

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В ГИПЕРМАРКЕТЕ КАК СПОСОБ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ КРИЗИСА

© Захарова М. С., Макарова В. Ф., 2015

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье с помощью применения статистических методов исследования разрабатывается методика предотвращения оттока клиентов в условиях кризиса в крупном гипермаркете, проводится анализ потребительского рынка онлайн-магазина, создается бизнес-план на примере типовой модели, а так же рассчитывается рентабельность проекта в течение трех лет

Ключевые слова: статистические методы, корреляционный анализ, доверительный интервал, социальный опрос, онлайн-магазин, анализ, финансовый план.

Крупный гипермаркет в условиях всевозрастающей конкуренции, а также в результате снижения покупательской способности вследствие мирового финансового кризиса, в целях сохранения своих позиций на рынке потребительских товаров принял решение открыть подразделение по заказу продуктовых товаров онлайн и их доставке по указанному адресу.

Покупки онлайн становятся все более популярной и востребованной практикой в нашей стране. Причин тому несколько. Во-первых, нехватка времени. Во-вторых, больше возможностей выбора. В-третьих, нежелание куда-то идти, если нужное могут принести прямо к порогу двери. Наиболее популярными товарами для заказа через Интернет являются одежда и обувь, электроника, бытовая техника и другие вещи длительного пользования.

Если же речь заходит о продуктах питания, то мы, не раздумывая, отправляемся в супермаркет или на рынок. Но если бы имелась возможность, многие граждане не отказались бы заказывать нужные товары по Интернету. Потребность в такой услуге существует, особенно у занятых людей.

Способ организации продуктовой доставки: какой выбрать?

Наиболее рациональным представляется способ по реализации бизнес-магазин продуктов онлайн на базе уже существующей, реальной торговой сети. Этот способ гораздо проще и удобнее, так как дополнительно понадобится лишь транспорт и курьер, а продукцией будет снабжать «материнская» компания.

Схема реализации доставки продуктов и необходимые атрибуты для старта

Основной рабочей площадкой бизнеса по доставке будет интернет-ресурс. Он должен быть максимально удобным и понятным всем категориям населения. Именно здесь будет происходить оформление заказа. Процесс оформления:

1. Покупатели заходят на наш сайт, заполняют форму заказа продуктов и анкету, в которой указывают имя и контактный телефон, список продуктов и конкретные пожелания к товару.

2. Оператор получает заказ и связывается с покупателем для его подтверждения. Если имеются какие-то уточнения, они вносятся в форму со слов

заказчика.

3. Затем список с подробными указаниями передается сборщикам товаров, которые, собрав необходимое, передают пакеты курьеру.

4. Оплата совершается либо наличными курьеру, либо через сайт безналичной оплатой.

Такой бизнес по доставке продуктов на дом является по-своему уникальным, но востребованным. Услуга будет интересна и молодежи, и пожилым людям, и молодым мамам, и занятым деловым людям.

Особенности заказа продуктов: оплата и другие нюансы.

Стоит предложить заказчикам возможность указывать пожелания к конкретному времени доставки. Например, сделать заказ утром с учетом того, что курьер привезет его в 7 часов вечера. Клиентам, находящимся на работе, будет удобно делать покупки и получать их по приходу домой. Кроме того, некоторым покупателям будут интересны специфические услуги, например, доставка деревенских продуктов на дом. Ее можно предложить в качестве дополнительной, если у вас есть возможность наладить сотрудничество с фермерами-производителями. Однако этот вариант подойдет как сезонный.

Сайт компании. Он должен быть удобным, понятным, функциональным. Если клиенты будут путаться в том, как сделать заказ, что нужно заполнить, где узнать о цене и прочих условиях, то они попросту откажутся от оформления заявки. Примечание: вместе с заказанными покупками курьер обязательно должен вручить заказчику чек — непосредственно в руки, а не просто в пакете с продуктами. Это позволит избежать возможных недоразумений и жалоб. Также необходимо организовать обратную связь от клиентов, чтобы знать, какие моменты следует доработать / исправить.

Опрос и анализ. Нами был проведен опрос покупателей магазина в возрасте от 18 до 60 и выявлен средний чек покупки (рис. 1). Благодаря этим данным мы провели корреляционный анализ данных, а так же посчитали доверительный интервал (рис. 2), с помощью которого выяснили, сколько людей, положительно воспринявших предложение об открытии Интернет-магазина, на самом деле будут пользоваться нашими услугами. Зависимость среднего чека от возраста помогла определить целевую аудиторию

магазина (рис. 3).

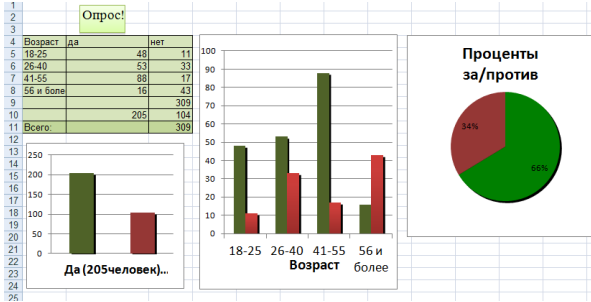


Рис. 1. Опрос потенциальных покупателей

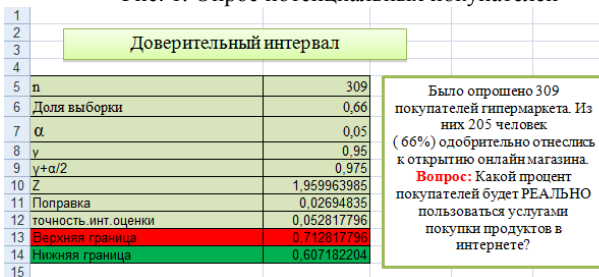


Рис. 2. Доверительный интервал

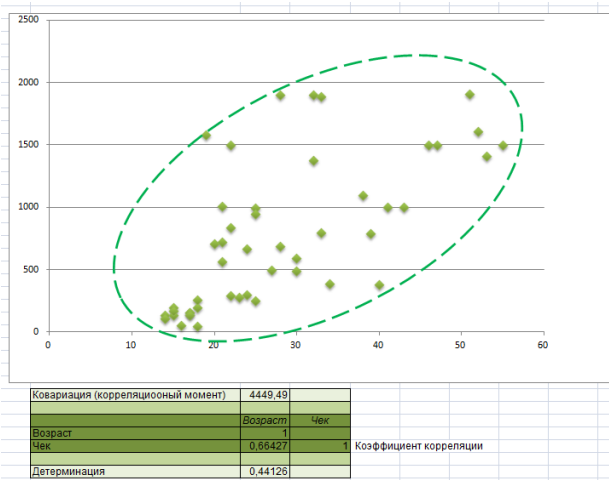


Рис. 3. Анализ данных

Рассмотрим все основные отчеты финансового плана:

- отчет о прибылях и убытках;
- бюджет движения денежных средств;
- рассчитаем необходимые показатели.

Расчет выручки от реализации

В качестве исходных данных в данной работе использованы сведения из различных источников [1–4]. Рассчитаем выручку магазина в зависимости от числа посещений нашего сайта и числа продаж через партнеров. Так как наш проект окупится, как мы выясним впоследствии, в течение первого года (а расчет в EXCEL приведен по месяцам в течение 3-х лет), для отсека лишней информации и для удобства визуализируем данные только за первый год.

Заключение

В данной исследовательской работе были рассмотрены поставленные задачи и сделаны следующие выводы:

- В результате составления производственного плана, были определены сроки реализации проекта, составлена смета затрат, и определена сумма необходимая для осуществления проекта.
- Составление организационной структуры позволило определить количество необходимых сотрудников. Распределены обязанности сотрудников, установлено штатное расписание, а также размеры и формы заработной платы.
- Самой важной частью бизнес-плана является финансовый план. Были проведены все необходимые расчеты, а именно: выручки от реализации, амортизационные отчисления, расчет заработной платы, налогов, расчет % за кредит, также были составлены отчета о прибылях и убытках, движение денежных средств.
- Разработанный бизнес план позволит начать развитие данного проекта и тем самым завоевать значительную долю рынка. ■

Статьи расходов и доходов	Интервал планирования, мес.														
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Источники финансирования, всего:	-	540 000	125 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
в том числе:															
собственные средства	1 050 000	540 000	125 000												
займы, кредиты															
государственная субсидия															
иные источники															
Выручка от реализации услуг (наценка составляет 30%, учитывая затраты на доставку), всего:				59 072	404 208	957 199	2 150 663	3 245 684	4 877 603	6 972 068	8 406 770	8 476 694	8 521 770	8 531 388	8
Себестоимость реализованной продукции				41 351	282 946	670 039	1 505 464	2 271 978	3 414 322	4 880 448	5 884 739	5 933 685	5 965 239	5 971 972	5
Расходы:		645 000	560 000	360 337	364 062	360 937	417 585	534 977	711 735	985 215	1 175 560	1 262 777	1 319 079	1 328 745	13
Зарплата наемного персонала			225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	
Оплата партнерам				337	4 062	15 937	72 585	167 477	359 235	632 715	823 060	910 277	966 579	976 245	
Аренда помещений		100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	
Расходы на рекламу			30 000	30 000	30 000	15 000	15 000	15 000							
Организационные расходы		540 000	125 000												
Оборудование рабочих мест			75 000												
Хостинг, домен, связь, почта		5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	
Виды налогов															
базовые ставки															
Взносы в Пенсионный фонд															14,0%

Рис 4. Доходы и расходы предприятия

План движения денежных средств														
№ п/п	Статья расходов и доходов	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Остаток денежных средств на начало месяца	1 050 000	1 050 000	1 070 000	710 000	367 385	124 585	50 808	278 422	717 149	1 468 695	2 575 100	3 921 571	5 201 802
2	Источники финансирования (собственные средства)	-	665 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Поступления от реализации	-	-	-	59 072	404 208	957 199	2 150 663	3 245 684	4 877 603	6 972 068	8 406 770	8 476 694	8 521 770
4	Итого поступления (2+3)	-	665 000	-	59 072	404 208	957 199	2 150 663	3 245 684	4 877 603	6 972 068	8 406 770	8 476 694	8 521 770
5	Расходы организационного периода, всего	-	665 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Переменные затраты, всего в том числе:	-	-	225 000	266 687	512 008	910 977	1 803 049	2 686 956	4 021 058	5 760 663	6 955 299	7 091 462	7 179 318
	Закупки товаров	-	-	-	41 351	282 946	670 039	1 505 464	2 271 978	3 414 322	4 880 448	5 884 739	5 933 685	5 965 239
	Зар. плата персонала	-	-	225 000	225 000	225 000	225 000	225 000	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500	247 500
	Иные переменные расходы	-	-	-	337	4 062	15 937	72 585	167 477	359 235	632 715	823 060	910 277	966 579
7	Постоянные затраты, всего в том числе:	-	-	135 000	135 000	135 000	120 000	120 000	120 000	105 000	105 000	105 000	105 000	105 000
	Плата за аренду	-	-	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
	Расходы на рекламу	-	-	30 000	30 000	30 000	15 000	15 000	15 000	-	-	-	-	-
	Хостинг, домен, связь, почта	-	-	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
8	Налоги, всего в том числе:	-	-	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	93 720	93 720	93 720	93 720
	Начисления на зар. плату наемного персонала	-	-	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	78 100	93 720	93 720	93 720	93 720
	Единый налог на доходы	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Выплаты по кредитам и займам	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
#	Всего расходов (5+6+7+8+9)	-	645 000	360 000	401 687	647 008	1 030 977	1 923 049	2 806 956	4 126 058	5 865 663	7 060 299	7 196 462	7 284 318
#	Остаток денежных средств на конец месяца (1-4+5-10)	1 050 000	1 070 000	710 000	367 385	124 585	50 808	278 422	717 149	1 468 695	2 575 100	3 921 571	5 201 802	6 439 254

Рис. 5. План движения денежных средств

1. Берд П. Бизнес-план: Пошаговое руководство / П. Берд. — М. : Гранд-Фаир, 2008. — 304 с.

2. Донцова А. В. Анализ финансовой отчетности / А. В. Донцова, Н. А. Никифорова. — 2-е изд. — М. : Дело и сервис, 2004. — 336 с.

3. Савельев Ю. В. Бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов / Ю. В. Савельев, Е. В. Жирзель. — Петрозаводск, 2007 г. — 78 с.

4. URL: <http://www.business-plan.com/>.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Берд П. Бизнес-план: Пошаговое руководство / П. Берд. — М. : Гранд-Фаир, 2008. — 304 с.

Донцова А. В. Анализ финансовой отчетности / А. В. Донцова, Н. А. Никифорова. — 2-е изд. — М. : Дело и сервис, 2004. — 336 с.

Савельев Ю. В. Бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов /

Ю. В. Савельев, Е. В. Жирзель. — Петрозаводск, 2007 г. — 78 с.

URL: <http://www.business-plan.com/>.

Extension Services in Hypermarkets as a Way of Crisis Preclusion

© Zaharova M., Makarova V., 2015

By applying the statistical methods of research, the authors devised methods for the prevention of customer outflow in a large hypermarket at the crisis time; researched a customer market of an on-line shop; develop a standard model business plan; forecast project efficiency over three years.

Keywords: statistical methods, correlation analysis, confidence interval, public survey, on-line shop, analysis, financial plan.