



План бизнес-проекта CycleCity

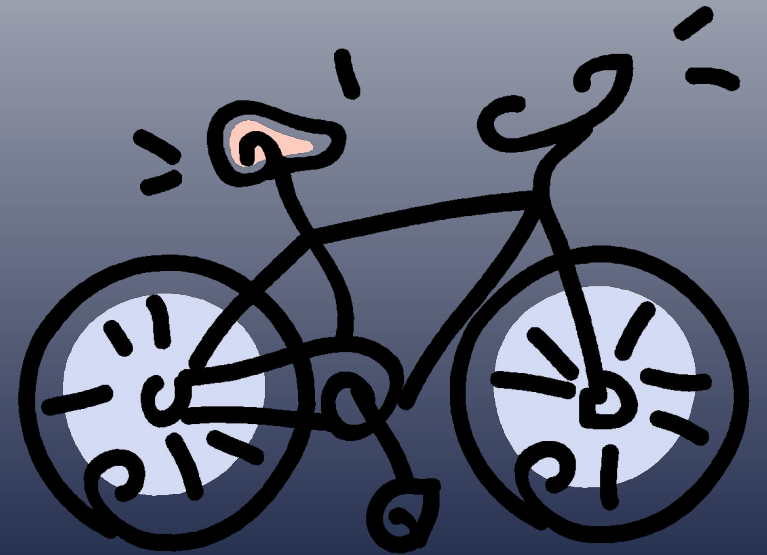
Студента гр. 543
Глебова И.В

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 м² – 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>Strengths:</p> <ul style="list-style-type: none">• Активная политика диверсификации и кастомизации• Индивидуальный подход к клиентам• Активная работа в сфере популяризации данного типа услуги.• Цены, более низкие чем у конкурентов.• В перспективе, более качественный и разнообразный ассортимент.	<p>Weaknesses:</p> <ul style="list-style-type: none">• Потребность в расходах на «раскрутку».• Зависимость от прибыли на первоначальном этапе деятельности.• Необходимость учитывать расходы на износ велосипедов
Внешняя среда	<p>Opportunities:</p> <ul style="list-style-type: none">• Низкая конкуренция дает возможность легко удержать и постепенно увеличить свою долю рынка• Спрос постоянно растет	<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none">• Сезонность• Неблагоприятные погодные условия• Отсутствие необходимой городской инфраструктуры• Возможность краж и повреждений велосипедов

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!**

