

Свой магазин или только маркетплейс: посчитайте по своим цифрам

Модель грубая намеренно: все проценты видны и меняются под ваш бизнес. Подставьте свои ставки в правую колонку и пересчитайте.

ИСХОДНЫЕ ДОЛИ ОТ ОБОРОТА

Маркетплейс: комиссия 20% + логистика 8% + реклама 7%

35%

Свой магазин: эквайринг 2,5% + доставка 6% + реклама и SEO 12%

20,5%

Свой магазин, фикс: поддержка и хостинг

60 000 ₽ в месяц

Разработка под ключ, разово

700 000 ₽

Сценарий 1. Весь оборот переезжает на свой сайт

Оборот в месяц	На площадке	На своём	Экономия
500 000 ₽	175 000 ₽	162 500 ₽	12 500 ₽
1 000 000 ₽	350 000 ₽	265 000 ₽	85 000 ₽
2 000 000 ₽	700 000 ₽	470 000 ₽	230 000 ₽
3 000 000 ₽	1 050 000 ₽	675 000 ₽	375 000 ₽
5 000 000 ₽	1 750 000 ₽	1 085 000 ₽	665 000 ₽
10 000 000 ₽	3 500 000 ₽	2 110 000 ₽	1 390 000 ₽

Эта таблица льстит: она молча считает, что покупатели переедут вместе с сайтом. Так не бывает.

Сценарий 2. Переезжает только часть спроса

Оборот на площадке	Доля переезда	Экономия в месяц	Окупаемость
2 000 000 ₽	15%	минус 16 500 ₽	не окупается
2 000 000 ₽	30%	27 000 ₽	25,9 мес
2 000 000 ₽	50%	85 000 ₽	8,2 мес
5 000 000 ₽	15%	48 750 ₽	14,4 мес
5 000 000 ₽	30%	157 500 ₽	4,4 мес
5 000 000 ₽	50%	302 500 ₽	2,3 мес

до 400 000 ₽

оборота своего сайта: канал не покрывает поддержку

от 800 000 ₽

оборота своего сайта: разработка возвращается за год

КАК СЧИТАТЬ ПО СЕБЕ

1. Поднимите отчёт площадки за 12 месяцев и выведите свою реальную долю расходов. У большинства она отличается от 35% в обе стороны.
2. Оцените долю переезда честно. В первый год редко бывает больше 30%: покупателя со своей витрины нужно привести, он не приходит сам.
3. Считайте окупаемость только по второму сценарию. Первый годится, чтобы увидеть потолок, а не чтобы принимать решение.
4. Пороги слева считаются по обороту своего сайта. Чтобы получить порог по площадке, поделите на свою долю переезда: при 30% это 1,4 млн ₽ и 2,7 млн ₽.