Роботу виконав:

Студент 3 курса,

Група ТУ-17-1

Смовж Андрій

На тему: Бізнес-план інтернет-магазину

1. Короткий інвестиційний меморандум

На сьогоднішній день Інтернет-торгівля (e-commerce) у всьому світі, а також в Україні демонструє високі темпи зростання. Додатковий стимул для відкриття інтернет-магазину створює падіння платоспроможності клієнтів. В результаті більшість споживачів шукають кращу пропозицію в Інтернеті. Це відбивається на терміну окупності проекту, який становить 10 міс. Точка беззбитковості становить 3 міс.

Також для відкриття магазину потрібні співробітники. Загальна чисельність при відкритті складе 4 людини. Також для розміщення товару та оперативної доставки потрібно складське (офісне) приміщення 50 м2.

Бізнес-план складено з розрахунку 120 продажів в місяць. З них 60% складають продажі всередині вашого міста, 40% в інших регіонах. Даний бізнес не володіє вираженою сезонністю. Середня вартість одного продажу становить 2 825 грн. Враховуючи зростання Інтернет-торгівлі і високий попит на даний вид товару, проект має позитивні фінансові показники проекту:

Сума початкових інвестицій 250 000 грн.

Строк окупності 10 міс.

Точка беззбитковості 3 міс.

Рентабельність продажу 26%

2. Опис бізнесу, продукту або послуги

В даний час все більша кількість людей купують продукцію в інтернет-магазинах. Причинами є низькі ціни, зручність і можливість отримати своє замовлення вдома. Тепер досить часто покупець приходить в офлайн магазин щоб оглянути товар «наживо» і потім вже замовляє його в інтернет-магазині.

Основним завданням при відкритті інтернет-магазину є створення функціонального сайту, а також організація швидкої доставки клієнту. Для створення сайту можна найняти грамотних фахівців, або створити посадкову сторінку на різних платформах (Платформа LP, InSales та ін). Для швидкої доставки необхідно укласти договір з кур'єрською службою або знайти кур'єрів на аутсорсингу. В якості платформи пошуку курьерсов можна використовувати безкоштовні дошки оголошень.

В даному бізнес-плані розглянемо інтернет-магазин з продажу чоловічих шкіряних сумок. Їх можна здійснювати закупівлю:

• у Китаї

• у оптових постачальників в Україні

• в приватних майстернях шкіряних виробів

• шукати нових виробників в Україні

Найбільш вигідним є закупівля товару в Китаї, але і найбільш ризикований. Також можна розглянути варіант роботи по системі дропшиппинг з постачальниками, що дозволить знизити витрати на приміщення.

Крім створення інфраструктури необхідно вивчити законодавчу базу, яка регламентує Інтернет-торгівлю. Це дозволить знизити ризик штрафів з боку податкових органів та інших служб.

Основними документами є:

• Цивільним кодексом;

• Закон «ПРО захист прав споживачів»

• 38-ФЗ «ПРО рекламу»

• ФЗ «Про основи державного регулювання торговельної діяльності »

• Постанова Уряду «Про затвердження Правил продажу товарів дистанційним способом»

3. Опис ринку збуту

При зростанні попиту на Інтернет-торгівлю і збільшення конкуренції необхідно постійно проводити моніторинг ринку. Це дозволить визначити основні регіони збуту і ефективно налаштувати рекламну компанію.

Основним ринком збуту є Україна. Можна працювати як усередині міста, так і відправляти замовлення в інші регіони.

Варто відзначити, що зараз на ринку існує дефіцит якісних аксесуарів для чоловіків в середньому ціновому сегменті. Більшість конкурентів пропонують продукцію з шкіри низької якості.

Ціновий сегмент продукції середній, клієнтами є люди у віці від 21 до 50 років.

В цілях збільшення прибутку можна додати офлайн продаж. Наприклад, укласти угоду про співпрацю з роздрібними магазинами з продажу одягу або взуття для чоловіків.

Ключовим фактором, що визначає успіх інтернет-магазину чоловічих шкіряних сумок є якість продукції, а також можливість зручної і швидкої доставки.

Дотримуючись дані вимоги, компанія зможе збільшити частку ринку, репутацію, а також підвищить лояльність з боку клієнтів.

4. Продаж та маркетинг

Рекламна кампанія є вирішальним фактором визначальним фінансовий аспект проекту. Тому для отримання кращих результатів необхідно найняти досвідченого інтернет-маркетолога, а також отримати початкові знання самостійно.

Обов'язково зробіть якісні фото - і відеоматеріали вашої продукції для сайту.

Основними джерелами залучення клієнтів є:

• Соціальні мережі

• Контекстна і таргетована реклама

• Безкоштовні дошки оголошень

Маркетингову кампанію необхідно починати з соціальних мереж (Instagram, Vkontakte). Facebook менш орієнтований на українському ринку, тому основна увага до перших двох майданчиків. Створіть сторінки свого інтернет-магазину і починайте залучати передплатників. Обов'язково збирайте відгуки від клієнтів, це в подальшому знизить ваші витрати на рекламу, так як ім'я магазину буде «працювати» на вас.

Також розміщуйте банери на сайтах з чоловічому одязі або стилю з допомогою таргетованої і контекстної реклами Яндекс. Директ, Google Adwords).

В якості рекламних майданчиків можна використовувати рекламні дошки оголошень (напр. Avito, Дзига або ін.), реклама в ЗМІ, ділових і професійних журналах.

5. План виробництва

Загальний план відкриття інтернет-магазину поетапно:

• Пошук офісного приміщення

• Реєстрація юридичної особи — ІП

• Укладення договору оренди і закупівля товару

• Придбання касового апарату та реєстрація в податковій службі

• Підбір і навчання персоналу

• Залучення клієнтів та початок роботи.

Відкриття ІП (47.91.2 роздрібна Торгівля, здійснювана безпосередньо за допомогою). Постановка на податковий облік в податковій службі. Оптимальна система оподаткування — УСН (оподатковувана база «доходи»).

Після реєстрація юридичної особи, відкрийте рахунок у банку, придбайте касовий апарат. Також налаштуйте систему экваиринга на вашому сайті для оплати.

Наступним кроком є закупівля товару і оренда приміщення для складу. Перш ніж купувати товар запитайте у постачальника зразки продукції.

Далі залучайте менеджерів з продажу і налаштовуйте рекламу для вашої продукції.

6. Організаційна структура

Для відкриття інтернет-магазину потрібно:

* Керуючий
* Менеджер по продажу (2 человека)
* Начальник складу

В ролі керуючого на перших етапах може бути власник бізнесу. Можна найняти і найманого працівника. Начальник складу повинен відповідати за контроль залишків товару на складі, а також видавати продукцію кур'єрам.

Бухгалтерії необхідно використовувати на аутсорсингу. Ефективно буде запросити цю функцію у вашому банку, щоб уникнути зайвого документообігу.

Маркетингові персонал також необхідно тримати на аутсорсингу. Можна знайти досвідченого фрілансера або звернути у компанію з інтернет-маркетингу.

Заробітна плата персоналу складається з окладний і преміальної частини, яка залежить від продажів.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Фіксована частина** | **Оклад** | **Кількість співробітників** | **Сума** | **Середня місячна з/п** |
| Керуючий | 20 000 | 1 | 20 000 | 40 000 |
| Менеджер по продажу | 10 000 | 2 | 20 000 | 40000 |
| Начальник складу | 10 000 | 1 | 10 000 | 10 000 |
| **Разом** | 50000 | 4 | **50 000** | 45000 |

Повний розрахунок ФОП на 24 з урахуванням племиальной частини і страхових внесків представлений в фінансовій моделі.

7. Фінансовий план

Загальна сума інвестицій становить 250 000 грн., включаючи закупівлю обладнання та товару. Середня вартість закупівлі 1 одиниці продукції становить 1000 грн.

По мірі зростання замовлень асортимент чоловічих аксесуарів можна розширювати. Середньомісячна прибуток становить 45 000 грн.

Обладнання: 85 000 грн.

Оборудование:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Найменування** | **Кількість** | **Ціна за 1 шт** | **Загальна сума** |
| Онлайн-каса | 1 | 15 000 | 15 000 |
| Компьютер | 3 | 20 000 | 60 000 |
| Принтер | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Разом: |  |  | 85 000 |
| **Інвестиції на відкриття** | | | |
| Реєстрація | | | 10 000 |
| Оздоблювальні матеріали | | | 10 000 |
| Меблі | | | 25 000 |
| Вивіска | | | 10 000 |
| Рекламні матеріали | | | 20 000 |
| Первинна настройка таргетированной / контекстної реклами | | | 10 000 |
| Оренда | | | 30 000 |
| Створення сайту | | | 10 000 |
| Закупівля обладнання | | | 85 000 |
| Закупівля чоловічих сумок | | | 260 000 |
| **Разом** | | | **485 000** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Щомісячні витрати** | |
| ФОП (включаючи відрахування) | 130 000 |
| Оренда (50 кв.м.) | 40 000 |
| Амортизація | 2 361 |
| Комунальні послуги | 5 000 |
| Реклама | 20 000 |
| Бухгалтерія | 5 000 |
| Закупівля товару | 147 550 |
| Непередбачені витрати | 15 000 |
| **Разом** | **374 911** |

План продажів на 24 місяці, прогноз ефективності інвестицій і розрахунок економічних показників бізнесу представлений у фінансовій моделі.

8. Фактори ризику

Відкриття інтернет-магазину супроводжується певними ризиками. До основних ризиків можна віднести:

• Відсутність замовлень

Даний ризик пов'язаний в основному з неякісно налаштованої рекламою або неправильно підібраними майданчиками для її розміщення. В якості рекомендації необхідно найняти досвідчених фахівців у сфері інтернет-маркетингу, який складе грамотний маркетинговий план.

• Якість товару

При придбанні продукції необхідно приділити увагу його якості. Для зниження ризику треба запитати у виробника / покупця зразок, отримати сертифікати на продукцію.

• Доставка товару

Дуже важливе значення для клієнта мають терміни доставки. Знизити ризики зривів термінів доставки можна шляхом укладення договору з відомими постачальних компаніями, які давно працюють на ринку, а також працювати з досвідченими кур'єрами.