

Бизнес-план Интернет магазина

Собственность ООО «БиПлан Консалтинг»
www.bi-plan.ru

1. Конфиденциальность
2. Резюме
3. Этапы реализации проекта
4. Характеристика объекта
5. План маркетинга
6. Техничко-экономические данные оборудования
7. Финансовый план
8. Оценка риска
9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций
10. Выводы

Приложения:

Таблица 1. Этапы проекта

Таблица 2. Анализ аудитории сектора «товары и услуги» в Рунете

Таблица 10. Кассовый аппарат Элвес-Микро

Таблица 11. Принтер Samsung ML-1641

Таблица 12. Персональный компьютер ACER

Таблица 13. Автомобиль для организации доставки товаров клиентам

Таблица 15. Дисконтированные денежные потоки деятельности

Интернет магазина за 2 отчетных периода

Таблица 16. Расходы на реализацию проекта

Таблица 17. Расходы на оплату труда и налоговые отчисления

Разработка бизнес плана на заказ

- Вы планируете запуск небольшого предприятия или фирмы с объемом инвестиций до 3 млн. рублей;
- Вам нужен бизнес план «для себя» с детальным анализом будущего дела;
- Вам нужен бизнес план для привлечения кредита свыше 3 млн. рублей от внешнего источника финансирования?

Наши эксперты найдут идеальное решение специально для открытия Вашего дела.

Что бы начать процедуру разработки бизнес плана позвоните по телефону прямо сейчас:

(499) 343-93-83

Наш опыт создания бизнес планов во всех отраслях экономики и социального развития России начался в 2000 году. С тех пор нашими экспертами было выполнено более 500 бизнес планов для предприятий и организаций, многие из которых действуют по сей день. Чтобы создать успешное дело, необходимо грамотно его спланировать, учесть все нюансы, просчитать расходы и риски. Мы готовы в этом Вам помочь.

Подробнее с услугой вы можете ознакомиться на сайте:
<http://www.bi-plan.ru/order/>

1. Конфиденциальность

Информация и данные, содержащиеся в данном бизнес-плане, являются конфиденциальными, предоставляются при условии, что они не будут переданы третьим лицам без предварительного согласия предприятия-заявителя и разработчика бизнес-плана.

Бизнес-план предназначен для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта и использования в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с заинтересованными инвесторами и кредиторами.

Принимая на рассмотрение данный бизнес - план, получатель берет на себя ответственность за соблюдение указанных условий.

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные в данном документе, касающиеся расходов, объемов реализации, источников финансирования и прибыльности проекта, актуальны при условии форс-мажорных обстоятельств и основываются на согласованных мнениях участников разработки бизнес-плана.

2. Резюме

Настоящий проект представляет собой план создания Интернет магазина с денежным оборотом в два года.

Руководитель проекта _____

Идея проекта: Идея создания Интернет магазина оборотом в два года преследует три цели:

1. Создание высокорентабельного предприятия.
2. Получение прибыли.
3. Удовлетворение потребительского рынка в продаже товаров с заказом через систему Интернет и доставкой на дом с любой формой оплаты.

Финансирование проекта: Осуществляется путем получения коммерческого кредита в размере 1500000 рублей.

Характер предприятия: предприятие по продаже товаров с заказом через

систему Интернет с доставкой на дом с любой формой оплаты.

Стоимость проекта: 1500000 рублей.

Сроки окупаемости: 2 года.

Доход инвестора составит 102200 рублей.

Выплаты процентов по кредиту начинаются с первого месяца реализации данного проекта.

Возврат заемных средств начинается с первого месяца реализации проекта. Данное обстоятельство введено в данном бизнес плане для упрощения понимания структуры расчета потока дисконтирования и регулирования денежного потока.

Заложенная процентная ставка по заемным средствам 17,5%. Необходимо учитывать, что в настоящее время банки пересматривают норму процента для инвестиционных проектов в сторону снижения.

Общая сумма начисленных процентов составит 102200 рублей.

Условный жизненный цикл проекта 2 года.

Срок окупаемости с начала реализации проекта 2 месяца.

Срок окупаемости с учетом дисконтирования 8 года.

Общий экономический эффект от реализации проекта за условный жизненный цикл составляет 5517719 руб.

3. Сроки и основные этапы реализации проекта

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 24 месяца.

Необходимые для реализации проекта мероприятия описаны в Таблице 1 «Этапы проекта» Приложений.

4. Характеристика объекта

Интернет магазин предназначен для реализации товаров путем приема и выполнения заказов через систему Интернет и доставкой на дом с любой формой оплаты.

Организация работы интернет-магазина, по сравнению с организацией обычного магазина, имеет явные преимущества - это быстрый старт, гораздо меньшие первоначальные и постоянные затрат, быстрая окупаемость, более широкий круг покупателей.

Если у обычного магазина нет сайта, нужно его создать для расширения аудитории. То есть потребителем услуг потенциально является любой пользователь системы Интернет, который хочет сэкономить время и зачастую и денежные средства на приобретение того или иного товара.

В планах организации Интернет магазина предполагаются основные издержки на следующие составляющие:

- 1) Затраты на он-лайн;
- 2) Затраты на офф-лайн;
- 3) Постоянные ежемесячные затраты.

По мнению экспертов для "быстрого старта" интернет-магазина в самом простом варианте, не нужны отдельные офисные помещения, склады, выделенные интернет-сервера. Для этого нужно снять комнату в квартире или дополнительным столом в офисной комнате, арендовать виртуальный хостинг, а товар забирать со складов поставщиков.

Затраты на он-лайн составят на покупку домена и хостинга. Регистрация домена в зоне RU стоит сейчас от 300 рублей. Нужен хостинг на надежном, быстром сервере с объемом 500 Мб неограниченным трафиком, PHP, MySQL, на год стоимость которого составляет порядка 100 долларов.

Разработка системы интернет-магазина обойдется порядка 2000-5000 долларов, нужно учитывать, что в стоимость должен входить дизайн, проектирование, программирование, наполнение товарами, размещение в интернете.

Также необходимо придумать доменное имя для интернет-магазина вида www.домен.ru. Доменное имя может быть в любой зоне: .ru, .com, .net, .org и т.д. Нужно проверить доступность доменного имени на сайте хостинга.

Затраты на офф-лайн, то есть вне сети, включают в себя

организационные расходы, которые обычно составляют расходы по регистрации предприятия в форме ООО, расходы на открытие расчетного счета в банке, внесение минимального уставного капитала. В начале обычно новички обходятся без регистрации, но такая ситуация должна длиться не долго.

Для оборудования интернет магазина с действующим офисом, нужно продумать, в каком стиле будет выбрана мебель, оформлена комната по выдаче заказов, также для оборудования рабочих мест сотрудников нужно будет приобрести компьютеры, оргтехнику, провести локальную сеть и обеспечить каждого сотрудника выходом в интернет и бесперебойной мобильной и офисной связью.

Также нужно учитывать, что данный вид бизнеса требует постоянных издержек на рекламу:

- реклама в Яндекс.Директ — от 3000 руб. в месяц;
- реклама в Яндекс. Маркет - от 3000 руб. в месяц;
- реклама в Рамблер. Покупки - от 3000 руб. в месяц;
- другая онлайн-овая и офф-лайн-овая реклама - от 3000 руб. в месяц

Потребуется также поддержка и развитие сайта интернет-магазина от 3000 до 6000 рублей в месяц.

Нужно добавить, что ежемесячно потребуются офисные расходы на расходные материалы для оргтехники, канцелярские товары и пр.

Данный вид бизнеса не требует высоких трудовых затрат на начальном этапе. Владелец магазина может сам совмещать функции контент-менеджера, который отвечает за наполнение интернет-магазина товарами, новостями, полезной информацией и пр., менеджера по заказам, администратора интернет-магазина, менеджера по закупкам, бухгалтера и даже курьера. По мере расширения бизнеса стоит нанять на эти должности отдельных исполнителей. В качестве альтернативы найма собственных курьеров, можно использовать специальные курьерские службы для доставки товаров по городу, области и России.

Для того, чтобы выйти на уровень окупаемости, интернет-магазин

должен обеспечить уровень чистой прибыли не менее, чем сумма ежемесячных затрат плюс покрытие первоначальных затрат на открытие магазина. Также нужно учитывать налоги и непредвиденные расходы.

Средняя стоимость одного товара в магазине будет зависеть от того товара который предлагается владельцем. Средняя стоимость товаров от 3000 рублей, при этом средняя прибыльность - 20%. При этом средняя для выхода на окупаемость, нужно реализовывать около 170-200 товаров в месяц, то есть 10-15 товаров каждый рабочий день. Часто заказчики в одном заказе заказывают несколько товаров, и такой объем заказов может обработать и один менеджер.

Чтобы в магазине продавалось 10-15 достаточно дорогих товаров в день, необходима посещаемость на уровне 1000-1500 уникальных посетителей в день. Этого можно добиться, оптимизируя магазин под поисковики, применяя методы раскрутки и оплачивая контекстную рекламу. Таким образом, быстрый выход интернет-магазина на уровень окупаемости - задача вполне реальная.

Необходимо подчеркнуть, что создание удобного и эффективного сайта интернет-магазина является важной, но все же не главной задачей при организации бизнеса в интернете.

Для владельца интернет магазина наиболее важными задачами, требующими решения, являются:

- что продавать: нужно выбрать товары, только если интернет магазин не создается с целью продвижения настоящего магазина с товарами;
- оптимизация затрат на создание и поддержание инфраструктуры магазина;
- разработка рекламной стратегии, способов обеспечения конкурентного преимущества

Для оптимальной работы интернет-магазина нужны скрипты или веб-сервисы. Можно воспользоваться программным продуктом WebAsyst Shop-Script, который предоставляет два варианта открытия интернет-магазина:

- купить скрипты и установить их на свой хостинг;
- пользоваться веб-сервисом (зарегистрироваться и начинать работать).

Оба варианта в итоге позволяют сделать одно и то же — открыть

интернет-магазин. Выберите тот вариант, который вам больше нравится.

Для того чтобы грамотно уметь работать с интернет-магазином, нужно понимать, что такое скрипты. Скрипты — это такое программное обеспечение для установки на хостинг. Преимущество скриптов состоит в том, что интернет-магазин работает полностью на оборудовании (веб-сервере) владельца, и полный административный доступ к данным имеет только владелец. Недостаток такого варианта состоит только в том, что он технически более сложный: для того чтобы открыть интернет-магазин, необходимо купить хостинг и установить на него скрипты, для этого также нужно тщательно изучить инструкции по установке скриптов.

При использовании веб-сервиса программное обеспечение предустановлено, и для открытия интернет-магазина нужно только зарегистрироваться. Это достаточно просто, также как зарегистрировать любой почтовый адрес. Преимущество пользования веб-сервисом состоит в том, что владелец получает интернет-магазин сразу, и совершенно не нужно думать о технических сложностях установки каких-либо программ. К недостаткам можно отнести только то, что у владельца будет отсутствовать доступ к исходному коду PHP-скриптов и FTP-доступа. Но если владелец не собирается перепрограммировать продукт, то эта функция и не потребуется.

Специалисты рекомендуют на начальном этапе создания интернет-магазина начинать с веб-сервиса, потому что это позволит открыть интернет-магазин максимально быстро и с минимальными затратами. А это позволит быстрее начать работать над более важными, долгосрочными и сложными задачами, такими как организация продаж, реклама интернет-магазина и т.д.

При выборе готового продукта интернет-магазин нужно обязательно обратить внимание, каким образом можно добавлять продукты. Которые планируется продавать. Обычно это делается через браузер по одному или импортируется из файла Excel.

При создании сайта любого типа — самостоятельного изготовления или при покупке необходимо уделять особое внимание фотографиям продуктов,

поскольку именно красочное и ясное представление продуктов позволит успешно их продавать. Также необходимо наличие ознакомительных видео на страницах с описанием продуктов, что будет полезным для того, чтобы покупатель мог подробно ознакомиться с характеристиками товара.

Также как и в обычном магазине нужно позаботиться о дизайне интернет-магазина. Некоторые владельцы ставят своей задачей разработать оригинальный дизайн и планируют в бюджете колоссальные средства на разработку. Размер бюджета будет зависеть от того товара, который планируется реализовывать. Если товар должен восхищать покупателя, то стоит вкладывать средства в дизайн. Если задача все-таки стоит в том, чтобы заработать деньги, то оригинальные макеты стоит отложить на потом.

Самое главное, что потребуется любому магазину - это хорошая верстка, хорошо читаемые название и описание продуктов, их фотографии, понятная навигация по интернет-магазину.

Нужно позаботиться о грамотном и приятном в чтении контенте: рассказать о товаре, компании, магазине, опубликовав эту информацию на отдельной страничке.

Также нужно позаботиться об обратной связи, поскольку посетитель интернет-магазина, делает покупку, отдает свои деньги и должен быть уверен в том, что сможет связаться с администрацией сайта. Кроме электронного адреса нужно предоставить различные способы связи: номер телефона, указать фактический адрес магазина, номер ICQ, Skype и т.п. Также можно опубликовать фотографии офиса, сотрудников, который всегда находятся на связи. Обычно для посетителя будет достаточным, чтобы понять, что в магазине работают настоящие живые люди.

Это является исключительно вопросом доверия и уверенности пользователя и не стоит ожидать шквала звонков.

Одним из важнейших вопросов работы интернет-магазина является настройка способа оплаты и доставки товаров.

Для этого нужно продумать логистику оплаты и доставки заказов

интернет-магазина и добавить соответствующие варианты оплаты и доставки заказа в интернет-магазине.

В готовых интернет магазинах присутствуют способы оплаты и доставки, которые добавляются в режиме администрирования — от владельца просто потребуется ввести название способа и подключить к нему функциональный модуль для работы с платежной системой или службой доставки. В состав готового интернет-магазина входит целый набор для всех основных платежных систем Рунета: Яндекс. Деньги, Webmoney, Ассист и т.д.

Поддержка платежных систем и служб доставки — это очень важный момент. От того, насколько просто и быстро он позволит подключать различные способы приема платежей в интернет-магазине. Например, через электронные платежные системы, оплату по квитанции, по счету для юридических лиц и так далее, и осуществлять автоматический расчет стоимости доставки через службы доставки, например, для курьерской доставки, доставки Почтой России, зависит то, насколько быстро и просто откроется интернет магазин.

Технически открыть интернет-магазин достаточно просто, и основное время будет уходить на развитие и продвижение магазина, организацию доставки, рекламу, обработку заказов и запросов от покупателей.

Специфическая проблема интернет-магазина для продажи любого товара - это выбор программного обеспечения, которое и составляет его структуру. Можно, взять и бесплатные программы, которые распространены по Интернету, но их технический уровень слишком низкий, чтобы потом рассматривать как реальное решение для хорошего онлайн-магазина. Можно нанять частного программиста и дизайнера, который разработает сайт с учетом потребностей. Его услуги недороги, но качество такой работы обычно оставляет желать лучшего. Нужно быть готовым к тому, что создание индивидуальной системы отнимет много времени и нервов, и обычно никто, кроме разработчика, управлять такой системой не сможет. Вариант покупки готового интернет-магазина имеет только один минус — нужно будет понести издержки на новый дизайн сайта.

Существует еще один вариант - нанять стороннюю компанию, которая создаст интернет-портал с максимальным количеством функций для индивидуального управления, но обычно это дорогое удовольствие.

Специалисты рынка советуют при выборе нужного варианта посмотреть и изучить демо-версию программы: обычно все функции, которые работают в демо-варианте, будут и в готовом варианте. Особое внимание нужно обратить на те опции, которые разработчики не смогут продемонстрировать на презентации, обычно они просто не доработаны. При оценке системы нужно обратить особое внимание на две важные вещи:

- на занесение данных о товаре в карточку должно уходить не более 15 минут;
- web-мастеру не должно составить труда, изменить дизайн, даже если у него нет специальной подготовки программиста.

Также нужно уделить организации работы склада интернет-магазина. К складу интернет-магазина предъявляются обычно три основных требования:

- высокая скорость доступа к товару (можно быстро найти любую продукцию и быстро организовать доставку);
- широкий ассортимент;
- минимум затрат.

Для небольшого магазина с одним или двумя поставщиками склад вообще не обязателен, поскольку можно поставлять продукцию прямо от партнеров. Если онлайн-магазин – часть большой торговой компании, то для него необходимо выделить отдельный участок на общем корпоративном складе. Обязательно нужно назначить ответственного за склад, который бы контролировал доставку и закупку.

Также нужно продумать работу курьерской службы. Собственная курьерская служба актуальна только для Московских интернет-магазинов только в том случае, если стоимость одной доставки обходится в 50 руб. без использования корпоративного транспорта или в 120-150 руб., если курьер будет развозить товар на машине. Если получается дороже – проще прибегнуть к услугам сторонней курьерской организации. Собственный автопарк нужен

только тем компаниям, которые продают по Интернету крупногабаритные товары, такую как бытовая техника или мебель. При маленьких заказах доставку лучше всего организовать общественным транспортом.

Также нужно организовать службу доставки по главным принципам по логистике, и ответственный за работу службы должен быть хорошим системным аналитиком. Важно выбрать сотрудников, потому как для покупателя курьер – это лицо компании. Нужно понимать, что курьер нужен для работы на весь день, и работа при большом объеме заказов с непостоянным штатом курьеров нерентабельна. Чтобы дать отдохнуть постоянному штату сотрудников нужно на лето нанять студентов. В остальное время со студентами лучше не связываться, потому, как они только дестабилизируют работу службы доставки. Оплата труда курьеров не такая высокая, но система вознаграждения построена, как при работе официантов, что позволяет стимулировать курьера успевать доставить как можно больше заказов.

Электронной торговой точке нужен свой отдел продаж – call-центр. Специфика его работы состоит в том, что потенциальный покупатель не видит «живьем» ни продавца, ни самого товара, поэтому потребуются специально подготовленные операторы, способные заключить сделку на расстоянии. Только инициатива покупки будет исходить от самого покупателя, поэтому представителю отдела продаж не нужно убеждать клиента приобрести товар – от оператора требуется перезвонить по оставленному контактному телефону, подтвердить заказ, уточнить сумму, время и точный адрес для доставки.

На первом этапе все эти функции может выполнять один сотрудник. Затем, по мере роста объема реализации, можно расширить штат двумя-тремя операторами и руководителем службы, который тоже будет принимать заказы. Потом нужно разработать структуру call-центра, составить прогноз его работы на ближайшее время и среднесрочную перспективу и нанять дополнительных сотрудников.

Продажи также можно отдать и на аутсорсинг – но только в том случае, если содержание собственного call-центра будет обходиться дороже, чем услуги

сторонней компании.

Окупаемость во многом зависит от ассортимента, ценовой политики, от качества работы консультантов и от скорости доставки. Важным фактором является выбор работы только на один город, регион или доставка по всей России, странам СНГ. В среднем, срок окупаемости интернет-магазина может составить от 6 месяцев.

На сегодняшний день функционирует множество компаний, которые занимаются реализацией своих товаров через всемирную сеть Интернет, большинство из них не чувствует конкуренции, так как рынок этот еще очень свободен. Этот бизнес сравнительно быстро окупается, но достаточно крупный объем инвестиций, поэтому бизнес-план для такого предприятия должен быть обязательно, как подробное руководство, со всеми расчетами, сроками, рисками.

Соответственно, оборудование окупится за год, в следующих периодах все затраты будут составлять остальные начальные затраты.

5. План маркетинга

Прежде чем начать рассматривать конкурентную среду рассмотрим текущее состояние потребительского рынка. В настоящее время вновь нарастающие тенденции международного кризиса диктуют свои условия жизнедеятельности, как граждан и предприятий, так и экономики государства в целом.

Кризисные явления в экономике 2008-2009 гг. оказали негативное влияние на структуру мирового рынка. Однако рынок интернет услуг демонстрировал поступательный рост продаж. В ближайшие годы спрос на продажи услуг в интернете в России и во всем мире будет только расти.

На сегодняшний день популярность Интернет-торговли в России и в мире достаточно велика для того, чтобы грамотно сделанный, раскрученный и поддерживаемый интернет-магазин, товар которого востребован покупателями в сети, мог стать не только дополнительным источником заказов для обычного,

офф-лайн-магазина, но и быть самостоятельным, весьма прибыльным бизнесом.

Рынок Интернет-торговли в России во многих областях еще не перенасыщен товарными предложениями, и конкуренция, зачастую, невелика. В тоже время, платежеспособных пользователей интернета с каждым днем становится все больше и спрос на дешевые товары в интернет-магазина с их стороны довольно значителен.

Подробный анализ спроса и предложения результатов поиска Яндекс и статистика Яндекс. Директ покажет, какие выгодные товарные ниши, где спрос превышает предложение или предложение вообще отсутствует. Удачно выбранное направление может сделать магазин золотой жилой. В свою очередь, неудачный выбор может привести к полному отсутствию заказов, и положение не спасет ни грамотная организация процесса, ни мощная реклама.

Организация интернет-магазина, особенно в городах с дорогой коммерческой недвижимостью, безусловно, гораздо менее затратное предприятие, чем организация обычного магазина.

Довольно часто, искушенный покупатель приходит в оффлайновый магазин только "пощупать" товар, после чего заказывает тот же самый товар в интернет-магазине со значительной скидкой и доставкой.

По итогам 2012 г. количество россиян, приобретавших товары онлайн, возросло на 30% и составило 70% посетителей сайтов интернет-магазинов. Почти в два раза (с 50% до 70%) увеличилось число активных сетевых покупателей - совершающих покупки в интернете, как минимум, один раз в месяц или чаще.

По оценкам экспертов рынка, в ближайшее время положительный рост сохранится, и в 2014 году количество россиян, которые будут совершать покупки в Сети, возрастет. Согласно опросам Рунета, в 2012 году приобретать товары через интернет планируют 90% респондентов. Согласно тому же опросу, количество негативно настроенных по отношению к интернет магазинам участников опроса сократилось с 12% в 2008 г. до 4% в 2009 г.

Среднесуточная аудитория сектора «Товары и услуги» в Рунете выросла на 40% за год и составила 10,26 млн. посетителей 2012 году, посещаемость ведущих ресурсов сектора «Товары и услуги» в Рунете за 2 года выросла в 5-6 раз.

За полгода число сайтов в категории товаров и услуг выросло на 30% и к концу года 2012 года составило 36,6 тысяч. Более 30% сайтов Рунета – из категории «Товары и услуги». Количество запросов по слову «товары» в сети за год выросло на 25%, «услуги» – на 74%. Количество запросов «интернет-магазин» в сети за год увеличилось почти в 10 раз и в конце года 2012 году превысило отметку в 900 тыс. Анализ аудитории сектора «товары и услуги» в Рунете (см. Табл. 2 Приложений).

Самыми динамично развивающимися сегментами рынка являются одежда и обувь, косметика, авиа - и железнодорожные билеты, а также детские товары. Более 60% покупателей одежды и обуви в интернете - жители регионов, поэтому в регионах потенциал роста объема рынка намного выше, как и рост числа покупателей в интернете.

Главным мотивационным фактором для покупателей при выборе интернет-магазина является не цена, а ассортимент предложенной продукции. Эту тенденцию можно в первую очередь заметить при покупке потребителями одежды и обуви - особенно в зарубежных интернет-магазинах стоимость доставки для покупателей не играет значительную роль, примером чему может служить заказ одежды из-за рубежа, доставка на которую может составлять до 10% ее стоимости.

Важным обстоятельством жизнедеятельности рынка является то, что в стране имеется всего несколько десятков онлайн-площадок с количеством покупок более 100 в день из всех 30 тысяч интернет-магазинов. Поэтому эксперты рынка считают, что расти будут те сегменты Интернет-торговли, в которые придут инвестиции.

Оборот розничной торговли в январе 2013г. составил 1695,5 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 103,5% к январю 2012 года. Данные о динамике оборота розничной торговли представлены в Таблице 3.

Таблица 3

Динамика оборота розничной торговли

	Млрд. рублей	В % к	
		соответствующему периоду предыдущего года	Предыдущему периоду
2012г.			
Январь	1520,8	107,4	74,0
Февраль	1516,5	107,9	99,2
Март	1632,6	107,4	106,9
I квартал	4669,9	107,6	84,5
Апрель	1645,5	106,8	100,4
Май	1706,0	107,1	103,0
Июнь	1744,1	107,1	101,2
II квартал	5095,6	107,0	107,2
I полугодие	9765,5	107,3	
Июль	1788,4	105,5	101,7
Август	1838,6	104,4	102,7
Сентябрь	1839,9	104,5	99,6
III квартал	5466,9	104,8	105,3
Январь-сентябрь	15232,4	106,4	
Октябрь	1895,3	104,0	102,4
Ноябрь	1892,7	104,4	99,4
Декабрь	2299,5	105,0	120,8
IV квартал	6087,5	104,5	109,7
Год	21319,9	105,9	

2013г.			
Январь	1695,5	103,5	72,9

Динамика оборота розничной торговли¹⁾
в % к среднемесячному значению 2010г.



1) Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлялись с использованием программы "ДЕМЕТРА 2.2". При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

В январе 2013г. оборот розничной торговли на 89,6% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка. Данные о динамике оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями, непродовольственными товарами представлена в Таблице 4.

Таблица 4

Динамика оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями, непродовольственными товарами

	Пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия			Непродовольственные товары		
	млрд. т рублей	в % к соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему периоду	Млрд. рублей	в % к соответствующему периоду предыдущего года	Предыдущему периоду
2012г.						
Январь	718,9	105,2	73,8	801,9	109,4	74,2
Февраль	716,2	105,2	98,8	800,3	110,3	99,6
Март	767,7	105,3	106,2	864,9	109,3	107,6
I квартал	2202,8	105,2	84,4	2467,1	109,7	84,6
Апрель	767,0	104,3	99,5	878,5	108,9	101,1
Май	795,8	105,1	103,0	910,2	108,7	103,1
Июнь	810,7	104,3	100,1	933,4	109,6	102,3
II квартал	2373,5	104,6	105,2	2722,1	109,1	109,0
I	4576,3	104,9		5189,2	109,4	

полугодие						
Июль	830,4	102,0	101,1	958,0	108,7	102,4
Август	845,8	101,2	101,9	992,8	107,3	103,3
Сентябрь	844,6	100,9	99,7	995,3	107,9	99,5
III квартал	2520,8	101,4	103,3	2946,1	107,9	107,1
Январь-сентябрь	7097,1	103,7		8135,3	108,8	
Октябрь	870,4	100,6	102,6	1024,9	107,1	102,2
Ноябрь	875,8	101,2	100,1	1016,9	107,3	98,8
Декабрь	1078,9	102,0	122,1	1220,6	107,8	119,7
IV квартал	2825,1	101,3	110,7	3262,4	107,5	108,8
Год	9922,2	103,0		11397,7	108,4	
2013г.						
Январь	802,0	100,9	73,0	893,5	105,9	72,9

Динамика оборота розничной торговли¹⁾
в % к среднемесячному значению 2010г.



1) Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы "ДЕМЕТРА 2.2". При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

Практически все интернет-магазины имеют складские помещения, в которых хранят свои товары. Данные об изменении товарных запасов в организациях розничной торговли на конец месяца представлены в Таблице 5.

Таблица 5

Изменение товарных запасов в организациях розничной торговли на конец месяца

	Товарные запасы, млрд. рублей	Уровень запасов, в днях торговли
2012г.		
Январь	656,0	33
Февраль	638,3	33
Март	665,6	33
Апрель	672,0	33
Май	677,8	33
Июнь	679,1	32
Июль	675,3	32
Август	681,3	32

Сентябрь	710,8	32
Октябрь	745,6	33
Ноябрь	776,5	34
Декабрь	862,7	30
2013г.		
Январь	751,0	35

Данные о структуре товарных ресурсов розничной торговли представлены в Таблице 6.

Таблица 6

Структура товарных ресурсов розничной торговли в процентах

	Товарные ресурсы розничной торговли	В том числе	
		Собственного производства	Поступившие по импорту
2011г.			
I квартал	100	57	43
II квартал	100	58	42
III квартал	100	57	43
IV квартал	100	55	45
Год	100	57	43
2012г.			
I квартал	100	56	44
II квартал	100	57	43
III квартал	100	55	45
IV квартал	100	55	45
Год	100	56	44

В объеме товарных ресурсов продовольственных товаров доля импорта в 2012г. составила 34%, в 2011г. - 33%. В организациях розничной торговли, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, в январе 2013г. по сравнению с предыдущим месяцем отмечалось значительное снижение объемов продажи рыбы и морепродуктов (на 41%), кондитерских изделий (на 36%), мяса и мясных продуктов, растительных масел, сыров жирных, консервов молочных, яиц, чая, соли и свежих овощей (на 20-27%). Из непродовольственных товаров снизилась реализация телевизоров (на 43%), компьютеров, стиральных машин, холодильников и морозильников (на 35-37%).

В январе 2013г. в организациях розничной торговли, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, снизились запасы свежего картофеля (на 27%), мяса животного, консервов рыбных, сыров жирных, молочных напитков, соли, хлеба, муки, плодоовощной продукции (на 11-18%). Из непродовольственных товаров отмечалось увеличение запасов верхней одежды

(на 37%), снижение наблюдалось по компьютерам, стиральным машинам, холодильникам и морозильникам, телевизорам (на 15-17,5%).

Данные о числе хозяйствующих субъектов розничной торговли на конец 2012 года представлены в Таблица 7.

Таблица 7

Число хозяйствующих субъектов розничной торговли на конец 2012 года (ед.)

	Всего	Из них			Справочн о на конец 2010г.	
		коммерчески е организации, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринима тельства	субъекты малого и среднего предпринимательства			
			средние предприятия	малые предприятия	микро- предпр иятия	
розничную торговлю вне магазинов (по заказам (по почте, через телемагазины , Интернет) и прочая торговля)	12797	440	15	341	7275	9790

К 2014 году, по прогнозам аналитиков, рынок интернет-магазинов и торговли по каталогам вырастет на 177%. В первую очередь в его пользу свидетельствует то, что рынок удаленной торговли становится все более удобным для пользователя, что привлечёт новых крупных игроков.

Анализируя ситуацию, сложившуюся на рынке Интернет магазинов необходимо отметить следующее. Несмотря на то, что количество участников рынка интернет продаж и услуг увеличилось, объем потенциальных потребителей неуклонно растет день ото дня. Необходимо обязательно провести комплекс мероприятий по формированию потребительского мнения, поскольку в сознании граждан в большинстве случаев приобретение интернет покупок связано как с приятными, так и с неприятными обстоятельствами. До сих пор часты случаи недобросовестной работы в интернете организаторов магазинов,

которые принимают оплату, но не высылают покупки. Необходимы следующие мероприятия для формирования образа, чтобы приобрести у покупателя репутацию надежного магазина:

- установка баннеров на сайте;
- создание формы для покупателей;
- создание доверительного имиджа сайта — указать номера стационарных телефонов, средств связи с офисом;
- создание удобной навигации сайта;
- проведение тренингов с персоналом по квалифицированной работе с клиентами;
- создание инфраструктуры и условий труда.

Основным методом продвижения продукции можно считать рекламу посредством баннеров и интернет-баннеров, поскольку в Интернете нет непосредственного контакта потребителя с товаром или продавцом. Реклама подчас является единственным способом убедить пользователя зайти на сайт и стать покупателем, поэтому очень важно, чтобы реклама была функциональной: чтобы можно было сразу выбрать нужный товар и оформить покупку, а переход на фирменный сайт может происходить на последней стадии заказа. Например, компания МТС для продвижения одного из тарифов разработала «калькулятор свободного времени», с помощью которого абонент может определить, сколько и когда он разговаривает по телефону. Компания Nestle организовала целый интерактивный проект для своей целевой аудитории – онлайн-сообщество офисных работников. Торговая сеть «Перекресток» в рекламе своего проекта «Здоровое питание» использовала интерактивные игры «Калькулятор калорий» и «Накорми Карлсона».

Но даже самый лучший интерактивный баннер не гарантирует больших объемов продаж. На продвижение должен работать и сам сайт интернет-магазина, на который ведет реклама. В идеале он тоже должен быть интерактивным. Например, потенциальный клиент пришел с «женского» сайта – тогда программная система магазина, отследив «путь» покупателя, показывает

ему на главной странице товары для женщин. Полезен также «электронный консультант», помогающий клиенту выбрать нужный товар и аксессуары к нему.

Рассчитаем потенциальное количество открытия новых Интернет магазинов в России. Данные статистики по состоянию на 01.01.2013года.

Таблица 8

Потенциал потребителей услуг Интернет магазинов

	Москва	Санкт-Петербург	В России	В Европейской части	На Дальнем Востоке
Количество населения в населенном пункте	11,514 млн.чел.	4,848 млн.чел.	142,9 млн.чел.	112,53 млн.руб.	30,37 млн.чел.
Количество предоставленных услуг потребленных в 2012 году	33,52 млрд. рублей	14,11 млрд. рублей	416 млрд. рублей	327,59 млрд. рублей	88,41 млрд. рублей
Количество Интернет магазинов	3580	1400	36600	26000	7200
Среднесуточная аудитория сектора «Товары и услуги» в Рунете	10,24 млн. посетителей	10,24 млн. посетителей	10,24 млн. посетителей	10,24 млн. посетителей	10,24 млн. посетителей
Рост отрасли в 2011-12 году	От 22 % в год	От 22 % в год	От 22 % в год	От 22 % в год	От 22 % в год
Прогнозируемый рост рынка интернет-магазинов и торговли по каталогам в 2014 году	177,00%	177,00%	177,00%	177,00%	177,00%
Среднестатистическая стоимость покупки	3000 рублей	3000 рублей	3000 рублей	3000 рублей	3000 рублей
Доход интернет-магазина в месяц	9,4 млн. рублей	9,4 млн. рублей	9,4 млн. рублей	9,4 млн. рублей	9,4 млн. рублей
Дефицит предприятий	2600	1100	28000	20000	8000

Учитывая среднестатистические данные, общее количество населения Российской Федерации составляет 142,9 млн. человек. Количество Интернет магазинов в зоне Рунета в настоящее время по официальным источникам приближается к 36600. В связи с приростом потребителей продукции интернета и Рунета в России потенциальное количество открытия новых Интернет магазинов составляет 28000 единиц, при общей картине увеличения интернет - потребления до 177% в год.

Эксперты считают, что количество пользователей какой-либо услуги, позволяющее ей стать социально значимой, составляет 1% от экономически активного населения. Значит, для России это 1% от 71 млн. человек, т. е. 710

тыс. человек. То есть при грамотно выстроенной маркетинговой политике, подходу к организации производственного процесса, создании репутации, новое предприятие способно существовать, выполнять свои функции и приносить прибыль его владельцу. Следовательно, организация Интернет магазина при грамотном управлении и выполнении своей миссии должно принести запланированную прибыль.

Рассмотрим конкурентную среду интернет рынка. Прирост участников рынка по данным II полугодия 2012 по отношению к I полугодю 2012 года представлен в Таблице 9.

Таблица 9

Прирост участников рынка по данным II полугодю 2012 по отношению к I полугодю 2012 года

Регион	Прирост участников рынка по данным II полугодю 2012 по отношению к I полугодю 2012 года
Северо-западный округ - Ленинградская область	25,5%
Уральский федеральный округ	12,5%
Центральный Федеральный округ	35,05%
Южный Федеральный округ	15,0%
Приволжский Федеральный округ	10%

В 32 субъектах Российской Федерации доля сетевых торговых структур превысила средне российский уровень. В то же время, в 6 субъектах Российской Федерации сетевые структуры в январе 2010г. обеспечивали менее 8% оборота розничной торговли торгующих организаций. Аналогичный показатель по Москве составил 24,1%, Санкт-Петербургу - 61,8%.

Объём рынка в 2012-м составил 416 млрд. рублей, что на 30% больше, чем в 2011 году. 56% транзакций в Интернете происходит с участием наличных денег, – при помощи электронных платёжных систем. Средние цены на Интернет товары в рублях представлены на Схеме 1.

Средние суммы покупок через платёжные системы представлены на Схеме 2.

Схемы 1, 2. Средние цены и средние суммы покупок в интернете.

Схема 1. TOP-15 товаров, покупаемых в Интернете

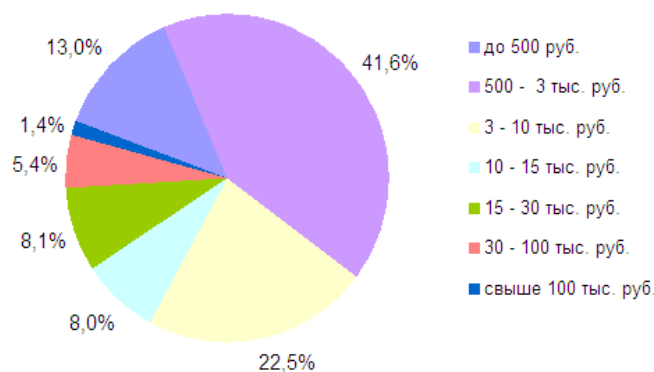
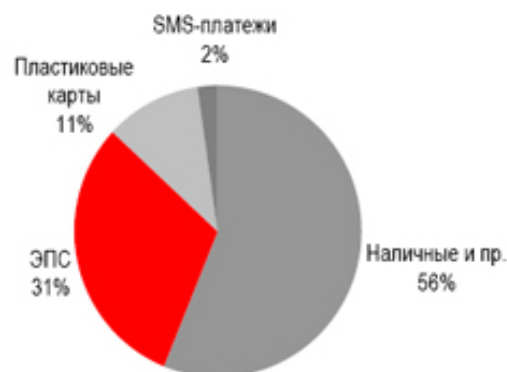


Схема 2 Средние суммы покупок пользователей в Интернете



Итак, Интернет магазин как бизнес является высокодоходным и перспективным при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих купить товар в интернете, растет в связи с желанием экономить свое время. Следовательно, количество заказов на покупку в интернете будет только расти. Интернет магазин на условия достаточных инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного двух лет. Поэтому финансовые вложения в его создание вполне оправданы.

6. Техничко-экономические данные оборудования

Основным оборудованием Интернет магазина являются:

- кассовый аппарат Элвес-Микро (см. Табл. 10 Приложений);
- принтер Samsung ML-1641 (см. Табл. 11 Приложений);
- персональный компьютер ACER (см. Табл. 12 Приложений);
- автомобиль для организации доставки товаров клиентам (см. Табл. 13 Приложений).

Техническая оснащенность Интернет магазина должна быть такой, чтобы способствовать росту производительности, отвечать технике безопасности, соответствовать репутации и заложенной в маркетинговую политику предприятия стратегии долгосрочных инвестиционных вложений. Именно поэтому предприятие необходимо снабдить высокоэффективным, надежным оборудованием, способным обезопасить данный вид бизнеса от

негативного влияния внешней среды.

7. Финансовый план

Система учета:

Финансовый год предприятия начинается в январе.

Валюта проекта: рубли (руб.)

Основные уплачиваемые налоги:

Наименование	База	Период	Ставка
Налог на прибыль	Прибыль	Месяц	20%
НДС	Добавленная стоимость	Месяц	18%
Налог на имущество	Стоимость имущества	Согласно установленному графику платежей	2,2 %
Подходный налог	Фонд оплаты труда	месяц	13%
Социальные выплаты	Фонд оплаты труда	месяц	34%

Прогнозируемая структура доходов.

Прогноз продаж 2013-2015 годов основан на:

- анализе спроса потребителей продуктов и услуг Интернет магазинов;
- анализе рынка предоставления услуг предприятий «Интернет магазин»;
- на общих выводах о состоянии рынка предприятий «Интернет магазин».

При составлении программы реализации услуг предприятия будет рассматриваться самый низкий порог рентабельности работы Интернет магазина. Рассмотрим план объемов производства и полной реализации продукции, предоставляемой Интернет магазином.

Таблица 14

План объемов предоставления услуг расчетного периода

Период	Наименование вида услуги	Объем производства и реализации в месяц (шт.)	Цена	Выручка от реализации (руб.)
1-12 месяц инвестирован ия	Реализация товаров	170-300 товаров	От 1500 до 3000 рублей и выше	От 730000
13-24 месяц функциониرو вания	Реализация товаров	210-450 товаров	От 1800 до 3500 рублей и выше	От 900000

При сохранении тенденций развития данного рынка, а именно прирост объемов интернет продаж и потребления в размере от 77% в год и выше, предприятие достигнет роста объемов реализации от 8,76 млн. рублей в год и более.

Учитывая данные роста объемов продаж, произведен расчет дисконтированных потоков выручки, выплаты кредита, расходов на деятельность предприятия. Данные представлены в Таблице 15 Приложений.

Данные по расходам предприятия представлены в Таблице 16 Приложений. Поскольку предприятие преследует цель преодолеть барьеры вхождения на рынок, то приобретать необходимо высококачественное оборудование, которое и составляет основную расходную часть проекта. Также при анализе расходов учтена специфика производства предприятия. К приобретению запланированы техника и создание интернет сайта.

Также на предприятии предусматривается привлечение высококвалифицированной рабочей силы, для чего будет применена система найма. Конкурс на вакантные места будет установлен для специалистов общего и обслуживающего отрасль характера, поскольку работа на данном предприятии будет являться престижной в связи с достойной оплатой и спектром социальных мероприятий, проводимых для работников. Претенденты будут отбираться в течение месяца. Планируемый фонд оплаты труда,

количество участников трудового коллектива, а также суммы отчислений налогов представлены в Таблице 17 Приложений.

Все расходы предприятия, представленные в Таблице 16 Приложений, окупятся в течение двух лет.

8. Оценка риска

Риски при ведении данного вида бизнеса состоят в следующем:

- высокий уровень риска заказа непрофессиональному исполнителю интернет-сайта;
- высокий уровень затрат на интернет рекламу;
- высокий уровень капитализации инвестиций.

9. Финансово-экономическое обоснование инвестиций

Для реализации проекта предприятию необходимо взять кредит в размере 1500000 рублей на 24 расчетных месяцев с нормой дисконта 17,5%.

При расчете выяснилось, что точка безубыточности предприятия начинается с 2-го расчетного месяца. В этот период первая сумма прибыли составит 182455 рублей.

По истечении периода кредитования сумма прибыли составит 493880 руб. При этом прибыль банка составит 102200 руб. за 24 расчетных периода.

Ежемесячные выплаты расходов составили 406120 рублей.

Итоговая валовая прибыль проекта составила: 19560000 рублей.

Прибыль проекта составила: 5517719 рублей.

Расчет дисконтированных потоков денежных средств предприятия представлен в таблице 15 Приложений.

10. Выводы

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание Интернет магазина является прибыльным, рискованным и перспективным. Одними из главных условий его функционирования является

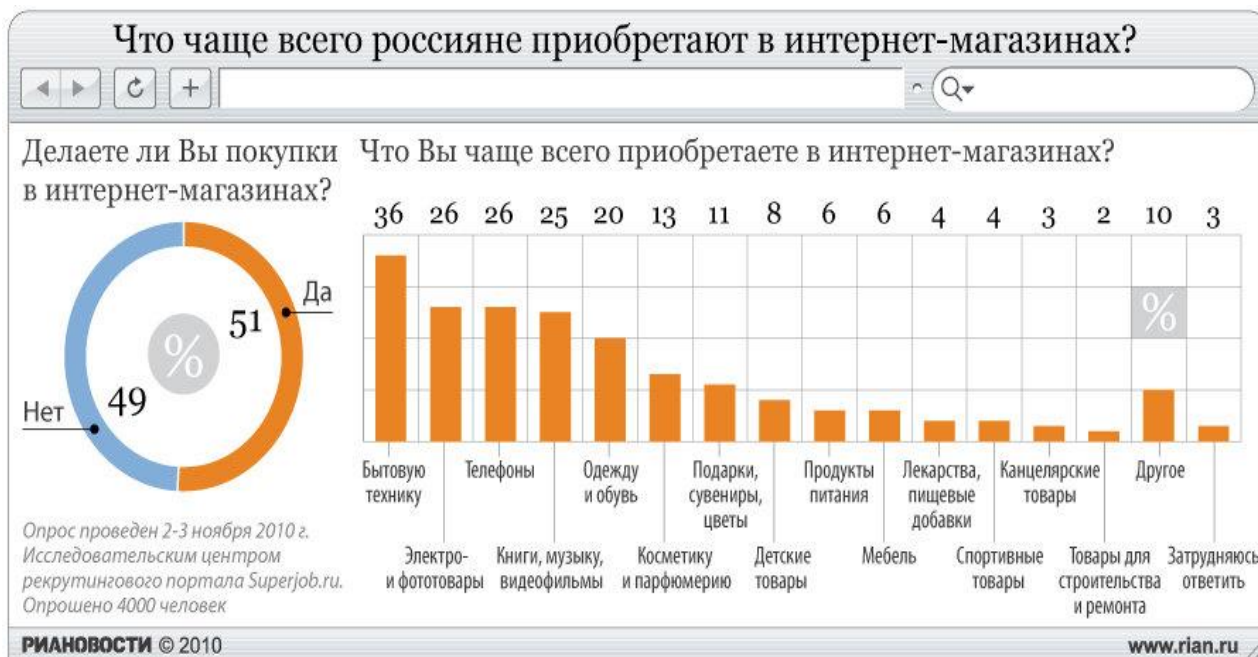
грамотно построенные алгоритмы работы сайта, привлекающие потенциальных потребителей товаров, предлагаемых интернет магазином и отлаженной системой доставки заказов, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями функционирования продавцов на рынке. Открытие Интернет магазина потребует от руководителя проекта самоотдачи, высокого напряжения волевых усилий, знаний, тактических манипуляций при оформлении бюрократической документации, а также осознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки и значительных капитальных вложений. Если руководитель проекта понимает, и берет на себя ответственность за создание предприятия такого масштаба и характера, берет на себя ответственность за жизни людей, участвующих в производственном процессе, то его интеллектуальные, финансовые и личные вложения будут приносить прибыль, а предприятие выполнять свою непосредственную задачу, необходимую экономике и обществу в течение десятилетий.

Таблица 1

Этапы проекта

Этапы проекта	Условия выполнения	Сроки выполнения
Начало проекта		01/2 год
Заключение инвестиционного договора	1 месяц проекта	1-30 банковских дней
Получение кредита	Наличие соответствующего пакета документов	01 месяц
Внесение в госреестр, постановка на учет в административных и налоговых органах	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Подбор местоположения и оформление документации	Предварительные работы	01 месяц
Заказ интернет-сайта, оплата хостинга, скриптов и т.п.	Предварительные работы	01 месяц
Покупка оборудования	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Установка оборудования	Получение инвестиционных средств	1-30 календарных дней
Найм персонала	Производственная деятельность	1-30 календарных дней
Обучение персонала	Окончание этапа организации производственного процесса	1-30 календарных дней
Проведение маркетинговой компании	360 календарных дней	1-360 календарных дней
Окончание проекта		12 месяц – 24 месяц

Анализ аудитории сектора «товары и услуги» в Рунете



Оборот интернет-магазинов и рынок торговли по каталогам в РФ, 2006-2014 гг.



Кассовый аппарат Элвес-Микро



ЭЛВЕС-МК — обновленная версия кассового аппарата ЭЛВЕС-МИКРО К.

ЭЛВЕС МК, поступающая от производителя не снабжена блоком ЭКЛЗ. (можно купить модель ЭЛВЕС МК без блока ЭКЛЗ) Как и прежде, кассовый аппарат имеет малые габариты и компактный размер. Надежная электроника проверена временем. Она уже использовалась в предыдущей кассе этой модели - Элвес Микро К. Так что в итоге получилась действительно стильная и при этом весьма эргономичная касса. Сфера применения значительно расширилась. Такой кассовый аппарат теперь можно установить не только в палатках на рынке, но и в магазинах и бутиках.

Специалисты «ШТРИХ-М» приложили усилия для создания надежного и долговечного печатающего механизма. Использовали японскую термоголовку от фирмы РОНМ. Теперь ее ресурс рассчитан на 1250 тысяч чеков. ЖК дисплей этой модели кассового аппарата стабильно работает при температуре -20°C.

Принтер Samsung ML-1641



Метод печати: Лазерный	Расходные материалы
Цветность печати: Чёрно-белая	Плотность бумаги 60-163 г/м ²
Максимальный формат печати: А4	Печать на: карточках, пленках, этикетках, глянцевой бумаге, конвертах, матовой бумаге. Ресурс ч/б картриджа/тонера 1500 страниц
Встроенная память: 8 Мб	Количество картриджей 1
Подключение через USB-интерфейс: Есть	Шрифты и языки управления
Скорость ч/б печати: 16 стр./мин (ч/б А4)	Поддержка PostScript нет
Лоток подачи бумаги: 150	Лотки
Лоток приёма бумаги: 100	Подача бумаги 150 лист. (стандартная)
Время выхода первой страницы: 10 секунд	Вывод бумаги 100 лист. (стандартный)
Ресурс аппарата: 264 л	Память/Процессор
Разрешение: 1200x600 dpi	Объем памяти 8 Мб
Габариты (В * Ш * Г): (ШхВхГ) 353x209x298 мм	Процессор Samsung
Гарантия: 1 год	Частота процессора 150 МГц
Цвет: Белый	Интерфейсы
Общие характеристики	Интерфейсы USB 2.0
Устройство принтер	Дополнительная информация
Тип печати черно-белая	Поддержка ОС Windows, Linux, Mac OS
Технология печати лазерная	Минимальные системные требования Intel Pentium + 32 Mb RAM
Размещение настольный	Уровень шума при работе 50 дБ
Область применения персональный	Уровень шума в режиме ожидания 26 дБ
Количество страниц в месяц 5000	Габариты (ШхВхГ) 353x209x298 мм
Принтер	Вес 5.7 кг
Максимальный формат А4	
Максимальное разрешение для ч/б печати 1200x600 dpi	
Скорость печати 16 стр./мин (ч/б А4)	
Время выхода первого отпечатка 10 с (ч/б)	

Персональный компьютер ACER



Компьютер ACER Power 2000 Intel Celeron 352 3.2GHz, 533MHz, 512Mb, 80Gb SATA, GMA 3000, combo, Geth, SS(1x2)b, Linux

Тип процессора:	Intel Celeron
HDD :	80Gb
Объем RAM :	512Mb

Автомобиль для организации доставки товаров клиентам



LADA (BA3) Largus, универсал

Тип кузова:	Универсал
Длина:	4470 мм
Ширина:	1750 мм
Высота:	1636 мм
Количество дверей:	5
Количество мест:	5-7
Объем багажника:	135-560 л

Таблица 16

Расходы проекта (в руб.)

Наименование статьи расходов	Стоимость				
	Кол-во (шт)	в месяц	в год	Единовременная покупка	Итого расходы в год
Аренда помещения	20 кв м	92000	1104000	184000	184000
Покупка офисной мебели	1			45000	45000
Приобретение оргтехники и компьютерного оборудования	1			149680	149680
Приобретение автотранспорта	1			463000	463000
Организационные расходы	1			26300	26300
Разработка интернет-сайта	1			120000	120000
Постоянные затраты на оплату телефона, Интернета, канц.товары, коммунальные платежи)	1	18000	216000		216000
Покупка домена и хостинга остоянные затраты на интернет-рекламу	12	8000	96000		96000
Зарплата	12	288120	3457440		3457440
- в т.ч. налоги	12	92120	1105440		1105440
Непредвиденные расходы				98798	98798
Итого:		406120	4873440	1086778	4856218