**Паспорт стартап-проекта**

**Gastronomy World**

|  |  |
| --- | --- |
| https://pt.2035.university/project/vr-gastronomy-world?\_ga=2.191721769.263827698.1697637609-1693645601.1684576010 | *18.10.2023* |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | **ФГБОУ ВО «Российский Экономический Университет имени Г. В. Плеханова»** |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | ИНН 7705043493/КПП 770501001 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Хайв-Фудтех |
| Дата заключения и номер Договора |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Краткая Информация о стартап-проекте | |
| **1** | **Название стартап-проекта\*** | Gastronomy World |
| **2** | **Тема стартап-проекта\*** | Организация секторного ресторана с визуальной дополненной реальностью разных стран и их национальной кухней |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии доступа к широкополосным мультимедийным услугам |
| **4** | **Рынок НТИ** | FoodNet |
| **5** | **Сквозные технологии** | большие данные, блокчейн, искусственный интеллект, робототехника, виртуальная и дополненная реальность, новые производственные технологии |
|  | Информация о лидере и участниках стартап-проекта | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID U1395647  - Leader ID 4856295  - ФИО Минская Виктория Андреевна  - телефон  - почта |
| **7** | **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) | | 1 |  |  | Лукша Ульяна Геннадьевна | Аналитик, критик | 89653829299, ulianaluksha@yandex.ru |  | Студент РЭУ, участие в вузовских проектах, написание статей | | 2 | *U1395647* | *4856295* | Минская Виктория Андреевна | Лидер, креативное исполнение проекта | 89858467896,  jagbye@mil.ru |  | Студент РЭУ, создание проектов, проведение детального анализа конкурентной среды | | 3 | *U1403805* | *4861755* | Кузьмина Елизавета Сергеевна | Креативный директор, маркетолог, HR | 89854669866 |  | Студент РЭУ, опыт работы в ресторанном бизнесе | | |
|  | 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* | "VR Gastronomy World" представляет собой инновационный многозоновый ресторанный проект, который объединяет высококлассное кулинарное искусство с виртуальной реальностью и мультимедийными возможностями. Цель проекта - создать уникальный кулинарный опыт, который позволяет клиентам путешествовать через вкус и визуальные впечатления. Ожидаемые результаты включают создание уникальной ресторанной атмосферы и привлечение широкой аудитории. |
|  | **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* | Ресторан, в котором клиенты могут наслаждаться кулинарными путешествиями через виртуальную реальность и мультимедиа. Продуктом является уникальное сочетание кулинарных блюд и виртуальных миров, эмоции и впечатления являются главной причиной для посещения ресторана. |
| 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* | Проект решает проблему однообразности ресторанных опытов. Он предоставляет клиентам возможность исследовать различные культуры и миры, не покидая ресторан.  В настоящее время поездки в другие страны ограничен в связи с санкциями и стоимостью туристических путевок, поэтому посещение ресторана, в котором сочетаются кухня страны и визуализация различных мест планеты актуальна как никогда |
| 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.)* | Потенциальными потребителями "VR Gastronomy World" могут быть:  - Любители высокой кухни и кулинарных экспериментов.  - Люди, ищущие уникальные развлечения и впечатления.  - Туристы, желающие попробовать кухню разных стран.  - Бизнес-туристы, ищущие необычные места для обедов и встреч. |
| 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* | Проект использует VR-технологии, мультимедийные системы и контент, разработанный командой проекта. Техническое решение включает в себя создание виртуальных миров различных точек планеты, блюда и напитки кухонь этих стран, оборудование для клиентов и обслуживающего персонала. |
| 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.* | - Оплата за вход в различные тематические зоны.  - Заказы блюд и напитков в соответствии с виртуальной темой.  - Привлечение средств через инвестиции и франшизы. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | **Krasota**  **DALI VR club**  **Babochki**  **Art Table**  Рестораны национальных кухонь |
| 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* | Проект предлагает уникальное сочетание кулинарных впечатлений и виртуальных миров, что делает его отличным от других ресторанных концепций. Клиенты получают возможность путешествовать через вкус и визуальные впечатления. |
| 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* | - Уникальное ценностное предложение и отсутствие прямых конкурентов.  - Использование VR-технологий и мультимедии создает устойчивый и уникальный бизнес.  - Возможности привлечения инвестиций для расширения проекта. |
|  | **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* | - VR-оборудование: Использование высококачественных VR-гарнитур и оборудования для виртуальных развлечений.  - Мультимедийные системы: Использование мультимедийных экранов, проекций и звука для создания атмосферы.  - Разработка виртуальных миров: Создание уникальных виртуальных миров для каждой тематической зоны.  - Виртуальное меню: Разработка виртуального меню с визуализацией блюд и напитков. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | - Организационные: Развитие процессов обучения персонала, обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов.  - Производственные: Обеспечение стабильной работы VR-оборудования и мультимедийных систем.  - Финансовые: Планирование финансовых потоков, привлечение инвестиций и финансирование расширения. |
| 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.)* | - Уникальный кулинарный опыт виртуальными мирами и высокой кухней.  - Отсутствие прямых конкурентов с аналогичной концепцией в России.  - Возможность масштабирования проекта на мировом рынке.  - Увеличение рынка услуг с помощью новых технологий. |
| 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* | Научно-техническое решение включает в себя разработку виртуальных миров, контента, а также использование высококачественного VR-оборудования. |
| 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* | Проект находится на уровне TRL-3, что означает начало активных исследований и разработок, теоретическое и экспериментальное доказательство работоспособности представленной концепции |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует приоритетам развития технологий в сфере виртуальной реальности, мультимедийных систем и кулинарного искусства. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Маркетинговая стратегия включает в себя сотрудничество с туристическими агентствами, социальные сети, контент-маркетинг и привлечение внимания через мероприятия и медиа-партнеров. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Продукт будет реализован через бронирование в ресторане и онлайн платформу, а также через партнерские рестораны и франшизы. |
|  | Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Проблема заключается в однообразности ресторанных опытов, что может вызывать у клиентов утрату интереса к посещению ресторанов. В нынешних реалиях для многих людей затруднительно отдохнуть за границей, и ресторан поможет создать схожую атмосфера туризма. |
| 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* | * Получение впечатлений туризма и отдыха через посещение ресторана, * знакомство с кухнями разных народов мира, * создание уникального опыта. |
| 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)* | "Держателями" проблемы могут быть те, кто чувствует, что ресторанные посещения стали предсказуемыми и ищет новые способы обогатить свой кулинарный опыт. Это могут быть как обыватели, так и компании, ищущие необычные места для проведения мероприятий и обедов. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. Инновационное меню:  - Разработка меню, вдохновленного различными культурами и эпохами. Это включает в себя блюда из разных стран и времен, созданные с использованием высококачественных ингредиентов.  2. Виртуальная реальность:  - Внедрение виртуальной реальности (VR) для создания уникальных визуальных и аудиовизуальных впечатлений. Гости смогут выбрать свой "пункт назначения" в виртуальном мире для обогащения своего ресторанного опыта.  3. Мультимедийные системы:  - Установка мультимедийных систем, таких как проекции и мультисенсорные устройства, для создания атмосферы, соответствующей выбранной теме. Это включает в себя музыку, звуковые эффекты и визуальные проекции.  4. Онлайн-бронирование и персонализация:  - Создание онлайн-платформы для бронирования, где гости могут выбрать конкретное виртуальное путешествие и предоставить предпочтения по меню. Это позволит персонализировать опыт для каждого клиента. |
| 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.* | Существует значительный интерес к уникальным ресторанным концепциям, включая использование виртуальной реальности. Расширение на мировой рынок и масштабирование проекта имеют большой потенциал. Проект ориентирован на получение прибыли и обеспечивает устойчивость бизнеса за счет уникального ценностного предложения. |

план дальнейшего развития стартап-проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Декабрь 2023 | **Январь-апрель 2024** | Май-август 2024 |  |
| Аналитический этап. Выявление предпочтений потребителей (кухни, страны) | **Разработка меню, визуализация видов, разработка бизнес-плана** | Поиск инвесторов для реализации проекта | Реализация проекта и продвижение его к конечным потребителям |