**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

*https://pt.2035.university/project/sajt-s-virtualnymi-turami?context=putp2024 14.06.2024*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»  |
| Регион Получателя гранта | Краснодарский край |
| Наименование акселерационной программы | «БизнесКуб» |
| Дата заключения и номер Договора | Договор № 70-2024-000276Дата заключения 22.04.2024 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Сайт с виртуальными турами |
| **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.* | ТН3. Новые материалы, оборудование и производственные технологии, включая IT-разработки. |
| **3** | **Технологическое направление в****соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии информационных, управляющих, навигационных систем. |
| **4** | **Рынок НТИ** | TechNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | Нейротехнологии, технологии виртуальной и дополненной реальностей. |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | * Unti ID U1088034
* Leader ID 2189058
* ФИО Аржаев Артем Витальевич
* Телефон +79184285297
* Почта arzhaev.a@mail.ru
 |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** |
|  | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткоеописание) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **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* | Цель: создание сайта-агрегатора виртуальных туровЗадачи:1. Вёрстка и разметка сайта;
2. Создание виртуальных туров;
3. Работа над дизайном платформы.

Ожидаемые результаты:1. Многостраничный агрегатор с тематическими разделами;
2. Привлечённые заказчики.

Области применения результатов:1. Промышленность
2. Туризм
3. Образование

Потенциальные потребительские сегменты:1. Коммерческие и некоммерческие предприятия
2. Государственные организации
 |  |
|  | **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* | Виртуальный тур как совокупность взаимосвязанных панорамных снимков с интеграцией интерактивных объектов (фотографий, аудио- и видеофайлов, озвучки, текстового описания), заключённый в архив. |  |
| 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* | Для промышленных предприятий – недостаточность качественной визуальной информации.Для образовательных учреждений – проблема отсутствия виртуального тура как качественного дополнения к образовательной программе.Для туристических организаций – проблема неполной осведомлённости туристов относительно планируемого объекта показа. |  |
| 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.)* | Сектор – B2B, B2C.Географическое расположение не ограничено.Потенциальные потребители – все виды промышленности, все виды туризма, все виды образовательных учреждений; все физлица. |  |
| 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* | 1. Оборудование для съёмки панорамных снимков;
2. Программное обеспечение для сшивания панорам;
3. Программа для создания виртуальных туров;
4. Хостинг для размещения виртуальных туров.
 |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.* | 1. Договор с организацией о съёмке панорамных снимков и создании виртуального тура (либо только создании с учётом уже имеющихся панорам объекта);
2. Предоставление заказчику готового тура в форме архива данных. Возможно предоставление услуг по вёрстке сайта заказчика и интеграции тура в код).

Продвижение продукта – это реклама платформы (сайта с примерами готовых решений). |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | TrueVirtualTours.com, PanoQuiz.ru, stred.ru, cifrom.ru, tour-360.ru. |
| 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* | 1. Многопрофильность объекта съёмки – предприятия, организации, туристического объекта (или пешего маршрута).
2. Низкая цена продукта.
3. Возможность не только создания тура, но и предоставления услуги по редактированию кода HTML для связки продукта с сайтом заказчика.
 |
| 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* |  |
|  | **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* | IT-разработка: совмещение технологий создания виртуального тура, гипертекстовой разметки и технологий виртуальной и дополненной реальностей. |
| 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* |  |
| 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.)* |  |
| 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* |  |
| 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* |  |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия***(для проектов, прошедших во второй этап акселерационной программы)* |  |
| 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* |  |
| 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* |  |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап- проект** |
| 25 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\*** | Для промышленных предприятий – недостаточность качественной визуальной информации об внешнем и внутреннем устройстве предприятия (здания, цеха, производственной цепочки); проблема неполноты официального сайта.Для образовательных учреждений – проблема отсутствия виртуального тура как качественного дополнения к образовательной программе, а также интерьеру и экстерьеру учреждения.Для туристических организаций – проблема неполной осведомлённости туристов относительно планируемого объекта показа; проблема отсутствия заинтересованности в продукте. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая**часть проблемы или вся проблема решается с**помощью стартап-проекта* |  |
| 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)* | Потребитель раскрывает свой продукт / услугу с новой стороны – это дополнительное привлечение клиентов, повышение имиджа предприятия, повышение конкурентоспособности. |
| 27 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям**справляться с проблемой* | Размещение на сайте виртуального тура – качественное дополнение к описанию или презентации продукта или услуги. Главный принцип показа – реклама и удержание клиента за счёт уникального контента. |
| 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.* |  |
| 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* |  |