**Анкета «Паспорт стартап-проекта»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №№п/п |  | Общая информация о стартап-проекте |
| 1. | Выберите ваш проект | ИТ |
| 2. | Тема стартап-проекта *Укажите тему стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях* | «IТ-КАРНАВАЛ» (Проект для поддержки детей, страдающих онкологическими заболеваниями) |
| 3. | Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ (*Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии)* | Информационные, когнитивные технологии |
| 4. | Контактный номер телефона лидера стартап-проекта  | +7 (980) 012-21-58 |
| 5. | **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* | Стартап-проект предлагает использование виртуальной реальности в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. *Целью проекта* является улучшение качества жизни и благополучия этих детей. *Основные задачи проекта* включают создание интерактивного и погружающего виртуального окружения цирка и развлечений, доступного для детей во время их лечения. Проект также ставит перед собой задачу способствовать психологическому благополучию, улучшению настроения и поддержке социальной интеракции у детей. *Ожидаемыми результатами* проекта являются повышение настроения и эмоционального комфорта детей, больных онкологией, улучшение психологического состояния и снижение тревожности. Проект также способствует улучшению социальной адаптации и развитию навыков общения у детей в условиях ограниченной мобильности. *Областью применения* результатов проекта являются детские онкологические отделения, реабилитационные центры и домашняя среда для детей, проходящих лечение по онкологии. Потенциальные потребительские сегменты проекта включают детей, больных онкологией, и их родителей, а также медицинский персонал, работающий с этой категорией пациентов. |
| 6. | **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 | Продукт, лежащий в основе стартап-проекта, представляет собой виртуальную реальность в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. Этот продукт позволяет детям погрузиться в интерактивное и погружающее окружение цирка и развлечений, созданное специально для их удовольствия и развлечения во время лечения. Реализация данного продукта позволяет стартап-проекту получать основной доход через различные источники. Один из них - продажа лицензий на использование виртуальной реальности в медицинских учреждениях, специализирующихся на лечении детей с онкологическими заболеваниями. Кроме того, стартап-проект может предлагать платные подписки для семей и родителей, желающих предоставить своим детям доступ к виртуальному миру цирка и развлечений. Также возможны партнерства с благотворительными организациями и спонсорами, которые заинтересованы в поддержке детей, больных онкологией, и могут финансировать предоставление доступа к продукту бесплатно или по льготным условиям.  |
| 7. | **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* | Проблема, которую стартап-проект решает, заключается в ограниченных возможностях развлечений и социальной активности у детей, больных онкологией. Дети, проходящие лечение от онкологии, часто ограничены в своей мобильности и имеют ограниченный доступ к развлечениям вне медицинских учреждений. Это может приводить к чувству изоляции, скуки и ухудшению психологического благополучия у детей.Стартап-проект предлагает решение этой проблемы путем создания виртуальной реальности в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. Этот продукт позволяет детям погрузиться в интерактивное и погружающее окружение цирка, где они могут испытать радость, веселье и участие в различных развлекательных активностях.Благодаря использованию виртуальной реальности, стартап-проект позволяет детям переживать виртуальные цирковые представления и другие развлечения, не выходя из медицинских учреждений. Это помогает снять чувство изоляции, повысить настроение, улучшить психологическое благополучие и создать положительную атмосферу, способствующую их общему самочувствию и позитивному настрою в период лечения. |
| 8. | **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.)* | 1. Юридические лица: медицинские учреждения, специализирующиеся на лечении детей с онкологическими заболеваниями, реабилитационные центры.2. Физические лица (дети, больные онкологией) и их родители: демографические данные и вкусы могут варьироваться, но главным общим аспектом является их потребность в развлечениях и позитивном эмоциональном воздействии во время лечения. Географическое расположение потребителей может быть разным, в зависимости от места нахождения медицинских учреждений и реабилитационных центров.Сектор рынка: B2B (сотрудничество с медицинскими учреждениями и реабилитационными центрами для предоставления продукта им) и B2C (предоставление продукта напрямую детям и их родителям).Характеристики потенциальных потребителей могут включать юридические лица в сфере здравоохранения, специализирующиеся на онкологии у детей, а также физические лица, такие как дети возраста от 3 до 18 лет, больные онкологией, и их родители. Демографические данные могут варьироваться, и они могут находиться в разных географических областях. Основная общая характеристика - это их потребность в развлечениях и поддержке во время лечения от онкологии. |
| 9. | 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. **Разработка интерактивной виртуальной среды:** Создание высококачественных трехмерных моделей и анимаций, которые могут быть использованы в виртуальной реальности. Это включает разработку графических элементов, аудиоэффектов и сценариев, чтобы создать погружающую и реалистичную среду цирковых представлений и развлечений.2. *Технология виртуальной реальности*: Использование высококачественного оборудования виртуальной реальности, такого как VR-шлемы, контроллеры движения и сенсоры, для обеспечения погружения пользователя в виртуальный мир цирка и развлечений. Это также включает разработку программного обеспечения для взаимодействия с виртуальной средой.3. *Пользовательский интерфейс и управление*: Разработка удобного и интуитивно понятного пользовательского интерфейса, который позволит детям с онкологическими заболеваниями легко и комфортно взаимодействовать с виртуальной средой. Это может включать использование жестов, голосового управления или других интерфейсных методов.4. *Адаптация контента*: Создание специально адаптированного контента для детей с учетом их возраста, интересов и потребностей. Это может включать различные игровые задания, обучающие материалы и интерактивные элементы, способствующие развитию навыков и эмоциональному благополучию.5. *Интеграция онлайн-компонента*: Разработка системы для организации онлайн-консультаций, обмена опытом и социальной интеракции между детьми, их родителями и другими участниками. Это может включать функциональность чатов, форумов или специальных событий, направленных на поддержку и общение. |
| 10. |  **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. *Модель монетизации*: Продукт будет предлагаться через платные подписки или лицензии, обеспечивающие доступ к полному функционалу виртуальной реальности в мире цирка и развлечений. Это позволит генерировать доход от пользователей, которые желают использовать продукт для развлечения и поддержки детей, больных онкологией.2*. Партнерства и спонсорство*: Сотрудничество с благотворительными организациями, медицинскими учреждениями и другими заинтересованными сторонами позволит привлечь финансовые и иные ресурсы. Это может включать партнерские программы, рекламные партнерства и пожертвования от организаций и частных лиц, поддерживающих идею помощи детям, больным онкологией.3. *Отношения с потребителями*: Планируется активно взаимодействовать с потребителями через онлайн-платформу. Это включает обратную связь, поддержку пользователей, проведение онлайн-консультаций и создание сообщества, где родители и дети могут обмениваться опытом и поддерживать друг друга.4. *Каналы продвижения и сбыта*: Планируется использовать цифровые каналы продвижения, такие как социальные медиа, веб-сайт, блоги и партнерские соглашения, чтобы достигнуть целевой аудитории. Продукт может быть распространен через онлайн-магазины и партнерские платформы.5. *Привлечение финансовых ресурсов:* Помимо вышеупомянутых источников дохода, стартап-проект может привлекать инвестиции от венчурных фондов, ангельских инвесторов или привлекать гранты и финансирование от государственных и некоммерческих организаций, поддерживающих инновационные проекты в сфере здравоохранения и детского благополучия. |
| 11. | **Основные конкуренты** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. "VR Concept": Российская компания, специализирующаяся на разработке и создании виртуальной реальности для различных отраслей, включая развлечения и медицину.2. "VR Inn": Российский производитель VR-оборудования и разработчик виртуальной реальности, предлагающий свои решения для различных секторов, включая здравоохранение.3. "Арт Виртуал": Компания, специализирующаяся на создании и разработке виртуальной и дополненной реальности для различных сфер, включая развлечения и медицину.4. "Virtuix": Российская компания, известная своими VR-платформами, позволяющими пользователям перемещаться в виртуальной среде.5. "VR Concept Lab": Лаборатория, занимающаяся разработкой и исследованиями в области виртуальной реальности, включая ее применение в медицине и развлечениях. |
| 12. | **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. *Уникальность и специализация*: Проект предлагает уникальный опыт виртуальной реальности в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. Мы специализируемся и фокусируемся именно на этой группе потребителей, что позволяет нам предлагать специально адаптированный контент и решения, соответствующие их потребностям и интересам.2. *Качество и реалистичность*: Наш продукт обеспечивает высокое качество визуальных и звуковых эффектов, создавая погружающую и реалистичную среду цирковых представлений и развлечений. Мы стремимся к наилучшему пользовательскому опыту, предоставляя детям уникальные и захватывающие впечатления.3. *Поддержка и взаимодействие*: Мы активно взаимодействуем с нашими клиентами, предоставляя поддержку, обратную связь и консультации. Мы стремимся создать сообщество, где родители и дети могут обмениваться опытом и поддерживать друг друга. Мы ценим наших клиентов и всегда готовы помочь решить их вопросы и проблемы.4. *Приоритет здоровья и благополучия*: Наш продукт разработан специально для детей, больных онкологией, с учетом их особых потребностей и состояния здоровья. Мы стремимся создать положительную и эмоционально благоприятную среду, способствующую их психологическому благополучию и общему самочувствию в период лечения.5. *Инновационный подход*: Мы постоянно исследуем и внедряем новейшие технологии и разработки в области виртуальной реальности и развлечений. Наш продукт предлагает передовые решения, которые помогают детям развиваться, получать удовольствие и преодолевать трудности, связанные с лечением от онкологии. |
| 13. | **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. *Уникальность и специализация*: Продукт "ИТ-КАРНАВАЛ" предлагает уникальный опыт виртуальной реальности в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. Это делает его отличным от других продуктов на рынке, которые могут быть более общими или не ориентированы на эту конкретную группу потребителей. 2. *Потребность и востребованность*: Дети, больные онкологией, имеют ограниченные возможности для развлечений и социальной активности. Продукт "ИТ-КАРНАВАЛ" предоставляет им доступ к позитивному и эмоционально благоприятному опыту виртуальной реальности, который может помочь снять чувство изоляции и улучшить их психологическое благополучие. 3. Прибыльность бизнеса: Благодаря специализации на целевой аудитории и уникальному предложению, бизнес "ИТ-КАРНАВАЛ" может привлечь клиентов и генерировать доход. Платные подписки или лицензии на использование продукта могут обеспечить стабильный и повторяющийся источник дохода. 4. *Устойчивость бизнеса*: Потребность в развлечениях и поддержке для детей, больных онкологией, будет оставаться актуальной в долгосрочной перспективе. Проект может развиваться и адаптироваться, предлагая новый контент, функциональность и услуги, чтобы соответствовать изменяющимся потребностям и требованиям клиентов. 5. Позитивное воздействие и социальная ценность: Проект имеет потенциал для создания позитивного социального воздействия. Помогая детям, больным онкологией, получать радость, веселье и позитивные эмоции во время трудного периода лечения, продукт может улучшить их качество жизни и благополучие.  |
| 14. | **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* | 1. *Качество визуальных эффектов*: Продукт обеспечивает высококачественные трехмерные модели и анимации, которые создают реалистичную и погружающую среду цирковых представлений и развлечений. Отличное визуальное исполнение способствует эмоциональной привлекательности и удовлетворению пользователей.2. *Звуковые эффекты*: Продукт предлагает качественное аудио сопровождение, включая музыку, звуки окружающей среды и голосовые эффекты цирковых представлений. Звуковое сопровождение создает атмосферу и усиливает погружение пользователей в виртуальную среду.3. *Интерактивность:* Продукт позволяет пользователям взаимодействовать с виртуальной средой, используя контроллеры движения, голосовое управление или другие интерфейсные методы. Это позволяет детям активно участвовать в цирковых представлениях и развлекательных активностях, создавая более погружающий и интерактивный опыт.4. *Адаптация контента*: Продукт предлагает контент, специально адаптированный для детей, больных онкологией. Это включает разнообразные игровые задания, обучающие материалы и интерактивные элементы, способствующие развитию навыков и эмоциональному благополучию.5. *Эргономика и комфорт использования*: Продукт разрабатывается с учетом удобства и комфорта пользователей, особенно детей, больных онкологией. Виртуальная реальность должна быть безопасной и не вызывать дискомфорт, чтобы обеспечить приятный и безопасный опыт использования. |
| 15. |  **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | 1. Внутренние процессы организации бизнеса: Основатель(-ли) стремится к созданию эффективных и гибких внутренних процессов, которые обеспечат плавную работу компании. Это включает установление четких коммуникационных линий, определение ролей и ответственностей, управление проектами и задачами, а также непрерывное улучшение процессов для повышения производительности и качества продукта.2. *Партнерские возможности*: Основатель(-ли) ищет активное сотрудничество с другими организациями, которые могут дополнить и расширить Проект. Это могут быть партнерства с медицинскими учреждениями, благотворительными организациями, цирками или разработчиками VR-технологий. Цель состоит в том, чтобы создать взаимовыгодные партнерские отношения, которые будут способствовать расширению аудитории и повышению уровня востребованности продукта.3. *Инновационность и развитие*: Основатели стартапа понимают важность постоянного развития и исследования новых технологий и трендов, чтобы предлагать уникальные и привлекательные продукты. В этой связи, основатель(-ли) может рассматривать возможности партнерства с инновационными стартапами, университетами или научными центрами для совместного исследования и разработки. |
| 16. | **Основные конкурентные преимущества** *Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)* | *1. Уникальная тематика*: Продукт "ИТ-КАРНАВАЛ" специализируется на виртуальной реальности в мире цирка и развлечений для детей, больных онкологией. Это делает его уникальным и отличается от более общих или неспециализированных аналогов на рынке. Такая специализация позволяет привлечь целевую аудиторию и создать уникальный опыт, соответствующий потребностям и интересам этой группы потребителей. 2. *Высокое качество визуальных и звуковых эффектов*: Продукт предлагает высококачественные трехмерные модели, анимации и аудиоэффекты, которые создают реалистичную и погружающую среду цирковых представлений и развлечений. Это позволяет достичь высокого уровня эмоциональной привлекательности и удовлетворения пользователей. 3. *Специально адаптированный контент:* Продукт предлагает контент, разработанный специально для детей, больных онкологией. Это включает различные игровые задания, обучающие материалы и интерактивные элементы, способствующие развитию навыков и эмоциональному благополучию. Такая адаптация контента позволяет учесть особенности и потребности целевой аудитории. 4. *Интерактивность и удобство использования*: Продукт предлагает возможности для активного взаимодействия с виртуальной средой, используя контроллеры движения, голосовое управление и другие интерфейсные методы. Это создает более погружающий и интерактивный опыт дляпользователей. Кроме того, продукт разрабатывается с учетом эргономики и комфорта использования, особенно для детей, больных онкологией. *5. Социальное воздействие и поддержка:* Продукт "ИТ-КАРНАВАЛ" имеет социальную значимость, так как он направлен на помощь детям, больным онкологией, во время их лечения. Он создает положительное воздействие на психологическое благополучие и качество жизни этих детей. Кроме того, продукт предоставляет возможность взаимодействия и поддержки через онлайн-платформу, где родители и дети могут обмениваться опытом и поддерживать друг друга. В сравнении с аналогами, продукт "ИТ-КАРНАВАЛ" выделяется уникальной тематикой, высоким качеством визуальных и звуковых эффектов, специально адаптированным контентом, интерактивностью и удобством использования, а также социальным воздействием и поддержкой. Все эти факторы обеспечивают ему конкурентные преимущества на рынке виртуальной реальности и развлечений для детей, больных онкологией. |
| 17. | **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* | 1*. Высокое разрешение и качество изображения*: Продукт может использовать VR-шлемы и дисплеи с высоким разрешением, что обеспечивает четкое и детализированное изображение. Это важно для создания реалистичной и увлекательной виртуальной среды. 2. *Плавная и низкая задержка отклика*: Технические решения могут обеспечивать минимальную задержку отклика (low latency) между действиями пользователя и реакцией виртуальной среды. Это создает плавное и естественное взаимодействие, что является ключевым аспектом в достижении высокого уровня погружения. 3*. Продвинутые системы отслеживания движения*: Продукт может использовать передовые системы отслеживания движения, такие как инфракрасные датчики или встроенные камеры, чтобы точно отслеживать движения пользователя. Это позволяет более точно передавать движения в виртуальной среде и обеспечивать естественное взаимодействие. 4. *Реалистичный звук*: Продукт может использовать пространственный звук или технологии звукового оформления, чтобы обеспечивать реалистичные звуковые эффекты. Это создает атмосферу и углубляет погружение пользователя в виртуальную среду. 5. *Инновационные контроллеры и интерфейсы*: Продукт может предлагать инновационные контроллеры или интерфейсы, которые позволяют более точное и естественное управление виртуальным пространством. Например, это могут быть контроллеры с датчиками движения или голосовое управление. Эти технические параметры научно-технических решений и результатов обеспечивают высокую конкурентоспособность продукта, создавая уникальный и захватывающий опыт виртуальной реальности для пользователей. Они обеспечивают высокое качество изображения и звука, плавное взаимодействие, точное отслеживание движения и инновационные способы управления, что делает продукт привлекательным для потребителей и дает ему преимущество на рынке. |
| 18. | **«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* | 1. *Организационные аспекты*: Определены цели, стратегия и планы развития стартапа. Установлена эффективная система управления и распределения ресурсов, а также установлены процессы и процедуры для оптимизации работы.2. *Кадровые аспекты*: Команда проекта сформирована и укомплектована высококвалифицированными и мотивированными специалистами. Определены роли и ответственности, а также создана система поддержки и развития персонала.3. *Материальные аспекты*: Обеспечены необходимые ресурсы и инфраструктура для успешной работы стартапа. Включает в себя доступ к финансированию, оборудованию, технологиям и другим материальным ресурсам, необходимым для реализации планов развития.4. *Технические аспекты*: Разработаны и реализованы необходимые технические решения, которые обеспечивают функциональность и конкурентоспособность продукта. Это может включать разработку программного обеспечения, создание прототипов, проведение исследований и разработок.5. *Маркетинговые аспекты*: Разработана стратегия маркетинга и продвижения продукта, определены целевые аудитории и проведено исследование рынка. Разработаны маркетинговые материалы и установлены каналы коммуникации для привлечения клиентов и расширения клиентской базы. |
| 19. | **Каналы сбыта будущего продукта** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | 1. *Онлайн-платформы и магазины*: Продукт будет доступен для покупки и загрузки через онлайн-платформы и магазины, такие как интернет-магазины, цифровые платформы для приложений и игр. Этот канал обеспечивает широкий охват и удобство для пользователей, которые могут получить доступ к продукту из любого места и в любое время.2. *Партнерство с медицинскими учреждениями*: Планируется установление партнерских отношений с медицинскими учреждениями, такими как больницы и клиники, которые заботятся о детях, больных онкологией, что позволит предоставить продукт непосредственно этой целевой аудитории через медицинские учреждения и обеспечить наиболее эффективную доставку и использование продукта.3. *Сотрудничество с благотворительными организациями*: Планируется сотрудничество с благотворительными организациями, которые поддерживают детей, больных онкологией. Это может включать включение продукта в программы и мероприятия этих организаций, а также предоставление продукта для детей в рамках благотворительных проектов. Этот канал сбыта позволит достичь целевой аудитории и в то же время создать позитивное социальное воздействие.*Обоснование выбора этих каналов сбыта*:- Онлайн-платформы и магазины предоставляют широкий охват и доступность для пользователей. Интернет является все более популярным каналом покупок и загрузки продуктов, и он обеспечивает удобство и гибкость для пользователей, что особенно важно для детей, находящихся в больницах или дома во время лечения.- Партнерство с медицинскими учреждениями позволяет обратиться прямо к целевой аудитории, а именно детям, больным онкологией, которые нуждаются в развлечениях и поддержке в трудный период лечения. Этот канал сбыта обеспечивает наиболее эффективное доставку продукта и его использование.- Сотрудничество с благотворительными организациями позволяет не только достичь целевой аудитории, но и создать позитивное социальное воздействие. Благотворительные организации имеют доступ к детям, больным онкологией, и могут помочь продукту достичь их и поддержать их во время лечения. |
| 20. | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия** | 1. Социальная значимость проекта: Проект "IT-КАРНАВАЛ" направлен на поддержку детей, страдающих онкологическими заболеваниями, и предоставляет им возможность получить доступ к образованию и развлечениям, способствуя их социальной адаптации и улучшению качества жизни. Это соответствует социальным приоритетам, таким как здравоохранение, социальная защита и образование. 2. Инновационные технологии: Проект "IT-КАРНАВАЛ" использует информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) для организации образовательных и развлекательных мероприятий для детей. Это соответствует научно-техническим приоритетам, связанным с развитием ИКТ и их применением в образовании и здравоохранении. 3. Поддержка инклюзивного образования: Проект "IT-КАРНАВАЛ" предоставляет возможности образования и развлечений для детей, независимо от их физических возможностей и места пребывания. Это соответствует приоритетам инклюзивного образования и равных возможностей для всех детей. 4. Партнерство и сотрудничество: Проект "IT-КАРНАВАЛ" может включать в себя участие различных стейкхолдеров, таких как образовательные организации, медицинские центры, государственные учреждения и предприятия. Такое партнерство и сотрудничество способствуют реализации синергии ресурсов и экспертизы, что соответствует приоритетам в области совместного развития и интеграции усилий. 4. *Социальная значимость*: Улучшение навыков публичных выступлений имеет положительное влияние на личное и профессиональное развитие людей. Наш продукт способствует развитию самоуверенности и коммуникационных навыков, что важно для личной эмоциональной стабильности и успеха в современном обществе.  |
| 21. | **Каналы продвижения будущей технологии/услуги/продукта** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | *1. Целевая аудитория:* Основываясь на исследованиях рынка и потребительских предпочтениях, определена целевая аудитория - дети, больные онкологией, и их родители. Маркетинговая стратегия будет направлена на привлечение и вовлечение этой целевой аудитории.*2. Цифровой маркетинг:* В контексте онлайн-присутствия и широкого использования интернета, цифровой маркетинг становится наиболее эффективным способом продвижения. Планируется использование таких инструментов, как контент-маркетинг, социальные медиа, поисковая оптимизация (SEO) и контекстная реклама для достижения целевой аудитории и привлечения трафика на веб-сайт и онлайн-магазин.*3. Партнерства с медицинскими учреждениями и благотворительными организациями:* Сотрудничество с медицинскими учреждениями и благотворительными организациями позволяет достичь целевой аудитории и создать позитивное социальное воздействие. Планируется использование этих партнерств для проведения совместных мероприятий, распространения информации о продукте и поддержки маркетинговых усилий.*4. Отзывы и рекомендации:* В маркетинговой стратегии будет акцент на получение и использование положительных отзывов и рекомендаций от клиентов и партнеров. Это может включать сбор обратной связи, публикацию отзывов на веб-сайте и социальных медиа, а также участие в отзывных платформах. Положительные отзывы и рекомендации будут служить важным инструментом убеждения и привлечения новых клиентов.*5. Мероприятия и пиар-активности:* Планируется проведение промо-мероприятий, участие в выставках, конференциях и прочих мероприятиях, связанных с медицинскими и благотворительными сферами. Это позволит установить контакты с потенциальными клиентами, привлечь внимание СМИ и укрепить репутацию продукта. |
| 22. | **Описание проблемы (на решение которой направлен стартап-проект)** *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 7* | Проблема, на решение которой направлен стартап-проект, заключается в отсутствии доступных и эффективных развлекательных возможностей для детей, больных онкологией во время их лечения. Эти дети часто ограничены в своих возможностях для активного времяпрепровождения и развлечений из-за своего состояния и ограничений, связанных с лечением.Такая ситуация создает психологическое и эмоциональное напряжение у детей, приводящее к снижению их жизненного качества и благополучия. Они испытывают чувство изоляции, скучают и не могут наслаждаться обычными видами развлечений, которые доступны другим детям и помогают им восстанавливаться и радоваться жизни.Стартап-проект стремится решить эту проблему, предоставляя детям, больным онкологией, доступ к виртуальной реальности (VR) в мире цирка и развлечений. Путем использования VR-технологий и специально разработанного контента, стартап позволяет детям погрузиться в виртуальную среду цирка, где они могут испытывать удивительные представления, участвовать в интерактивных играх и получать позитивные эмоциональные впечатления.Такое решение позволяет детям, больным онкологией, наслаждаться развлечениями и приключениями, которые ранее были недоступны им из-за их состояния. Оно помогает снять психологическое напряжение, улучшить их настроение, стимулирует их воображение и создает положительную атмосферу, которая способствует их эмоциональному благополучию и лечению. |
| 23. | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 7, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Стартап-проект направлен на решение части проблемы, связанной с ограниченными возможностями развлечений для детей, больных онкологией, во время их лечения. Хотя стартап не может полностью устранить все аспекты проблемы, он предоставляет детям доступ к виртуальной реальности (VR) в мире цирка и развлечений, что помогает снять психологическое напряжение, улучшить настроение и создать положительную атмосферу во время лечения.Предоставление доступа к VR-развлечениям позволяет детям погрузиться в виртуальную среду цирка, где они могут испытывать удивительные представления, участвовать в интерактивных играх и получать позитивные эмоциональные впечатления. Это помогает решить часть проблемы, связанной с ограниченными возможностями развлечений, предоставляя детям новый и захватывающий опыт, который ранее был недоступен им из-за их состояния. |
| 24. | **«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. Ограниченные возможности развлечений: Дети, больные онкологией, ограничены в возможностях для активного времяпрепровождения и развлечений из-за своего состояния и ограничений, связанных с лечением. Они не могут участвовать в обычных видов развлечений, которые доступны другим детям, таких как походы в парки аттракционов, цирк или активные спортивные мероприятия.2. Потребность в позитивной эмоциональной стимуляции: Дети, больные онкологией, испытывают физические и эмоциональные трудности во время лечения. Они могут чувствовать себя изолированными, скучать и испытывать депрессию. В этот период им особенно важно получать позитивные эмоциональные стимулы, чтобы поддерживать их настроение, улучшать психологическое благополучие и помогать им восстанавливаться.3. Возможность погружения в виртуальный мир развлечений: Потенциальные потребители, дети, больные онкологией, имеют возможность погрузиться в виртуальный мир развлечений через использование VR-технологий. Это позволяет им испытывать удивительные представления, участвовать в интерактивных играх и получать позитивные эмоциональные впечатления, которые ранее были недоступны им из-за их состояния. |
| 25. | **Каким способом будет решена проблема** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | 1. *Виртуальная реальность (VR) в мире цирка и развлечений:* Мы предоставляем доступ к VR-платформе, специально разработанной для детей, больных онкологией. С помощью VR-технологий и контента, дети погружаются в виртуальную среду цирка, где они могут испытывать удивительные представления, участвовать в интерактивных играх и получать позитивные эмоциональные впечатления.2. *Интерактивные развлекательные приложения:* Мы разрабатываем и предлагаем специальные интерактивные приложения, которые позволяют детям взаимодействовать с виртуальной средой цирка. Они могут управлять персонажами, участвовать в играх и выполнять задания, создавая уникальный и захватывающий опыт развлечений.3*. Контент для восстановления и релаксации*: Мы предлагаем специально разработанный контент, направленный на восстановление и релаксацию детей, больных онкологией. Это может включать гайды по медитации, расслабляющие видеоролики или звуковые треки, которые помогают улучшить настроение, снять стресс и создать позитивную атмосферу во время лечения.4. *Поддержка и консультации*: Мы предоставляем поддержку и консультации родителям и медицинскому персоналу, связанные с использованием наших товаров и услуг. Мы обеспечиваем обучение и руководства, чтобы помочь им максимально использовать наши ресурсы и создать наилучший опыт для детей.Наши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой, предоставляя им доступ к развлечениям и позитивным эмоциональным стимулам во время их лечения. Виртуальная реальность в мире цирка и развлечений позволяет детям испытывать удовольствие от погружения в виртуальную среду, создавая положительные эмоциональные впечатления и улучшая их настроение. Интерактивные приложения и специально разработанный контент обеспечивают увлекательный и расслабляющий опыт, способствуя эмоциональному благополучию детей. Поддержка и консультации помогают родителям и медицинскому персоналу максимально использовать наши ресурсы и создать наилучшие условия для детей во время лечения. |
| 26. | **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.* | *- Сегмент:* Проектсфокусирован на обслуживание детей, больных онкологией, которые сталкиваются с ограниченными возможностями развлечений во время лечения. Это узкий и специализированный сегмент рынка, где потребности и требования потребителей сильно отличаются от других сегментов.*- Доля рынка:* Точная доля рынка может варьироваться в зависимости от географического расположения и других факторов, дети, больные онкологией, составляют значительную долю в общем числе детей, нуждающихся в специализированных развлекательных услугах. Распространенность онкологических заболеваний среди детей позволяет предположить, что доля рынка в этом сегменте может быть значительной.*Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса:**- Расширение географического охвата:* Проект имеет потенциал для расширения и охвата не только одной локации, но и других регионов, где есть потребность в подобных развлекательных услугах для детей, больных онкологией. Это позволит увеличить нашу долю рынка и достичь большего числа потенциальных потребителей.*- Развитие партнерств:* Установление партнерств с медицинскими учреждениями, благотворительными организациями и другими заинтересованными сторонами может способствовать расширению нашего бизнеса. Взаимодействие с такими партнерами позволит нам улучшить доступ к потребителям, обеспечить более эффективную доставку наших услуг и расширить нашу клиентскую базу.*- Развитие дополнительных продуктов и услуг:* Мы можем рассмотреть возможность разработки и предоставления дополнительных продуктов и услуг, связанных с развлекательными и поддерживающими потребностями детей, больных онкологией. Это может включать разработку дополнительных VR-контента, интерактивных игр и других инновационных решений, которые будут удовлетворять разнообразные потребности целевой аудитории.*Детальное раскрытие информации, указанной в пункте 7:*- Идентификация потребностей: Мы провели исследование и консультации с медицинскими специалистами, родителями и самими детьми, чтобы определить и понять их потребности и требования в развлечениях и эмоциональной поддержке во время лечения.- Учет особенностей: Мы учитываем физические, эмоциональные и психологические особенности детей, больных онкологией, в разработке наших товаров и услуг. Мы стремимся предоставить им безопасное, увлекательное и расслабляющее виртуальное окружение, которое соответствует их потребностям и способствует их благополучию.- Обратная связь и адаптация: Мы активно собираем обратную связь от потребителей и родителей, чтобы улучшить нашу продукцию и услуги. Мы внимательно слушаем их комментарии и предложения, чтобы адаптировать нашу оферту под их потребности и предоставить наилучший опыт. |
| 27. | **План дальнейшего развития стартап-проекта** |  1. *Расширение географического охвата*: Планируется расширение своей деятельности в других регионах, где есть потребность в развлекательных услугах для детей, больных онкологией. Это включает исследование и анализ рынка в новых регионах, установление партнерств с медицинскими учреждениями и благотворительными организациями, а также адаптацию наших товаров и услуг под местные потребности. 2. *Развитие дополнительных продуктов и услуг*: Будет продолжаться разработка новых продуктов, которые будут отвечать разнообразным потребностям детей, больных онкологией, что о может включать разработку дополнительных VR-контента, интерактивных игр, образовательных программ и других инновационных решений, чтобы обеспечить максимальное удовлетворение потребностей нашей целевой аудитории. 3. *Повышение осведомленности и маркетинговые усилия*: Будет осуществляться активное продвижение продуктов, включая цифрового маркетинга, участие в мероприятиях и выставках, сотрудничество с медицинскими учреждениями и благотворительными организациями, а также разработку маркетинговых материалов и рекламных кампаний. 4. *Установление долгосрочных партнерств*: Будем стремиться к установлению долгосрочных партнерств с медицинскими учреждениями, благотворительными организациями и другими заинтересованными сторонами, что позволит нам укрепить свою позицию на рынке, обеспечить стабильный поток клиентов и расширить нашу клиентскую базу. 5. *Исследование и разработка:* Будет продолжаться проведение исследований и разработок в области VR-технологий и развлекательных решений для детей, больных онкологией. Мы будем следить за последними тенденциями и инновациями в этой области, чтобы постоянно улучшать нашу продукцию и оставаться впереди конкурентов. 6. *Улучшение пользовательского опыта*: Будем стремиться к постоянному развитию и совершенствованию нашей платформы, чтобы обеспечить максимальное удовлетворение потребностей и ожиданий наших клиентов.  |