



UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Нижче наведено короткий огляд нової компанії, яка буде заснована. Це ще не до кінця опрацьована концепція або короткий портрет, а лише покликана познайомити читача з основним поняттям.



Бізнес-план стартап-компанії "секонд хенд"

1. Підсумок

Стартап-компанія в торгівлі секонд-хендом має особливу орієнтацію: вона починається як проект самопомогі мігрантів для мігрантів і, в разі успіху, планує відкритися для більш широкої цільової групи. Компанія буде розташована в Оберндорфі-на-Неккарі. Організаційно-правовою формою буде GmbH & Co. KG, де обмеженими партнерами будуть мігранти, які бажають заснувати компанію, а генеральним партнером буде GmbH, яка займається адміністративними питаннями. Початковий капітал становить 25 000 євро, який в основному вносять GmbH, інвестори, спонсори та донори. GmbH на 100% належить неприбутковій асоціації «Ukrainian International e.V.» і планує працювати по всій країні.

2. Unternehmensbeschreibung

- Назва компанії: [Назва]
- Галузь: Торгівля секонд-хендом
- Організаційно-правова форма: GmbH & Co. KG
- Місцезнаходження: Оберндорф-ам-Неккар, Німеччина
- Цільова група (фаза 1): мігранти
- Запланована розширена аудиторія (фаза 2): загальна чисельність населення
- Стартовий капітал: 25 000 євро
- Приналежність: 100% до неприбуткової асоціації "Ukrainian International e.V."

3. Бізнес-ідея та пропозиція

Бізнес-ідея полягає у відкритті комісійного магазину, який пропонує якісні та доступні речі секонд-хенду, включаючи меблі, одяг, електроніку, предмети побуту. На етапі запуску та розробки основна увага приділяється мігрантам, які можуть отримати товари за низькою ціною за рахунок пожертвувальників, подарунків та покупок. Товари повинні бути в хорошому стані, щоб забезпечити клієнтам задовільний досвід покупок.

На етапі успіху компанія розширить свою пропозицію до більш широкої цільової групи та створить торгівлю секонд-хендом як стійку та екологічно чисту альтернативу купівлі нового.



4. Аналіз ринку

- Попит: Торгівля секонд-хендом зростає в популярності, оскільки все більше і більше людей хочуть споживати більш екологічно свідомий спосіб і шукають економічно ефективні варіанти. Мігранти, зокрема, часто мають потребу в доступних меблях і предметах побуту при переїзді в нове житло.
- Конкуренція: Хоча вже є кілька комісійних магазинів, стартап виділяється своєю соціальною орієнтацією та орієнтацією на мігрантів.
- Розташування: Оберндорф-ам-Неккар пропонує стратегічне розташування з хорошим транспортним сполученням та різноманітним населенням, включаючи багато мігрантів.

5. Маркетинг і стратегія продажів

- Присутність в Інтернеті: Створення привабливого веб-сайту та використання соціальних мереж для просування компанії та цільових клієнтів.
- Співпраця: співпраця з місцевими некомерційними організаціями, асоціаціями мігрантів та організаціями допомоги для охоплення цільової аудиторії.
- Сарафанне радіо: Створення позитивної репутації завдяки відмінному обслуговуванню клієнтів та високоякісним товарам для отримання рекомендацій від задоволених клієнтів.

6. Організаційна структура

- Управління: Управління беруть на себе досвідчені підприємці з досвідом міграційної роботи та соціальної роботи.
- Співробітники: Найм співробітників для продажів, прийому та сортування товарів та логістики.

7. Фінансовий план

- Стартовий капітал: 25 000 євро
- Заплановані витрати:
 - Оренда магазину та комунальні послуги
 - Закупівлі товарів і транспорту
 - Витрати на персонал
 - Маркетингова та рекламна діяльність
 - Страхові та нормативні збори
 - Інші експлуатаційні витрати
- Виручка: Виручка від продажу вживаних товарів
- Прогнозований прибуток: залежить від розвитку ринку, але метою є досягнення стійкого зростання в перші 2 роки.
- Інвестори, спонсори та донори: Компанія буде активно шукати спонсорів, щоб збільшити стартовий капітал і полегшити початок роботи.



8. Розклад

- Місяць 1-2: Розробити бізнес-ідею, знайти локацію, визначити організаційно-правову форму та зібрати команду засновників.
- 3-4 місяці: залучення капіталу від інвесторів, спонсорів та донорів; складання бізнес-плану.
- Місяць 5-6: Оренда та меблювання магазинів, підбір персоналу, створення веб-сайтів та підготовка маркетингу.
- Місяць 7-8: Відкриття бізнесу, початок перших закупівель товарів та маркетингових кампаній.
- Місяці 9-12: Оцінка розвитку бізнесу, коригування стратегії при необхідності та продовження бізнес-операцій.

9. Управління ризиками

- Конкуренція: Завдяки чіткому позиціонуванню та спеціальній орієнтації компанія може відрізнити себе від інших магазинів секонд-хенду.
- Фінансовий ризик: Пошук декількох інвесторів та спонсорів зменшує ризик у разі дефолту одного інвестора.
- Логістичні проблеми: Надійне планування та ефективні процеси допомагають мінімізувати проблеми в логістиці товарів.

10. Висновок

Запланований стартап у торгівлі секонд-хендом має потенціал зробити позитивний соціальний внесок, підтримуючи мігрантів у їхній інтеграції та сприяючи стійкій споживчій культурі. Завдяки чіткій бізнес-стратегії, цільовому маркетингу та хорошій реалізації компанія може успішно розвиватися та пропонувати свої послуги по всій країні. Завдяки відданій команді засновників та підтримці неприбуткової асоціації «Ukrainian International e.V.», компанія має хороші передумови для успішного майбутнього.





UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Kontakt:
Siegfried Kraus
Vorstand

UKRAINIANS INTERNATIONAL e.V.

Existenzgründungsprojekte – StartUps

Theodor-Quehl-Str. 10
c/o Maksym Pozhydaiev (Vorstand)
D-78727 Oberndorf am Neckar

Tel.: +49 1577 4279710

E-Mail: info@ukrainians-international.com

URL: www.ukrainiansinternational.com und www.ukrainiansinternational.de

