



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

БИЗНЕС-ПЛАН

**ОТКРЫТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ДЕТСКОЙ
ОДЕЖДЫ И ОБУВИ**

Май , 2011



Оглавление

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА
 - 1.1. Суть проекта
 - 1.2. Цели проекта
 - 1.3. Расчетные сроки проекта
 - 1.4. Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг
 - 1.5. Стоимость проекта
 - 1.6. Источники финансирования проекта
2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ
 - 2.1. Функциональное назначение товара
 - 2.2. Виды товаров
 - 2.3. Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования
 - 2.4. Требования к контролю качества
 - 2.5. Патентно-лицензионная защита товара
 - 2.6. Эксклюзивное право на распространение или торговую марку
3. АНАЛИЗ РЫНКА
 - 3.1. Анализ положения дел в отрасли
 - 3.2. Общие данные о рынке
 - 3.3. Региональное развитие интернет торговли
 - 3.4. Конечные потребители
 - 3.5. Конкурентный анализ
4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН
 - 4.1. Уникальное достоинство продукта, позиционирование
 - 4.2. Цены, ценовая политика
 - 4.3. Порядок осуществления продаж
 - 4.4. Концепция рекламы и PR, формирование имиджа
5. ПЛАН СБЫТА



- 5.1. Средние цены на конкретные виды товаров
- 5.2. Скорость товарооборота
- 5.3. План продаж на весь расчетный период
- 5.4. Методы ценообразования
- 5.5. Условия оплаты
- 5.6. Анализ логистических компаний, занимающихся доставкой

Москва

Санкт-Петербург

Екатеринбург

Федеральные службы доставки

Сравнительная характеристика компаний

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

- 5.7. Описание работы торговой компании
- 5.8. Оценка и обоснование необходимых ресурсов;
- 5.9. Выбор и обоснование организационно-правовой формы предприятия.
6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН
 - 6.1. Объем финансирования
 - 6.2. Отчет по прибылям и убыткам
 - 6.3. План движения денежных средств (Кэш-Фло)
 - 6.4. Показатели эффективности проекта
 - 6.5. Внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR)
 - 6.6. Срок окупаемости дисконтированный (Discounted payback period; (DPP) мес.), точка безубыточности
 - 6.7. Чистый дисконтированный доход
7. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
 - 7.1. Нормативная база: необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)
 - 7.2. Особенности законодательства при интернет-торговле
8. РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ УСТРАНЕНИЯ



9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА
- 9.1. План-график реализации проекта



1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

1.1. Суть проекта

Открытие интернет магазина детской одежды

1.2. Цели проекта

Краткосрочная цель: выход на рынок детской одежды, создание узнаваемого имени, формирование лояльных потребителей, получение прибыли.

Долгосрочная цель: увеличение объемов продаж за счет увеличения рекламных бюджетов. А также создание собственного склада продукции, что позволит уменьшить время доставки конечному потребителю за счет исключения из цепочки поставки производителя. Также создание собственного склада позволит покупать большие партии товаров у поставщиков разом, что снизит закупочные цены. Однако это целесообразно только при большом обороте, так как влечет сопутствующие затраты на дополнительный персонал, аренду складского помещения и его оборудование. При создании собственного склада необходимо быть уверенным какие именно товары и размеры пользуются наибольшим спросом, достоверно понять это возможно только в процессе работы, по этому создание собственного склада отмечено как долгосрочная цель.

1.3. Расчетные сроки проекта

Расчетные сроки проекта – 3 года

1.4. Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

- **Продукция**

Одежда для детей от 0 до 14 лет, высокого качества по приемлемым ценам

Вся продаваемая продукция является качественной, экологически чистой и полностью соответствует всем требованиям, предъявляемым к товарам для детей.

- **Продвижение**

Основными методами продвижения интернет магазина является SEO оптимизация и контекстная реклама. Также для формирования положительного имиджа компании крайне эффективным является скрытый (партизанский) маркетинг.

Также важным элементом продвижения является реклама на тематических сайтах.



- Место расположения

Формат интернет-магазина не подразумевает территориальной дифференциации.

- Цена

Цена на продукцию интернет-магазина будет складываться из издержек (переменных и постоянных) + Наценка, в которую входит прибыль интернет-магазина. Средний уровень наценки будет составлять 70%.

1.5. Стоимость проекта

В первом квартале функционирования необходимо вложить порядка 925 тыс. р. во втором планируется выход на самоокупаемость

1.6. Источники финансирования проекта

Проект будет финансироваться целиком из собственных средств.



2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

2.1. Функциональное назначение товара

В магазине можно будет приобрести одежду для детей в возрасте от 0 до 14 лет.

Данный товар предназначен удовлетворять потребности молодых родителей и их детей.

В одежде для маленьких детей приоритет следует отдавать качеству. Также необходимо учитывать, что они должны быть удобными, современными, а также абсолютно безопасными для здоровья.

Одежда для детей, должна быть легкой, удобной, функциональной, приносить удовольствие, как ребенку, так и его родителям. Для новорожденных и детей раннего возраста, одежда должна быть произведена исключительно из натуральных тканей.

2.2. Виды товаров

- Детская одежда
- Детская обувь

2.3. Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования

.....

2.4. Требования к контролю качества

Торговую деятельность регламентирует федеральный закон «О защите прав потребителей». В частности затрагивая и дистанционную торговлю.

.....

2.5. Патентно-лицензионная защита товара

.....

2.6. Эксклюзивное право на распространение или торговую марку



.....

Перечень необходимых документов для регистрации лицензионного договора на товарный знак:

- Заявление подается правообладателем, лицом, которому передается право по договору, или патентным поверенным.
- ...
- ...

Данные, необходимые для регистрации

Лицензиар (владелец товарного знака)	Лицензиат

Срок регистрации лицензионного договора

.....

Стоимость регистрации лицензионного договора

....

Франчайзинг

.....

3. АНАЛИЗ РЫНКА

3.1. Анализ положения дел в отрасли

По данным Яндекса, в 2010 году число пользователей Всемирной паутины в России почти добралось до отметки ... миллионов человек - это около% населения страны. В итоге, интернет-аудитория стала больше на%.



По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций, к 2014 году в России будет около миллионов пользователей, то есть% населения.

PricewaterhouseCoopers приводит данные омлн граждан нашей страны, совершающих интернет-покупки. Более% жителей крупных городов РФ подтвердили, что хотя бы раз в жизни совершали покупку в интернет-магазине, среди граждан с уровнем ежемесячного дохода свыше тысяч рублей их доля вплотную приблизилась к 90% отметке¹.

Об увеличении популярности интернет-покупок в рунете также свидетельствуют схожесть результатов различных исследователей рынка. Многие сходятся во мнении, что онлайн-магазины кризис затронул в меньшей степени, а в наступившем году его ожидает расцвет, поскольку пользователям «понравилось» совершать покупки онлайн, а покупательская способность и торговая инфраструктура стали заметно улучшаться.

По результатам исследования ФОМ, **оборот рынка интернет-торговли в 2011 году составит млрд. рублей**, т.е.% всего российского розничного оборота. За минувший год интернет-магазины увеличили оборот на%.

По прогнозам экспертов, к 2015 году объем рынка онлайн-торговли в России вырастет в ... раза до ... млрд руб. или млрд. В 2015-м покупки в сети будут совершать млн. россиян на сумму равную млрд руб. в месяц.

Среднесуточная аудитория сектора интернет-торговли в ноябре 2010 года составила, млн. пользователей².

Самые покупаемые через интернет товары - книги (...%), **одежда и обувь (...%)**, бытовая техника (....%), аудио-видео (...%) и компьютерная техника (...%).

.....

¹ <http://rumetrika.rambler.ru/review/26/4395>

² <http://www.allznaika.ru/post.php?id=31>



3.2. Общие данные о рынке

Развитие интернет-торговли на фоне роста рынка детских товаров привело к тому, что спрос на детские интернет-магазины в 2010 году стремительно вырос. Годовое число запросов составило почти млн. в год по всему Рунету.

По данным DISCOVERY Research Group, отмечается существенный рост в период 2003-2008 г.г. на рынке детских товаров в целом. Объем рынка по итогам 2008 г. составил млрд. Темпы роста рынка ...%. В целом в 2003-2008 гг. ежегодное увеличение оборота рынка детских товаров составляло, по различным оценкам,%, а по некоторым и ...%, т.е. на 2008 г. пришлось
Даже в 2009 году, рост рынка составил порядка%. По итогам 2010 рынок вырос почти на%.

Что касается **основных каналов продаж** детских товаров, то по данным ГК «Детский мир»³ большинство покупок совершается через:

- Неорганизованную розницу (рынки, ярмарки) – ...%
- Мультиформатные магазины – ..%
- Гипермаркеты –%

³ Источник: «РИА НОВОСТИ» от 14.07.2010г.



3.3. Региональное развитие интернет торговли

Для выявления наиболее перспективных городов с точки зрения интернет торговли детской одежды была проанализирована статистика целевых запросов в наиболее популярной в России поисковой системе – Яндекс.

.....

Как видно из диаграммы наибольшая доля интернет пользователей сосредоточена в Москве (...%), на втором месте Санкт-Петербург с долей всего%, что почти в ... раза меньше, нежели у лидера. Однако стоит отметить, что доля регионов значительно возросла за последние несколько лет.

Наиболее перспективными городами для развития интернет магазина детской одежды помимо Москвы и Санкт-Петербурга являются

.....

.....

3.4. Конечные потребители

Потребителями детских товаров являются дети в возрасте от 0 до 14 лет, а покупателями – взрослые.

Основной аудиторией потребителей, заинтересованных в интернет-магазинах товаров для детей, являются женщины:

Основную группу потребителей детской обуви составляют, доля которых составляет%, от общего числа детей в возрасте до 17 лет. Отметим, что наименьшую долю занимают дети старшего школьного возраста –



Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Уровень дохода	2010				2011
	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год	I квартал
до 3500,0					
3500,1 - 5000,0					
5000,1 - 7000,0					
7000,1 - 10000,0					
10000,1 - 15000,0					
15000,1 - 25000,0					
25000,1 - 35000,0					
свыше 35000,0					

Источник: Федеральная Служба Государственной Статистики, 2011г.

Наибольшая доля населения приходится на людей с уровнем дохода 15-25 тыс. руб. и 10-15 тыс. руб. в месяц. Соответственно, вторые предпочитают покупать недорогую продукцию, а первые ориентируются на одежду среднеценового сегмента. Именно эти категории граждан являются основными при потреблении товаров.

Объем потребления на Рынке

Зависимость спроса на детские товары от цен и уровня доходов семьи не столь высока, поскольку детская одежда, игрушки и прочие товары требуют постоянного обновления.

Наибольшую долю в структуре «детских» расходов занимают затраты на одежду –%⁴

⁴ Источник: Журнал «Планета Детство» №2, 2010г.



По данным Esper Group,⁵ в 2009г. семья с одним ребенком тратила на покупку детской одежды более тыс. руб. в год. По итогам 2010г. траты на одежду для ребенка увеличились до тыс. руб.

-

Потребительские предпочтения на Рынке

Несмотря на кризис, в период которого для многих покупателей был важен ценовой фактор, при покупке детской одежды основными критериями остаются качество, удобство и практичность одежды.

.....

3.5. Конкурентный анализ

Рынок детской одежды отличается высоким уровнем конкуренции. Конкуренция усиливается с каждым годом, а в крупных городах ощущается особенно остро. В ближайшие 5-10 лет следует ожидать, что отдельные компании займут прочное лидерство и освоят региональные рынки, а менее крупные игроки будут вынуждены снижать цены (и терять рентабельность), искать узкоспециализированные товарные ниши или способы снижения издержек.

.....

Сегментация по видам интернет-магазинов

- Интернет-магазины детской одежды (detmodmag.ru, nivniv.ru, kidsshop.ru, babybutik.ru, baby-dress.ru)
-
-
- ...

⁵ Источник: Журнал ESPER TIMES №28 от 30.11.2010г.



Основные игроки

Посещаемость сайтов основных игроков рынка

Компания	Сайт	Посещаемость сайта в месяц
Zapp		
Wild Berries		
ТЦ Аэробус		
Niv Niv		
Любимые Детки		
Babybutik		
Baby Dress		
Заботливый Папа		
Матрешка		
Neopod		
Sela интернет магазин		
Kinderik		
Kids Price		

Краткий профиль компаний с посещаемостью сайта более 100 000 в месяц.

Kids Price

Интернет-магазин продающий широкий спектр товаров самых разных категорий. Помимо детской одежды компания продает: игрушки, коляски, автокресла, мебель, детское питание и многое другое.

Ассортимент одежды

- Верхняя одежда (1622 наименований товаров)
- Праздничная одежда (616)
- Головные уборы (593)
- Нижнее белье (1346)
- Обувь (2465)
- Одежда для девочек (9346)
- Одежда для мальчиков (5140)
- Одежда для самых маленьких (13904)



- Одежда и обувь для мам и пап (317)
- Спортивная одежда (147)
- Трикотаж (2257)
- Чулочно-носочные изделия (3125)
- Школьная одежда (16)
- Другие (3945)

Сайт оснащен очень удобной навигацией. На сайте так же устраиваются различные конкурсы для посетителей. Так же посетителям доступен форум и всевозможные тематические статьи. Ценовая категория – низкая.

Zapp

Магазин специализируется на продаже одежды для детей, подростков и молодежи с доставкой из американских магазинов.

.....

Sela

Крупный интернет-магазин продажи одежды для всех возрастов. Удобный и красивый сайт. Сегмент детской одежды в магазине разбит следующим образом:

.....

Заботливый Папа

Интернет магазин товаров для детей. На сайте компании помимо одежды можно приобрести: детские автокресла, игрушки, подгузники, детскую мебель, коляски и многое другое. Магазин работает только по рабочим дням с 10.00 до 19.00

.....



4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

4.1. Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Главная мысль, которую необходимо донести до потребителя:

.....
.....

4.2. Цены, ценовая политика

Цена на товары интернет магазина будет складываться из издержек (переменных и постоянных) + Наценка, в которую входит прибыль. Уровень наценки будет составлять

.....

4.3. Концепция рекламы и PR, формирование имиджа

Основными методами продвижения интернет магазина является

.....
.....

5. ПЛАН СБЫТА

5.1. Средние цены на конкретные виды товаров

Цены на детскую одежду для девочек

- Ветровки - 1600
- Кофты - 800
- Комбинезоны - 3000
- Костюмы - 3200
- Плащи - 1500
- Пальто - 4000
- Пуховики - 4500



- Брюки - 1200
- Куртки – 2300

Цены на детскую одежду для мальчиков

-

Цены на одежду для новорожденных

-

Цены на детскую обувь

-

5.2. Скорость товарооборота

Скорость товарооборота зависит от времени заказа клиентом и времени подготовки заказа поставщиком товара в среднем, заказ будет доставлен клиентом на следующий день, или через день. Заказ поставщику формируется в конце дня, на следующий день сутра сформированный заказ забирает курьер и развозит конечным покупателям.

.....

5.3. План продаж на весь расчетный период

.....

5.4. Методы ценообразования

При ценообразовании необходимо ориентироваться на цены конкурентов на аналогичные товары и среднюю наценку.....

5.5. Условия оплаты



Выбранный формат организации включает обязательную полную или частичную предоплату. При этом необходимо стимулировать покупателя на полную предоплату системой скидок или бесплатной доставкой.

.....

5.6. Анализ логистических компаний, занимающихся доставкой

Москва

В рамках анализа логистических компаний рассмотрим наиболее крупные из них

Бизнес экспресс сервис

www.rusbes.ru

Приоритетное направление деятельности:

Доставка товаров интернет-магазинов до потребителя в пределах Москвы и Московской области.

Партнерство осуществляется на основании заключенного договора.

- Прием товаров производится в офисе интернет-магазина в промежуток времени, согласованный с интернет-магазином.

- Доставка товаров осуществляется всю неделю без выходных дней с утра и до позднего вечера.

Предложения для клиентов:

.....

Fortes

www.kcf.ru/e-commerce/

Приоритетное направление деятельности:

Доставка товаров интернет-магазинов до потребителя в пределах Москвы и Московской области.

.....



Санкт-Петербург

ООО «АвтоДрайв»

<http://www.avto-drive.com>

Тарифы, прайс-лист на доставку грузов в пределах КАД СПб, исключая удаленные районы (Курортный, Кронштадтский, Колпинский, Пушкинский, Петродворцовый, а также Приморский район за постом ГИБДД):

КОЛ-ВО ЗАКАЗОВ В месяц	до 500	от 500 до 1000	Свыше 1000
0-1,9 кг			
2-4,9 кг			
5-9,9 кг			
10-29,9 кг			
30-50 кг			
51-250 кг			

Стоимость доставки в ближайшие пригороды Санкт-Петербурга определяется в зависимости от категории :

1-я категория		
2-я категория		
3-я категория		

MaxiPost

<http://www.maxi-post.ru>

Тарифы на доставку товаров с приемом наличных средств и экспресс-отправления по Санкт-Петербургу в пределах КАД *



Екатеринбург

В Екатеринбурге на сегодняшний день действует всего одна специализированная служба курьерской доставки для интернет-магазинов.

Федеральные службы доставки

По нашему мнению, интернет-магазину выгоднее всего сотрудничать с несколькими логистическими компаниями и предоставлять клиенту самостоятельно выбирать из предложенных, в зависимости от стоимости услуги и условий доставки

.....



Сравнительная характеристика компаний

Для сравнения стоимости и сроков доставки были выбраны два маршрута Москва-Челябинск и Челябинск-Екатеринбург.

компания	маршрут	стоимость	срок
"Экспресс-курьер"			
EMS Russian Post			
PONY EXPRESS			
Гарантпост			

Видно, что в разных компаниях цены значительно отличаются в зависимости от направления, следовательно, лучше предложить клиенту самому выбрать оптимальный по цене и срокам вариант. Стоит отметить, что абсолютное большинство интернет-магазинов работают с EMS Russian Post

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

5.7. Описание работы торговой компании

Схема работы интернет-магазина выглядит следующим образом:

- Ознакомление клиента с товаром
 -
 -
 -

5.8. Оценка и обоснование необходимых ресурсов;

Стоимость создания интернет-магазина складывается из следующих составляющих:



- Затраты на он-лайн
 - Затраты на офф-лайн
 - Постоянные ежемесячные затраты
-

5.9. Выбор и обоснование организационно-правовой формы предприятия.

В качестве организационно-правовой формы для интернет магазина рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

.....

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

6.1. Объем финансирования

Для создания интернет магазина необходимы средства на создание сайта

.....

6.2. Отчет по прибылям и убыткам

	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 год	2 год	3 год
Выручка от реализации продукции							
Общие затраты							
Переменные расходы							
Единовременные затраты							
Накладные постоянные расходы, в т.ч.							
ФОТ							
Коммуникации, инфраструктура							
Реклама и продвижение							
Отчисления в пенсионный фонд							
Амортизация							
Прочие расходы							
Финансовый результат (прибыль)							
Налог на прибыль (20%)							
Прибыль после налогообложения							
Окупаемость проекта							

6.3. План движения денежных средств (Кэш-Фло)

	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 год	2 год	3 год
Показатели	Операционная деятельность						
Поступления:							
Общая выручка от реализации продукции, без НДС							
Амортизационные отчисления							
Выплаты:							
Общие затраты за минусом суммы амортизации							
Сальдо по операционной деятельности							
	Инвестиционная деятельность						
Поступление инвестиционных средств							
Инвестиционные выплаты							
Сальдо по инвестиционной деятельности							
Общее сальдо проекта							

6.4. Показатели эффективности проекта

- **Внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций (Internal Rate of Return):**
IRR=....%
- **Чистая дисконтированная стоимость при норме дисконта 15% (Net Pure Value):**
NPV=.... тыс.руб.
- **Срок окупаемости дисконтированный (Discounted Payback Period): DPBP= ...**
квартала

Рассчитаем точку безубыточности для года,

Тогда запас финансовой прочности:

ЗФП=



7. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

7.1. Нормативная база: необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)

Лицензии

Требования об обязательном лицензировании отдельных видов деятельности полностью распространяются и на те случаи, когда торговля (оказание услуг, выполнение работ и др.) осуществляется с использованием информационных систем, т.е. «в электронном виде».

.....

Сертификаты

Когда уже определен состав ассортимента, в ряде случаев необходимо пройти обязательную сертификацию товара.

.....

Санитарные требования

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 16 июля 2009 г. № 584 "Об уведомительном порядке начала осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности" (с изменениями от 14 апреля 2010 г.) при начале предпринимательской деятельности по розничной торговле детским питанием и детской одеждой необходимо направить уведомление и ряд документов в соответствующее территориальное подразделение Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор).

.....

7.2. Особенности законодательства при интернет-торговле

Торговля в сети Интернет на территории Российской Федерации определяется следующими правовыми актами:



.....

Процедуры организации Интернет-магазина:

1) Регистрация предпринимательской деятельности.

.....

2) Получить разрешение (лицензию) на торговлю товарами, которые подлежат обязательному лицензированию.

.....

3) Предприятие должно стать на учет в налоговом органе и встать на учет во внебюджетные фонды (ФСС, ФОМС, ПФ РФ).

4) Открыть расчетный счет в банке. Сведения о расчетном счете можно указать покупателям на страницах вашего интернет-магазина.

.....

5) Покупка домена, создание сайта и хостинг для Интернет-магазина .

.....



8. РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ УСТРАНЕНИЯ

1. Неверное позиционирование

.....

2. Технические сбои

.....

3.

.....

.....

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

9.1. План-график реализации проекта

№ п/п	Наименование работ	месяц	
		-1	1
1	Создание и запуск сайта		
2	Хозяйственная и нормативная организация деятельности		
3	Открытие магазина и начало работы		
4	Первичное размещение рекламы		