

Biznesplan spółki InPay S.A

Opracowany na lata 2014-2018

Utworzono 12 października 2014 r.
Przygotował Lech Wilczyński, prezes zarządu InPay S.A.

Streszczenie

InPay S.A. to spółka wchodząca na rynek płatności mobilnych oraz e-commerce. Produkt jednak nie należy do grupy objętej mianem instytucji płatniczych. Jest rezultatem doświadczenia w branży informatycznej oraz pasji związanej z technologią tzw. "cyfrowych walut bez emitenta". Polega on na ułatwieniu przyjmowania płatności przy użyciu jednostek Bitcoin oraz innych kryptowalut. Pozwala przedsiębiorcom w łatwy sposób wdrożyć tę metodę płatności we własnym biznesie.

Wyzwaniem będzie stworzenie rynku od podstaw. Korzyścią jednak będzie fakt, że InPay ma przewagę pierwszego oferenta na tym nowym rynku. Konkurencja w Polsce obecnie nie istnieje, a w skali globalnej funkcjonuje jedynie kilka firm. To, co będzie atutem Spółki, to niewielkie wymagania technologiczne do wdrożenia rozwiązania oraz zerowe prowizje mogące przekonać właścicieli firm, którzy nie zdecydowali się jeszcze na przyjmowanie płatności elektronicznych ze względu na koszty. Ponadto ważnym czynnikiem będzie stale rozszerzająca się grupa entuzjastów cyfrowych walut, którzy stanowiąc będą bazę klientów. Największym problemem może okazać się dostęp do finansowania przedsięwzięcia.

Analiza otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa wykazuje, że najpoważniejsze zagrożenie stanowi stanowisko regulatora jak również banków w stosunku do nowego środka płatniczego. W chwili obecnej cyfrowe waluty nie są zaliczane do instrumentów rynku pieniężnego, ale postrzegane są jako zagrożenie w kategoriach AML ze względu na względną anonimowość dokonywanych transakcji.

Plan finansowy Spółki okazuje się stabilny. Początkowe potrzeby kapitałowe nie są aż tak znaczące, a w związku z tym, przedsięwzięcie nie powinno być zagrożone. Ponadto, koszty funkcjonowania spółki nie są wysokie i charakteryzują się dużą stabilnością. Przychody wzrastają w szybszym tempie, co umożliwi przekroczenie progu rentowności na początku 2017 roku i wyrównania nakładów kapitałowych w połowie roku 2018.

Dane przedsiębiorstwa

Przedmiot działalności

Działalność Spółki dotyczy płatności mobilnych w punktach sprzedaży oraz sklepach i serwisach internetowych w „cyfrowej walucie” Bitcoin. Przychody Podmiotu mają pochodzić nie z prowizji liczonej od sprzedaży, ale z różnicy kursowej skupu i sprzedaży jednostek Bitcoin. Podmiot sprzedaje jednocześnie „kryptowaluty” na kilkunastu giełdach na całym globie. Średnia marża z takiej sprzedaży wynosi około 4% obrotów.

Krótką historia

Pomysł projektu pojawił się w sierpniu 2013 roku na spotkaniu entuzjastów technologii Bitcoin. Założyciele spółki dostrzegli potencjał biznesowy, który może zostać wykorzystany wraz z nadrzędnym celem, jakim jest promocja samej waluty. Projekt, mimo kilku miesięcy istnienia, cieszy się ogromną popularnością w mediach i wśród ludzi biznesu. Projekt jest obecnie rozwijany, a spółka zakończyła proces rejestracji.

Dane teleadresowe

InPay Spółka Akcyjna

KRS: 0000512707 Sąd Rejonowy Warszawa, XII Wydział Gospodarczy

Kapitał zakładowy: 100 000 zł (wpłacony w całości)

Siedziba w Warszawie przy ul. Mokotowskiej 1, kod 00-640 Warszawa

NIP: 7010430929, REGON: 147302566

Status prawny

Zarejestrowana spółka akcyjna.

Udziałowcy

Kapitał zakładowy Spółki wynosi 100.000 zł i jest pokryty przez akcjonariuszy proporcjonalnie do ich udziałów:

- Lech Wilczyński – 34,9% akcji,
- Sławomir Więch – 34,9% akcji,
- Arkadiusz Osiak – 25,2% akcji.
- Inwestorzy w ramach Equity Crowdfunding - 5% akcji.

Akcje spłacone w całości z dniem 30 czerwca 2014 roku.

Zespół

- Lech Wilczyński – prezes zarządu; absolwent Polsko – Japońskiej Wyższej Szkoły Technik Komputerowych, doświadczenie zawodowe w tworzeniu oprogramowania i w branży e-commerce. Członek Polskiego Stowarzyszenia Bitcoin. Propagator idei cyfrowych walut w Polsce. Występował podczas takich konferencji jak infoShare, Techmine Innfovations, Aula Polska, SGH Inwestycje Alternatywne, Kryptologia i Biznes, CEEC, Międzynarodowe Forum Wysokich Technologii, Compliance Polska, TEDxWSB, e-commerce Trends, w tym również w radio i w telewizji.
- Sławomir Więch – członek zarządu; absolwent Polsko – Japońskiej Wyższej Szkoły Technik Komputerowych, posiada ponad 8-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu dużych rozwiązań informatycznych. Podczas swojej pracy zawodowej sam tworzył aplikacje, zarządzał zespołami wytwarzającymi oprogramowanie, a także kierował projektami gdzie tworzono lub zmieniano systemy informatyczne.
- Arkadiusz Osiak - przewodniczący rady nadzorczej, posiada 15-letnie doświadczenie zawodowe w tworzeniu i rozwijaniu przedsięwzięć internetowych, m.in. współzałożyciel portalu finansowego Money.pl, wieloletni prezes zarządu spółki Money.pl, aktualnie przewodniczący rady nadzorczej spółki; współpomysłodawca i współtwórca takich przedsięwzięć jak BusinessClick - sieć reklamy kontekstowej i Business Ad Network - sieć reklamy typu display; nadzorował inwestycje w ramach Grupy Money m.in. w spółkach E-prawnik.pl i Favore.pl; zwolennik upowszechniania się cyfrowych walut bez centralnego emitenta.

Organizacja

Jako spółka technologiczna InPay S.A. będzie miała ograniczoną strukturę kadrową a jej wzrost nie musi być proporcjonalny do oczekiwanego wzrostu przychodów spółki. InPay S.A. opierać będzie swoją działalność sprzedażową na stworzeniu sieci partnerskiej osób promujących rozwiązanie wśród przedsiębiorców działających w Polsce i Europie oraz bazować na relacjach z podmiotami integrującymi sprzedawców w sieci sprzedażowej lub na platformach technologicznych, dla których system InPay jest naturalnym partnerem.

Cele spółki

Celem spółki InPay jest zajęcie i utrzymanie pozycji lidera na rynku polskim oraz zdobycie tych rynków europejskich, czy światowych, które nie posiadają jeszcze wyraźnych liderów dla systemów płatności Bitcoin.

Krótkoterminowe:

- wprowadzenie mobilnych płatności w jak największej liczbie punktów offline i online w Polsce
- dalszy rozwój technologiczny Produktu
- przygotowanie spółki pod inwestora typu venture capital oraz pozyskanie środków z programów unijnych
- promocja metod płatności cyfrowymi walutami

Długoterminowe

- maksymalne rozszerzenie rynku Produktu,
- utrzymanie pozycji lidera w Polsce i pozyskanie kolejnych rynków.

Rynek

Potencjał

Ilość transakcji w sieci Bitcoin oscyluje w granicach 50 – 70 tysięcy dziennie w skali globalnej. Jeśli chodzi o rynek krajowy, to szacuje się, że obecnie z „cyfrowej waluty” Bitcoin korzysta około 10 tysięcy osób. Jest to pewien rynek bazowy, jednak potencjał jest znacznie większy: Narodowy Bank Polski szacuje, że ponad 40% wszystkich Polaków korzysta z transakcji bezgotówkowych. W 2011 roku wykonano takich transakcji ponad miliard, a liczba ta stale wzrasta. W 2012 roku średnia wartość transakcji wyniosła 90 zł. Oznacza to, że społeczeństwo coraz chętniej korzysta z nowych form rozliczeń.

Już teraz chęć wdrożenia nowej metody płatności zgłosiło ponad 400 sklepów stacjonarnych i 100 internetowych, co na samym początku powinno dać firmie pokaźny zastrzyk zasięgowy i promocyjny, a w dłuższej perspektywie umożliwić realizację założeń biznesowych.

Konkurencja

Konkurencja na rynku płatności mobilnych Bitcoin w Polsce nie istnieje. Z ogromnymi sukcesami funkcjonują jednak zagraniczne startupy, które mogą się już pochwalić konkretnymi wynikami. Najważniejszymi graczami są obecnie spółki amerykańskie Bitpay oraz Coinbase.

Analiza SWOT

Silne strony

- doświadczony zespół entuzjastów tworzących Produkt z pasją i zaangażowaniem,
- duże grono pasjonatów i sympatyków zarówno waluty jak i Produktu stanowiące podstawową bazę klientów,
- niski koszt wdrożenia rozwiązania u klienta,
- brak zbyt wysokich wymagań technologicznych.
- rozpoznawalność

Słabe strony

- ograniczone możliwości finansowe.

Szanse

- duży potencjał rynku,
- brak konkurencji na rynku krajowym,
- ograniczona konkurencja na rynku globalnym,
- otwartość kontrahentów,
- możliwość stosunkowo łatwego działania w skali globalnej.

Zagrożenia

- niski poziom edukacji społeczeństwa, strach przed technologią,
- konkurencja zagraniczna ma dostęp do lepiej rozwiniętego rynku finansowego i do sposobów pozyskania kapitału,
- niejasna sytuacja prawna waluty Bitcoin w Polsce i na świecie,
- formalności.

Analiza 5 sił Portera

Otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa

Konkurencja wewnątrz sektora

Na rynku polskim konkurencyjne firmy nie istnieją. Na rynku globalnym istnieje zaledwie kilka spółek zajmujących się płatnościami mobilnymi w Bitcoin.

Groźba nowych wejść

W obecnej sytuacji zagrożenia takiego nie ma, ponieważ rynek Bitcoin jest stosunkowo nowy i nie jest silnie rozwinięty, a ponadto Spółka ma silną pozycję w środowisku entuzjastów waluty w

Polsce. Jednak w miarę wzrostu sytuacja ta może się poważnie zmieniać, dlatego warto do tego czasu osiągnąć pokaźny udział w rynku.

Siła przetargowa nabywców

Nie jest duża, gdyż są nimi pojedyncze sklepy stacjonarne oraz internetowe. W związku z tym portfel klientów jest mocno zdywersyfikowany. Sytuacja może ulec zmianie po przystąpieniu do projektu dużych sieci handlowych.

Siła przetargowa dostawców

InPay S.A. sama jest dostawcą rozwiązania, w związku z tym, jej sytuacja nie zależy od podwykonawców lub dostawców, gdyż tacy nie istnieją.

Zagrożenie ze strony substytutów

Substytutem płatności Bitcoin są płatności w walutach krajowych. Są to dominujące formy płatności i dlatego też na tym polu pojawiają się przed Spółką najpoważniejsze wyzwania.

Marketing

Kluczowym zagadnieniem dla projektu jest pozyskanie kolejnych partnerów biznesowych, którzy umożliwiliby w swoich sklepach i przedsiębiorstwach płatności Bitcoin. Działania w tym kierunku prowadzone są przez cały czas od momentu powstania firmy. Najskuteczniejszym sposobem na pozyskanie nowych klientów jest wdrożenie rozwiązań związanych z budowaniem zasięgu dzięki sieciom sprzedaży i platformom integrującym sklepy.

Wiele zależy jednak od popularności samej waluty, penetracji rynku urządzeń typu smartfon oraz od skłonności do zmiany nawyków konsumentów. Czynniki te są motorem napędzającym rynek płatności mobilnych w Bitcoin. Z tego też względu promocja samego Produktu w społeczeństwie jest dość złożona, bo musi jej towarzyszyć edukacja na kilku płaszczyznach. Dlatego też tradycyjne kanały reklamowe są w tym przypadku mniej skuteczne. Istotne jest przekonanie społeczeństwa do bezpieczeństwa i wygody takich transakcji i korzyści z nich płynących oraz przewyższenia pewnych uprzedzeń. Promocja ta musi iść w parze z kanałem komunikacyjnym wymienionym wyżej.

Harmonogram wdrożenia

Do końca roku 2014 planowane jest uruchomienie płatności w minimum 400 sklepach stacjonarnych oraz 10 pełnych platformach e-commerce. W dalszej perspektywie planuje się rozwijać zasięg działalności w tempie zgodnym z założeniami analizy finansowej.

Założenia ekonomiczno – finansowe

Biorąc pod uwagę fakt, że rynek, w który wchodzi Spółka jest zupełnie nowy, nie jest możliwe opracowanie wskaźników ekonomicznych na podstawie wyników branży. Ponadto, nie jest możliwe opracowanie ich na podstawie wyników gospodarki krajowej, ponieważ projekt będzie miał zasięg globalny. W związku z tym, założenia skonstruowane zostały na podstawie wiedzy i doświadczenia twórców projektu, pochodzących z obserwacji rozwoju rynku Bitcoin na całym świecie. Bazując na nich oszacowano kluczowe dla modelu finansowego wartości.

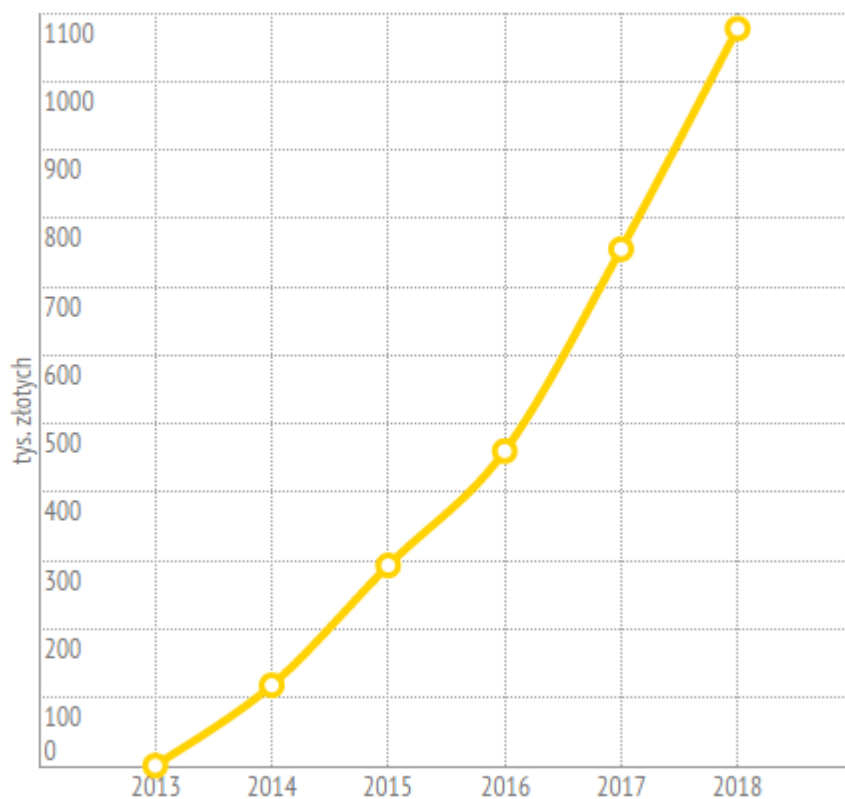
1. Nakłady inwestycyjne.
 - a. W 2014 roku planowane jest pozyskanie 200 tys. zł, które pozwolą na sfinansowanie początkowego, niedochodowego okresu inwestycji. Środki będą pochodzić ze sprzedaży akcji w ramach oferty publicznej.
 - b. W roku 2015 roku spółka planuje pozyskanie inwestora typu venture capital oraz pozyskanie dofinansowania środkami z Unii Europejskiej poprzez Program Operacyjny Polska Cyfrowa.
2. Sprzedaż
 - a. Zakłada dołączenie do sieci 3-5% rynku sklepów stacjonarnych i 15-20% sklepów internetowych.
 - b. Rynek to około 300 tysięcy potencjalnych kontrahentów (300 tys. stacjonarnych i 10 tys. internetowych) tylko w Polsce, a generowana przez nie sprzedaż detaliczna przekracza 600 mld zł rocznie.

Prognozy finansowe

Koszty i przychody

Wzrost kosztów działalności spółki charakteryzuje się zrównoważoną dynamiką. Główny powód ich wzrostu, to wzrost kosztów osobowych - zakładane tempo ok 20% rocznie w pierwszych 3 latach działalności, potem na poziomie ok 10% i niżej. Z tego też względu dynamika całkowitych kosztów po początkowych skokowych wzrostach na poziomie 40-50% rocznie stabilizuje się w 2018 roku do poziomu 15% rok do roku.

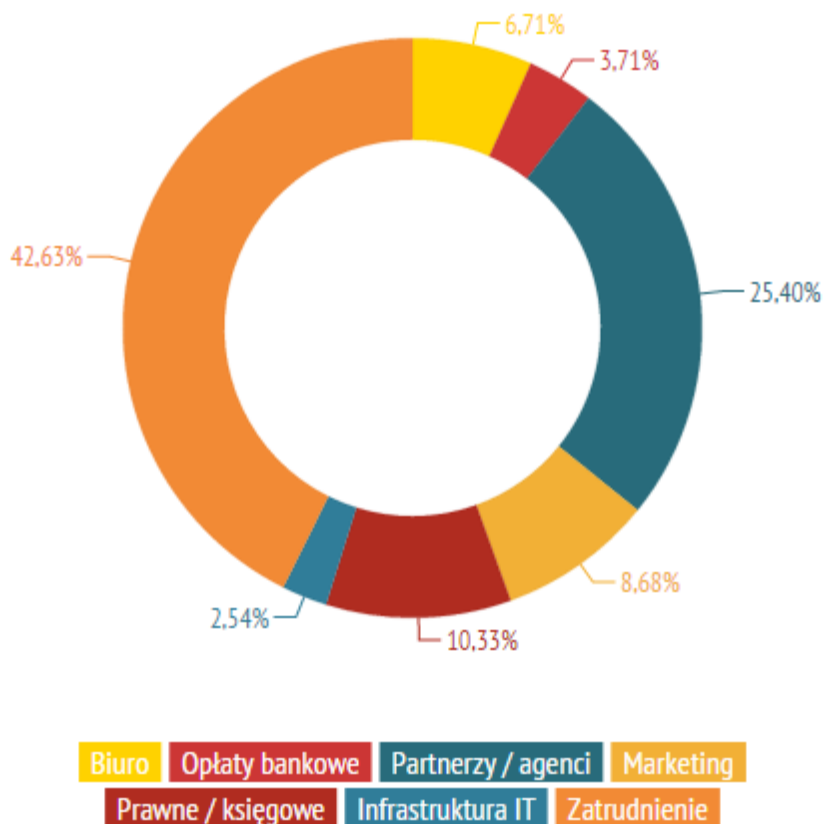
Dynamika Wzrostu Kosztów



InPay S.A.

Największy udział w kosztach mają koszty sprzedaży. Wśród nich dominującą rolę odgrywają koszty wynagrodzeń partnerów i agentów.

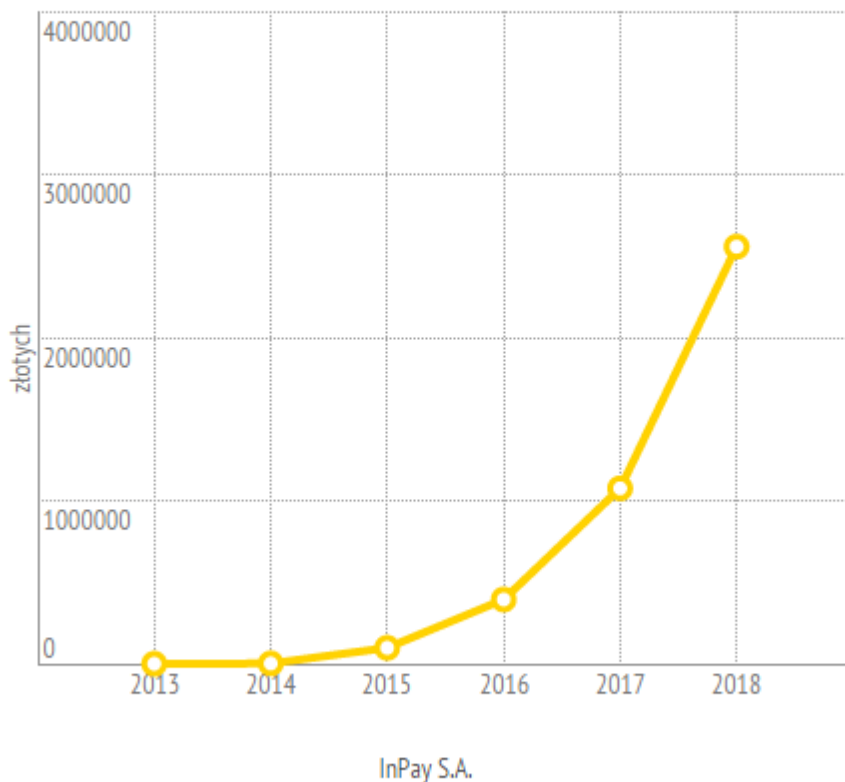
Koszty



InPay S.A.

Przychody natomiast będą wzrastały proporcjonalnie do rozwoju sieci kontrahentów. W miarę przystępowania do systemu kolejnych podmiotów obroty w Bitcoin będą wzrastać, a dzięki temu przychody z marży Spółki uzyskiwanej przy wymianie jednostek Bitcoin proporcjonalnie do waluty sprzedawcy.

Przychody

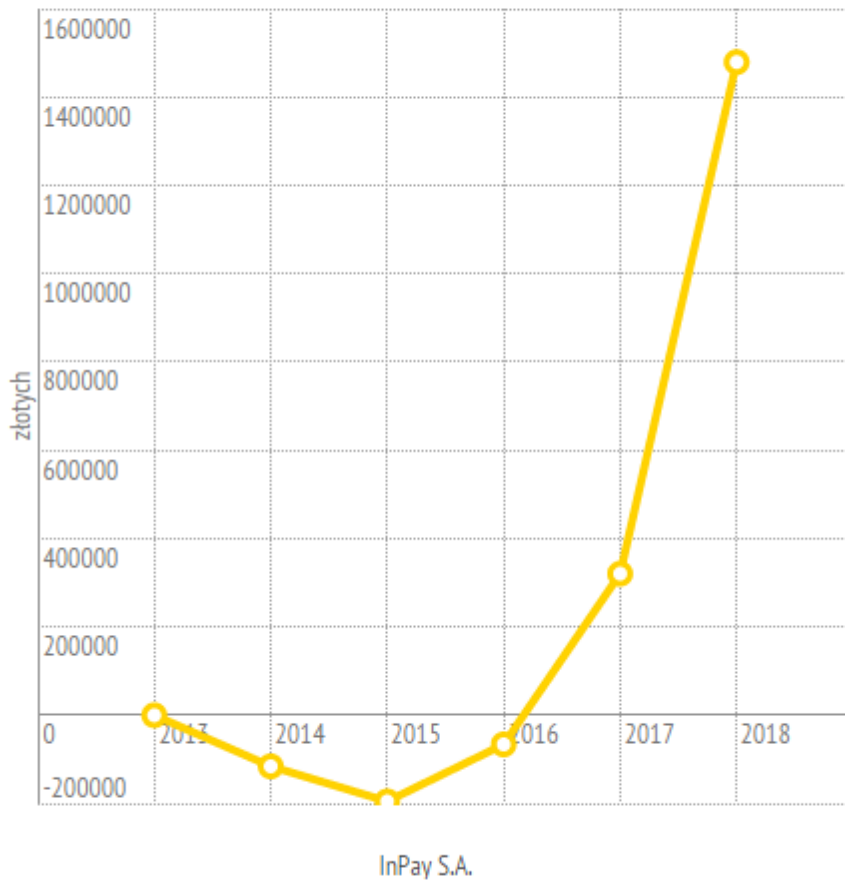


Wynik finansowy netto

Symulacja oparta na założeniach wykazała, że po początkowym okresie zwiększonych nakładów inwestycyjnych, nastąpi szybki wzrost rentowności przedsiębiorstwa. Poniższy wykres obrazuje rozwój wyniku finansowego netto w kolejnych latach.

	2014	2015	2016	2017	2018
Przychody	1 885 zł	97 651 zł	393 760 zł	1 075 142 zł	2 556 340 zł
Koszty	118 217 zł	293 367 zł	460 444 zł	755 091 zł	879 705 zł
EBIT	-116 332 zł	-195 716 zł	-66 684 zł	320 051 zł	1 676 635 zł

Wyniki



Przyczyną takiego stanu rzeczy jest efektywne wykorzystywanie istniejących zasobów przez Spółkę, zgodnie z filozofią Lean, dzięki czemu koszty jej funkcjonowania nie zwiększają się ponad przewidywane wzrosty inflacji. Jednocześnie, dostęp do światowego rynku pozwala myśleć o dynamicznym rozwoju i szerokim zakresie prowadzonej działalności.