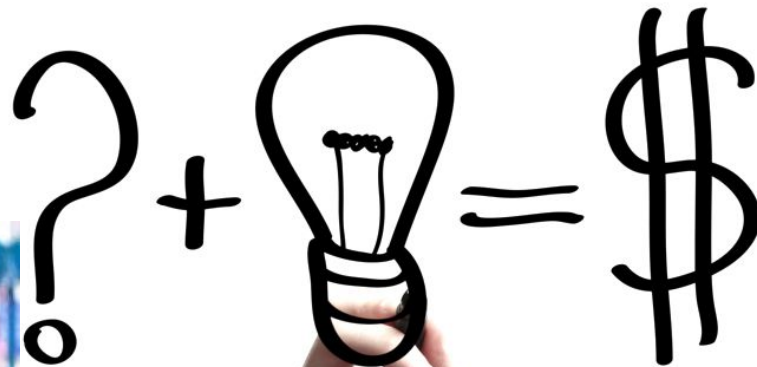


Служба круглосуточной доставки

Выполнила студентка ИФКСиТ
гр.01201 2016/2017 уч.г.
Остроумова Ирина

Бизнес-идея

Суть идеи состоит в доставке продуктов или каких-либо других товаров на дом клиенту. Оплачивается услуга по доставке и покупке.



Миссия



- Предложить людям экономить свое время и силы



Бизнес-идея

Часто у людей не хватает времени для похода в супермаркет. Не все любят заниматься шопингом, когда нужно покупать одни и те же продукты. Им легче заплатить чуть больше, а это время они предпочтут тратить на детей, работу и тд.

Я предлагаю людям возможность просто позвонить или оставить заявку на сайте с описанием того, что им нужно. Далее курьер вместо них едет в нужный им магазин продуктов /цветов/аптеку.



Целевая аудитория:

- деловые люди;
- молодые родители;
- пожилые люди;
- люди без личного автомобиля;
- Люди со средним достатком и в
- люди в пригороде.



Характеристика конкурентов

Конкурентами будут:

- доставки из ресторанов, баров и пиццерий. Например доставка из Додо пиццы, Нойбранденбурга.
- доставка из Ленторга
- доставка из Ленты (корзинка10.рф)

Характеристика конкурентов

Главным конкурентом считаю доставку из Ленты - корзинка10.рф

Минусы этой доставки

- доставляют только из Ленты;
- Плохо продвигается и не раскручивается, очень мало людей знают о ней.

Плюсы:

- Сотрудничество с лентой и закупка товаров там, с 9% скидкой, за счет чего люди частично окупают стоимость доставки. Заинтересована взять эту идею и попробовать обзавестись выгодными сотрудничествами.



SWOT-анализ

Strengths (Сильные стороны):

1. Отсутствие заемного капитала;
2. Быстрота доставки;
3. Простой и приятный для потребителя сайт;
4. Нет закупаемого оборудования и амортизации.

Weaknesses (Слабые стороны):

1. Неизвестность перед потребителем;
2. Отсутствие опыта в открытии бизнеса;
3. Отсутствие собственных машин и помещения.

SWOT-анализ

Opportunities (Возможности):

1. Повышенный интерес к новой услуге;
2. Появление большого количества постоянных клиентов;
3. Отсутствие подобной полноценной услуги.

Threats (Угрозы):

1. Выход на рынок конкурента;
2. Увеличение налогов;
3. Изменения в законодательстве, касающиеся данной сферы деятельности;
4. Падающие доходы населения;
5. Развивающиеся сети магазинов с низкими ценами, покрывающие весь город.

Маркетинговая стратегия

Product

Ассортиментная политика:
Политика качества: гарантируется
быстрая и аккуратная доставка

Place

Косвенные каналы сбыта

Promotion

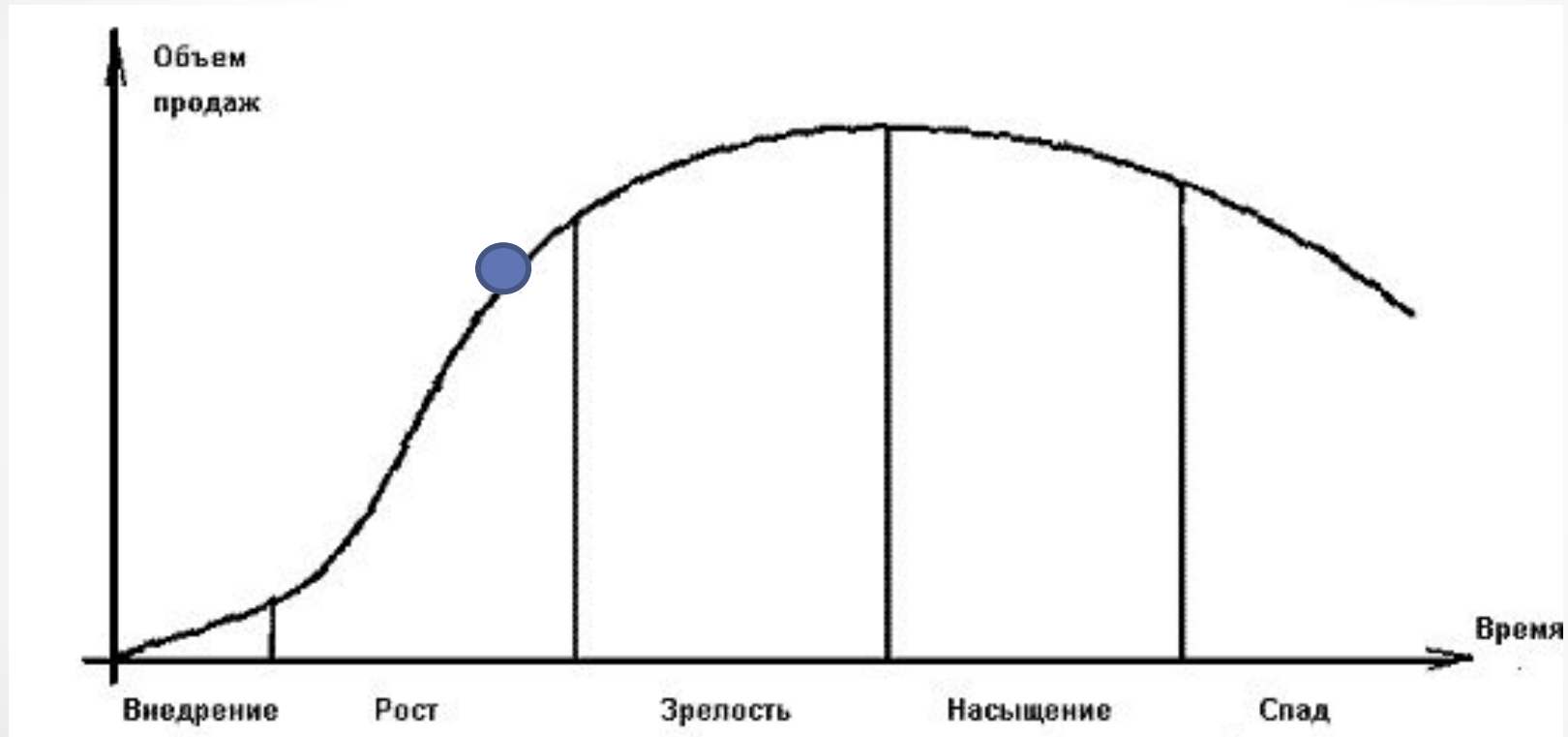
Политика продвижения:

- реклама в транспорте;
- реклама в электронных СМИ и социальных сетях(городские интернет-порталы, паблики в социальных сетях)
- сарафанное радио

Price

Конкурентное ценообразование

Жизненный цикл услуги



● - Состояние на рынке РФ

Стратегические цели

- Найти помещение для закупки повседневных долгосрочных продуктов/лекарств/пром. товаров в течении двух лет (чтобы иметь больше возможностей доставлять необходимые товары круглосуточно);
- Расширить персонал до 3 диспетчеров и 5 курьеров в течении 3 лет;
- Приобрести два автомобиля для курьеров в течении 5 лет;
- Обеспечить до 40% прибыли за счёт постоянных клиентов в течении 5 лет.

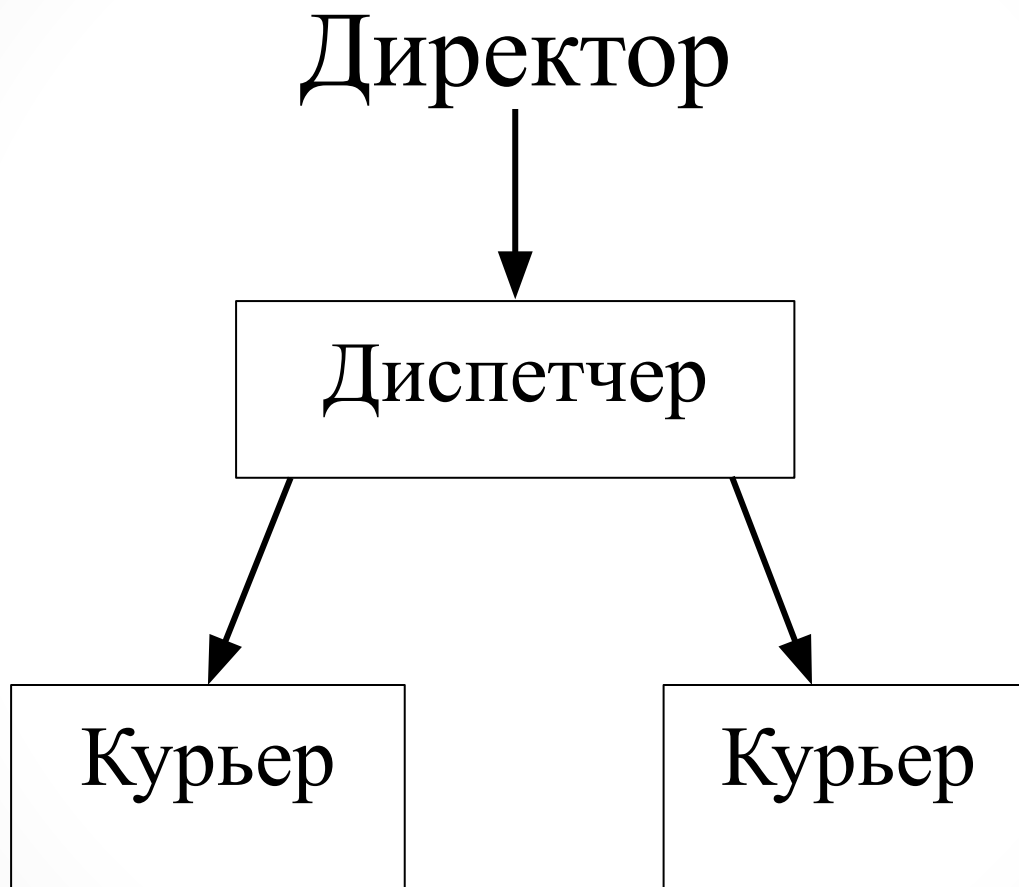


Производственный план

- Изначально диспетчер будет работать удаленно. Помещение не требуется. (см. Стратегические цели)
- Изначально будем нанимать курьеров с личными автомобилями и оплачивать им бензин. В течении 5 лет приобретем собственные.
- Стоимость доставки 110руб.+ 10% суммы чека
- Постепенно будем сотрудничать со всеми самыми популярными магазинами наших клиентов для получения скидки, таким образом за счет этой скидки, клиент будет частично окупать стоимость доставки.



Организационный план



Финансовый план

План денежных потоков

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Входящие потоки	225	127	127	128	135	141	147	145	146	146	145	145
Учредительный взнос	100											
Продажа услуг	125	127	127	128	135	141	147	145	146	146	145	145
Исходящие потоки	109.76	88.88	91.88	91.94	95.36	96.72	98.08	95.96	95.02	95.02	96.96	96.96
Оплата бензина курьерам	18	19	22	22	25	26	27	25	24	24	26	26
Создание сайта	16											
Затраты на продвижение	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Зп	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Налоги на зп	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26
Налог УСН 6%	13.5	7.62	7.62	7.68	8.1	8.46	8.82	8.7	8.76	8.76	8.7	8.7
Чистый денежный поток	115.24	38.12	35.12	36.06	39.64	44.28	48.92	49.04	50.98	50.98	48.04	48.04
Накоп. чистый денежный поток	115.24	153.36	188.48	224.54	264.18	308.46	357.38	406.42	457.4	508.38	556.42	604.46

Рентабельность продаж:

31%

Финансовый план

План доходов и расходов

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Доходы	125	127	127	128	135	141	147	145	146	146	145	145
Продажа услуг	125	127	127	128	135	141	147	145	146	146	145	145
Расходы	87.76	88.88	91.88	91.94	95.36	96.72	98.08	95.96	95.02	95.02	96.96	96.96
Оплата бензина курьерам	18	19	22	22	25	26	27	25	24	24	26	26
Зп	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Расходы на продвижение	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Налоги на зп	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26	14.26
Налог УСН 6%	7.5	7.62	7.62	7.68	8.1	8.46	8.82	8.7	8.76	8.76	8.7	8.7
Прибыль(убыток)	37.24	38.12	35.12	36.06	39.64	44.28	48.92	49.04	50.98	50.98	48.04	48.04
Накопленным итоном	37.24	75.36	110.48	146.54	186.18	230.46	279.38	328.42	379.4	430.38	478.42	526.46

Анализ рисков

Риск	Вид риска	Вероятность	Ущерб	Вероятностный ущерб	Меры предотвращения
Сломается машина курьера	техногенный	25%	15	3.75	Временно заменяю его на своей машине
Запрет на на курьерские службы	антропогенный	2%	150	3	
Нарушение объемов продаж	коммерческий	20%	70	14	Усиление рекламы, кредит

Спасибо за внимание!

Выполнила студентка ИФКСиТ
гр.01201 2016/2017 уч.г.
Остроумова Ирина