



# План бизнес-проекта CycleCity

Студента гр. 543  
Глебова И.В

# Содержание бизнес-идеи и формат бизнеса

*Большое количество людей увлекается ездой на велосипедах, но далеко не все они готовы по тем или иным причинам приобрести двухколесное средство передвижения. Хороший велосипед стоит недешево – от 10000 до 20000 рублей. Для его хранения требуется много места, найти которое в небольшой квартире достаточно сложно, тем более, в холодное время года.*

*Именно поэтому, на мой взгляд, прокат велосипедов – весьма перспективный вид бизнеса.*

*Формат бизнеса – сфера услуг и торговля*



# Обоснование выбора бизнес проекта

- Сфера активно развивается. В 2012 г. натуральный объем продаж велосипедов вырос на 1,1% и достиг 4,3 млн. шт. В последующие годы ожидается положительная динамика продаж. Согласно подсчетам аналитиков, в 2014-2017 гг. рост продаж велосипедов будет расти и достигнет 5,41 млн. штук в 2017 г.
- Конкуренция не очень высока ( в городе около 5 аналогичных фирм)
- Высокий спрос: только в интернет-сообществах, посвященных прокату велосипедов Ростова-на-Дону, состоит более 7000 человек. Объем рынка велосипедов в 2013 году составил 2,4 млрд. долларов, что на 22% больше по сравнению с предыдущим годом.
- Спрос очень чувствителен к цене: основной контингент – молодежь, которая чаще всего при выборе альтернативы ориентируется на цену услуги. Это дает возможность на первых порах конкурировать за счет грамотной ценовой политики.
- Проблемы городской инфраструктуры, ежегодный рост пробок, неблагоприятная ситуация с экологией, рост цен на энергоносители, мода на здоровый образ жизни – все эти факторы дают возможность спрогнозировать рост популярности вело транспорта среди населения.
- Широкие возможности диверсификации деятельности, в том числе и возможность открытия специализированного магазина в случае успеха проекта.

# Предварительная собственная оценка

Условия входа в отрасль в целом благоприятны:

- Отсутствуют крупные монополии
- Низкий уровень конкуренции
- Приемлемый размер стартового капитала (аренда помещения в районе пушкинская/чехова 50 м<sup>2</sup> – 10 тыс/мес, мебель и фурнитура – 50 тыс, покупка качественных велосипедов по оптовой цене до начала сезона в количестве 15 штук – 95 тыс.)
- Простота реализации заключается в том, что кредит в банке на такую небольшую сумму взять довольно легко, да и самостоятельно собрать вполне возможно, к тому же, в случае провала бизнес-проекта, можно продать велосипеды по себестоимости, дождавшись сезонного спроса.

# SWOT-анализ

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	<p><b>Strengths:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Активная политика диверсификации и кастомизации</li><li>• Индивидуальный подход к клиентам</li><li>• Активная работа в сфере популяризации данного типа услуги.</li><li>• Цены, более низкие чем у конкурентов.</li><li>• В перспективе, более качественный и разнообразный ассортимент.</li></ul>	<p><b>Weaknesses:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Потребность в расходах на «раскрутку».</li><li>• Зависимость от прибыли на первоначальном этапе деятельности.</li><li>• Необходимость учитывать расходы на износ велосипедов</li></ul>
Внешняя среда	<p><b>Opportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Низкая конкуренция дает возможность легко удержать и постепенно увеличить свою долю рынка</li><li>• Спрос постоянно растет</li></ul>	<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Сезонность</li><li>• Неблагоприятные погодные условия</li><li>• Отсутствие необходимой городской инфраструктуры</li><li>• Возможность краж и повреждений велосипедов</li></ul>

# Анализ идеи методом матрицы Ансоффа

		Описание продукта	
		существующий продукт	новый продукт
Описание рынка	существующий рынок	стратегия проникновения	стратегия развития продукта
	новый рынок	стратегия развития рынка	стратегия диверсификации

При анализе проекта с помощью матрицы Ансоффа очевидно, предлагаемая услуга должна продвигаться посредством стратегии проникновения.

Основными инструментами продвижения будут: более высокое качество товара, более демократичные, по сравнению с конкурентами, цены, привлечение новых клиентов за счёт рекламы через соц. сети, листовки, скидочные флаера.

# Кастомизация

Одним из очевидных плюсов выбранной мною бизнес-идеи является широкая возможность кастомизации:

- Расширение ассортимента предлагаемых велосипедов с целью удовлетворения спроса даже самых разборчивых клиентов (аренда не только классических ситибайков, но и горных, трековых, ВМХ, лоурайдеров, хардтейл и софттейл велосипедов)
- Продажа и аренда вело-аксессуаров.
- Торговля водой, энергетическими и изотоническими напитками для велосипедистов
- Ремонт и сервисное обслуживание чужих велосипедов.
- Возможность приобрести понравившуюся модель велосипеда от нашего поставщика по более демократичной цене, нежели в спортивных супермаркетах города.
- Организация соревнований и велопробегов в городе.
- Создание велостоянки для клиентов (помимо прочего это поможет привлечь внимание прохожих на нашу организацию)
- В случае успеха проекта, возможно открытие специализированных точек продажи вело транспорта, аксессуаров и комплектующих.
- Финансирование создания велодорожек в парках с рекламой магазина

# Анализ финансового тестирования

Расходы в первый месяц, руб.		Доходы в первый месяц, руб.	
Аренда помещения	10000	Доходы от проката	45000*
Выплаты по кредиту (100000 на год под 10 %)	8800		
Амортизационные расходы	7000		
Реклама	9000		
Налог на прибыль через УСН	6%=2700		
Чистая прибыль			7500

\*При расчете, что в среднем за день будет сдано в прокат 10 велосипедов на 2 часа (в будние дни эта цифра может быть меньше, но средний показатель будет скоррелирован за счет повышенных доходов в выходные дни) по цене 75 руб. в час.

Примечание:

В дальнейшем доходы можно значительно увеличить за счет указанных в прошлом слайде направлений кастомизации.



# План управления рисками

Риск	Вероятность	Влияние	План противодействия
Кражи	Низкая	Высокое	Требовать документ в залог.
Повреждение велосипеда	Средняя	Среднее	Требовать в условиях проката возмещения стоимости ремонта клиентом в случае повреждения.
Износ	Высокая	Низкое	Ремонт и замена вышедших из строя велосипедов за счет амортизационного фонда
Низкий спрос	Низкая	Высокое	Активная реклама. В случае убыточности проекта всегда есть возможность перепродать велосипеды в разгар сезона по цене, близкой к себестоимости.
Сезонность	Высокая	Высокое	Необходимо найти выгодный источник вложения денег на время «мертвого» сезона, с целью извлечения прибыли из средств, которые невозможно пустить в оборот до следующего благоприятного сезона.

# Итоги

- Согласно приведенным расчетам данный бизнес-проект сможет начать окупаться уже в первый же месяц, к тому же растущий спрос на услуги вело проката, невысокий размер стартового капитала, низкий уровень конкуренции создают очень благоприятные условия для реализации проекта.
- Однако есть и негативные факторы, наиболее неприятным из которых является сезонность услуги.
- Резюмируя плюсы и минусы, можно отметить что в денежном эквиваленте риски не велики, поскольку себестоимость проекта не слишком высока, и даже в случае частичной окупаемости, необходимый экономический рост может быть достигнут в результате диверсификации и кастомизации деятельности .

Спасибо за  
внимание!

