



**Intesco  
Research  
Group**

# БИЗНЕС-ПЛАН ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ – 2013



МОСКВА 2013

## ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана интернет-магазина бытовой техники и электроники проведена на основе одного из реально осуществленных проектов аналитической группы Intesco Research Group. Бизнес-план подготовлен по международному стандарту UNIDO.

### Цели проекта:

- привлечение инвестиционных средств для открытия интернет-магазина бытовой техники и электроники;
- обоснование экономической эффективности открытия интернет-магазина бытовой техники и электроники;
- разработка поэтапного плана создания и развития интернет-магазина бытовой техники и электроники.

### Описание проекта:

- месторасположение - ЮАО города Москвы;
- режим работы: 12-тичасовой график, с 10:00 до 22:00, ежедневно;
- целевая аудитория: покупатели со средним уровнем дохода;
- общая площадь - \*\*\* кв. м.;
- наценка \*\*\*%.

### Статьи дохода:

- крупная бытовая техника;
- мелкая бытовая техника;
- электроника.

### Услуги:

- заказа бытовой техники по Интернету,
- доставки товара до двери,
- резервирование бытовой техники,
- самовывоз товара.

**Помещения:**

офисное помещение – \*\*\* кв. м.;

складские помещения – \*\*\* кв. м.

**Средняя стоимость на товары основных категорий:**

крупная бытовая техника – \*\*\* тыс. руб.;

мелкая бытовая техника – \*\*\* тыс. руб.;

электроника – \*\*\* тыс. руб.

*Таблица. Инвестиционные затраты по проекту интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.*

Инвестиции	Стоимость, тыс. руб.	1 кв.
<b>Оборудование</b>	***	***
<b>Разрешительные документы</b>	***	***
Регистрация ЮЛ	***	***
Заклучения СЭС	***	***
Заклучения пожарной службы	***	***
Регистрация ККМ	***	***
Подбор помещения	***	***
<b>Разработка сайта</b>	***	***
<b>Первоначальная реклама</b>	***	***
<b>Инвестиции в формирование первоначальных товарных запасов</b>	***	***
<b>Оборотные средства</b>	***	***
<b>Инвестиции:</b>	***	***

*Таблица. Параметры текущих затрат интернет-магазина бытовой техники и электроники*

параметры затрат интернет магазина бытовой техники и электроники	значение	единица измерения
<b>постоянные расходы</b>		
Аренда помещения	***	тыс. руб. /кв.
Коммунальные услуги	***	тыс. руб. /кв.
>электроэнергия	***	тыс. руб.
>водоснабжение и водоотведение	***	тыс. руб.
>теплоснабжение	***	тыс. руб.
	***	
Услуги связи и Интернет	***	тыс. руб./кв.
Развитие сайта	***	тыс. руб. /кв.
Расходы на заработную плату (с начислениями)	***	тыс. руб. /кв.
<b>переменные расходы</b>		

параметры затрат интернет магазина бытовой техники и электроники	значение	единица измерения
Общехозяйственные расходы	***%	от выручки
Коммерческие расходы	***%	от выручки
Расходы на доставку товара	***	тыс. руб./доставка
Расходы на закупку товара		
наценка на продукцию	***%	от изначальной стоимости

Таблица. Динамика поступлений интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

ДОХОДЫ ОТ ПРОДАЖ	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	5 кв.	6 кв.	7 кв.	8 кв.	9 кв.	10 кв.
Крупная бытовая техника	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Мелкая бытовая техника	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Электроника	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
<b>= Итого</b>	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

и т.д.

#### Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений – **36 645 тыс. руб.**

Чистый доход (NCF) - \*\*\* млн.руб.

Чистый дисконтированный доход (NPV) - \*\*\* млн.руб.

Простой срок окупаемости (PB) - \*\*\* кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **6,55 года**

Индекс прибыльности (PI) - \*\*\* ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - \*\*\* %

Точка безубыточности (BEP) - \*\*\* млн.руб. / квартал

**Выдержки из исследования:**

В 1 кв. 2013г. объем розничных продаж бытовых электроприборов (кухонные комбайны, кофеварки, чайники, электрогрили и т.д.) в России составил 67,9 млрд руб., что на 16,4% больше чем в аналогичном периоде годом ранее.

Больше всего стиральных машин покупается в Центральном ФО, за 1 кв. 2013 года объем продаж составил 4,4 млрд руб. На второй позиции находился Приволжский округ, с показателем 2,9 млрд руб.

В Москве в 1 кв. 2013 года было продано аудио- и видеоаппаратуры на сумму 10,3 млрд руб. В 2,8 раза меньше была выручка от продажи продукции данного сегмента в Тюменской области (3,7 млрд руб.).

В 2012 году объем рынка интернет торговли в России вырос на 36% относительно 2011-го и составил 350,6 млрд. руб.

В структуре объема рынка интернет-торговли наибольшая доля приходится на категорию «Электроника и бытовая техника» - 22%, или 76,5 млрд. руб. Вторым по величине в 2012 году стал сегмент \*\*\*....

Из пяти крупнейших категорий по обороту наибольшее количество заказов в сутки приходится на одежду и обувь – 53,2 тысячи заказов. Электронику и бытовую технику заказывали с интенсивностью 23,8 тысяч заказов в сутки.

В 2012 году из 30 крупнейших по объему оборота интернет магазинов 10 занимаются продажей электроники и бытовой техники. Ozon.ru возглавляет рейтинг с оборотом 7,6 млрд. руб. Так же крупными продавцами категории «Электроника и бытовая техника» являются такие магазины как ...

Более 33% поискового спроса на телевизоры в интернет-магазинах обеспечивают жители Москвы, около 9% - жители северной столицы. Екатеринбургские жители формируют \*\*\*% от общего количества запросов

Наибольшие вложения потребуются для формирования товарных запасов на складе (82%) и приобретения оборудования (16%). На остальные затраты приходится в совокупности около 2%.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Цели проекта
- 1.2. Расчетный период проекта
- 1.3. Стоимость реализации проекта
- 1.4. Источники финансирования проекта
- 1.5. Показатели эффективности проекта

### 2. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

### 3. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 3.1. Концепция интернет-магазина
- 3.2. Спектр услуг интернет-магазина
- 3.3. Схема работы интернет-магазина
- 3.4. Разрешительная документация для открытия интернет-магазина

### 4. АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Объем рынка бытовой техники и электроники
- 4.2. Розничная продажа бытовой техники и электроники в отдельных сегментах  
*Мобильные телефоны*
- 4.3. Обзор рынка интернет торговли (в целом)  
*Структура российского рынка интернет-торговли*
- 4.4. Анализ конкурентной интернет-магазинов бытовой техники и электроники
- 4.5. Анализ спроса на бытовую технику и электронику в интернет-магазинах  
*Цифровая техника*  
*Компьютерная техника*  
*Бытовая техника*

### 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Состав персонала
- 5.2. Должностные обязанности сотрудников

### 6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

- 6.1. Ценовая политика
- 6.2. Рекламная стратегия  
*Каналы продаж бытовой техники и электроники*
- 6.3. Клиенты  
*Ключевые факторы выбора магазина бытовой техники и электроники*

### 7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 7.1. Расположение складских площадей
- 7.2. Аренда / Строительство зданий и сооружений
- 7.3. Структура использования площадей
- 7.4. Необходимое оборудование
- 7.5. Объемы оказываемых услуг
- 7.6. График реализации проекта

## **8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

- 8.1. Первоначальные вложения в проект
  - Динамика инвестиционных вложений*
  - Направления инвестиционных вложений*
- 8.2. Доходы интернет-магазина
- 8.3. Расходы интернет-магазина
- 8.4. Система налогообложения
- 8.5. Отчет о прибылях и убытках
- 8.6. Отчет о движении денежных средств
- 8.7. Бухгалтерский баланс

## **9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

- 9.1. Методика оценки эффективности проекта
- 9.2. Чистый доход (NCF)
- 9.3. Чистый дисконтированный доход (NPV)
- 9.4. Срок окупаемости (PB)
- 9.5. Дисконтированный срок окупаемости (DPB)
- 9.6. Индекс прибыльности (PI)
- 9.7. Внутренняя норма доходности (IRR)

## **10. АНАЛИЗ РИСКОВ ПО ПРОЕКТУ**

- 10.1. Качественный анализ рисков
- 10.2. Анализ чувствительности проекта
- 10.3. Точка безубыточности проекта

## **ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА**

### **ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP**

## СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

### Список графиков:

График 1. Динамика объема выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой в 2006 – 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 2. Динамика объема выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой по кварталам в РФ в 2006 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 3. Динамика розничных продаж холодильников и морозильников в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 4. Динамика розничных продаж холодильников и морозильников по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 5. Динамика розничных продаж бытовых электротоваров в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 6. Динамика розничных продаж бытовых электротоваров по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 7. Динамика розничных продаж стиральных машин в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 8. Динамика розничных продаж стиральных машин по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 9. Динамика розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 10. Динамика розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 11. Динамика розничных продаж телевизоров в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 12. Динамика розничных продаж телевизоров по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 13. Динамика розничных продаж компьютеров в полной комплектации в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 14. Динамика розничных продаж компьютеров в полной комплектации по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 15. Динамика розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров в России в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

График 16. Динамика розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров по кварталам в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

График 17. Динамика розничных продаж мобильных телефонов в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 18. Динамика розничных продаж мобильных телефонов по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 19. Динамика объема рынка интернет торговли в 2011-2012 гг., млрд руб.

График 20. Количество заказов в сутки по категориям в 2012 г., тыс. заказов

График 21. Изменение объема оборота относительно 2011 года по категориям в 2012 г., %

График 22. Динамика спроса на интернет-магазины крупнейших ритейлеров бытовой техники в 2012 году, показов

График 23. Динамика российского спроса на интернет-магазины фотоаппаратов по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 24. Динамика российского спроса на интернет-магазины видеокамер по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 25. Динамика российского спроса на интернет-магазины телевизоров по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 26. Динамика российского спроса на компьютерные интернет-магазины по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 27. Динамика российского спроса на интернет-магазины бытовой техники по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 28. Динамика российского спроса на интернет магазины холодильников по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 29. Динамика российского спроса на интернет магазины стиральных машин по месяцам с июля 2011 по июнь 2013 гг., показов

График 30. Факторы, влияющие на выбор магазина бытовой техники и электроники в субъектах РФ, %

График 31. Загрузка интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

График 32. Динамика количества клиентов по видам поступлений интернет-магазина бытовой техники и электроники, чел.

График 33. Динамика инвестиционных вложений в проект интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 34. Динамика выручки интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 35. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 36. Динамика чистой прибыли интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 37. Движение денежных потоков интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 38. Остаток денежных средств на счету интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 39. Чистый доход (NCF) интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 40. Чистый дисконтированный доход (NPV) интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 41. Влияние уровня цен на NCF, % от уровня цен

График 42. Влияние уровня цен на NPV, % от уровня цен

График 43. Влияние уровня цен на PV, % от уровня цен

График 44. Влияние уровня цен на DPV, % от уровня цен

График 45. Влияние уровня цен на PI, % от уровня цен

График 46. Влияние уровня цен на IRR, % от уровня цен

График 47. Точка безубыточности интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

### Список диаграмм:

Диаграмма 1. Структура объема рынка интернет торговли в 2012 г., %(млрд. руб.)

Диаграмма 2. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины фотоаппаратов по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 3. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины видеокамер по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 4. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины телевизоров по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 5. Структура спроса российских пользователей на компьютерные интернет-магазины по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 6. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины бытовой техники по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 7. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины холодильников по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 8. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины стиральных машин по крупнейшим городам в июле 2013 года, %

Диаграмма 9. Структура ФОТ по видам персонала интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 10. Структура использования площадей интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 11. Структура затрат на оборудование для интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 12. Структура инвестиционных вложений в проект интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 13. Структура выручки по видам поступлений интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 14. Структура текущих расходов интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 15. Структура себестоимости услуг интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 16. Структура налоговых выплат интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

#### **Список схем:**

Схема 1. Структура российского рынка интернет-торговли

Схема 2. Основные каналы продаж бытовой техники и электроники

#### **Список таблиц:**

Таблица 1. Параметры проекта

Таблица 2. Показатели эффективности проекта

Таблица 3. Объем выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой по регионам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 4. Объемы розничных продаж холодильников и морозильников по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 5. Объемы розничных продаж бытовых электротоваров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 6. Объемы розничных продаж стиральных машин по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 7. Объемы розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 8. Объемы розничных продаж телевизоров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 9. Объемы розничных продаж компьютеров в полной комплектации по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 10. Объемы розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 11. Объемы розничных продаж мобильных телефонов по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 12. Рейтинг 30 крупнейших интернет магазинов по объему оборота, млрд. руб.

Таблица 13. Персонал интернет-магазина бытовой техники и электроники

Таблица 14. Площади помещений интернет-магазина бытовой техники и электроники, кв. м.

Таблица 15. Оборудование для интернет-магазина бытовой техники и электроники

Таблица 16. Средние цены на категории товаров интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс.руб.

Таблица 17. Параметры поступлений интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

Таблица 18. Инвестиционные затраты по проекту интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

Таблица 19. Динамика поступлений интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

Таблица 20. Стоимость аренды помещения для интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

Таблица 21. Параметры текущих затрат интернет-магазина бытовой техники и электроники

Таблица 22. Налоговые выплаты интернет-магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.

Таблица 24. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.

Таблица 25. Бухгалтерский баланс, тыс. руб.

Таблица 26. Расчет эффективности инвестиционного проекта, тыс. руб.

Таблица 27. Показатели эффективности проекта

Таблица 28. Расчет точки безубыточности интернет-магазина бытовой техники и электроники, %

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

**INTESCO RESEARCH GROUP** – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭУ им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозировании.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», «Forbes», «Russian Food Market», «Food Service», «РБК daily», «Ценовик», «Мое дело. Магазин», «МАХИМ» «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Unipack.Ru» и пр.

## НАШИ КЛИЕНТЫ



**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ  
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ**

Е-mail: [info@i-plan.ru](mailto:info@i-plan.ru)

Сайт: [www.i-plan.ru](http://www.i-plan.ru)

Тел.: +7 (495) 645-97-22