РЕЗЮМЕ *

Краткое описание проекта: планировка номера в VR

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью

Система общая система налогообложения

Характеристика инновационного решения: В настоящее время технология VR в мире используется только в качестве проведения досуга или развлечения. Тем не менее, данная технология отлично подходит и для других целей, в том числе для планировки гостиничных номеров.

Выводы по результатам проектирования: проект является экономически целесообразным

* Заполняется на заключительном этапе бизнес-планирования

ШАБЛОН БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Компания ООО «Нексус»
Продукт планировка номера в виртуальной реальности
Цель получение прибыли

7. Ключевые партнеры

Российские туроператоры и турагенты
Средства временного размещения
Сервисы бронирования гостиниц
Другие бренды*

5. Ключевые процессы

Включает в себя 3 блока:
- Управление заказами
- Управление платформой и софтом
- Техническое обслуживание оборудования

6. Ключевые ресурсы

Финансовые
Основной капитал (оборудование VR, серверы, софт, платформа)
Интеллектуальные

4. Ценность для клиента

Удобная платформа для заказчиков и абсолютно новый опыт, способный увеличить поток клиентов и повысить лояльность к компаниям

2. Организация отношений с потребителями

Отношения регулируются договором: платформа - заказчик

3. Каналы поставок и коммуникаций
- контекстная реклама (Сервисы бронирования)
- поисковые системы (Яндекс и другие);
- социальные сети;
- баннерные/тизерные сети
- VR среда
- сайты гостиниц

1. Ключевые группы потребителей (сегменты)

1) Пользователи в возрасте от 25 до 45 лет с высокими и средними доходами, независимо от пола
2) Средние гостиницы
3) Туроператоры и турагенты
4) Сервисы бронирования гостиниц

8. Потоки расходов и структура затрат:
Оборудование и софт - 52%
Продвижение продукта – 15%
Расходы на персонал – 11%
Налоги - 5%
Административные расходы – 15%
Анализ рынка - 2%

9. Потоки доходов и их структура:
Комиссии за пользование услугами компаниями туристической отрасли - 80%
Комиссии от рекламных предложений брендов - 20%

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Проект ориентирован на активных онлайн пользователей в возрасте 25-45 лет, которые заинтересованы в современных технологиях

Рис. 1 – Шаблон бизнес-модели

ДЕРЕВО ЦЕЛЕЙ

Дерево целей

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Основная цель – получение прибыли. В соответствии с ней были выдели подцели, представленные на рисунке

SWOT-АНАЛИЗ

Внутренняя среда (компания) / Внешняя среда (рынок)		Возможности	Угрозы
		1. Быстрое развитие рынка VR и увеличение спроса на продукты данного рынка 2.Установление крепких партнерских отношений с многочисленными крупными компаниями 3. Возможность улучшения производственных процессов и снижения затрат	1. Резкое изменение спроса на продукты и услуги, связанные с VR-технологиями 2. Появление новых конкурентов на рынке VR-технологий 3. Высокая стоимость внедрения VR-технологий и оборудования
Сильные стороны	1.Опытная команда разработчиков, имеющая знания и опыт работы с VR-технологиями 2.Качественный продукт с высоким уровнем инноваций, который отличается от конкурентов 3. Простая организация рабочего пространства	1. Возможность расширения ассортимента для предоставления новых услуг в VR-среде 2. Использование VR-технологий для обучения участников туристической отрасли, чтобы повысить их квалификацию 3. Развитие крепких сотрудническихотношений с множеством компаний туристической индустрии	1. Инвестирование в исследования и работа опытных специалистов в VR-среде позволит определить приоритетные пути развития и разработать продукт, который будет отвечать потребностям клиентов 2. Установление партнерских отношений с крупными компаниями в туристической отрасли позволит избежать негативного влияния конкурентов на продукт
Слабые стороны	1.Ограниченный бюджет на разработку сервиса и продвижение услуги. 2. Недостаточное количество квалифицированных специалистов на рынке труда, знакомых с VR 3. Необходимость высокой производительности оборудования	1. Ввиду ограниченного бюджета есть возможность не приспособиться к нововведениям в среде VR-технологий и потерять большую часть прибыли 2. Недостаточное количество квалифицированных специалистов может привести к снижению качества производственных процессов и увеличению затрат 3. Возможность потери части клиентов из-за несовершенства продукта	1. Резкое снижение спроса на услугу ввиду отсутствия заинтересованности потребителя в ней 2. Появление конкурентов с более совершенным и привлекательным для потребителя VR-продуктом 3. Отсутствие правильной маркетинговой стратегии, которая может привести к недостаточному распространению информации о продукте

Рис. 3 – SWOT-матрица компании «_____ООО

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Самым главным преимуществом продукта является его инновационность. Однако, реализация данного продукта напрямую зависит от реакции спроса, а также желания сотрудничать со стороны потенциальных потребителей

ДОРОЖНАЯ (СТРАТЕГИЧЕСКАЯ) КАРТА

Стратегическая цель:

Финансы	1. Достижение стабильной и устойчивой прибыльности бизнеса в течение ближайших 3-5 лет 2. Оптимизация финансовых процессов	
Потребители	1. Ориентация на максимальное количество российских потребителей, ориентирующихся на рынок туристических услуг 2. Установка на становление ведущим провайдером VR-услуг на рынке туристических услуг среди потребителей	
Бизнес-процессы	1. Регулярное внедрение новых инновационных решений (нейросети, технологии и т. д.) 2. Ежемесячное обновление софта для повышения эффективности работы программы 3. Ежемесячное увеличение доли продаж на туристическом рынке	
Компетенции	Количество инновационных решений и технологий, внедренных в работу компании, обеспечивающих работу туристского продукта	
Проекты	Виртуализация номеров, предназначенная для организаций сферы туризма и гостеприимства	Виртуализация объектов в номерах, предназначенная для рекламных контрактов

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Требуется активное продвижение инноваций виртуальной реальности в туристической отрасли

Дорожная (стратегическая) карта компании «___**ООО “Нексус”**_____»

МАТРИЦА ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Таблица 2

Матрица ответственности

Направления деятельности (задачи) / Должностные лица и подразделения	Поиск и подбор поставщиков	Создание и наполнение софта VR	Набор и адаптация потенциальных потребителей	Поддержание технического состояния, устранение недостатков	Обработка запросов и жалоб	Привлечение трафика на площадку	Отражение совершенных операций в учете	Представление интересов площадки	Агрегирование данных
Управляющий	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Sales-менеджер	+			+	+				
Контент-менеджер		+		+					
Аккаунт-менеджер			+		+				
VR-разработчик		+		+					
IT-специалист		+		+					
Служба маркетинга					+	+			
Бухгалтерия							+		
Юридический отдел								+	
Data-аналитик									+

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Каждый отдел содержит несколько обязанностей, а управляющий отвечает непосредственно за деятельность всей площадки в целом

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

Структура декомпозиции работ по проекту, с календарным графиком и привязкой к задачам проекта ресурсов

№ п/п	Название задачи	Длительн. (недели)	Начало (дата)	Окончание (дата)	Номер задачи предшественника	Привязанные к работам ресурсы	Оценка стоимости работ, тыс. руб.
1	Разработка площадки для создания VR пространства	35	01.04.2023	30.11.2023	0	VR-разработчик (10 чел.) IT-специалист (5 чел.)	7000
2	Наполнение маркетплейса	24	01.12.2023	31.05.2024	1		4000
2.1	Поиск и подбор первых потребителей для испытания продукта	4	01.12.2023	31.12.2023	1	Sales-менеджер – 7 человек	1000
2.2.	Модерация наполнения	8	01.01.2024	29.02.2024	2.1	Контент-менеджер – 5 человек	1000
2.3	Набор поставщиков необходимого оборудования	4	01.03.2024	31.03.2024	2.2	IT-специалист – 5 человек	1000
2.4	Агрегирование данных	8	01.04.2024	31.05.2024	2.3	Data-менеджер –5 человек	1000
3	Испытание продукта	6	01.06.2024	30.06.2024	2	Sales-менеджер, контент-менеджер, аккаунт-менеджер, IT-специалист, VR-разработчик	3000
4	Запуск проекта	2	01.07.2024		3	Все службы	3000

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Запуск проекта требует значительной подготовительной работы, занимающей чуть более 12 месяцев

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Наибольшая сумма затрат, связанная с реализацией проекта на этапе разработки площадки для создания VR пространства, т. к. этот этап требует значительных вложений ресурсов как

Таблица 7.2

Поле для построения диаграммы Гантта и оценки потребности в инвестициях (например, по кварталам)

№ п/п	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67
1																																																																			
2																																																																		
2.1																																																																		
2.2.																																																																		
2.3																																																																		
2.4																																																																		
3																																																																		
4																																																																		
Инвестиции на 1 квартал Тыс. руб.	I кв.															II кв.																	III кв.																																			IV кв.												
	5000															5000																	2500																																			4000												

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ «_____ООО “Нексус”_____»

Показатели	2023	2024	2025	2026	2027	Темп роста 2025/2021
1.Выручка от реализации продукции, работ, услуг (без НДС), тыс. руб.	0	218760	524750	1728370	3874621	-
2. Себестоимость реализованных услуг, тыс. руб.	2000	70431	77890	81315	85570,00	42,78
материальные затраты	-	-				
затраты труда (без страховых взносов)	51078	52540	55870	59300	64766,00	1,26
страховые взносы	7740	8490	9990	11040	11910	1,54
амортизация	1500	1800	2400	3100	3900	2,6
прочие затраты	21900	23700	29700	34200	36100	1,65
3. Коммерческие расходы, тыс. руб.	4000	4800	6700	10000	14000	3,5
4. Основные производственные фонды, тыс. руб.	30000	45700	50300	57200	63500	2,11
5. Оборотные активы, тыс. руб., в т. ч.	50000	68750	88770	120500	170380	3,4
5.1 Запасы, млн. руб.	-	-	-	-	-	-
5.2 Дебиторская задолженность, тыс. руб.	15000	45000	59800	63400	67400	4,49
6. Численность работающих, чел	25	30	40	45	50	2
7. Валовая прибыль, тыс. руб.	-2000	148329	446860	1647055	3789051	1894,52
8. Балансовая прибыль (до налогообложения), млн. руб.	-2000	143529	440160	1637055	3775051	1887,52
9. Чистая прибыль, млн. руб. (налог на прибыль организаций – 20%)	-	114823,2	352128	1309644	3020040,8	-
10. Долгосрочные займы и кредиты, тыс. руб.	10000	-	-	-	-	-
Показатели эффективности						
1. Производительность труда работающих, тыс. руб./чел	-	7292	13118,75	38408,2	77492,42	-
2. Фондоотдача/руб.	-	4,78	10,43	30,21	61	-
3. Коэффициент оборачиваемости	-	4,78	10,43	30,21	61	-
4. Рентабельность продукции по чистой прибыли, %	-	163,02	452,08	1610,58	3529,32	-