

Косухин К.А.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.В. Майорова*  
 Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
 602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
 E-mail: kirill.kosuxin@mail.ru

### **Увеличение объема продаж предприятия за счет открытия интернет-магазина (на примере ООО «Бочка»)**

Е-commerce или электронная коммерция – это предпринимательская деятельность, которая, так или иначе, связана с распространением, рекламированием, продвижением, продажей услуг или товаров через Интернет.

Существует 5 основных форм, характеризующих эту сферу деятельности:

- Интернет-торговля, а точнее, абсолютно любой онлайн-магазин;
- электронный обмен информацией, в том числе простые информационные сайты;
- Интернет-банкинг, платежные системы;
- денежные переводы и электронные кошельки;
- маркетинг в виде сбора информации, которая может использоваться для создания клиентской базы.

На сегодняшний день Интернет-торговля (e-commerce) во всем мире, а также в России демонстрирует высокие темпы роста: в России в 2019 году продажи выросли на 18%, превысив 2 трлн. руб. Развитие российского рынка Интернет-торговли идет в соответствии с международными трендами – рост опережающими темпами по сравнению с розничной торговлей в целом, увеличение роли мобильных устройств как основного инструмента осуществления Интернет-покупок. Таким образом, потребители привыкли к покупкам в Интернет и готовы все больше своей потребительской активности переносить в онлайн.

ООО «Бочка» производит и реализует оригинальные аксессуары для сауны и бани. Для увеличения объема реализации товаров предприятию следует создать интернет-магазин. Это позволит расширить рынки сбыта продукции на всю территорию России с учетом отправки логистическими компаниями.

В интернет-магазине будут реализовываться следующие типы товаров:

- банное белье (халаты, тапочки, полотенца);
- банные принадлежности (черпаки, шайки, запарники, решетки);
- массажёры и масла;
- веники для бани;
- колпаки, щетки, рукавицы;
- камни (голыши) для сауны.

Отразим единовременные и ежемесячные затраты по открытию интернет-магазина (таблицы 1 и 2).

Таблица 1 - Единовременные затраты для создания интернет-магазина

Наименование затрат	Сумма, руб.
Покупка домена и хостинга	4000
Покупка онлайн-кассы (на год)	3000
Разработка логотипа и базового фирменного стиля	22000
Дизайн сайта	45000
Написание SEO-текстов для товаров	36000
Итого единовременные затраты	110000

Таким образом, единовременные затраты для создания интернет-магазина составили 110 тыс. руб., общая сумма ежемесячных затрат на реализацию проекта составит 91 тыс. руб., а за год – 1092 тыс. руб.

Таблица 2 – Ежемесячные затраты на реализацию проекта

Показатель	Сумма, руб.
Заработная плата	38000
Страховые взносы	5400
Договор с транспортной компанией «Деловые Линии»	36000
Рекламная кампания	10000
Оплата хостинга и домена	1500
Итого	90900

Д.И. Клеников, Е.В. Праздникова, Н.Н. Праздникова в своей статье «Использование инновационных технологий для увеличения финансового результата организации (на примере создания интернет-магазина)» считают, что создание интернет-магазина позволит увеличить выручку организаций в первый год на 0,5%-2% [2].

Примерно такого же мнения придерживаются Бартыханова Ш.М. и Абдулаев Н.А. в статье «Интернет-маркетинг как метод увеличения прибыли компании». Данные авторы считают, что интернет-магазин позволит увеличить выручку предприятия от 1% до 15% в год в зависимости от эффективности маркетинговой деятельности фирмы [1].

Поэтому плановый объем продаж прогнозируем с приростом на 2%, ежегодное увеличение – 0,5% (таблица 3).

Таблица 3 – Объем продаж по годам

Год	2021 год	2022 год	2023 год
Количество заказов	565	578	591
Выручка, руб.	10858	10912	10967

Итак, количество заказов растет с каждым годом, как и выручка от продаж.

Оценка эффективности проекта была проведена по следующим параметрам:

- чистая дисконтированная стоимость (NPV);
- индекс рентабельности инвестиций (PI);
- внутренняя норма прибыли (IRR);
- дисконтированный срок окупаемости (DPP).

Чистая дисконтированная стоимость по нему составляет 1040191,14 руб., индекс рентабельности равен 10,46%, внутренняя норма прибыли равна 34,78%, что выше ставки дисконтирования, а срок окупаемости равен 4,2 месяца.

Реализация инвестиционного проекта по открытию Интернет-магазина для предприятия в небольшом городе, позволит увеличить валовую прибыль, прибыль от продаж и прибыль до налогообложения на 1530 тыс. руб., чистую прибыль на 1219 тыс. руб.

## Литература

1. Бартыханова Ш.М., Абдулаев Н.А. Интернет-маркетинг как метод увеличения прибыли компании // Практика использования концепции маркетинга предприятиями и предпринимательскими структурами. — 2017. - С.139–144.
2. Клеников Д.И., Праздникова Е.В., Праздникова Н.Н. Использование инновационных технологий для увеличения финансового результата организации (на примере создания интернет-магазина) // Сборник научных статей Международной молодежной школы-семинара «Ломоносовские чтения на Алтае». — 2017. - С.91–96.