



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН ПРОДУКТОВОГО ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА – 2014 (с финансовой моделью)



МОСКВА 2014

ОПИСАНИЕ

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

К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel.

Для того чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно изменить базовые показатели в финансовой модели.

Сервис, используемый в модели, настолько прост и удобен, что позволяет любому человеку без финансового образования успешно провести расчеты под собственный проект.

Финансовая модель построена таким образом, что позволяет моментально наблюдать изменение показателей эффективности проекта.

Благодаря гибкости финансовой модели, возможна адаптация данного бизнес-плана под новый проект в любом регионе России.

Цели проекта:

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

Описание проекта

- месторасположение - г. Москва;
- режим работы: ежедневно, с 8:00 до 20:00 часов;
- целевая аудитория - пользователи различных возрастных групп;
- суммарная площадь помещений интернет-магазина составляет **4 203 кв.м.**;
- стоимость доставки курьером - 300 руб., партнерские службы доставки по России.

Заказы будут приниматься в виде:

- заявок через сайт магазина;
- заявок по телефону менеджерам по продажам.

Услуги:

заказ продукции по Интернету,
доставка товара до двери,
самовывоза продукции.

Статьи дохода:

продукты питания; хозяйственные товары;
товары для детей; газеты и журналы;
товары для животных; услуги доставки.
косметика и гигиена;

Средний чек:

продукты питания – *** руб.;
товары для детей – *** руб.;
товары для животных – *** руб.;
косметика и гигиена – *** руб.;
хозяйственные товары – *** руб.;
газеты и журналы *** руб..

Площади:

офисные помещения – *** кв.м.;
торговый зал (площадь под товар, проходы и кассы) – *** кв.м.;
склад – *** кв.м.

Служба доставки:

5 фирменных автомобилей;
27 сотрудников (*** водителей, ***
курьеров);
индивидуальное обслуживание
(вскрытие пакета при клиенте).

Режимы доставки:

в день оформления заказа (для этого
необходимо оформить заказ до 17:00
часов);
на следующий день после оформления
заказа.

Таблица. Инвестиционные затраты по проекту интернет-магазина, тыс. руб.

Инвестиции	Стоимость, тыс. руб.	1 год	
		1 кв.	2 кв.
Разрешительные документы			
Регистрация ЮЛ			
Заключения СЭС			
Заключения пожарной службы			
Регистрация ККМ			
Подбор помещения			
Ремонт, отделка, перепланировка помещения			
Вентиляция			
Оборудование для интернет-магазина			

Инвестиции	Стоимость, тыс. руб.	1 год	
		1 кв.	2 кв.
Разработка сайта			
Первоначальная реклама			
Оборотные средства			
ИТОГО:			
ИТОГО с накоплением:			

Таблица. Параметры текущих затрат интернет-магазина

Статья текущих затрат	Значение	Единица измерения
Постоянные расходы		
Аренда помещения		тыс.руб. в квартал
Коммунальные расходы		тыс.руб. в квартал
Услуги связи и Интернет		тыс.руб. в квартал
Развитие сайта		тыс.руб. в квартал
Расходы на заработную плату (с начислениями)		тыс.руб. в квартал
Система охранно-пожарной сигнализации		тыс.руб. в квартал
Переменные расходы		
Закупка продукции у поставщиков		
Наценка на продукты питания		от изначальной стоимости
Наценка на товары для детей		от изначальной стоимости
Наценка на товары для животных		от изначальной стоимости
Наценка на косметические товары		от изначальной стоимости
Наценка на хозяйственные товары		от изначальной стоимости
Наценка на газеты и журналы		от изначальной стоимости
Наценка на услуги доставки		от изначальной стоимости
Потери в связи с порчей продукции		от выручки
Коммерческие расходы		от выручки
Общехозяйственные расходы		от выручки

Финансовые показатели проекта:Объем первоначальных вложений - **76,741 млн. руб.**

Чистый доход (NCF) - *** млн руб.

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

Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **3,25 года**

Индекс прибыльности (PI) - *** ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %

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

Выдержки из исследования:

Цены на продукты питания опередили инфляцию и выросли на 9,9% в 2013 г. Стоимость минимального набора продуктов питания, входящих в прожиточный минимум россиян, за декабрь 2013 г. выросла в среднем по России на ****% и составила к концу месяца ***рубля на человека в месяц. Темпы подорожания минимального набора продуктов питания также в 1,5 раза опередили инфляцию за 2013 г.

Доля Центрального федерального округа в российской структуре оборота розничной торговли составляла в 2013 г. ****% (***млрд руб.). Одновременно с этим доля Москвы в общероссийской структуре равна ****%.

Без учета алкогольных напитков (в т.ч. пива) в структуре оборота розничной торговли в России в 2013 г. долю в ****% занимало мясо и продукция из него. На втором месте рыба (11%), далее кондитерские изделия (****%). Затем шли цельномолочная продукция (9%), свежие фрукты и овощи (по ****%).

Лидирующую позицию в структуре запасов в организациях розничной торговли столицы в 2013г. занимала верхняя одежда – ****% или *** млрд руб. На втором месте была отмечена категория «кожаная обувь» с долей 8% (*** млрд руб.). Тройку лидеров замыкали косметические и парфюмерные товары – ****% в структуре (13,4 млрд руб.).

Динамика московского спроса на интернет-магазины в 2012-2013 гг. была положительна. Число запросов в поисковой системе «Яндекс» в апреле 2014 г. (*** тыс. раз) более чем в 2 раза превысило уровень апреля 2012 г. (*** тыс. раз). При этом важно отметить сезонность спроса: наибольший показатель достигается в предновогодний период, наименьший же уровень фиксируется в июне каждого года.

Спрос же на интернет-магазины продуктов в Москве в 2012-2014 гг. хоть и имеет положительный тренд, но Так, наиболее высокие значения фиксировались в декабре-апреле 2012-2013 гг., после чего произошел спад показателя.

Крупнейшую долю в структуре спроса на специализированные интернет-магазины продуктов питания в апреле 2014 г. занимали фермерские продукты – более ****% запросов по специализированным интернет-магазинам. Далее доля в ****% принадлежала запросам на продукты из Италии. На третьем месте по запросам белорусские продукты – 10,4%. Следующий крупный пласт – это продукты с Востока: Корея (****%), Китай (****%) и Япония (5,6%).

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. Анализ российского рынка розничной торговли

Конъюнктура рынка и деловая активность

Ключевые показатели отрасли

Оборот розничной торговли

Ассортиментная структура

Продовольственные товары

Товарные запасы

Торговые наценки. Система расчетов

4.2. Анализ российского рынка интернет-торговли

По товарным категориям

По способам доставки

По способам оплаты

Факторы рынка интернет-торговли продуктами питания

4.3. Конкуренция на рынке торговли продуктами питания

Торговые сети на рынке продуктового ритейла

Крупнейшие игроки на рынке интернет-торговли продуктами питания

Интернет-магазин продуктов «Утконос»

Интернет-магазин «Служба 77»

Интернет-магазин «Продукторг»

Интернет-магазин продуктов «Корзинка»

Прочие продуктовые интернет-магазины

Анализ цен в продуктовых интернет-магазинах

4.4. Государственное регулирование розничной торговли

Ценовое регулирование

Защита потребителей

4.5. Тенденции интернет-торговли

4.6. Потребительские предпочтения

Особенности поведения потребителей

Предпочтения при выборе мест покупки в интернете

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Состав персонала

5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

6.1. Ценовая политика

6.2. Рекламная стратегия

6.3. Клиенты

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

7.1. Расположение интернет-магазина

7.2. Аренда помещения

7.3. Структура использования площадей

7.4. Необходимое оборудование

7.5. Объемы предоставляемых 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

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Динамика оценок изменения прибыли в организациях розничной торговли

График 2. Динамика оценок изменения уровня обеспеченности собственными финансовыми ресурсами в организациях розничной торговли

График 3. Динамика оборота розничной торговли в Москве и России в целом в 2009-2013 гг, млрд руб.

График 4. Динамика оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами в Москве в 2009-2013 гг., млрд руб.

График 5. Динамика оценок изменения количества заказов на поставку товаров в организациях розничной торговли

График 6. Динамика оценок изменения объема продаж в натуральном выражении и товарооборота в организациях розничной торговли

График 7. Динамика оценок изменения ассортимента товаров в организациях розничной торговли

График 8. Динамика товарных запасов в организациях розничной торговли на конец отчетного месяца в РФ в 2010 - март 2014 гг., млрд руб.

График 9. Распределение организаций розничной торговли по видам расчетов с поставщиками в I квартале 2014 г.

График 10. Динамика спроса на интернет-магазины в г. Москва в апреле 2012 - марте 2014 гг., раз

График 11. Динамика спроса на интернет-магазины продуктов в г. Москва в апреле 2012 - марте 2014 гг., раз

График 12. Объем российского рынка интернет-торговли по товарам в 2013 г., млрд руб.

График 13. Оборот розничной торговли розничных торговых сетей к общему обороту розничной торговли в Москве и России в целом, %

График 14. Динамика спроса на продукцию интернет-магазина "Утконос" в г. Москва по месяцам в апреле 2012 - марте 2014 гг., показов

График 15. Динамика спроса на продукцию интернет-магазина "Служба 77" в г. Москва по месяцам в мае 2012- марте 2014 гг., показов

График 16. Динамика спроса на продукцию интернет-магазина "Продукторг" в г. Москва по месяцам в мае 2012- марте 2014 гг., показов

График 17. Динамика спроса на продукцию интернет -магазина "Корзинка" в г. Москва по месяцам в мае 2012- марте 2014 гг., показов

График 18 Динамика загрузки интернет-магазина, %

График 19. Динамика количества клиентов интернет-магазина по видам услуг, ед.

График 20. Динамика инвестиционных вложений в проект интернет-магазина, тыс. руб.

График 21. Динамика выручки интернет-магазина, тыс. руб.

График 22. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения интернет-магазина, тыс. руб.

График 23. Динамика чистой прибыли интернет-магазина, тыс. руб.

График 24. Движение денежных потоков интернет-магазина, тыс. руб.

График 25. Остаток денежных средств на счету интернет-магазина, тыс. руб.

График 26. Чистый доход (NCF) интернет-магазина, тыс. руб.

График 27. Чистый дисконтированный доход (NPV) интернет-магазина, тыс. руб.

График 28. Влияние уровня цен на NCF, % от уровня цен

График 29. Влияние уровня цен на NPV, % от уровня цен

График 30. Влияние уровня цен на PB, % от уровня цен

График 31. Влияние уровня цен на DPB, % от уровня цен

График 32. Влияние уровня цен на PI, % от уровня цен

График 33. Влияние уровня цен на IRR, % от уровня цен

График 34. Точка безубыточности интернет-магазина, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Структура стоимости минимального набора продуктов питания в расчете на одного человека в месяц в России в 2012 и 2013 гг., %

Диаграмма 2. Товарная структура оборота розничной торговли продовольственной продукцией в 2013 г., %

Диаграмма 3. Уровень использования Интернета в России как источника информации и способа осуществления покупки по различным товарным группам в 2013 г.

Диаграмма 4. Структура продаж в интернет-магазинах по товарам (без услуг) в России в 2013 г., %

Диаграмма 5. Доли оборота интернет-торговли по сегментам товаров, приходящиеся на большие, средние, малые и микро-магазины в 2013 г.

Диаграмма 6. Структура спроса на специализированные интернет-магазины в Москве в апреле 2014 г., %

Диаграмма 7. Структура интернет-продаж товаров по способам доставки в 2013 г., %

Диаграмма 8. Структура интернет-продажи по способам оплаты товаров в 2013 г., %

Диаграмма 9. Причины отказа от покупки товаров в сети Интернет, % ответов

Диаграмма 10. Предпочтения пользователей при выборе мест покупки в интернете в 2010 г., %

Диаграмма 11. Структура ФОТ персонала интернет-магазина, %

Диаграмма 12. Структура использования площадей интернет-магазина, %

Диаграмма 13. Структура затрат на оборудование для интернет-магазина, %

Диаграмма 14. Структура инвестиционных вложений в проект, %

Диаграмма 15. Структура выручки интернет-магазина по видам услуг, %

Диаграмма 16. Структура текущих расходов интернет-магазина, %

Диаграмма 17. Структура себестоимости услуг интернет-магазина, %

Диаграмма 18. Структура налоговых выплат интернет-магазина, %

Список таблиц:

Таблица 1. Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле в Москве в 2011 - 1 кв. 2014 гг., %

Таблица 2. Динамика оценок основных показателей деятельности организаций розничной торговли 2013 – 1 кв. 2014 гг., %

Таблица 3. Оборот розничной торговли в субъектах Центрального федерального округа и России в целом в 2008-2013 гг., млн руб.

Таблица 4. Оборот розничной торговли продуктами питания на душу населения в 2010-2013 гг., руб./год

Таблица 5. Объемы розничной продажи основных категорий товаров в Москве в 2013 г., тыс. руб.

Таблица 6. Объемы товарных запасов в организациях розничной торговли на конец отчетного месяца в регионах ЦФО в ноябре 2013 - марте 2014 гг., млн руб.

Таблица 7. Запасы основных товаров в организациях розничной торговли в Москве на конец отчетного периода в 2011-2013 гг., тыс. руб.

Таблица 8. Объем российского рынка интернет-торговли по категориям товаров в 2012- 2013 гг., млрд руб.

Таблица 9. Скорость загрузки сайтов, посещаемость, просмотр страниц, Яндекс тИЦ и Google PageRank по различным интернет-магазинам в июне 2014 г.

Таблица 10. Сравнительный анализ цен в продуктовых интернет-магазинах Москвы в июне 2014 г.

Таблица 11. Персонал интернет-магазина, чел.

Таблица 12. Площади помещений интернет-магазина, кв. м.

Таблица 13. Оборудование для интернет-магазина

Таблица 14. Количество заказов в квартал

Таблица 15. Средние цены на категории товаров интернет-магазина, тыс.руб.

Таблица 16. Наценка на категории товаров интернет-магазина, %

Таблица 17. Инвестиционные затраты по проекту интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 18. Динамика поступлений интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 19. Стоимость аренды помещения для интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 20. Параметры текущих затрат интернет-магазина

Таблица 21. Налоговые выплаты интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 23. Отчет о движении денежных средств интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 24. Бухгалтерский баланс интернет-магазина, тыс. руб.

Таблица 25. Расчет эффективности инвестиционного проекта, тыс. руб.

Таблица 26. Показатели эффективности проекта интернет-магазина

Таблица 27. Расчет точки безубыточности интернет-магазина, %

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, РЭА 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», «MAXIM» «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

Сайт: www.i-plan.ru

Тел.: +7 (495) 212-91-91