

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
июнь 2009 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание

Аннотация.....	5
<i>Цели исследования.....</i>	<i>5</i>
<i>Представленная информация</i>	<i>5</i>
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	<i>9</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем</i>	<i>10</i>
<i>Приложения</i>	<i>10</i>
Выдержки из Бизнес-плана	11
1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА.....	11
<i>Суть проекта</i>	<i>11</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>11</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>11</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг.....</i>	<i>11</i>
<i>Стоимость проекта.....</i>	<i>12</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>12</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>12</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>13</i>
2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ	14
3. АНАЛИЗ РЫНКА	14
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>14</i>
<i>Тенденции развития отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Развитие рынка в условиях кризиса.....</i>	<i>14</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>14</i>
<i>Объем рынка</i>	<i>14</i>
<i>Темпы роста</i>	<i>15</i>

Структура рынка	15
Ценообразование на рынке	15
<i>Конечные потребители</i>	15
Потенциальные потребители продукции.....	15
Потребительские предпочтения	15
Описание основных сегментов потребителей. Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей.	15
<i>Конкурентный анализ</i>	16
Описание и анализ потенциальных конкурентов.....	16
Интернет-магазины	16
.....	16
4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	17
<i>Уникальное достоинство услуги, позиционирование</i>	17
<i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию</i>	17
<i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции</i>	17
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	17
5. ПЛАН СБЫТА	18
<i>Цены на конкретные позиции продукции</i>	18
<i>Организация сбыта, каналы сбыта</i>	18
<i>Скорость товарооборота</i>	18
<i>План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса)</i>	18
6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ	20
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	20
<i>Требования к поставщикам и подрядчикам</i>	20
<i>Состав основного оборудования</i>	20
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	21
<i>Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг</i>	22
<i>План оказания услуг на расчетный период</i>	22

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ.....	23
<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	<i>23</i>
<i>Выбор и обоснование дополнительных сервисов.....</i>	<i>23</i>
7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА.....	23
<i>Организационная структура предприятия.....</i>	<i>23</i>
<i>Специализация, количество и состав сотрудников.....</i>	<i>23</i>
<i>Затраты на оплату труда.....</i>	<i>23</i>
8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	24
<i>Объем финансирования</i>	<i>24</i>
<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта</i>	<i>24</i>
<i>Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)</i>	<i>25</i>
<i>Основные параметры финансовых расчетов.....</i>	<i>25</i>
<i>Анализ чувствительности к изменениям параметров финансовой части бизнес-плана</i>	<i>26</i>
<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	<i>27</i>
<i>График окупаемости проекта.....</i>	<i>29</i>
<i>Показатели эффективности проекта</i>	<i>29</i>
10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА.....	30
<i>План-график реализации проекта.....</i>	<i>30</i>
<i>Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица)</i>	<i>30</i>
Фрагменты Финансовой модели	31

АННОТАЦИЯ

ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Создание интернет-магазина (на примере магазина бытовой техники)

ПРЕДСТАВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рынка
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план открытия бизнеса
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура предприятия
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

Кол-во страниц: 102 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 7 диаграмм, 19 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	ОГЛАВЛЕНИЕ	2
2	1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	6
	2.1 Суть проекта	6
	2.2 Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	6
	2.3 Расчетные сроки проекта	6
	2.4 Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг	6
	2.5 Стоимость проекта	7
	2.6 Источники финансирования проекта	7
	2.7 Выгоды и риски проекта	7
	2.8 Ключевые экономические показатели эффективности проекта.	9
3	2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ	10
	3.1 Функциональное назначение продукции и услуг	10
	3.2 Виды продукции	11
	3.3 Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования	11
	3.4 Требования к контролю качества	11
	3.5 Возможности для дальнейшего развития услуг	12
	3.6 Патентно-лицензионная защита продукции	13
4	3. АНАЛИЗ РЫНКА	14
	4.1 Анализ положения дел в отрасли	14
	4.1.1 Текущая ситуация в отрасли	14
	4.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	15
	4.1.3 Тенденции развития отрасли	15
	4.1.4 Развитие рынка в условиях кризиса	16
	4.2 Общие данные о рынке	17
	4.2.1 Объем рынка	17
	4.2.2 Темпы роста	18
	4.2.3 Структура рынка	19
	4.2.4 Ценообразование на рынке	21
	4.3 Конечные потребители	22
	4.3.1 Потенциальные потребители продукции	22
	4.3.2 Потребительские предпочтения	23
	4.3.3 Описание основных сегментов потребителей. Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей.	24
	4.3.4 Выбор и обоснование целевого сегмента	25
	4.4 Конкурентный анализ	26

	4.1	Описание и анализ потенциальных конкурентов	26
	4.2	Интернет-магазины	26
	4.3	Розничные сети	29
	4.4	Выбор и обоснование уникального достоинства услуги	31
5	4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН		32
	5.1	Уникальное достоинство услуги, позиционирование	32
	5.2	Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию.	32
	5.3	Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции	33
	5.4	Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.	34
6	5. ПЛАН СБЫТА		35
	6.1	Цены на конкретные позиции продукции	35
	6.2	Организация сбыта, каналы сбыта	37
	6.3	Скорость товарооборота	37
	6.4	План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса)	38
7	6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ		40
	7.1	Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги.	40
	7.2	Требования к поставщикам и подрядчикам	41
	7.3	Состав основного оборудования	42
	7.4	Оценка и обоснование необходимых ресурсов	44
	7.5	Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг	45
	7.6	План оказания услуг на расчетный период	46
8	6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ		48
	8.1	Выбор и обоснование типа предприятия	48
	8.2	Выбор и обоснование дополнительных сервисов	49
9	7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА		50
	9.1	Организационная структура предприятия	50
	9.2	Специализация, количество и состав сотрудников	50
	9.3	Затраты на оплату труда	52
10	8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН		53
	10.1	Объем финансирования	53
	10.2	Состав и характер затрат на реализацию проекта	53
	10.3	Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)	54
	10.4	Основные параметры финансовых расчетов	55
	10.5	Анализ чувствительности к изменениям параметров финансовой части бизнес-плана	55
	10.6	Основные формы финансовых расчетов	57
	10.7	График окупаемости проекта	59

	10.8	Показатели эффективности проекта	60
11	9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		61
	11.1	Нормативная база	61
	11.2	Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)	61
12	10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА		64
	12.1	План-график реализации проекта	64
	12.2	Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица)	65
13	Приложение		66
	13.1	Приложение 1. Должностные инструкции персонала Интернет-магазина	66
	13.1.1	Управляющий	66
	13.1.2	Бухгалтер	68
	13.1.3	Менеджер по продажам	71
	13.1.4	Менеджер по закупкам	74
	13.1.5	Менеджер по рекламе и PR	78
	13.1.6	Администратор сайта	81
	13.1.7	Грузчик	85
	13.1.8	Курьер	87
	13.1.9	Уборщица	88
	13.2	Приложение 2. Выдержки из «Правил продажи отдельных видов товаров»	92
	13.3	Приложение 3. . Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники	94
	13.4	Приложение 4. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества	97
	13.5	Приложение 5. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью	100

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Географическая структура рынка Интернет-торговли в 2008г., % (по обороту)

Диаграмма 2. Структура продаж на рынке розничной онлайн-торговли РФ, в 2008г.

Диаграмма 3. Динамика Рынка в 2007-2008г.г, прогноз на 2009г., млрд.руб.

Диаграмма 5. Интерес пользователей сети Интернет к электронным магазинам в наиболее развитых городах РФ, %

Диаграмма 5. Виды предпочитаемых продуктов, которые приобретают в интернет-магазинах потребители, %

Диаграмма 6. Виды оплат приобретаемых в интернете товаров, %

Диаграмма 7. Доля розничных сетей на рынке бытовой техники РФ. %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Факторы, влияющие на рынок

Таблица 2. Сравнительная характеристика некоторых интернет-магазинов бытовой техники и электроники

Таблица 3. Сравнительная характеристика розничных сетей

Таблица 4. Цены на товары

Таблица 5. План загрузки Интернет-магазина в первые месяцы работы

Таблица 6. План продаж на расчетный период

Таблица 7. Состав основного оборудования

Таблица 8. Расчет стоимости стеллажей

Таблица 9. Распределение площади офиса Интернет-магазина между помещениями

Таблица 10. Постоянные и переменные затраты в месяц, USD

Таблица 11. План оказания услуг на расчетный период, USD

Таблица 12. Штатное расписание

Таблица 13. Затраты на открытие магазина

Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках, USD

Таблица 16. План движения денежных средств (Cash Flow), USD.

Таблица 17. График окупаемости проекта, USD.

Таблица 18. План-график реализации проекта

Таблица 19. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура предприятия

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Должностные инструкции персонала Интернет-магазина

- 1.1 Управляющий
- 1.2 Бухгалтер
- 1.3 Менеджер по продажам
- 1.4 Менеджер по закупкам
- 1.5 Менеджер по рекламе и PR
- 1.6 Администратор сайта
- 1.7 Грузчик
- 1.8 Курьер
- 1.9 Уборщица

Приложение 2. Выдержки из «Правил продажи отдельных видов товаров»

Приложение 3. . Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники

Приложение 4. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 5. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью

ВЫДЕРЖКИ ИЗ БИЗНЕС-ПЛАНА

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание Интернет-магазина.

В данном проекте для примера используется магазин, специализирующегося на продаже бытовой техники, электроники и компьютерного оборудования населению и предприятиям всех сфер экономики.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта:

- выход на рынок электронной торговли бытовой техникой и электроникой
- создание положительного образа магазина в глазах потребителей
- получение стабильной прибыли.

Долгосрочные цели проекта:

- максимизация товарооборота
- расширение товарной номенклатуры
- обеспечение стабильного финансового и материального положения фирмы в отрасли и на целевых рынках.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетные сроки проекта - 3 года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) УСЛУГ

Теория «4P», основанная на четырёх основных понятиях маркетингового планирования:

- **Продукт:** Магазин будет специализироваться на продаже крупной и мелкой бытовой техники; аудио- и видеотехники; цифровой, компьютерной и оргтехники.

- **Цены:** Уровень цен на первых порах будет удерживаться несколько ниже уровня конкурентов, в дальнейшем планируется выход на уровень средних цен по рынку.
- **Сбыт:** Регулярный сбыт продукции будет обеспечен широким ассортиментом товара, невысокими ценами, возможностью бесплатной доставки и дополнительными услугами, предлагаемыми магазином.
- **Продвижение:** При продвижении будут использованы возможности сети Интернет, в частности контекстная реклама в поисковых системах, размещение баннеров на отдельных сайтах, участие в партнерских программах.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – \$....

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные и заемные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды:

- высокая доходность бизнеса
- сравнительно небольшой объем вложений
- динамичное развитие рынка.

Риски:

- неудачное позиционирование, непродуманная рекламная политика
- высокая конкуренция со стороны обычных магазинов
- форс-мажорные обстоятельства

Данный Бизнес-план разработан с учётом влияния кризисных явлений и, как следствие, даёт возможность создания бизнеса с хорошими перспективами развития.

Подготовленный специалистами нашей компании данный Бизнес-план проверен ведущими экспертами рынка.

Кроме того, к готовому бизнес-плану прилагается уже заполненная **Финансовая модель**. Данная Финмодель демонстрирует все произведённые расчеты и **даёт возможность изменять любые исходные параметры** для каждой конкретной ситуации. Также она **позволяет корректировать бизнес-процессы** непосредственно во время создания данного бизнеса и его дальнейшего функционирования и развития.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА.

- Период окупаемости – ... мес.
- Дисконтированный период окупаемости – ... мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта ... месяца - \$...
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта ... месяца IRR (год) –...% , IRR (месяц) –....%.

2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

...

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

В настоящее время рынок розничной онлайн-торговли является одной из наиболее динамично развивающихся сфер экономики, и это даже не смотря на кризис. Так в 2008г. темп роста рынка составил 35%, а в 2009г. планируется рост на уровне 32%.

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Таблица 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК

Положительное влияние	Отрицательное влияние

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

...

РАЗВИТИЕ РЫНКА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ РЫНКА

По оценкам «Национальной ассоциации участников электронной торговли» (НАУЭТ), объем российского рынка розничной онлайн-торговли в 2008г. году составил ... млрд. руб.¹

¹ www.nauet.ru

...

При этом, основная часть продаж пришлась на конечных пользователей (85,9%), остальное же распределилось между госзакупками и B2B-платежами.

Таким образом, объем сегмента B2C составил в 2008г. млрд. руб.

ТЕМПЫ РОСТА

Рынок Интернет-торговли, на протяжении последних нескольких лет, демонстрирует высокие темпы роста. Так в 2008г. рост Рынка составил ...%.

...

СТРУКТУРА РЫНКА

Все Интернет-магазины могут быть сегментированы по нескольким основаниям, а именно:

- Принадлежность к сетям розничной торговли и отдельным магазинам
- Типы товаров, представленных на Интернет-витрине
- Географическая расположенность.

...

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

...

КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

...

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТОВ

В качестве основных конкурентов Интернет-магазина бытовой техники можно выделить две группы магазинов:

- Интернет-магазины, создающие конкуренцию непосредственно в глобальной сети,
- Сетевые магазины бытовой техники и электроники, которые благодаря крупным оборотам способны создавать довольно низкие цены и привлекать большое количество покупателей. Кроме того, люди часто больше доверяют обычным магазинам и боятся покупать технику через Интернет.

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

...

....

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО УСЛУГИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

...

ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ.

...

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ, ОБОСНОВАНИЕ ГАРАНТИЙ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Продажа товаров будет осуществляться ее непосредственным потребителям. Сбыт будет гарантирован активной рекламной кампанией магазина в Интернете, и невысокими ценами на продукцию.

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ.

...

5. ПЛАН СБЫТА

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ ПРОДУКЦИИ

ТАБЛИЦА 2. ЦЕНЫ НА ТОВАРЫ

Наименование	Диапазон цен, USD
Встраиваемая техника	

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА, КАНАЛЫ СБЫТА

Весь товар будет реализовываться посредством прямых каналов товародвижения, т.е. от продавца потребителю. Звено персонала, работающее с клиентами, будет представлено менеджерами по продажам.

СКОРОСТЬ ТОВАРООБОРОТА

Исходя из параметров бизнес-плана (см. *Финансовый план*) в день планируется реализовывать в среднем 10 единиц компьютерного оборудования и 7 единиц бытовой техники и электроники. Таким образом, месячный товарооборот в среднем составит **306 единиц компьютерного оборудования и 204 единицы бытовой техники и электроники.**

ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД (В СООТВЕТСТВИИ С ВЫБРАННЫМИ БАЗОВЫМИ ПАРАМЕТРАМИ БИЗНЕСА)

В первые месяцы планируется провести регистрацию Интернет-магазина, поиск и ремонт помещения, наем сотрудников, создание Интернет-сайта.

При учете, что начало работ по открытию Интернет-магазина начнется в указанные сроки, рассмотрим примерный объем продаж в первые месяцы работы.

Из представленной ниже таблицы видно, что, начиная с 10 месяца работы, магазин начнет работать на полную мощность.

Таблица 3. План загрузки Интернет-магазина в первые месяцы работы

Месяц	% загрузки предприятия	Объем продаж
4		
5		
6		
7		
8		
9		
с 10		

Далее рассмотрим план продаж на весь расчетный период.

Таблица 4. План продаж на расчетный период

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Бытовая техника				
Компьютерное оборудование и комплектующие				
Доставка				
Итого				

Ценовая категория	2 год			
	I	II	III	IV
Бытовая техника				
Компьютерное оборудование и комплектующие				
Доставка				
Итого				

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV
Бытовая техника				
Компьютерное оборудование и комплектующие				
Доставка				
Итого				

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ.

....

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ И ПОДРЯДЧИКАМ

...

СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

В данном разделе представлен состав основного оборудования, необходимого для начала работы Интернет-магазина.

Таблица 5. Состав основного оборудования

№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
Инвентарь				
1	Офисный стол			
2	Офисное кресло			
3	Шкаф для документов			
4	Сейф			
5	Компьютер			
6	Сервер			
7	Интернет- и сетевое оборудование			
8	Лазерный принтер/сканер/копир			
9	Факс			
10	Телефон			
11	Мобильные телефоны для курьеров и менеджеров по доставке			
12	Кассовый аппарат			
13	Стеллажи под склад			
Итого				
Установка сигнализаций				
1	Установка пожарной сигнализации			
2	Установка охранной сигнализации			
3	Установка системы видеонаблюдения			

№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
Итого				

* Количество стеллажей на склад рассчитывается следующим образом:

...

В Таблице 5 приведен расчет стоимости стеллажей.

ТАБЛИЦА 6. РАСЧЕТ СТОИМОСТИ СТЕЛЛАЖЕЙ

№ п/п	Наименование	Кол-во	Цена, руб./1шт	Стоимость, руб	Стоимость, USD
1	Стойки				
2	Балки				
3	Поддоны				
	Итого				

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Для нормального функционирования Интернет-магазина будет вполне оправданным небольшой офис, расположенный в пределах или у Третьего транспортного кольца.

В Таблице 9 показано распределение площади офиса Интернет-магазина между помещениями.

ТАБЛИЦА 7. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДИ ОФИСА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА МЕЖДУ ПОМЕЩЕНИЯМИ

№	Наименование помещения	Кол-во	Площадь	Всего
1	Кабинет руководителя и бухгалтера			
2	Кабинет менеджеров по продажам			
3	Кабинет администратора сайта и Менеджера по рекламе и PR			
4	Склад			
5	Холл			
6	Вспомогательные помещения			
	ИТОГО			

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ

....

ТАБЛИЦА 8. ПОСТОЯННЫЕ И ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, USD

№	Статья затрат	Сумма
Постоянные затраты		
1	Аренда	
2	ФОТ	
3	Пенсионный фонд	
4	Коммуникации, инфраструктура	
5	Поддержание работоспособности Интернет-сайта и оплата Интернет, мобильная связь	
6	Канцелярские и хозяйственные товары	
7	Обслуживание системы сигнализации	
8	Реклама и продвижение	
9	Амортизация	
Итого постоянных затрат		
Переменные затраты		
10	Закупка товара	
Всего затрат в мес.		

...

ПЛАН ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НА РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

...

ТАБЛИЦА 9. План ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НА РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД, USD

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Бытовая техника				
Компьютерное оборудование и комплектующие				
Доставка				
Итого				

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ

В качестве дополнительных будут предложены следующие сервисы:

- **Доставка товара за пределы МКАД.** Стоимость 15 руб. за 1 км. – считается расстояние в одну сторону до указанного адреса доставки.
- **Подъем техники на этаж при отсутствии лифта.** Стоимость для малогабаритной техники – 30 руб./этаж, для среднегабаритной техники – 70 руб./этаж, для крупногабаритной техники – 120 руб./этаж.
- **Установка техники.** Для оказания данной услуги будут привлекать сторонние мастера: оплата будет производиться в зависимости от их расценок.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

...

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников детского сада будет насчитывать 18 человек, при этом ежемесячные затраты на оплату труда будут составлять \$11 400

ТАБЛИЦА 10. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

№ п/п	Должность	Кол-во	Зарплата, у.е.	Сумма, у.е.	ЕСН	Итого
1	Управляющий					
2	Бухгалтер					
...	...					
9	Уборщица					
	Итого					

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

На реализацию проекта требуется ... **USD**. В эту сумму включены как единовременные затраты на открытие магазина, так и затраты на покрытие убытков в первые месяцы его функционирования.

СОСТАВ И ХАРАКТЕР ЗАТРАТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА

При реализации проекта, наиболее затратными являются следующие статьи расходов:

- Товарный запас
- Ремонт и оборудование помещения
- Закупка инвентаря
- Аренда помещения

ТАБЛИЦА 11. ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНА

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1	Регистрация компании	
2	Формирование уставного капитала	
3	Ремонт с дизайн-проектом	
4	Производственное оборудование	
5	Установка пожарной сигнализации	
6	Установка охранной сигнализации	
7	Установка системы видеонаблюдения	
8	Инвентарь	
9	Аренда помещения до старта работы предприятия, 3 мес.	
10	Фонд оплаты труда до старта работы предприятия, 3 мес.	
11	Отчисления в пенсионный фонд	
12	Товарный запас	
13	Создание сайта	
14	Оптимизация сайта в Интернете	
15	Приобретение программного обеспечения	
16	Внешнее оформление	
17	Реклама	
18	Форменная одежда персонала	

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
19	Прочие расходы	
	Итого затрат на открытие	

СОСТАВ И ХАРАКТЕР ДОХОДОВ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПЛАН ПО ДОХОДАМ)

Регулярный ежемесячный доход магазина (после выхода на полную мощность) составит ... **USD**.

Доход магазина рассчитывался исходя из среднерыночных показателей аналогичных магазинов. Ввиду того, что в магазине планируется реализовывать две товарные группы (бытовую технику и компьютерное оборудование и комплектующие), для расчета доходов использовалось два показателя для каждой из них: средняя стоимость заказа и среднее количество заказов в день.

Компьютерное оборудование и комплектующие:

- Средняя стоимость заказа – ... **USD**.
- Среднее количество заказов в день –

Бытовая техника:

- Средняя стоимость заказа – ... **USD**.
- Среднее количество заказов в день –

Таким образом, ежемесячный доход от продажи компьютерного оборудования составит ... **USD**, а от реализации бытовой техники – ... **USD**.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ

Основные параметры бизнес-плана:

- площадь офиса магазина – ... м²,
- арендная ставка – ...**USD** за 1 м² в год
- Фонд оплаты труда – ..

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ К ИЗМЕНЕНИЯМ ПАРАМЕТРОВ ФИНАНСОВОЙ ЧАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНА

При **увеличении площади магазина на 1% (2,05 м²)**, основные показатели эффективности проекта изменятся:

- ...

При **увеличении арендной ставки на 1% (4,5 USD)** основные показатели эффективности проекта изменятся:

- ..

При **увеличении ФОТ на 1% (114 USD.)** основные показатели эффективности проекта изменятся:

-

Таким образом, проект наиболее чувствителен к изменениям ФОТ.

ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 14. ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА, USD.

Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
...	...				
36					

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций для срока жизни проекта 24 месяца:

- IRR (год) – ...%,
- IRR (месяц) – ...%.

Срок окупаемости дисконтированный (Discounted payback period; (PBP) мес)

- Срок окупаемости дисконтированный: ... месяца.
- Срок окупаемости без учета дисконтирования: ... месяц.

Чистый приведенный доход (NPV) – ... USD.

...

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 15. План-график реализации проекта

№	Наименование работ	Месяц					
		1	2	3	4	5, 6 и далее	
1	Оформление учредительных документов, получение разрешения на открытие магазина						
2	Подбор помещения, поставщика мебели, фирмы по установке сигнализации, фирмы по ремонту помещений						
4	Заключение договора аренды						
5	Ремонт помещения						
6	Покупка оборудования и мебели						
7	Доставка и монтаж оборудования, установка охранной и противопожарной сигнализации						
8	Закупка первой партии продукции						
9	Подбор и обучение персонала						
10	Создание Интернет-сайта						
11	Реализация товара						

НЕОБХОДИМЫЕ ТРУДОВЫЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА (СВОДНАЯ ТАБЛИЦА)

ТАБЛИЦА 16. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта

№	Наименование	Сумма, USD
1.	Финансовые ресурсы:	
1.1	Необходимый объем инвестиций, из них:	
1.2	Затраты на открытие	
1.3	Затраты на покрытие убытков в первые месяцы	
2.1	Количество штатных сотрудников, из них:	

ФРАГМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

Оборудование для проекта						
Производственное оборудование						
№	Наименование	Кол-во	Цена у.е.	Сумма у.е.	Срок амортизации	Амортизация
1	Кинопроектор	3	15000	45 000	3	15000
2	Экран	3	2600	7 800	2	3900
3	Звуковое оборудование dolby digital surround EX OB	1	40000	40 000	5	8000
4	Кресла	450	200	90 000	2	45000
5	Оборудование 5	2	2 000	4 000	3	1333
6	Оборудование 6	8	100	800	3	267
7	Оборудование 7	5	246	1 230	3	410
Итого		472		188 830		73910
Инвентарь						
№	Наименование	Кол-во	Цена у.е.	Сумма у.е.	Срок амортизации	Амортизация
1	Компьютер	8	500	4000	1	4000
2	Телефон	11	30	330	2	165
3	Принтер	2	100	200	1	200
4	Кассовый аппарат	4	600	2400	2	1200
5	Кассовые боксы	4	600	2400	2	1200
6	Термопринтеры	4	800	3200	1	3200
7	Сейф	1	250	250	1	250
8	Шкаф для документов	3	150	450	1	450
9	Стул для персонала	15	25	375	1	375
10	Стол руководителя	1	250	250	1	250
11	Стол для персонала	10	150	1500	1	1500
12	Вешалки	450	2	900	1	900
13	Столбы кафе	15	150	2250	1	2250
14	Стулья кафе	60	20	1200	1	1200
ИТОГО:		588		19 705		17140
Установка сигнализаций						
№	Наименование	Кол-во	Цена у.е.	Сумма		
1	Установка пожарной сигнализации	1	300	300		
2	Установка охранной сигнализации	1	400	400		
3	Установка системы видеонаблюдения	1	500	500		

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Свод доходы-расходы									
Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.		Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.	ЧДП нарастающим итогом, у.е.	
24	318 124	449 064	31 426	1 428 644	130 940		99 514	1 428 644	
25	318 124	449 064	31 426	1 528 158	130 940	954 372	99 514	1 528 158	
26	318 124	449 064	31 426	1 627 673	130 940		99 514	1 627 673	
27	318 124	449 064	31 426	1 727 187	130 940		99 514	1 727 187	
28	318 124	449 064	31 426	1 826 701	130 940	954 372	99 514	1 826 701	
29	318 124	449 064	31 426	1 926 216	130 940		99 514	1 926 216	
30	318 124	449 064	31 426	2 025 730	130 940		99 514	2 025 730	
31	318 124	449 064	31 426	2 125 244	130 940	954 372	99 514	2 125 244	
32	318 124	449 064	31 426	2 224 759	130 940		99 514	2 224 759	
33	318 124	449 064	31 426	2 324 273	130 940		99 514	2 324 273	
34	318 124	449 064	31 426	2 423 788	130 940	954 372	99 514	2 423 788	

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru)