

SmartDrive 5"

Stanisław Nieradko 193044 - Zarządzanie Firmą Informatyczną 2025

Celem tego raportu jest analiza wejścia na rynek produktu SmartDrive 5" oraz ocena jego potencjału rynkowego. Produkt ten jest przenośnym i kompaktowym urządzeniem przypominającym tradycyjną nawigację GPS, umożliwiającym bezprzewodową obsługę Android Auto oraz rejestrację jazdy (funkcja dashcam) w starszych pojazdach. SmartDrive 5" jest przeznaczony dla osób, które chcą korzystać z nowoczesnych funkcji multimedialnych w swoich pojazdach, ale nie inwestować w droższe i wymagające montażu radia samochodowe lub wymieniać swojego auta.

Generowanie i selekcja pomysłów

W wyniku burzy mózgów i analizy rynku, zespół projektowy wybrał pomysł na stworzenie przenośnego urządzenia SmartDrive 5", które łączy funkcje nawigacji GPS, Android Auto oraz dashcam. Produkt ten ma na celu zaspokojenie potrzeb klientów, którzy chcą korzystać z nowoczesnych technologii w swoich starszych pojazdach bez konieczności ich wymiany lub kosztownej instalacji. Zidentyfikowano także kilka kluczowych obszarów, które mogą wpłynąć na sukces produktu:

- Rosnące zainteresowanie funkcjami rejestracji jazdy (dashcam) w kontekście bezpieczeństwa na drodze.
- Duże zainteresowanie produktami umożliwiającymi korzystanie z systemów Android Auto w samochodzie, lecz niską jakość i funkcjonalność dostępnych rozwiązań dla starszych modeli.
- Mimo dużej konkurencji w obszarze nawigacji GPS, istnieje nisza dla produktów nieprzeznaczonych do stałego montażu, które można łatwo przenosić między pojazdami.
- Mimo istnienia konkurencyjnych produktów (OTTocast, CoralVision, Carpuride, Drivvplay), SmartDrive 5" mógłby wyróżnić się na tle innych produktów swoją funkcjonalnością oraz ceną. Warto zauważyć, że wiele z tych produktów nie obsługuje funkcji dashcam, co może być istotnym atutem SmartDrive 5".



Analiza rynku

Rynek radiów samochodowych oraz przystawek do Android Auto w Polsce rośnie, a klienci coraz częściej poszukują rozwiązań, które umożliwiają korzystanie z nowoczesnych funkcji multimedialnych w starszych pojazdach. Większość dostępnych produktów to rynku to albo produkty chińskie, które są często niskiej jakości i nie są znane większej liczbie klientów, albo drogie i skomplikowane w montażu radia samochodowe. SmartDrive 5" ma szansę zdobyć rynek dzięki swojej niewygórowanej cenie, łatwości montażu oraz możliwości zastąpienia tradycyjnej kamery samochodowej.

Na koniec 2023 roku w Polsce zarejestrowanych było 27,347 mln samochodów osobowych, z czego po odliczeniu „martwych dusz” (pojazdów archiwalnych) pozostaje 20,102 mln aktywnych aut. Według danych z serwisu rankomat.pl ok 44% zarejestrowanych pojazdów ma co najmniej 16 lat, co oznacza, że wiele osób nie ma dostępu do nowoczesnych systemów multimedialnych. Oznacza to, że rynek docelowy dla SmartDrive 5" jest znaczny i w dużej mierze nie jest jeszcze zagospodarowany.

Strategia firmy

- Koncentracja na rynku polskim, z potencjalną ekspansją na inne kraje europejskie w przyszłości.
- Zadbanie o jakość produktu i jego funkcjonalność, aby wyróżnić się na tle chińskiej konkurencji.

- Dystrybucja produktu powinna być realizowana przez kanały online, takie jak Amazon, Allegro oraz własny sklep internetowy.
- Współpraca z influencerami i blogerami motoryzacyjnymi (poprzez przesyłanie darmowych egzemplarzy recenzyjnych do testów) w celu zwiększenia świadomości marki i produktu w Polsce (z potencjałem późniejszej ekspansji na resztę Europy).
- Marketing oparty na kanały społecznościowe, takie jak Facebook, Instagram i TikTok, z naciskiem na treści wideo, memy i recenzje użytkowników.
- Firma planuje prowadzić sprzedaż w formie dropshipping, co pozwoli na minimalizację kosztów magazynowania i logistyki. Współpraca z lokalnymi dostawcami i kurierami umożliwi szybką dostawę do klientów.

Analiza SWOT

Mocne Strony (S)

- + Wielofunkcyjność w jednym
- + Plug&Play, bez instalacji
- + Przystępna cena

Szanse (O)

- + Rosnący rynek retrofitów aut
- + Wzrost popularności Android Auto
- + Mała popularność konkurencji w Polsce

Słabe strony (W)

- Brak wsparcia Apple CarPlay
- Mały ekran (5" może być niewystarczający dla niektórych)
- Niska rozpoznawalność marki na starcie

Zagrożenia (T)

- Duża konkurencja z Chin (Carlinkit, Ottocast)
- Zmiany w API Android Auto lub regulacje UE

Marketing Mix (4P)

Produkt

Ekran TFT 5" HD (720p), łączność WiFi i Bluetooth
Obsługa bezprzewodowego Android Auto
Dashcam 1080p z zapisem na kartę SD
Odtwarzanie audio przez Bluetooth, AUX lub FM
Zasilanie z gniazda 12V, montaż na przyssawkę

Miejsce

Start: e-commerce (Allegro, Amazon, sklep własny)
Kolejne etapy: sprzedaż partnerska z serwisami samochodowymi, floty taxi, OLX

Cena

Cena: 600 zł
Segment: budżet premium (tańszy niż radia samochodowe, bardziej funkcjonalny niż adaptory)
Rabaty dla influencerów, blogerów motoryzacyjnych, ich widzów oraz dla pierwszych klientów

Promocja

Influencerzy motoryzacyjni na YouTube/TikTok
Kampania Google Ads / Facebook Ads
Promocje startowe – pierwsze 1000 szt. –10%

Kosztorys

A. Koszty produkcji jednostkowej (1 000 sztuk, szacunkowe)

| Składnik | Cena [zł] |
|------------------------|-----------|
| Ekran TFT 5" HD (720p) | 30 |

| Składnik | Cena [zł] |
|--|------------|
| Obudowa + montaż (plastik/metal) | 20 |
| Moduł Wi-Fi/Bluetooth | 5 |
| Dashcam (przednia kamera 1080p) | 100 |
| Płytki PCB + mikrokontroler + elementy dyskretne | 70 |
| Akcesoria (uchwyt, ładowarka, przewody, itp.) | 20 |
| Koszt produkcji (1 szt.) | 25 |
| Razem | 270 |

B. Koszty personelu (rocznie, proporcjonalnie do 1 000 szt.)

| Stanowisko | Liczba | Roczne wynagrodzenie [zł] |
|--|--------|---------------------------|
| Inżynier R&D (projektant i programista firmware) | 1 | 120 000 |

C. Koszty dodatkowe i operacyjne

| Składnik | Kwota [zł] |
|--|------------------|
| Testy i certyfikacja CE | 8 000 zł |
| Opakowania i instrukcje (design) | 4 000 zł |
| Marketing startowy (mikro-influencerzy, reklama) | 3 000 zł |
| Strona WWW / sklep | 3 000 zł |
| Magazyn + logistyka | 5 000 zł |
| Platformy e-commerce (prowizje, opłaty) | 6 000 zł |
| Obsługa zwrotów i gwarancje | 2 500 zł |
| Zlecenie zaprojektowania oraz produkcji | 10 000 zł |
| Razem koszty operacyjne | 41 500 zł |

D. Podsumowanie finansowe

| Pozycja | Kwota [zł] (100 szt.) | Kwota [zł] (1000 szt.) | Kwota [zł] (2500 szt.) |
|------------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| Koszt produkcji | 27 000 | 270 000 | 675 000 |
| Koszt personelu | 120 000 | 120 000 | 120 000 |
| Koszt operacyjny | 41 500 | 41 500 | 41 500 |
| Suma | 188 500 | 431 500 | 836 500 |
| Zysk przy cenie 300 zł | -158 500 | -131 500 | -86 500 |
| Zysk przy cenie 400 zł | -148 500 | -31 500 | 163 500 |
| Zysk przy cenie 500 zł | -138 500 | 68 500 | 413 500 |
| Zysk przy cenie 600 zł | -128 500 | 168 500 | 663 500 |
| Zysk przy cenie 700 zł | -118 500 | 268 500 | 913 500 |

Można zauważyć, że dzięki stałym kosztom personelu i operacyjnym głównym czynnikiem wpływającym na zysk jest ilość wyprodukowanych i sprzedanych sztuk. W celach porównawczych założono stałą cenę produkcji niezależnie od ilości produkcji, co w rzeczywistości może się zmienić z uwagi na niższe ceny zamówień hurtowych. W analizie cena 600 zł za sztukę wydaje się być najbardziej optymalna, ponieważ przy tej cenie zysk na poziomie 168 500 zł przy sprzedaży 1000

Harmonogram wprowadzenia na

