

Регулятор тонування скла в автомобілях

ДС-91МП/МН

ПІКОЖ АНДРІЙ

ЄСЕРЧУК ВАЛЕРІЙ

ЛИСЮК ІРИНА

ГАРНИЦЬКИЙ АНДРІЙ

Проблема, яку вирішує даний продукт

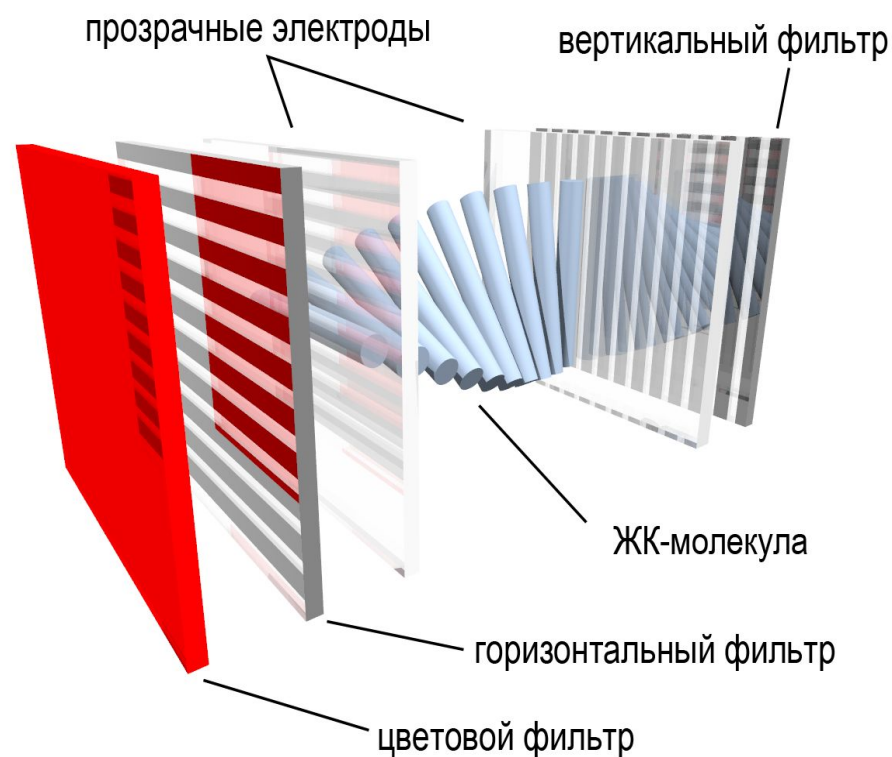
- ▶ Дане скло дає змогу змінювати тонування вікон в автомобілі.
- ▶ Можливість тонувати верхню частину лобового скла в світлу пору доби.

Аналіз ринку

- ▶ Є лише поодинокі тюнінг-салони, що можуть запропонувати таке рішення
- ▶ Подібні салони ставлять високу ціну, оскільки це не масове виробництво, а щось на кшталт ручної роботи.

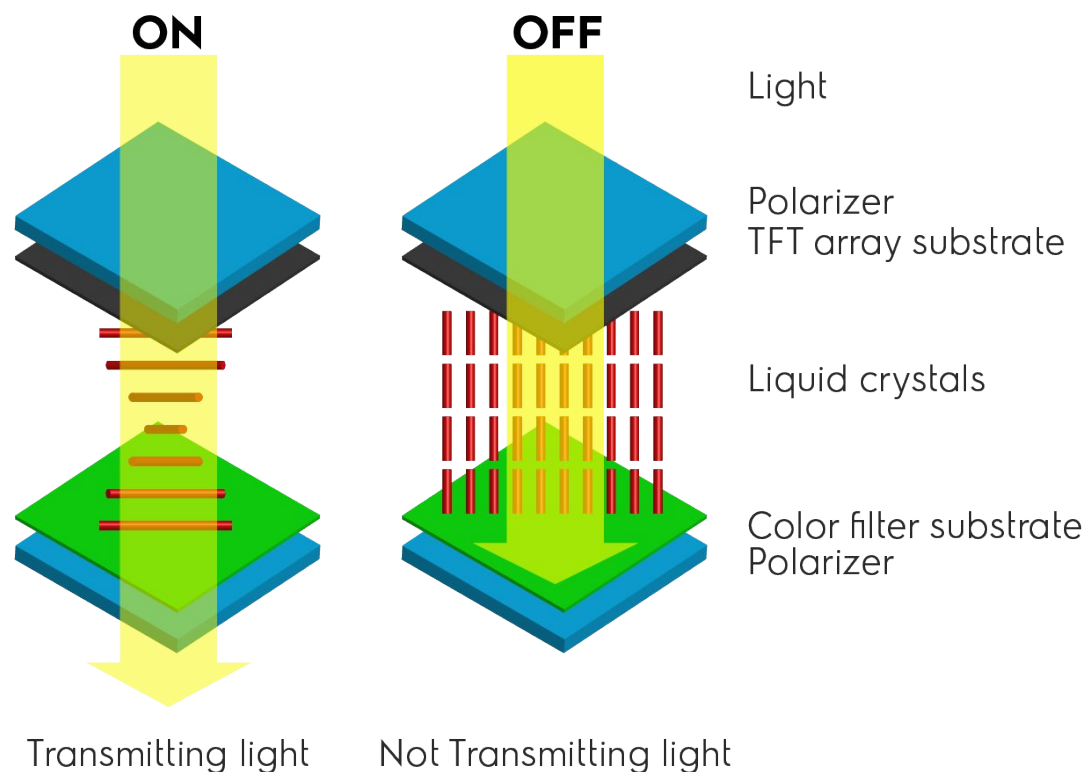
Сутність технічного рішення проекту

- ▶ Базується на технології LCD, яка вже добре освоєна



- ▶ Затемнення відбувається за технологією TWISTED NEMATIC . Без подачі напруги на електроди РК-матриці скло має світлопровідність близьку до звичайного скла.
- ▶ При подачі напруги на електроди, молекули рідких кристалів орієнтуються по напрямку електричного поля і не дають світлу пройти скрізь поляризатори

TN technology (Twisted Nematic)



- ▶ Скло з електронним тонуванням значно покращує шумо- та теплоізоляцію за рахунок склопакета, який необхідний для виготовлення РК-матриці.
- ▶ За такою технологією можна виготовити лобове скло, з автозатемненням у верхній частині, щоб водія не засліплювало сонце

Споживачі продукції та ціннісна пропозиція

Споживачі:

- ▶ Великі компанії, що виготовляють та продають автомобілі;
- ▶ Сервісні центри;
- ▶ Тюнінг-салони.



Канали збуту продукції

- ▶ Тендери
- ▶ Збут для тюнінг-салонів
- ▶ Напрямку для користувача у власному салоні



Заходи маркетингового просування проекту

- ▶ Різного роду конкурси від виробників
- ▶ Гранти за впровадження нових технологій
- ▶ Наукові конференції
- ▶ Відео-реклама на сайтах для автолюбителів
- ▶ Спілкування напряду з компаніями, які можуть бути в цьому зацікавлені
- ▶ Розсилка електронних листів керуючим різних тюнінг-салонів



Обґрунтування бізнес моделі стартапу

- ▶ Бізнес модель нашого проекту – ЛІЦЕНЗУВАННЯ.
- ▶ Ми продаємо не саму продукцію, а інтелектуальні активи. Оскільки створення потужностей для виробництва потребує значно більше затрат. Значно вигідніше просувати свою ідею та отримувати дохід за її реалізацію іншими компаніями



Ціна од. продукції = 980 ₴

$CЗВ = 25900/115 = 225 \text{ ₴/од.}$

$K_{м.д.} = (980 - 225)/980 = 3,35$

$ТБ = 15598/(980 - 225) = 21 \text{ од.}$

$ТБ = 15598/3,35 = 4656 \text{ грн}$

Постійні витрати (Всього = 15598 ₴)

- ▶ Амортизаційні витрати = 4588 ₴
- ▶ Адміністративні витрати = 9900 ₴
- ▶ Оплата за користування кредитом = 1100 ₴

Змінні витрати (Всього = 25900 ₴)

- ▶ Сировина = 20000 ₴
- ▶ Витрати на збут = 5900 ₴

Ризики реалізації проекту



Для власного салону:

- ▶ Перш за все це підвищення ціни на комплектуючі більше ніж на 20%
- ▶ Пошкодження комплектуючих при транспортуванні – логістичний ризик.
- ▶ На ранніх етапах важко вказати термін служби.

Для великих компаній:

- ▶ Поява нових технологій, що будуть простішими в реалізації.

ВИСНОВКИ

- ▶ Даний проект є досить простим в реалізації
- ▶ Конкурентоспроможний
- ▶ Не має аналогів на даний час
- ▶ Не потребує створення дорогих потужностей виробництва, оскільки спрямований в першу чергу на вже існуючі компанії.



[Сайт стартап проекту](#)

Дякуємо за увагу!