастерам поток покупателей.* * *Создадим атмосферу поддержки и творчества, где мастера смогут не только продавать товары, но и общаться с коллегами и обмениваться опытом.*   *Для покупателей:*   * *Арт-маркет станет единым местом, где можно найти разнообразные товары ручной работы: от украшений до предметов декора, что упростит выбор.* * *Мы обеспечим возможность встретиться с мастерами лично, что добавляет ценность приобретенным товарам и позволяет получить эксклюзивные изделия.* * *Уютная обстановка и дополнительные активности (музыка, мастер-классы, тематические зоны) сделают процесс покупки приятным и вдохновляющим.*   *Таким образом, арт-маркет станет эффективным инструментом для мастеров и удобным решением для покупателей, удовлетворяя их потребности в продаже и приобретении уникальных изделий.* |
| 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.* | Потенциал рынка для арт-маркета основывается на растущем интересе к уникальным товарам ручной работы и локальным инициативам. В последние годы всё больше людей предпочитают поддерживать малый бизнес, приобретая эксклюзивные изделия с душой.  **Сегмент рынка и доля** Наш арт-маркет ориентирован на два ключевых сегмента:   1. **Мастера и рукодельники.** Это люди, создающие изделия ручной работы, которые ищут доступные и эффективные площадки для продажи своих товаров. Учитывая отсутствие аналогичных мероприятий в регионе, арт-маркет привлечет значительную долю локальных производителей. 2. **Покупатели.** Молодые люди и семьи с детьми, которые ценят оригинальные товары, ищут идеи для подарков и приятные способы провести время.   По предварительным оценкам, арт-маркет способен занять до 30% локального рынка мероприятий по продаже уникальных товаров в первые два года работы.  **Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса**   1. **Расширение географии.** Проведение арт-маркетов в соседних городах или районах региона. 2. **Увеличение частоты мероприятий.** Организация сезонных или тематических ярмарок, что позволит удерживать интерес покупателей. 3. **Введение онлайн-продаж.** Создание онлайн-платформы для мастеров, которая обеспечит круглогодичную продажу их товаров и привлечет клиентов за пределами региона. 4. **Дополнительные услуги.** Проведение мастер-классов, аренда витрин в торговых центрах или организация фотозон для продвижения мероприятия.   Благодаря растущему интересу к уникальным товарам и поддержке локальных мастеров, проект обладает высоким потенциалом рентабельности и возможностью масштабирования в будущем. |

| 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.* | Бизнес-модель арт-маркета строится на создании ценности как для продавцов, так и для покупателей, обеспечивая удобство и уникальность предложения. Продавцам, в частности рукодельникам, арт-маркет предоставляет физическую площадку для аренды торговых мест, что создает единое пространство, привлекающее целевую аудиторию — людей, заинтересованных в уникальных товарах ручной работы. Покупатели, в свою очередь, получают возможность лично ознакомиться с товарами, выбрать их в комфортной и эстетически приятной обстановке, что экономит время и делает процесс покупки приятным.  Отношения с поставщиками и потребителями выстраиваются на основе доверия и взаимовыгодных условий. Рукодельникам предлагаются краткосрочные и долгосрочные договоры аренды торговых мест, а также поддержка в виде рекламы через социальные сети и продвижения на мероприятиях. Это способствует не только стабильному притоку участников, но и их развитию. Для покупателей проводятся регулярные акции и мероприятия, информация о которых распространяется через социальные сети и офлайн-каналы, создавая лояльную аудиторию, которая ценит уникальность и качество представленных товаров.  Для привлечения финансовых и иных ресурсов арт-маркет использует оплату аренды со стороны продавцов, а также привлекает спонсоров и партнеров для организации специальных событий и мероприятий. Человеческие ресурсы представлены операционной командой и маркетологами, а в зависимости от объема работы и мероприятий привлекаются внештатные сотрудники и волонтеры.  Продвижение арт-маркета осуществляется через социальные сети, такие как Telegram и ВКонтакте, где демонстрируются товары и истории мастеров, а также через проведение мероприятий, мастер-классов и коллабораций с местными крафтовыми магазинами. Такой подход создает положительный пользовательский опыт, укрепляет бренд и привлекает как новых арендаторов, так и покупателей, способствуя росту прибыли. |
| --- | --- | --- |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Абсолютно идентичных нам конкурентов в Пскове нет, но есть другие похожие мероприятия: Аниме-ярмарки, Винный Фестиваль, Green Weekend, гастрономический фестиваль «Моя Еда».«Соловьиная ночь» - Международный фольклорный фестиваль. |
| 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* | В последнее время Псков стал частым местом проведения  различных фестивалей: винный «Виноград», яблочный «Лешуга»,  музыкальный «Добрый рок», даже был один специфично посвящённый  пельменям. Все они ориентированы на максимально широкую, но всё-таки  взрослую аудиторию, желающую хорошо провести время в кругу своих  близких или единомышленников. Однако многих молодых псковичей  интересует не только громкая музыка, алкоголь и гастрономические  изыски, а ещё и пища духовная — искусство и другие связанные с ним  аспекты творчества.  Многие люди, занимающиеся рукоделием, например: рисованием,  шитьём, вязанием, бисероплетением, мыло и свечеварением, гончарным  делом — нуждаются в рынке сбыта товаров своего производства, так же,  как и другие, желающие их приобрести.На самом деле, в наш век высоких  технологий и онлайн-магазинов это довольно легко осуществить через  большой перечень именитых интернет-сервисов. Некоторые мастера  выставляют итоги своего творчества и оффлайн: на небольших полочках в  кофейнях, лавках, своих мастерских, арендуют место на городских рынках,  базарах. Но всё это стихийно и не систематизировано. Довольно редко  рукодельникам-псковичам предоставляется возможность «и себя показать,  и на других посмотреть».  Творческие фестивали являются не только местом сбора людей с  похожими интересами, но и прекрасной возможностью закрыть нужды  определенной молодой аудитории, желающей приобрести нечто  эксклюзивное, необычное, то, к чьему созданию приложил руку и  мозговую активность человек, больше, чем работая за станком конвейера.  Арт-маркеты дают авторам единую реальную площадку для продажи,  обычно организованную в просторном помещении с большим количеством  столов и стульев, реже на улице — в теплое время года. Размещение лавок  мастеров напоминает рынок, потому что по сути таковым и является:  продавцы заранее арендуют у организатора место — стол, за которым и  будет происходить торговля. Эти средства идут на оплату помещения и  покупку необходимого оборудования. А посетители мероприятия, заранее  приобретая билеты онлайн, так же вносят свой вклад в организацию,  помогая рассчитать примерное количество посетителей. После этого,  деньги за плату на входе идут в прибыль организаторам, а заработанные  честным ручным трудом на фестивале, уже остаются у рукодельника. |
| 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* | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса**   1. **Почему вы уверены, что проект может быть реализован?** Проект арт-маркета имеет высокую степень реализуемости благодаря отсутствию аналогичных мероприятий в регионе. У нас уже есть понимание целевой аудитории, подтвержденная потребность со стороны мастеров в торговых площадках и готовность покупателей посещать ярмарки. Простой организационный процесс и низкий порог входа делают проект жизнеспособным. 2. **В чем полезность и востребованность вашего проекта по сравнению с другими?** Полезность арт-маркета заключается в создании единой платформы для мастеров и покупателей. Для мастеров это возможность представить и продать свои изделия в удобной локации с минимальными затратами. Покупатели получают доступ к уникальным товарам ручной работы, возможность общения с авторами и участия в мероприятиях, что создаёт ценность, недоступную в обычных магазинах или онлайн-площадках. 3. **Как вы думаете, почему ваш проект будет прибыльным?** Проект будет прибыльным благодаря устойчивому спросу на уникальные товары ручной работы и низкой себестоимости организации ярмарки. Доход от аренды мест для участников арт-маркета обеспечит стабильный денежный поток, а дополнительные услуги, такие как мастер-классы, фотозоны и кафе, повысят доходность. Также мы планируем активно работать с партнёрами, привлекая спонсорскую поддержку и расширяя аудиторию за счет маркетинговых акций. 4. **Приведите аргументы, почему ваш бизнес будет устойчивым.** Бизнес обладает устойчивостью благодаря ряду факторов:  * **Локальная уникальность.** Отсутствие конкурентов в регионе создаёт монопольные условия на рынке. * **Широкая целевая аудитория.** Включает как мастеров, заинтересованных в продажах, так и покупателей, стремящихся к оригинальным товарам. * **Масштабируемость.** Возможность проводить мероприятия в других городах и онлайн. * **Доступные ресурсы.** Аренда помещения, использование социальных сетей для продвижения и работа с партнёрами обеспечивают низкие затраты на запуск и развитие. * **Социальная значимость.** Поддержка локальных мастеров и вовлечение сообщества делают проект социально значимым и увеличивают его лояльность со стороны участников и посетителей.   Таким образом, наш арт-маркет обладает всеми необходимыми характеристиками для успешной реализации и устойчивого развития. |
|  | **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* | **Основные технические параметры и обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту):**   1. **Рекламные каналы:**    * **ВКонтакте** и **Telegram**. Эти платформы выбраны для эффективного продвижения и взаимодействия с целевой аудиторией. ВКонтакте позволит использовать рекламные кампании, создавать сообщества и группы для анонсов событий, где можно делиться информацией о мероприятии, делах и новинках. Telegram, в свою очередь, обеспечит оперативное информирование через рассылки, что способствует поддержанию связи с участниками, рассылке специальных предложений и новостей.    * **Преимущества**: Большая аудитория, доступность рекламы на платформе, низкая стоимость таргетированной рекламы, возможность прямого общения с пользователями. 2. **Формат мероприятия (offline):**    * **Проведение арт-маркета** в специально арендованном помещении, что обеспечивает удобство доступа и комфортное пространство для покупателей и продавцов. Мероприятие будет включать зоны с товарами, мастер-классы, фотозоны и кафетерий.    * **Материалы и оборудование**: Аренда торговых мест, организация зонирования с перегородками и столами для размещения товаров, системы освещения и звука для создания необходимой атмосферы.    * **Преимущества**: Создание уникальной атмосферы для общения, возможность личного контакта покупателей и продавцов, использование реального пространства для демонстрации товаров и взаимодействия. 3. **Онлайн-сервис и инструменты:**    * **Сайт и онлайн-регистрация**: для подачи заявки на участие, продажи билетов, продвижения и создания календаря мероприятий. Сайт будет интегрирован с социальными сетями для синхронизации контента и обратной связи.    * **Видеопродакшн**: записываем и транслируем мастер-классы, интервью с участниками и спикерами через YouTube или отдельный канал Telegram.    * **Преимущества**: Увеличивает охват аудитории, позволяет поддерживать интерес к мероприятию вне его временных рамок, способствует вовлечению людей из других городов.   Эти технические параметры обеспечивают высокую конкурентоспособность проекта за счет использования современных технологий, доступных рекламных каналов, удобной структуры и организации мероприятия, что способствует привлечению целевой аудитории и повышению эффективности взаимодействия между участниками и посетителями арт-маркета. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей)*  *стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая*  *партнерские возможности* | **18. Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса:**   1. **Организационные параметры:**    * **Статус и состав организации**: Мы планируем зарегистрировать арт-маркет как индивидуальное предпринимательство (ИП), что позволит минимизировать налоги и упростить бухгалтерский учет. Организационная структура будет включать основателя (-лей), менеджеров по рекламе и продажам, а также команду волонтеров и наемных сотрудников для оперативного обслуживания мероприятия. Владелец ИП будет обладать основными долями участия, остальные – распределятся между партнерами и ключевыми сотрудниками.    * **Форма собственности**: Индивидуальное предпринимательство.    * **Распределение долей**: 100% принадлежит основателю (-ам), что обеспечивает контроль и оперативное принятие решений.    * **Члены совета директоров**: Непланируется на этапе старта, так как решение будет принимать один основатель. 2. **Производственные параметры:**    * **Программа производства и реализации продукции**: Арт-маркет будет проводиться ежемесячно в арендованном помещении с площадью не менее 200 кв. м, обеспечивающим комфортное размещение участников и посетителей. Пространство будет зонировано для аренды торговых мест мастерами, зонами для мастер-классов, фотозон и фуд-корта.    * **Действующая технология и оборудование**: Мы будем использовать арендуемое оборудование для выставки и организации мастер-классов, включая столы, стулья, освещение и звуковое оборудование. Все технические средства будут доставляться на место мероприятия за сутки до начала.    * **Анализ основных средств**:      + **Первоначальная стоимость**: около 150 000 рублей на аренду помещений, оборудование и необходимый инвентарь.      + **Остаточная стоимость**: после первых мероприятий ожидается постепенное снижение стоимости арендных контрактов за счет увеличения регулярности проведения мероприятий.      + **Форма и норма амортизационных отчислений**: арендные платежи и амортизация оборудования будут включены в общие издержки.    * **Поставщики сырья и материалов**: Поставщики будут включать местные фирмы для аренды мебели и оборудования, а также поставщиков рекламных материалов и канцелярских товаров. Условия поставок - аренда на сутки, с оплатой сразу за аренду и с небольшими скидками на долгосрочные контракты.    * **Ориентировочные цены**: аренда торговых мест – 1000 рублей за место на мероприятии; аренда оборудования – 3000 рублей за сутки. 3. **Финансовые параметры:**    * **Объем финансирования проекта**: Начальные затраты на старте (аренда помещений, реклама, закупка оборудования и материалов) составят около 500 000 рублей. Финансирование будет осуществлено через личные средства основателей и кредитные линии на стартовую активность.    * **Финансовые результаты реализации проекта**:      + **Выручка**: ожидаемая месячная выручка около 300 000 рублей, с каждым следующим мероприятием увеличивается за счет лояльности посетителей и увеличения рекламных кампаний.      + **Издержки**: постоянные ежемесячные издержки на аренду помещений (150 000 рублей), рекламу и персонал (50 000 рублей), остальные расходы на оборудование и материалы (200 000 рублей).    * **Движение денежных средств**: проект обеспечивает положительное значение показателя денежного потока с первого месяца работы, что подтверждается минимальными вложениями и постепенным увеличением доходов.    * **Эффективность инвестиционного проекта**:      + **Срок окупаемости**: проект окупится за 12 месяцев за счет стабильного потока посетителей и арендаторов торговых мест.      + **Индекс рентабельности**: 1.5, что указывает на высокую эффективность и прибыльность бизнеса.      + **Бюджетная эффективность**: проект обеспечивает хорошую окупаемость и покрытие издержек уже в первые месяцы работы, с перспективой увеличения рентабельности за счет увеличения частоты проведения мероприятий и расширения зоны охвата.   Эти организационные, производственные и финансовые параметры позволяют арт-маркету быть устойчивым и конкурентоспособным проектом в регионе, обеспечивая высокую степень организованности, минимальные издержки и постоянное привлечение целевой аудитории. |

| 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.)* | Наши преимущества:   1. **Уникальный формат**: мы создаём пространство, где мастера и творческие предприниматели могут найти своих покупателей и представить свои работы в удобной и организованной обстановке. 2. **Разнообразие предложений**: на одном рынке представлены изделия ручной работы, художественные работы, авторские товары – всё, что подчёркивает индивидуальность мастеров и интересует наших гостей. 3. **Приятная атмосфера**: уютная обстановка арт-маркета делает процесс выбора и покупки особенно приятным для посетителей. Это не просто ярмарка, а место для общения, вдохновения и новых открытий. 4. **Выгодные возможности для мастеров**: участие в арт-маркете помогает расширить клиентскую базу, получить обратную связь и вдохновение от общения с единомышленниками. |
| --- | --- | --- |
| 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* | *Для реализации рекламы и продвижения мероприятия будут использоваться онлайн-платформы Telegram и ВКонтакте. Для удобства использования должна быть создана группа, где будет выкладываться основная информация, касающаяся мероприятия.*   1. *онлайн-платформа Telegram: крупнейшая социальная сеть в России и странах СНГ.* 2. *онлайн-платформа ВКонтакте: самое популярное приложение для обмена мгновенными сообщениями в некоторых странах Европы, Азии и Африки.* |
| 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* | Уровень готовности технологии: TRL 4 – Проверка основных технологических компонентов в лабораторных условияхОписание уровня готовности: На текущем этапе проект арт-маркета прошел начальные фазы исследования и концептуальной разработки. В ходе акселерационной программы:   * **Организационные компоненты**: Были уточнены ключевые аспекты бизнес-модели, разработана концепция маркетплейса для рукодельников и покупателей товаров ручной работы. Определены основные целевые аудитории и их потребности, а также проработаны возможные пути монетизации проекта. * **Кадровые ресурсы**: Сформирована основная команда, состоящая из участников с необходимыми компетенциями в области маркетинга, организации мероприятий и бизнес-менеджмента. Выстроено понимание распределения обязанностей и задач внутри команды. * **Материальные ресурсы**: Проведено тестирование базовых элементов концепции (например, расчеты аренды торговых мест, базовые исследования рынка), а также разработаны первые версии маркетинговых материалов для продвижения проекта.  Почему проект соответствует этому уровню (TRL 4): На этом этапе был подтвержден основной концепт и определены ключевые технологические компоненты, такие как создание онлайн-платформы для взаимодействия с арендующими торговые места, организация оффлайн мероприятий, а также разработка системы привлечения покупателей. Однако пока все эти элементы находятся в стадии лабораторного тестирования и требуют проверки в реальных условиях, что позволит двигаться к следующему этапу.  Проект готов к дальнейшему тестированию в более масштабных и реальных условиях с целью проверки его ключевых компонентов на практике, включая взаимодействие с целевой аудиторией и пилотное тестирование мероприятий. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | *Актуальность: Арт-маркет представляет собой уникальную площадку для поддержки местных мастеров и креативных предпринимателей, предоставляя им возможность реализовать свои изделия и наладить контакт с аудиторией. Проект способствует развитию малого бизнеса и культурной среды города, отвечая на потребности жителей в оригинальных и качественных товарах.*  *Цель: Создать удобную и привлекательную платформу для продвижения и продажи товаров ручной работы, объединяя мастеров и покупателей в рамках арт-маркета.* |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую*  *стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Для продвижения арт-маркета мы планируем использовать социальные сети ВКонтакте и Telegram, так как они наиболее популярны среди нашей целевой аудитории и позволяют эффективно взаимодействовать с клиентами.  **ВКонтакте** будет служить основной площадкой для публикации контента, анонсирования событий, ведения групп и создания рекламных кампаний, что позволит охватить широкий круг заинтересованных пользователей.  **Telegram** мы задействуем для оперативных рассылок, информирования участников о новостях, акциях и специальных предложениях, а также для поддержания прямой связи с клиентами. Выбор этих платформ обоснован их удобством, широкими функциональными возможностями и способностью эффективно вовлекать пользователей. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | В своей бизнес-идее, наша модель монетизации будет основана на сочетании двух каналов сбыта: аренда и платформа. Во-первых, мы будем зарабатывать на аренде торговых мест для рукодельников, которые смогут продавать свои изделия на нашем арт-маркете. Этот формат позволит продавцам напрямую взаимодействовать с покупателями и демонстрировать свои товары в живой, уютной атмосфере.  Во-вторых, мы будем развивать онлайн-платформу, где покупатели смогут заказывать изделия ручной работы через социальные сети ВКонтакте и Telegram. Это позволит нам использовать модель прямых продаж через онлайн-платформы, где продавцы будут взаимодействовать с покупателями в цифровом формате, расширяя охват аудитории и увеличивая удобство покупки.  Такое сочетание каналов сбыта — аренды и онлайн-платформы — обеспечит устойчивость проекта, привлекая как локальных покупателей, так и онлайн-аудиторию. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Суть проблемы заключается в отсутствии в нашем городе специализированной реальной площадки, где мастера и рукодельники могли бы объединиться для продажи своих товаров. В результате мастера сталкиваются с трудностями поиска подходящего места для реализации своих изделий, ограничиваются онлайн-продажами или вынуждены участвовать в ярмарках, не всегда ориентированных на их тематику.  Для покупателей проблема состоит в том, что в городе нет удобного и комфортного пространства, где можно было бы в одном месте найти разнообразные качественные товары ручной работы, лично пообщаться с авторами и получить уникальный опыт покупки.  Важно решить эту проблему, так как создание арт-маркета позволит поддержать местных мастеров, предоставив им площадку для продвижения своих изделий, и подарит жителям города уникальную возможность приобрести оригинальные товары, что также способствует развитию культурной и творческой среды региона. |
| 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* | Стартап-проект арт-маркета полностью решает проблему обеих целевых аудиторий.  Для рукодельников:   * Предоставляется специализированная и удобная площадка для продажи их изделий, что устраняет необходимость искать временные и неподходящие локации для реализации своей продукции. * Создаются условия для прямого общения с клиентами, что позволяет мастерам получать обратную связь, укреплять свой бренд и привлекать постоянных покупателей.   Для покупателей:   * Устраняется проблема отсутствия единого места для покупки качественных товаров ручной работы, что упрощает процесс выбора и покупки. * Предоставляется возможность лично ознакомиться с продукцией, получить рекомендации от авторов и найти уникальные подарки или вещи для себя в комфортной и вдохновляющей атмосфере.   Таким образом, проект решает ключевые задачи обеих сторон, создавая мост между мастерами и покупателями, и одновременно способствует развитию творческой и предпринимательской активности в регионе. |

| 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)* | 1) Держатель проблемы: Рукодельники (авторы товаров ручной работы)Проблемы:  * Отсутствие удобной площадки для продажи * Ограниченная аудитория * Нет времени на маркетинг и продвижение   Наш арт-маркет предоставляет рукодельникам готовую физическую площадку для продажи их изделий. Они могут арендовать небольшие торговые места и, не заботясь о рекламе и привлечении покупателей, сконцентрироваться на создании своих товаров. Мы также организуем продвижение маркета и привлекаем целевую аудиторию, что помогает авторам находить своих покупателей.  2) Держатель проблемы: **Покупатели товаров ручной работы** Проблемы:  * Сложности с поиском уникальных товаров * Недоверие к покупкам онлайн * Отсутствие комфорта   Наш арт-маркет решает эту проблему, предоставляя покупателям возможность легко и удобно найти и приобрести уникальные товары в одном месте. Пространство организовано так, чтобы покупатели могли вживую видеть изделия, общаться с мастерами и делать покупки без лишних сомнений и неудобств. |
| --- | --- | --- |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям*  *справляться с проблемой* | *Проблема будет решена с помощью создания и организации регулярных арт-маркетов в удобной локации.*  *Для рукодельников:*   * *Мы предоставим оборудованное пространство для торговли, включая аренду торговых мест, что избавит мастеров от необходимости самостоятельно искать площадки или платить высокую арендную плату за индивидуальные магазины.* * *Организуем рекламу мероприятия через социальные сети и другие каналы продвижения, что привлечет целевую аудиторию и обеспечит мастерам поток покупателей.* * *Создадим атмосферу поддержки и творчества, где мастера смогут не только продавать товары, но и общаться с коллегами и обмениваться опытом.*   *Для покупателей:*   * *Арт-маркет станет единым местом, где можно найти разнообразные товары ручной работы: от украшений до предметов декора, что упростит выбор.* * *Мы обеспечим возможность встретиться с мастерами лично, что добавляет ценность приобретенным товарам и позволяет получить эксклюзивные изделия.* * *Уютная обстановка и дополнительные активности (музыка, мастер-классы, тематические зоны) сделают процесс покупки приятным и вдохновляющим.*   *Таким образом, арт-маркет станет эффективным инструментом для мастеров и удобным решением для покупателей, удовлетворяя их потребности в продаже и приобретении уникальных изделий.* |
| 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.* | Потенциал рынка для арт-маркета основывается на растущем интересе к уникальным товарам ручной работы и локальным инициативам. В последние годы всё больше людей предпочитают поддерживать малый бизнес, приобретая эксклюзивные изделия с душой.  **Сегмент рынка и доля** Наш арт-маркет ориентирован на два ключевых сегмента:   1. **Мастера и рукодельники.** Это люди, создающие изделия ручной работы, которые ищут доступные и эффективные площадки для продажи своих товаров. Учитывая отсутствие аналогичных мероприятий в регионе, арт-маркет привлечет значительную долю локальных производителей. 2. **Покупатели.** Молодые люди и семьи с детьми, которые ценят оригинальные товары, ищут идеи для подарков и приятные способы провести время.   По предварительным оценкам, арт-маркет способен занять до 30% локального рынка мероприятий по продаже уникальных товаров в первые два года работы.  **Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса**   1. **Расширение географии.** Проведение арт-маркетов в соседних городах или районах региона. 2. **Увеличение частоты мероприятий.** Организация сезонных или тематических ярмарок, что позволит удерживать интерес покупателей. 3. **Введение онлайн-продаж.** Создание онлайн-платформы для мастеров, которая обеспечит круглогодичную продажу их товаров и привлечет клиентов за пределами региона. 4. **Дополнительные услуги.** Проведение мастер-классов, аренда витрин в торговых центрах или организация фотозон для продвижения мероприятия.   Благодаря растущему интересу к уникальным товарам и поддержке локальных мастеров, проект обладает высоким потенциалом рентабельности и возможностью масштабирования в будущем. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

Следующую информацию нужно заполнить в том случае, если вы претендуете на участие в конкурсе и получение гранта

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - <https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu>)

| Фокусная тематика из перечня ФСИ ([https://fasie.ru/programs/programma-](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php)  [start/fokusnye-tematiki.php](https://fasie.ru/programs/programma-start/fokusnye-tematiki.php) ) | Выберите из списка по ссылке |
| --- | --- |
| **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* | Важно описать именно будущий состав. В него могут быть включены не только текущие члены команды, но и специалисты, которые понадобятся вам в будущем. |

| 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.* | Укажите, какое оборудование вам необходимо для реализации проекта. Это могут быть компьютеры, какие-либо станки и всё, что может быть необходимо для реализации. |
| --- | --- |
| 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.* | Опишите всех возможных партнеров, с которыми вы планируете работать. |
| 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* | Опишите то, каким вы видите объем реализации продукции |
| 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.* | Опишите, какой объем дохода планируется, и как вы этого достигнете |
| 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* | Опишите, какие расходы будут, и как вы к этому придете |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость  *Указывается количество лет после завершения гранта* | Опишите, когда вы планируете выйти на самоокупаемость продукта |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,**  **КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** | |
| Коллектив | Опишите то, что у вас есть сейчас |
| Техническое оснащение: | Опишите то, что у вас есть сейчас |
| Партнеры (поставщики, продавцы) | Опишите то, что у вас есть сейчас |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  *(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* | |
| Формирование коллектива: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |
| Функционирование юридического лица: | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет |

| 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: | | | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка сбыта (взаимодействие с  потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): | | | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет | | | |
| Организация производства продукции: | | | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет | | | |
| Реализация продукции: | | | Опишите то, что вы планируете делать в этом направлении в рамках двух лет | | | |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**  **ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** | | | | | | |
| Доходы: | | | Урок 8. | | | |
| Расходы: | | | Урок 8. | | | |
| 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.): | | | Опишите, откуда вы планируете привлекать средства | | | |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ**  Здесь нужно описать каждый этап реализации проекта. Пример: <http://joxi.ru/J2b1pavS0PVDOm> Стоимость работ можно взять среднюю из поисковой выдачи. | | | | | | |
| 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** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно- образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах  «Диагностика и формирование  компетентностного профиля человека / команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** | |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК» |  |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий  стартап» |  |

***Календарный план проекта:***

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | Пример заполнения: <http://joxi.ru/J2b1pavS0PVDOm> |  |  |
| **2** |  |  |  |