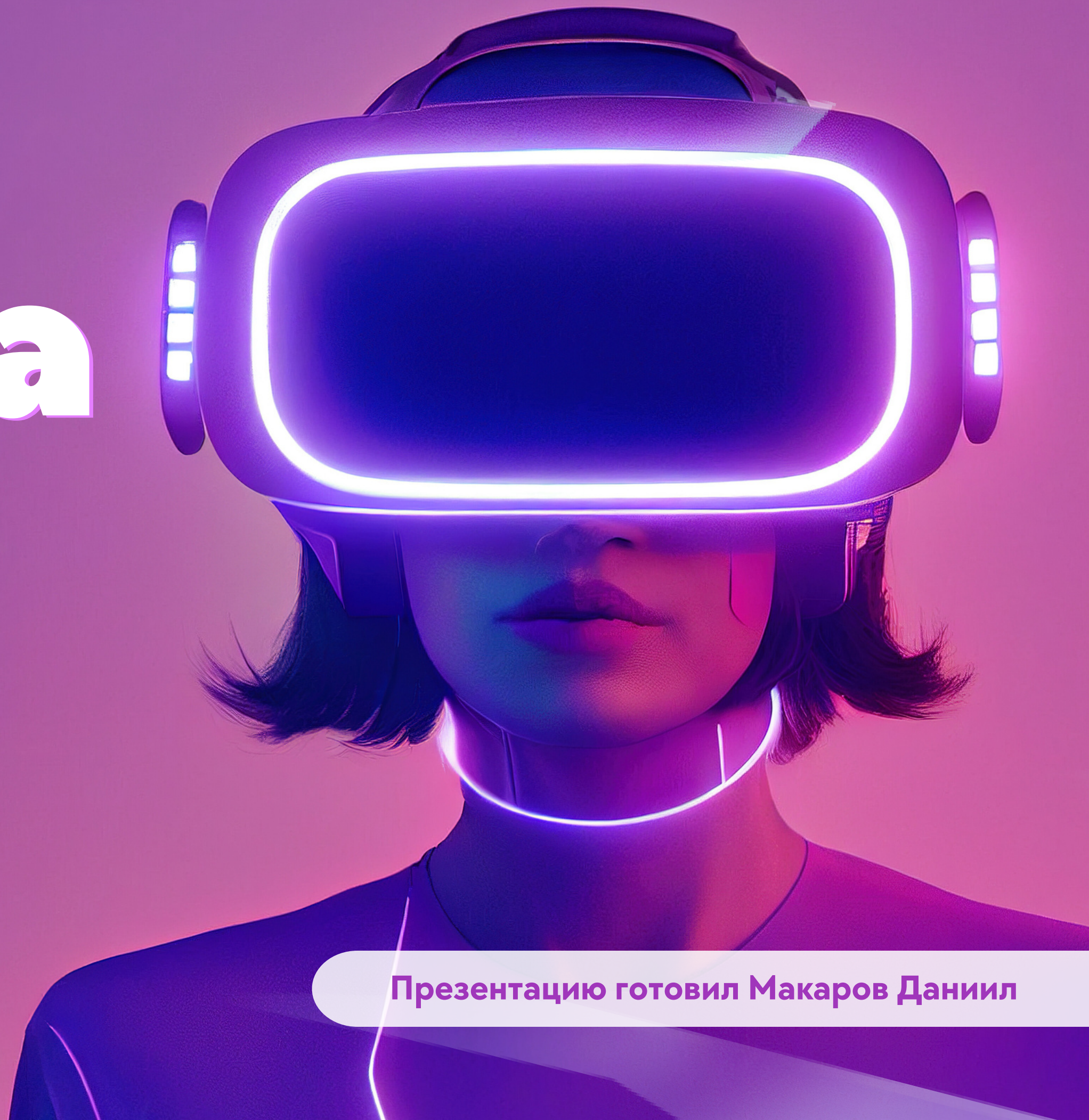


VR КОМНАТА «Your Choice»

Let's start!



Презентацию готовил Макаров Даниил



Проблема

Создание данного проекта, главным образом, направлено на решение проблем с непониманием определенных сфер деятельности. Этот проект поможет подросткам попробовать себя в наиболее интересных сферах, чтобы иметь представление о разных профессиях. Это позволит в будущем уменьшить количество людей, работающих не по образованию или просто недовольных своим выбором. «Your Choice» способна помочь не только при выборе образования, но также при прохождении первоначальной практики после получения образования. Это поможет увидеть, оценить и применить базовые знания в этой сфере для тех, кто только получил образование.

Решение

Данный бизнес проект способен решить сразу несколько социальных вопросов:

- 1** Данное заведение поможет подросткам полностью ощутить ту или иную профессию для собственного выбора.
- 2** При индивидуальных запросах клиента наше заведение может стать хорошим местом для проведения дня рождения.
- 3** Наше заведение может служить простым проведением досуга для расширения кругозора отдельных клиентов в области той или иной профессии.



РЫНОК

1/2

РАМ (Potential Available Market) — потенциально доступный рынок. Это весь объём рынка с учётом того, как он изменится за интересующее вас время.

Рынки могут падать или расти — РАМ это учитывает. Показатель считают, чтобы понять, как меняется рынок, — и так оценить перспективы продукта. Это самый масштабный показатель из всей линейки

ТАМ (Total Addressable Market) — общий объём рынка, на котором можно продать ваш продукт. Показатель включает всех потенциальных клиентов — в том числе тех, кто уже покупает у ваших конкурентов или даже не покупает товары-аналоги.

ТАМ — это предел роста компании. Показатель демонстрирует перспективы продукта, если он сможет занять весь рынок. На практике ТАМ недостижим и даже 10% от ТАМ — большая победа. Близкие к 100% от ТАМ цифры встречаются на монополизированных рынках.



РЫНОК

2/2

SAM (Served/Serviceable Available Market) — доступный объём рынка, доля от TAM. SAM показывает, сколько денег уже тратится на решения, похожие на ваше. SAM — это рынок прямых конкурентов и аналогов

Что показывает. Объём рынка, который можно занять, если вытеснить прямых конкурентов. Это максимальный объём ниши, в которой работает компания. SAM не учитывает тех, кто мог бы купить продукт, но не покупает его по самым разным причинам. SOM (Serviceable & Obtainable Market) — реально достижимый объём рынка, доля от SAM. Это объём продаж, который компания может получить с помощью доступных ей инструментов.



Конкурентный анализ

В сфере VR-технологий есть несколько основных конкурентов, которые предлагают различные решения и продукты. Вот некоторые из них:

1. Oculus: Oculus является одним из лидеров в сфере VR-технологий. Их наиболее известный продукт - Oculus Rift, который предлагает высококачественный виртуальный опыт и широкий спектр приложений. Кроме того, Oculus разрабатывает свои собственные VR-контроллеры и аксессуары.
2. HTC Vive: HTC Vive - это еще один из лидирующих брендов в сфере VR. Они предлагают полноценный пакет VR-решения, который включает в себя VR-очки, беспроводные контроллеры и датчики для отслеживания движений. HTC Vive также активно поддерживает игровую экосистему и разрабатывает собственные игры.

Конкурентный анализ

3. Sony PlayStation VR: Sony PlayStation VR - это VR-платформа, разработанная специально для использования с PlayStation 4. Она предлагает отличное сочетание качественного виртуального опыта и игрового контента. PlayStation VR является одним из наиболее доступных вариантов для владельцев консоли PlayStation.

4. Microsoft Mixed Reality: Microsoft предлагает свою собственную платформу Mixed Reality, которая сочетает в себе виртуальную и дополненную реальность. Их устройства, такие как VR-очки Windows Mixed Reality, предлагают плавный и удобный виртуальный опыт, а также интеграцию с экосистемой Windows.

5. Pimax: Pimax - это компания, специализирующаяся на высококачественных VR-очках с широким полем зрения. Их продукты, такие как Pimax 8K и Pimax 5K, предлагают невероятно реалистичный и увлекательный виртуальный опыт благодаря высокому разрешению и улучшенной оптике.

Бизнес-план

1. Разработка и продажа специализированных VR-приложений: Мы создадим и будем продвигать VR-приложения, которые предоставляют пользователю возможность погрузиться в виртуальное рабочее окружение конкретной профессии. Например, разработаем VR-симулятор для врачей, юристов, пилотов, инженеров и т.д. В этом приложении будут воссозданы реалистичные условия, задачи и сценарии, с которыми сталкиваются профессионалы.
2. База данных специализированных VR-контента: Создадим платформу или сервис, предоставляющий доступ к широкому спектру специализированного VR-контента для различных профессий. Пользователи могут просматривать и загружать виртуальные среды, участвовать в интерактивных тренировках, получать доступ к реалистичным моделям и т.д. Мы можем взимать плату за использование контента или предложить подписку на доступ ко всей базе данных.

Бизнес-план

3. Обучение и консультирование: Предоставим услуги обучения и консультации в области специализированных профессий с использованием VR-очков. Организуем обучающие курсы, вебинары или индивидуальные консультации, где эксперты могут наставлять студентов или новичков в виртуальной среде. Это позволит людям получить практический опыт и навыки, не выходя из комфорта своего дома или офиса.

4. Разработка интеграции VR-технологий в профессиональные программы и платформы: Будем сотрудничать с разработчиками профессиональных программ, платформ и систем, чтобы внедрить VR-функциональность в их продукты. Например, сотрудничество с компаниями-разработчиками САД-программ позволит инженерам и архитекторам взаимодействовать с моделями виртуально.

5. Партнерство с учебными и профессиональными учреждениями: Сотрудничайте с университетами, колледжами и учебными центрами, чтобы предоставить VR-технологии в образовательный процесс. Это может быть как продажа VR-очков и контента, так и организация совместных образовательных программ и исследований.

Потребность в инвестициях

1/2

Инвестиции в производство VR-очков, способных погрузить людей в различные профессиональные среды, могут быть перспективным решением. За последние годы VR-технологии заметно развились, и в настоящее время они широко используются в различных отраслях. Обладая потенциалом изменить способ работы и обучения, VR-очки могут создать новые возможности для профессионального роста и развития.

Инвестиции в производство VR-очков предоставят возможность создания высококачественного оборудования, способного предоставить пользователям уникальный опыт иммерсии в различные профессиональные среды. Это может быть полезно для обучения и тренировки в различных отраслях, от медицины и инженерии до авиации и сферы обслуживания.

Однако, вложения в производство VR-очков также имеют свои риски. Конкуренция на рынке VR-технологий может быть жесткой, поэтому важно создать уникальное и инновационное оборудование, способное отличаться от существующих предложений. Кроме того, стоимость производства и продажи VR-очков может быть высокой, поэтому требуется тщательный анализ рынка и потенциального спроса на такой продукт.

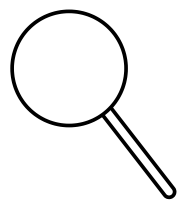
Потребность в инвестициях

2/2

Важным фактором успеха в инвестициях в производство VR-очков является также создание партнерств и сотрудничество с различными профессиональными организациями, университетами и компаниями, которые могут использовать VR-технологии в своей деятельности. Это поможет установить стабильный спрос на продукцию и даст возможность проводить дальнейшую разработку и улучшение VR-очков в соответствии с потребностями рынка.

В целом, инвестиции в производство VR-очков, позволяющих воплотиться в различные профессиональные среды, могут принести значительную прибыль и способствовать развитию инновационных решений. Однако, перед принятием решения о вложении средств следует провести детальное исследование рынка и потенциального спроса, а также разработать стратегию продвижения и партнерства для достижения успеха в данной области.

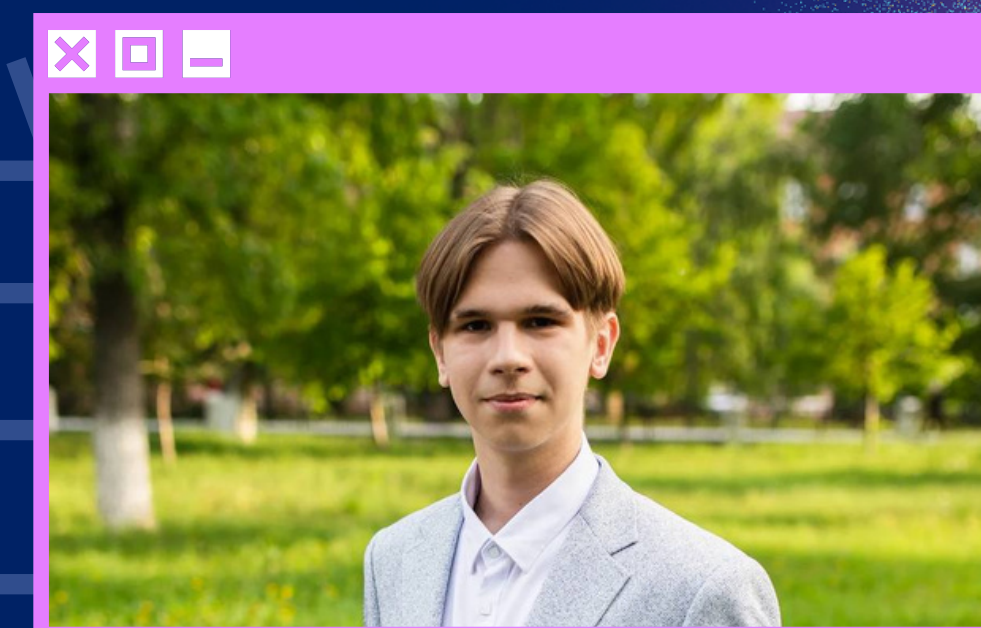
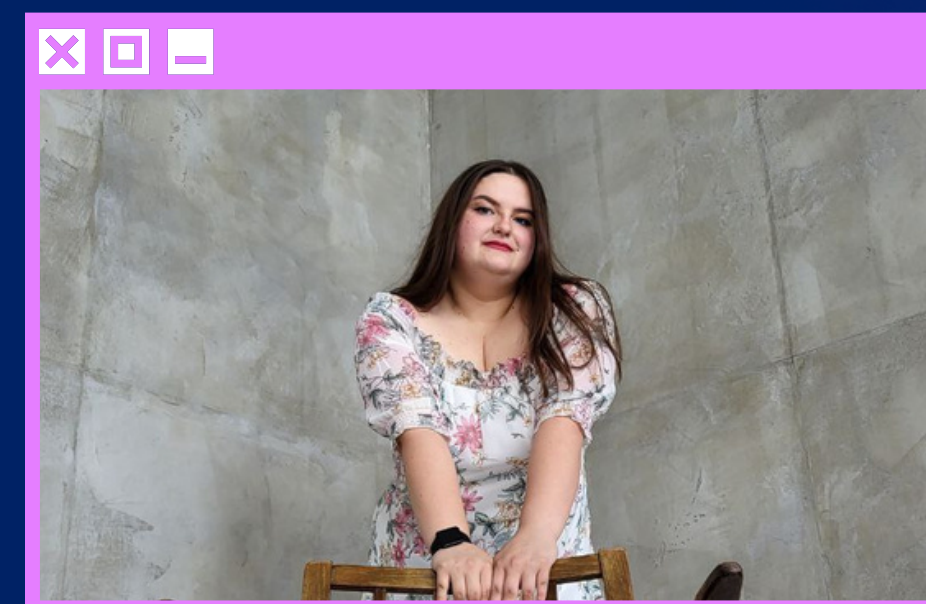
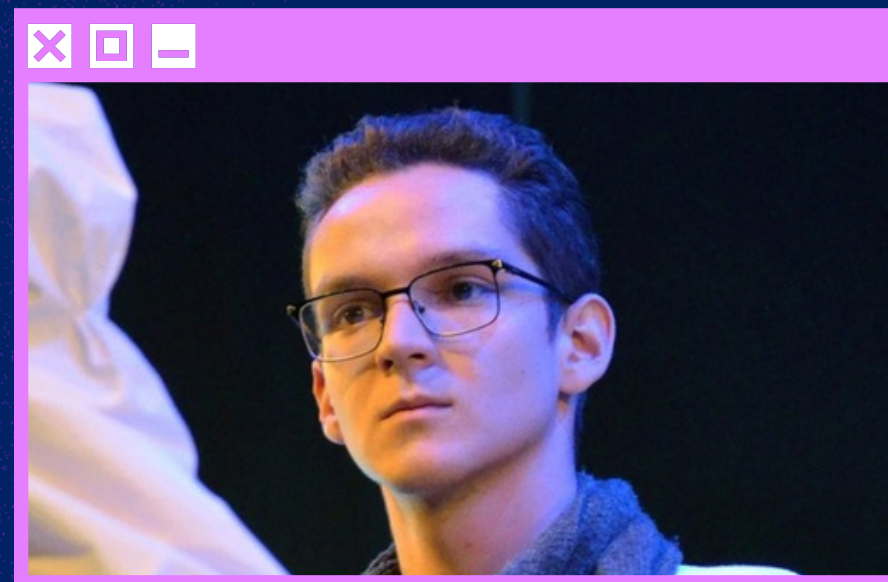
Команда проекта



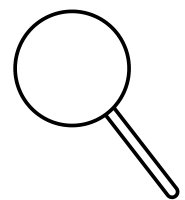
Харисов Артур Маратович
СЕО

Коробейникова Юлия Александровна
СМО

Салмин Даниил Олегович
Системный администратор



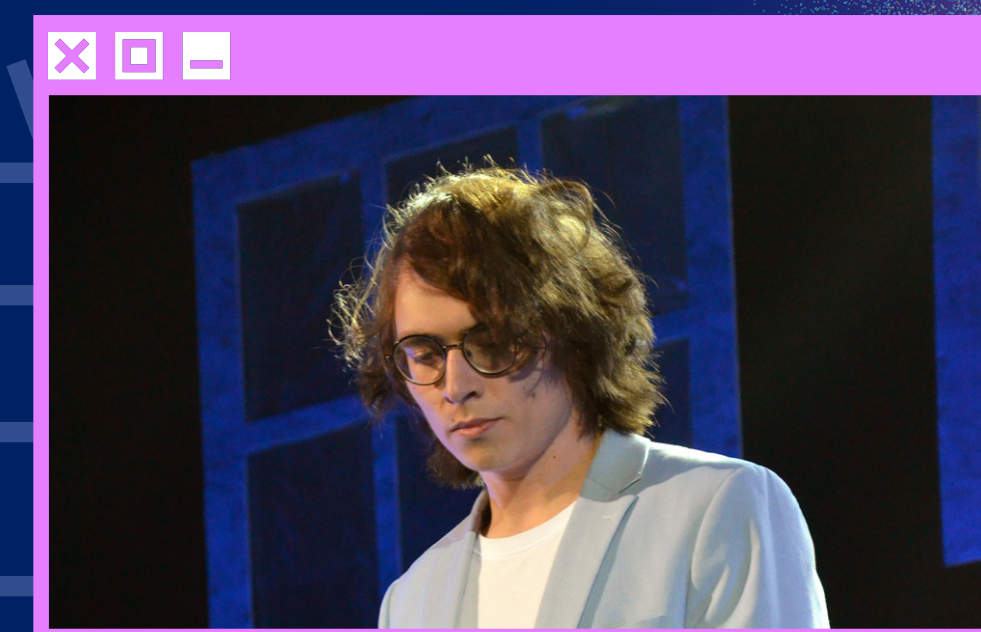
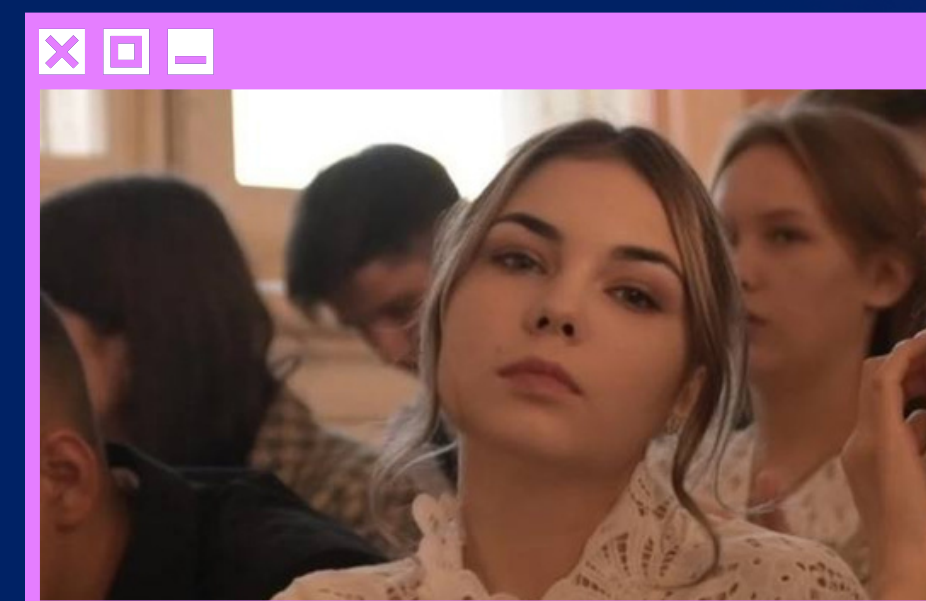
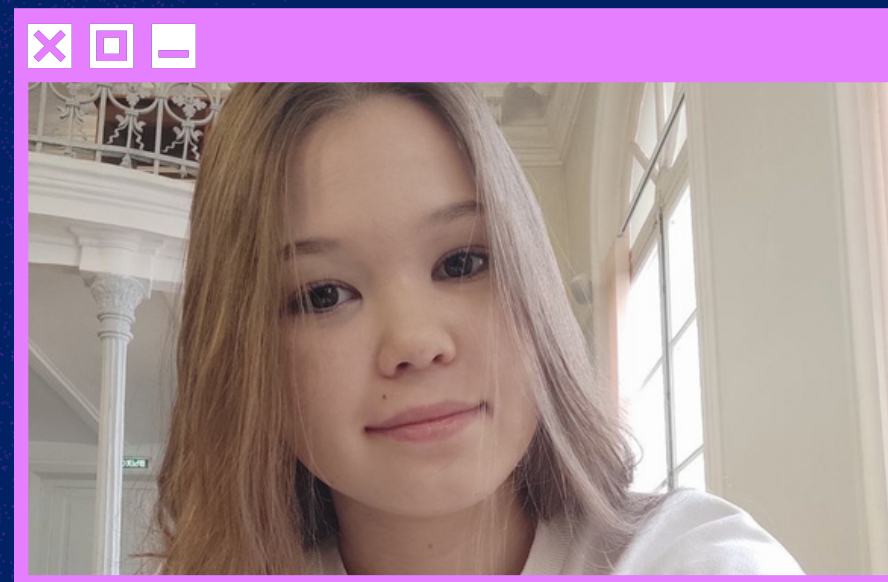
Команда проекта



Опалева Далила Евгеньевна
СТО

Александрова Александра Алексеевна
Руководитель HR-отдела

Макаров Даниил Анатольевич
Маркетолог



Дорожная карта 1/2

1. Стадия основания

мы открываем бизнес. Это значит, что уже оценили жизнеспособность идеи, учли все риски, посчитали, какие расходы ждут на старте, и написали финансовый план. На стадии основания мы регистрируем ИП или ООО, набираем команду, ищем первых клиентов. В этот момент проекту нужно финансирование. Найти его можно в лице КФУ которое заинтересовано в данном проекте

2. Стадия выхода в ноль

На этом этапе вы можете вернуть деньги, которые потратили на открытие дела. У бизнеса появляется минимальная прибыль, и с ее помощью можно поддерживать оборот: денег от продажи товаров хватает, чтобы покупать новые партии. Но средств может не хватать на улучшения, которые позволят получать больше прибыли: вы не можете нанять новых сотрудников или закупить больше товара. Так что бизнесу по-прежнему требуется финансирование (вот тут я не понимаю, у нас бизнес который идет только со стороны поставки нас аппаратуры, мы ничего не получим, то есть только потеряем, вот в кфу будет в комната, но прибыли мы не получим, тогда какой это бизнес)

Дорожная карта

2/2

3. Стадия роста

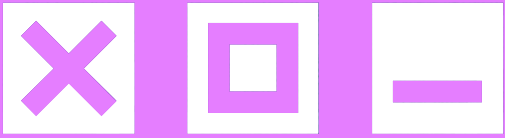
У бизнеса увеличивается прибыль и число клиентов: можно раздавать долги, если они есть, нанимать новых сотрудников, наращивать объемы производства. Дополнительные инвестиции стоит пустить на улучшение сервиса и решение проблем, которые мешают развитию. Допустим, вашей курьерской службе нужны не две машины, а пять. Или сайт интернет-магазина стоит серьезно переработать.

Также на этом этапе велика вероятность столкнуться с кассовыми разрывами: когда мы уже заработали деньги, но на руках их пока нет и мы не можем пустить их в оборот или потратить.

4. Стадия зрелости

На этой стадии бизнес перестает интенсивно расти и становится устойчивым к внешним обстоятельствам. Проблемы в экономике (например, рост цен на сырье) или форс-мажоры не должны стать для компании смертельным приговором — на этот случай должна быть финансовая подушка безопасности, которая позволит пережить кризис и найти выход из ситуации.

Хотя рисков стало меньше, пускать все на самотек не стоит. Если вы будете держать ситуацию под контролем, то сможете долго оставаться на этой стадии. Но можно развивать бизнес дальше и масштабировать его. Например, расширить географию и объем продаж или увеличить число торговых точек в своем регионе. Это потребует не только усилий, но и финансов.



Спасибо!

Контакты:

тел.

эл. почта