

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/99783>

Тип работы: Бизнес план

Предмет: Маркетинг

1. Резюме 3
3. Описание продукции (услуг) 7
 - 3.1. Характеристика продукции 7
 - 3.2. Анализ продукции конкурентов 7
4. Оценка рынка сбыта 9
5. План маркетинга 17
 - 5.1. Потребители 17
 - 5.2. Конкуренты 18
 - 5.3. Ценовая политика и ценообразование 19
 - 5.4. Сбытовая политика 25
 - 5.5. Прогноз продаж 25
 - 5.6. Продвижение 27
6. План производства 29
 - 6.1. Описание используемой в производстве технологии 29
 - 6.2. Производственная программа 36
 - 6.3. Материально-техническая база организации 36
 - 6.4. Расчет потребности в сырье и других ресурсах 37
 - 6.6. Трудовые ресурсы 37
 - 6.7. Прогноз затрат 37
7. Организационный план 38
 - 7.1. Организационно-правовые детали 38
 - 7.2. План по персоналу 38
8. Финансовый план 39
 - 8.1. Нормативы для финансово-экономических расчетов (внешние факторы) 39
 - 8.2. Финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности 39
 - 8.3. План денежных поступлений и выплат 39
 - 8.4. Показатели эффективности реализации проекта 40
9. Риски 41
10. Оценка эффективности проекта 42

1. Резюме

Наименование проекта: интернет-магазин одежды "Вешалка"

Краткое описание проекта: интернет-магазин одежды будет продавать известные марки качественной одежды для всех потребителей.

Цель бизнес-плана: оценка инвестиций в интернет-магазин одежды

Вид запрашиваемой поддержки: кредит

Характеристика компании: частная компания

Наименование организации: ООО "Гардероб"

Организационно-правовая форма: общество с ограниченной ответственностью

Инициатор проекта: Иванов Иван Иванович

Контактные данные:

Юридический адрес:

Фактический адрес:

Банковские реквизиты:

Стадия развития проекта: развитие

Краткие сведения о квалификации управленческого персонала: высшее образование, опыт работы более 10

лет.

Описание ситуации на рынке и в отрасли: растущий рынок

Стратегия маркетинга: захват доли рынка

Преимущество продукции или услуг предприятия: качественная продукция по разумным ценам.

Потребность в трудовых ресурсах: требуется 1 программист, 2 менеджера по продажам, 1 водитель-курьер.

Таблица 1. Потребность в трудовых ресурсах

№ Наименование должности Оклад ЗП+НДФЛ Отчисления на соц.нужды Итого Штат, человек ИТГО

1 Программист 60000 60000 20400 80400 1 80400

2 Менеджер по продажам 35000 35000 11900 46900 2 93800

3 Водитель 30000 30000 10200 40200 1 40200

Итого 214400

Вид деятельности:

Таблица 2. Виды деятельности

Код ОКВЭД Деятельность

52.42.1 Розничная торговля мужской, женской и детской одеждой

52.42.2 Розничная торговля нательным бельем

52.42.3 Розничная торговля изделиями из меха

52.42.4 Розничная торговля одеждой из кожи

52.42.5 Розничная торговля спортивной одеждой

52.42.6 Розничная торговля чулочно-носочными изделиями

52.42.7 Розничная торговля головными уборами

52.42.8 Розничная торговля аксессуарами одежды (перчатками, галстуками, шарфами, ремнями, подтяжками и т.п.)

52.43 Розничная торговля обувью и изделиями из кож

52.43.1 Розничная торговля обувью

52.43.2 Розничная торговля изделиями из кожи и дорожными принадлежностями

Основные характеристики проекта:

Объем финансирования:

Арендуемое помещение (в собственности):

Наемные сотрудники: 4 человек

Срок окупаемости проекта: месяцев

Средняя норма рентабельности, ARR, %

Чистый приведенный доход NPV

Индекс прибыльности PI

Налоговое окружение по проекту:

Таблица 3. Налоговое окружение по проекту

Объект налогообложения Ставка налога 2020 2021

III IV I II

Фонд оплаты труда 13% 13% 13% 13% 13%

Социальный налог (страховые взносы в ПФ РФ, страхование от несчастных случаев) 34% 34% 34% 34% 34%

НДФЛ 13% 13% 13% 13% 13%

Доходы-расходы 6% 6% 6% 6% 6%

УСН (база «Доходы- расходы») 15% 15% 15% 15% 15%

Итого налогов 62% 62% 62% 62% 62%

в том числе

Федеральный бюджет

Областной бюджет

Местный бюджет

2. Описание предприятия

1. Сведения о претенденте. Статус, уставный капитал, финансовое положение. Когда, кем, с какой целью была/будет основана фирма

ООО "Гардероб" было создано как частное предприятие. Уставный капитал составит 10 000 рублей.

Предприятие зарегистрировано 10.11.19 с целью извлечения прибыли от продаж одежды.

2. Организационно-правовая форма, структура собственности (учредители и их доли)

Общество с ограниченной ответственностью, уставной капитал 10 000 рублей принадлежит Генеральному директору Иванову Ивану Ивановичу.

3. Структура управления, количество работников и их квалификация

Глава компании - Генеральный директор, программист подчиняется Генеральному директору, также имеется два менеджера по продажам и один водитель-курьер.

4. Цели по SMART

Повышение первичных продаж:

- прямые офлайн-продажи;
- прямые онлайн-продажи;
- косвенные офлайн-продажи;
- косвенные онлайн-продажи.

Повышение вторичных продаж.

Формирование и укрепление платформы бренда.

Вывод на рынок нового продукта.

Выход в новые регионы.

Эффективность обслуживания текущих клиентов.

3. Описание продукции (услуг)

3.1. Характеристика продукции

Проект сотрудничает с двумя молодежными дизайнерскими студиями: "Ми-6" и "Фаворит-Ка", разрабатывающими одежду городского стиля и стиля для девушек, популярных среди молодежи. Дизайн и конструкторские решения разрабатываются непосредственно в студиях, работы по пошиву отданы на аутсорсинг проверенным швейным производствам.

Используются импортные материалы высокого качества. В год каждая студия выпускает по две мужских и женских коллекции – зима и лето. Среднее количество позиций в каждой из коллекций – 35 единиц.

Ценовой сегмент – «средний» и «средний+».

3.2. Анализ продукции конкурентов

Основными конкурентами являются крупные интернет-магазины, например, Wildberry.

Рисунок 1 - Интернет-магазин

Рисунок 2 - Интернет-магазин

Продукция конкурентов является массовой, в ней нет оригинальности и некоторой доли эгоистичности, которая присуща молодому поколению. Продукция нашего интернет-магазина будет сугубо индивидуальной, только для некоторых.

4. Оценка рынка сбыта

За период июль 2018 г. — июнь 2019 г. в интернет-магазинах одежды и обуви, входящих в ТОП1000, было оформлено 101 миллион заказов на сумму 215 миллиардов рублей. Средний чек составил 2 120 рублей.

Доля магазинов одежды и обуви на рынке eCommerce 38% от всех онлайн-заказов 1 000 крупнейших магазинов за период июль 2018 г. — июнь 2019 г. были сделаны в интернет-магазинах одежды и обуви. Доля по объему выручки составила 20%.

Крупные и средние интернет-магазины одежды и обуви (входящие в общий ТОП1000 российского рынка eCommerce) реализовали 101 миллион заказов. Около 9 миллионов заказов было отправлено небольшими ритейлерами (1-80 заказов в сутки). Всего в России насчитывается около 4 700 интернет-магазинов одежды и обуви с уровнем продаж не менее 1 заказа в сутки.

Количество онлайн-заказов в интернет-магазинах одежды и обуви за год (июль 2018 — июнь 2019 гг. относительно предыдущих 12 месяцев) выросло на 63%. За тот же период времени сумма онлайн-продаж увеличилась на 36%. Средний чек сократился на 17%. Средняя конверсия интернет-магазинов В сегменте

одежды и обуви конверсия составила 14,5%. Ближайшие показатели у интернет-магазинов продуктов и книг (16,8% и 14,8% соответственно).

В ТОП1000 российских онлайн-ритейлеров вошло 105 интернет-магазинов одежды и обуви. Почти треть из них (29%) — это специализированные магазины, которые продают только обувь или сумки (но не одежду) или только определенную одежду (например, детскую). При этом на специализированных игроков приходится лишь 3% заказов и 8% денежного объема продаж. ТОП10 игроков рынка

Доля Wildberries.ru по объему онлайн-продаж среди интернет-магазинов одежды и обуви из ТОП1000 за период июль 2018 — июнь 2019 г.: 49%

Из интернет-магазинов одежды и обуви, входящих в ТОП1000 онлайн-ритейлеров, 86% — общества (АО/ООО). 14% принадлежат индивидуальным предпринимателям. География интернет-магазинов. Из интернет-магазинов одежды и обуви, входящих в ТОП1000 онлайн-ритейлеров, 68% зарегистрированы в Москве и Московской области, 7% в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Остальные 25% распределились между другими городами России. Способы доставки. Все четыре способа доставки используют 22% интернет-магазинов одежды и обуви. Популярными вариантами доставки в сегменте одежды и обуви являются доставка «до двери» на дом или в офис и самовывоз.

Особенностью крупных магазинов является опция бесплатной примерки — как на дому (Lamoda), так и в примерочных ПВЗ (Wildberries), и возврата не подошедшего товара. Некоторые магазины запускают собственные курьерские службы (LMExpress для Lamoda).

Ключевой задачей магазинов является сокращение сроков доставки, снижение ее стоимости, увеличение количества точек самовывоза. Важным вектором развития выступает расширение зоны доставки и в другие страны — Казахстан, Беларусь, Украину. Desktop vs Mobile

Для посещения интернет-магазинов одежды и обуви покупатели в большей степени используют мобильный интернет — 52%. На десктоп приходится 48%.

Самые популярные приложения у Wildberries.ru и Lamoda.ru — более 10 млн установок в Google Play у каждого.

Структура источников трафика для интернет-магазинов в сегменте fashion отличается относительно маленькой долей поискового трафика и большой долей переходов из писем и рассылок.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/99783>