



Бизнес-план магазина продуктов

Разработано компанией БизнесИнвестАналитика

Интернет: <https://investanalitika.ru>

Электронная почта: info@investanalitika.ru

2022



БизнесИнвестАналитика
ГОТОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И БИЗНЕС-ПЛАНЫ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Бизнес-план магазина продуктов содержит все необходимые расчеты и показатели в соответствии с международными стандартами бизнес-планирования UNIDO: план продаж, план закупок, план по заработной плате и персоналу, план по налогам, инвестиционный план, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об оценке эффективности инвестиций, анализ безубыточности.

Готовый бизнес-план магазина продуктов может быть использован

- для оценки экономической эффективности рассматриваемого бизнеса;
- для понимания технологии открытия и операционной деятельности бизнеса, оценки его перспектив;
- для представления в банк или инвестору;
- для предоставления в государственные органы для получения государственного финансирования, грантов, субсидий;
- для обоснования сделок по купле-продаже бизнеса.

В базовом варианте бизнес-план магазина продуктов рассчитан на общую площадь 60 кв.м. В то же время, бизнес-план может быть легко адаптирован под любую площадь.

Также бизнес-план можно адаптировать под любой ассортимент и любой уровень торговой наценки по товарным группам. Бизнес-план легко адаптируется к изменению исходных данных и может быть использован для любого региона.

В бизнес-плане магазина продуктов содержатся:

- Данные о доходности бизнеса: выручка, затраты, чистая прибыль и другие показатели эффективности бизнеса;
- Данные об инвестиционных затратах на открытие бизнеса – сколько нужно потратить, чтобы открыть бизнес, каков срок окупаемости вложений;
- Данные о способах и схемах финансирования бизнеса – объемы кредитных средств, объемы государственной поддержки, условия кредитования, схемы участия инвесторов, выплаты по кредитам и другие важные данные;
- Календарный график проекта – когда и какие мероприятия необходимо осуществить, чтобы реализовать проект;
- Оценка эффективности инвестиционного проекта в соответствии со стандартами UNIDO;
- Полноценный финансовый план на весь срок реализации проекта (план продаж, план затрат, себестоимость в ходе реализации проекта, план инвестиций, движение денежных средств, план по налогам);
- Другие данные, которые важны при организации данного вида бизнеса.

К бизнес-плану прилагается финансовая модель в Excel. Финансовая модель содержит следующие финансовые отчеты и показатели:

- Отчет о прибыли, отчет о движении денежных средств;
- Анализ показателей финансовой эффективности (Рентабельность по чистой прибыли, ROI, EBIT, EBITDA);
- Анализ эффективности инвестиций (NPV, IRR, Срок окупаемости);
- Анализ безубыточности.

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

Выручка от реализации

Год начала проекта: 2022
 Месяц начала проекта: 1

Среднее дневное количество клиентов, Средний чек

Показатель	ед. изм.	Месяцы																	
		1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	13 мес	14 мес	15 мес	16 мес	17 мес	18 мес
Среднее дневное количество клиентов	чел	50	60	70	80	80	110	110	90	120	70	80	90	110	110	90	110	110	90
Средний чек	тыс.руб.	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400

Структура продаж

Наименование товарной группы	ед. изм.	Месяцы																	
		1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес	13 мес	14 мес	15 мес	16 мес	17 мес	18 мес
Алкогольные напитки	%				25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Безалкогольные напитки	%				2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Соки	%				2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Хлеб и хлебобулочные изделия	%				3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Кондитерские изделия	%				7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
Кофе, кофейные напитки	%				2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Чай	%				2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Вакалея	%				4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Консервы	%				2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Растительные масла, специи, соусы	%				1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Свежие фрукты, овощи, ягоды и зелень	%				5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Свежие мясо, птица и рыба, морепродукты	%				20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Замороженные продукты	%				7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%

В финансовой модели бизнес-плана магазина продуктов можно самостоятельно изменить следующие параметры:

- Валюту проекта;
- Год и месяц начала проекта;
- Площадь магазина и площадь его отдельных помещений;
- Средний чек по месяцам проекта;
- Среднее дневное число клиентов по месяцам проекта;
- Наименования товарных групп;
- Структуру продаж по товарным группам продуктов;
- Уровень торговой наценки по товарным группам продуктов;
- Стоимость ремонта помещений;
- Стоимость и количество необходимого оборудования;
- Численность персонала, размеры заработных плат;
- Налоговые ставки;
- Объем и структуру инвестиций;
- Объем и структуру финансирования (объем собственных и заемных средств);
- Размер текущих затрат (аренда помещения, коммунальные услуги, амортизация, вывоз мусора, расходные материалы, общехозяйственные расходы, охрана, связь, инкассация, эквайринг, реклама и другие расходы);
- Уровень процентной ставки по заемным средствам;
- Размер ставки дисконтирования;
- Другие параметры.

После изменения параметров финансовая модель автоматически пересчитывает финансовый план в соответствии с измененными параметрами.

Microsoft Excel - ФМ МП 2021.xls

Файл Правка Вид Вставка Формат Сервис Данные Окно Справка ОпnиPage Введите вопрос

Tahoma 10

Отчет о прибылях и убытках

Показатель	1 год												2 год							
	январь.22	февр.22	март.22	апр.22	май.22	июнь.22	июль.22	авг.22	сентя.22	окт.22	нояб.22	дека.22	январь.23	февр.23	март.23	апр.23	май.23	июнь.23	июль.23	авг.23
Выручка (нетто)	0	0	0	600	720	840	960	960	1 320	1 320	1 080	1 440	840	960	1 080	1 320	1 320	1 080	960	960
Затраты на персонал	0	0	0	480	576	672	768	768	972	972	792	1 056	672	768	864	1 008	1 008	792	672	672
Прочие производственные расходы																				
Амортизация																				
Стоимость административного и коммерческого персонала																				
Накладные расходы в абсолютном выражении																				
Административные расходы																				
Коммерческие расходы																				
Создание																				
Прочие расходы																				
Прочие доходы																				
Прочие расходы																				
Чистая прибыль (убыток) от операционной деятельности				120	144	168	192	192	348	348	288	384	168	192	216	312	312	288	288	288
Прочие доходы																				
Прочие расходы																				
Чистая прибыль (убыток)				120	144	168	192	192	348	348	288	384	168	192	216	312	312	288	288	288
Изменение стоимости инвестиций																				
Прочие доходы																				
Прочие расходы																				

7.График инвестиций Пост

Если у Вас возникнут затруднения при изменении финансовой модели, Вы можете предоставить параметры Вашего индивидуального проекта для внесения изменений в финансовую модель и пересчета всех параметров бизнес-плана.

После покупки бизнес-плана специалисты компании всегда ответят на все вопросы Клиентов и проконсультируют по вопросам практического использования бизнес-плана и финансовой модели.

Дополнительными услугами являются:

- Проведение переговоров с поставщиками оборудования под конкретный проект до момента получения коммерческих предложений;
- Доработка бизнес-плана в соответствии с требованиями заказчика;
- Привлечение финансирования проекта.

КРАТКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА МАГАЗИНА ПРОДУКТОВ

СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	5
2. АНАЛИЗ РЫНКА	8
2.1. Структура потребления продовольственных товаров	8
2.2. Классификация продуктовых магазинов	9
2.3. Характеристика потребителей на розничном рынке продуктов питания	13
3. ПЛАН МАРКЕТИНГА	16
3.1. Маркетинговая стратегия	16
3.2. Расположение магазина и его площадь	18
3.3. Ассортиментная матрица и поставщики	20
3.4. Организация торгового пространства и мерчендайзинг	22
3.5. Ценовая политика	24
3.6. Рекламная политика	26
4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	29
4.1. Торговое оборудование и мебель	29
4.2. План по персоналу	33
4.3. График работы магазина и персонала	34
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	35
5.1. Организационно-правовая форма и система налогообложения	35
5.2. Разрешительная документация	36
5.3. Календарный график проекта	41
6. ПЛАН ПРОДАЖ	44
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	47
7.1. Основные допущения	47
7.2. Доходы проекта	47
7.3. Операционные расходы	48
7.4. Инвестиционные издержки	54
7.5. Источники финансирования	55
8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	56
8.1. Прибыль и рентабельность	56

8.2. NPV, IRR, срок окупаемости	58
8.3. Точка безубыточности	59
8.4. Финансовая состоятельность	60
9. ОЦЕНКА РИСКОВ	63
Приложения	66
Приложение 1. Выручка от реализации	66
Приложение 2. Торговая наценка по товарным группам, затраты на закупки	67
Приложение 3. Расчет потребности в персонале и заработной плате	68
Приложение 4. Расчет затрат на коммунальные услуги	69
Приложение 5.оборотный капитал	70
Приложение 6. Начисление и выплата налогов	71
Приложение 7. Инвестиции проекта	72
Приложение 8. Текущие затраты	73
Приложение 9. График финансирования проекта, сводная ведомость выплат по источникам финансирования	74
Приложение 10. Отчет о прибылях и убытках	75
Приложение 11. Отчет о движении денежных средств	76
Приложение 12. Расчет эффективности инвестиций	77

СПИСОК ТАБЛИЦ:

Таблица 1. Основные показатели проекта
Таблица 2. Структура потребления продовольственных товаров
Таблица 3. Основные параметры позиционирования магазина продуктов
Таблица 4. Сравнительная оценка магазина продуктов формата «У дома» и конкурирующих с ним форматов
Таблица 5. Структура нежилого помещения под магазин продуктов
Таблица 6. Ассортиментная матрица
Таблица 7. Торговая наценка по товарным группам
Таблица 8. Виды наружной рекламы
Таблица 9. Затраты на стартовую рекламную кампанию
Таблица 10. План затрат на рекламу и продвижение, тыс. руб.

- Таблица 11. Затраты на оборудование для торгового зала
- Таблица 12. Затраты на оборудование для подсобного помещения
- Таблица 13. Расчет затрат на внедрение системы операционного и бухгалтерского учета
- Таблица 14. Расчет потребности в компьютерном и кассовом оборудовании, оргтехнике
- Таблица 15. Затраты на дополнительное оборудование
- Таблица 16. Расчет затрат на ремонт помещения
- Таблица 17. Штатное расписание
- Таблица 18. Квалификационные требования к персоналу
- Таблица 19. Система налогообложения
- Таблица 20. Перечень документов для получения заключения СЭС
- Таблица 21. Перечень документов для получения заключения УГПС
- Таблица 22. Перечень документов для получения разрешения на торговлю
- Таблица 23. Затраты на разрешительную документацию
- Таблица 24. План-график открытия магазина продуктов
- Таблица 25. Месячные объемы после выхода на плановый товарооборот
- Таблица 26. Структура продаж по товарным группам
- Таблица 27. Выручка от продаж, тыс. руб.
- Таблица 28. Расчет расхода электроэнергии на освещение помещений
- Таблица 29. Расчет расхода электроэнергии на функционирование магазина продуктов
- Таблица 30. Расчет расхода воды
- Таблица 31. Цены на потребляемые ресурсы
- Таблица 32. Расчет затрат на отопление
- Таблица 33. Постоянные затраты
- Таблица 34. Текущие затраты по годам проекта
- Таблица 35. Структура инвестиционных затрат
- Таблица 36. Структура источников финансирования
- Таблица 37. Выручка, чистая прибыль и рентабельность по годам реализации проекта
- Таблица 38. Расчет точки безубыточности
- Таблица 39. Оценка рисков

СПИСОК ДИАГРАММ:

Диаграмма 1. Факторы выбора продуктового магазина россиянами

Диаграмма 2. Сезонность продаж в магазине продуктов в течение года

Диаграмма 3. Структура затрат

Диаграмма 4. График выручки

Диаграмма 5. График чистой прибыли

Диаграмма 6. Дисконтированный денежный поток проекта

Диаграмма 7. График движения денежных средств

Диаграмма 8. Остаток денежных средств

СПИСОК РИСУНКОВ:

Рисунок 1. Классификация форматов продуктовых магазинов

Рисунок 2. Схема торгового зала

Рисунок 3. Зависимость продаж от движения покупателей

Рисунок 4. Схема движения покупателей

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Цель проекта

Целью бизнес-плана является описание процесса открытия магазина продуктов и обоснование экономической эффективности инвестиций в открытие магазина продуктов. Бизнес-план может быть реализован в любом регионе.

Ситуация на рынке

Несмотря на замедление темпов роста, продуктовый ритейл находится на стадии динамичного развития. Пока еще не исчерпан потенциал экстенсивного развития отрасли. Торговые предприятия распределены географически неравномерно, в некоторых локальных районах объемы торговых площадей в расчете на душу населения не достигают соответствующих показателей стран с развитой экономикой.

Маркетинговая концепция

Формат планируемого магазина – магазин у дома. Система обслуживания – через прилавок. Главное в подобном формате возможность приобрести товары недалеко от дома с уверенностью в качестве и с хорошим обслуживанием.

Целевой аудиторией магазина являются жители близлежащих районов, имеющие различный достаток и проживающие в домах в радиусе 200-500 м от магазина. Обслуживание покупателей проводится продавцами. Широта ассортимента около 400 наименований.

Цены на некоторые группы товаров будут равны, а на некоторые группы товаров выше на 10-15% выше, чем у супермаркетов, гипермаркетов и дискаунтеров. Но близость к потребителю обеспечивает данному формату свою рыночную нишу.

Основные достоинства проекта:

- Выгодное для клиентов месторасположение;
- Ассортимент выстроенный в связи с предпочтениями местного населения;
- Более свежая чем в торговых сетях продукция;
- Полная автоматизация операционного и бухгалтерского учета обеспечивают финансовую прозрачность и контроль ключевых показателей в реальном времени.

Все параметры бизнес-плана основаны на бизнес-модели действующего магазина продуктов.

Инвестиционные расходы и источники финансирования

Для реализации проекта открытия магазина продуктов необходимо *** тыс. рублей. Для этого планируется использовать заемные средства в размере *** тыс. рублей и собственные средства в размере *** тыс. рублей.

Основные показатели проекта

Показатели эффективности инвестиций в открытие магазина продуктов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Основные показатели инвестиционного проекта открытия магазина продуктов

№ п/п	Показатель	Ед.изм.	Значение
1.	Общая площадь	кв.м.	***
2.	Торговая площадь	кв.м.	***
3.	Ежегодная выручка	тыс. руб.	***
4.	Средний чек, руб.	руб.	***
5.	Выручка с 1 кв.м. торговой площади в год	тыс. руб.	***
6.	Число создаваемых рабочих мест	чел.	***
7.	Сумма инвестиций	тыс. руб.	***
8.	Средняя торговая наценка	%	***
9.	Чистая прибыль в год	тыс. руб.	***
10.	Чистая прибыль в месяц	тыс. руб.	***
11.	Рентабельность по выручке	%	***
12.	Месячное значение точки безубыточности	%	***
13.	Срок окупаемости, лет	тыс. руб.	***
14.	Чистая приведенная стоимость NPV	тыс. руб.	***
15.	IRR (внутренняя норма доходности)	%	***
16.	ЕБИТДА (прибыль до выплаты налогов и амортизации)	тыс. руб.	***
17.	ЕБИТ (прибыль до выплаты налогов и процентов по кредитам)	тыс. руб.	***

№ п/п	Показатель	Ед.изм.	Значение
18.	ROI (Рентабельность инвестиций)	%	***

Таким образом, реализация проекта позволит

- создать магазин продуктов приносящий чистую прибыль в размере *** тыс. рублей в среднем ежемесячно;
- создать новые рабочие места в районе реализации проекта;
- удовлетворить спрос на продукты в районе реализации проекта;
- обеспечить налоговые поступления в бюджеты всех уровней;
- обеспечить своевременную выплату основного долга и процентов по привлекаемым заемным средствам.

2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Структура потребления продовольственных товаров

На российском рынке розничной торговли можно выделить несколько сегментов, различающихся форматами торговли. Это магазины традиционных форматов (рынки, киоски, отдельно стоящие магазины, не объединенные в сети) и современных форматов (дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты, Cash&Carry, магазины у дома, объединенные в сети).

В соответствии с общим ростом российского потребительского рынка растет и меняется в сторону западных стандартов потребления структура потребительской корзины россиян: доля продовольственных товаров уменьшается, в то время как доля потребительских услуг и доля непродовольственных товаров растет.

Наибольший объем продаж в продуктовом ритейле имеют продукты питания – 81,29% от общего объема продаж продовольственных товаров. Алкоголь и табачные изделия составляют 15,5% и 3,1% соответственно.

Структура потребления продовольственных товаров по группам приведена ниже.

Таблица 2. Структура потребления продовольственных товаров

Группа продовольственных товаров	Доля в общем объеме оборота розничной торговли продовольственными товарам, %
Алкогольные напитки и пиво	***
Продукты из мяса	***
Мясо животных и домашней птицы	***
Кондитерские изделия	***
Хлеб и хлебобулочные изделия	***
Цельномолочная продукция	***
Рыба и морепродукты	***
Свежие фрукты	***
Свежие овощи	***
Табачные изделия	***
Сыры жирные	***

Группа продовольственных товаров	Доля в общем объеме оборота розничной торговли продовольственными товарам, %
Сахар	***
Животные масла	***
Растительные масла	***
Яйцо птицы	***
Крупа	***
Макаронные изделия	***
Свежий картофель	***
Чай	***
Консервы из мяса	***
Мука	***
Маргариновая продукция	***
Итого	***

Источник: Росстат

Таким образом, наиболее потребляемыми продовольственными товарами являются алкогольные напитки, продукты из мяса и кондитерские изделия.

(Полный текст в демо-версию не включен)

3. ПЛАН МАРКЕТИНГА

3.1. Маркетинговая стратегия

Позиционирование относительно потребителей

Во многих городах, особенно в регионах, наблюдается недостаток магазинов в которых можно было бы быстро и удобно купить необходимые продукты и которые бы располагались в непосредственной близости у дома.

«Магазин у дома» - это, прежде всего, удобный магазин, находящийся в шаговой доступности от жилых домов. Это магазин, в котором покупки делаются во время прогулки с ребенком или по дороге с работы домой. Кроме того, в ближайшей перспективе «магазины у дома» станут местом неформального общения жителей района, центром притяжения всей округи. Современный потребитель хочет, чтобы его микрорайон был, прежде всего, удобным для жизни. Каждому хочется иметь под боком свою детскую площадку, кафе или любимый магазин, в котором можно купить все необходимое и в приятной обстановке.

Главное в подобных условиях не столько широта выбора, сколько возможность приобрести товары заявленного ассортимента в любое удобное для покупателя время с уверенностью в качестве, с «домашним» обслуживанием и не обязательно по низкой цене.

Покупателями планируемого магазина являются люди имеющие различный достаток и проживающие в домах в радиусе 200-500 м от магазина.

Таблица 3. Основные параметры позиционирования магазина продуктов

№ п/п	Параметр	Значение или характеристика
1	Целевая аудитория	***** *****
2	Ассортимент	***** *****
3	Время работы	*****
4	Уровень цен	***** *****
5	Уровень сервиса	***** *****

Внешний вид магазина обязательно должен учитывать следующее:

- Парковка, подъездная площадка.
- Внешняя привлекательность магазина.
- Красивая вывеска на магазине.

Внутренняя инфраструктура магазина будет иметь:

- Современное новое оборудование.
- Хорошее освещение в магазине.
- Комфортная температура в магазине («летом прохладно, зимой в зимней одежде не жарко»).

Ключевыми факторами успеха магазина продуктов являются:

— ***** ,
 — ***** ,
 — ***** * ***** * ***** ,
 ***** ,
 — ***** * ***** * ***** ,
 ***** ,
 — ***** * ***** * ***** ,
 ***** .

Также планируется гибкое управление ассортиментом магазина.

Позиционирование относительно конкурентов

Конкурентами магазина формата «У дома» являются магазины таких форматов как супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры.

Сравнительная оценка преимуществ магазина продуктов «У дома» и магазинов конкурентов представлена в таблице ниже.

Таблица 4. Сравнительная оценка магазина продуктов формата «У дома» и конкурирующих с ним форматов

Формат магазина	Параметры оценки конкурентного уровня				
	Близость к потребителю	Широта ассортимента	Цены	Уровень сервиса	Скорость обслуживания
Гипермаркет	***	***	***	***	***
Супермаркет	***	***	***	***	***
Дискаунтер	***	***	***	***	***
У дома	***	***	***	***	***

Формат магазина	Параметры оценки конкурентного уровня				
	Близость к потребителю	Широта ассортимента	Цены	Уровень сервиса	Скорость обслуживания
Супермаркет эконом-класса	***	***	***	***	***

Данная таблица показывает, что магазин формата «У дома» опережает своих конкурентов по параметру «*****» и «*****». Что касается цен на товары, то цены на некоторые группы товаров будут равны, а на некоторые группы товаров выше на 10-15% выше, чем у супермаркетов, гипермаркетов и дискаунтеров.

Кроме того, маленьким магазином, а именно таким является магазин у дома, легче управлять, у него меньше закупок и меньше персонала. Нет просроченных товаров, которые, например, в больших супермаркетах могут списывать фурами, а в маленьком магазине товар не пропадает, так как он закупается небольшими партиями.

3.2. Расположение магазина и его площадь

Аудитория «магазина у дома» - на 95% жители, живущие в районе расположения магазина. В магазины этого формата люди не перестанут ходить, потому что подавляющая часть покупок здесь - это покупки каждого дня.

(Полный текст в демо-версию не включен)

4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

4.1. Торговое оборудование и мебель

Для магазина продуктов планируется закупить комплект торгового оборудования, мебели и инвентаря.

При выборе торгового оборудование учитывалось то, что оно должно быть куплено при оптимальном соотношении цены и качества. Затраты на оборудование для торгового зала представлены в таблице ниже.

Таблица 11. Затраты на оборудование для торгового зала

Наименование оборудования	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество	Сумма, тыс. руб.
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
ИТОГО			***

Таким образом, затраты на торговое оборудование составят *** тыс. рублей.

При оснащении торговых площадей магазина также требуется оборудование, которым будет оснащено подсобное помещение. Затраты на него приведены в таблице ниже.

Таблица 12. Затраты на оборудование для подсобного помещения

Наименование оборудования	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество	Сумма, тыс. руб.
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
Итого			***

Таким образом, для оборудования подсобного помещения необходимо *** тыс. рублей.

Учет в магазине планируется организовать

(Полный текст в демо-версию не включен)

5.3. Календарный график проекта

Для успешной реализации проекта требуется выполнение следующих работ (см. таблицу ниже).

Таблица 24. План-график открытия магазина продуктов

№	Этапы	Месяцы			
		1	2	3	4
1.	***** *****				
2.	***** *****				
3.	***** *****				
4.	***** *****				
5.	***** *****				
6.	***** *****				
7.	***** *****				
8.	***** *****				
9.	***** *****				
10.	***** *****				
11.	***** *****				
12.	***** *****				
13.	***** *****				

№	Этапы	Месяцы			
		1	2	3	4
14.	***** *****				
15.	***** *****				
16.	***** *****				
17.	***** *****				
18.	***** *****				
19.	***** *****				
20.	***** *****				
21.	***** *****				

Как видно из таблицы выше, продолжительность инвестиционной фазы рассматриваемого проекта (время осуществления вложений) составляет 3 месяца с начала реализации проекта. В течение соответствующего периода будут получены все необходимые разрешения, проведен ремонт, закуплено и смонтировано торговое оборудование, подобраны поставщики и нанят персонал магазина.

Наиболее благоприятным периодом для открытия магазина продуктов является *****. Поэтому работы по открытию магазина планируется начать в ****, а сам магазин открыть в *****.

График финансирования инвестиций проекта представлен в приложении 7.

(Полный текст в демо-версию не включен)

6. ПЛАН ПРОДАЖ

В связи с тем, что освоение инвестиций планируется закончить на третьем месяце проекта, продажи в открываемом магазине начнутся на четвертом месяце проекта.

Товарооборот и прибыль магазина продуктов, зависят от следующих основных факторов:

- ***** ,
- ***** ,
- ***** ,

В бизнес-плане необходимо учесть сезонность бизнеса. Согласно данным статистики в продуктовой рознице выручка растет постепенно с ***** и в ***** достигает максимального значения. Это вполне согласуется с сезонностью спроса на продовольственные товары — для рынка розничной торговли в целом ***** товарооборота к ***** является традиционным.

Таким образом, пики розничных продаж приходится на *****_*****. Летние продажи составляют **%-**%, а зимние — **%-**% от максимальных.

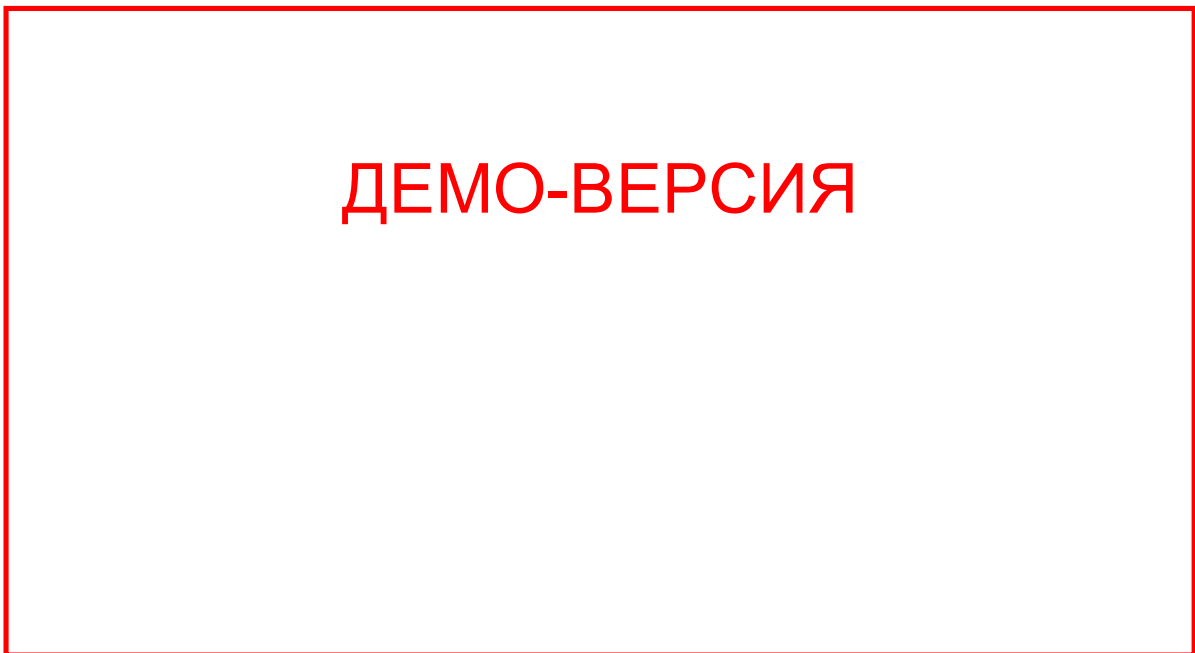


Диаграмма 2. Сезонность продаж в магазине продуктов в течение года

Как видно из диаграммы, пики продаж в магазине будут приходиться на ***** и *****_*****.

Выручка магазина будет увеличиваться постепенно в течение срока реализации проекта и планируется, что ко 2 году проекта среднее дневное количество клиентов составит от *** до *** человек в зависимости от времени года. Месячные объемы продаж после выхода на плановый товарооборот приведены в таблице ниже.

Таблица 25. Месячные объемы продаж после выхода на плановый товарооборот

Показатель	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь
Среднее дневное количество клиентов	***	***	***	***	***	***
Средний чек, тыс. руб.	***	***	***	***	***	***
Объем продаж, тыс. руб.	***	***	***	***	***	***

Показатель	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Среднее дневное количество клиентов	***	***	***	***	***	***
Средний чек, тыс. руб.	***	***	***	***	***	***
Объем продаж, тыс. руб.	***	***	***	***	***	***

Таким образом, после выхода на плановый товарооборот планируется ежегодно получать *** млн. рублей выручки от реализации.

Структура продаж магазина продуктов по товарным группам приведена в таблице 26.

(Полный текст в демо-версию не включен)

8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

8.1. Прибыль и рентабельность

Отчет о прибыли (приложение 10) отражает операционную деятельность по проекту в определенные кварталы. График выручки приведен на диаграмме ниже.



Диаграмма 4. График выручки магазина продуктов

Из отчета о прибыли можно определить прибыльность магазина продуктов. Так из приложения 10 и диаграммы 5 видно, что магазин получает прибыль в течение года неравномерно вследствие воздействия фактора сезонности.

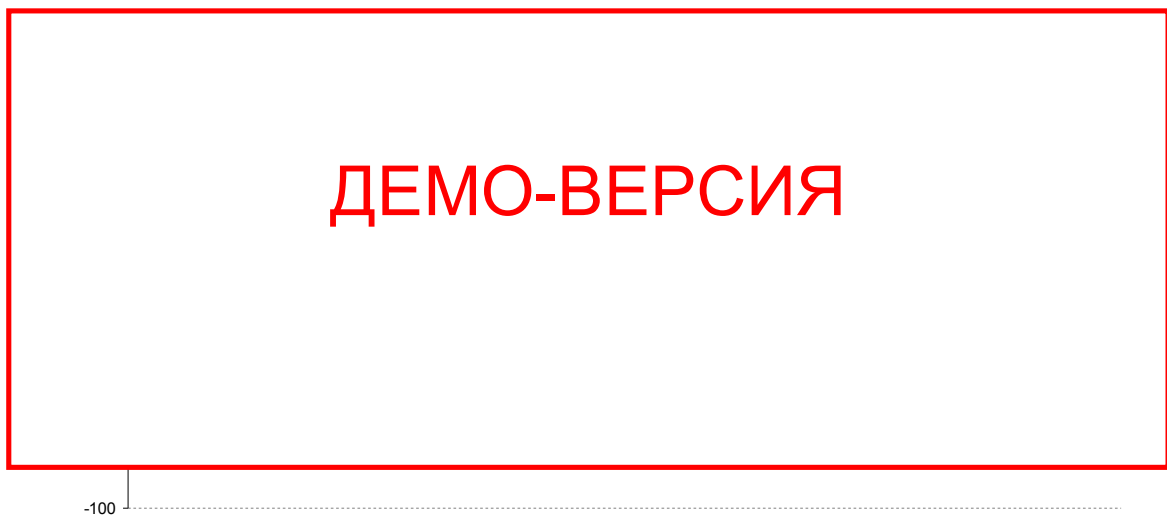


Диаграмма 5. График чистой прибыли магазина продуктов

Анализ финансовых показателей в ходе реализации проекта по годам приведен в таблице ниже.

Таблица 37. Выручка, чистая прибыль и рентабельность магазина продуктов по годам реализации проекта

Показатель	1 год	2 год	3 год	4 год
Выручка, тыс. руб.	***	***	***	***
Текущие затраты, тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль (убыток) от операционной деятельности, тыс. руб.	***	***	***	***
Прочие доходы, тыс. руб.	***	***	***	***
Прочие расходы, тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	***	***	***	***
Налог на прибыль, тыс. руб.	***	***	***	***
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	***	***	***	***
Маржинальная прибыль	***	***	***	***
Рентабельность, %	***	***	***	***
Средняя торговая наценка	***	***	***	***
Чистая прибыль в среднем в месяц	***	***	***	***
Прибыль до налога, процентов и амортизации (ЕБИТДА), тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль до налога и процентов по кредитам (ЕБИТ), тыс. руб.	***	***	***	***
Ежегодная выручка с 1 кв.м. торговой площади, тыс. руб.	***	***	***	***

Примечание: Рентабельность рассчитана как отношение чистой прибыли к выручке

Таким образом, на четвертом году проекта чистая прибыль магазина составит *** тыс. рублей в год или в среднем ** тыс. рублей в месяц. Рентабельность по выручке составит **% за год.

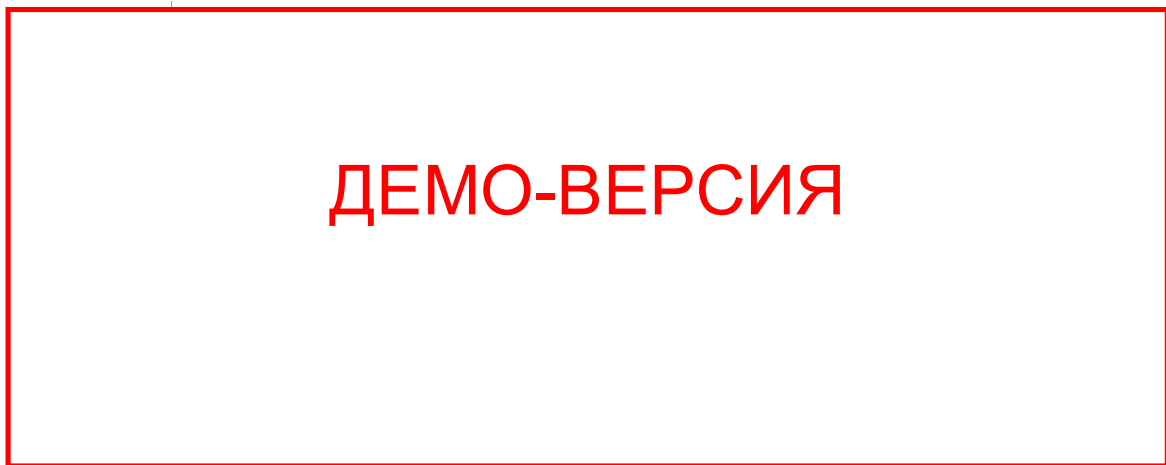
(Полный текст в демо-версию не включен)

8.2. NPV, IRR, срок окупаемости

Чистый приток денежных средств (NPV)

NPV — характеризует общий абсолютный результат инвестиционной деятельности, ее конечный эффект. Этот показатель еще носит название интегрального экономического эффекта. Определяется как разность денежных притоков и оттоков, разновременные величины которых приводятся в сопоставимый вид путем приведения к первому году осуществления проекта, т. е. путем умножения на соответствующий коэффициент дисконтирования.

Чистый приведенный поток за период 4 года, при ставке дисконтирования **% составляет *** тыс. руб., что говорит об устойчивости показателей деятельности.



-1600

Диаграмма 8. Дисконтированный денежный поток нарастающим итогом

Следует учитывать, что проект считается эффективным при показателе чистого приведенного потока равном нулю.

(Полный текст в демо-версию не включен)

О КОМПАНИИ

БИЗНЕСИНВЕСТАНАЛИТИКА - консалтинговая компания занимающаяся проведением маркетинговых исследований и разработкой бизнес-планов. Штат компании состоит из профессиональных консультантов и частично занятых маркетологов и экономистов работающих в различных отраслях экономики. Симбиоз профессиональных консультантов и практиков маркетинговых и финансовых служб компаний позволяет разрабатывать качественные маркетинговые исследования и бизнес-планы для успешного решения задач наших клиентов.

Каждый из аналитических продуктов компании разработан в соответствии с общепризнанными методиками, такими как стандарты Европейского общества исследователей рынка и общественного мнения ESOMAR, стандарты Организации Объединенных Наций по промышленному развитию UNIDO, а также рекомендациями МинЭкономРазвития РФ. Помимо этого, компания имеет ряд собственных методик в разработке финансовых моделей и составлении прогнозов развития рынка.

К настоящему моменту **БИЗНЕСИНВЕСТАНАЛИТИКА** реализовано свыше 1000 различных индивидуальных и типовых проектов в бизнес-планировании и маркетинговых исследованиях для компаний различного масштаба и различных отраслей: строительство и недвижимость, услуги, фармацевтика, ресторанный бизнес, сельское хозяйство, транспорт, различные производства, оптовая и розничная торговля.



Клиентами БизнесИнвестАналитика являются компании, индивидуальные предприниматели и частные лица Москвы, Санкт-Петербурга, Московской, Ленинградской, Белгородской, Архангельской, Калужской, Кемеровской, Курской, Новгородской, Новосибирской, Ростовской, Самарской, Свердловской, Тюменской, Омской, Оренбургской, Пензенской, Челябинской областей; Краснодарского края, Красноярского края, Пермского края, Республики Башкортостан, Республики Коми, Республики Крым, Удмуртской республики, Ямало-Ненецкого АО и других регионов России, а также Белоруссии, Украины, Казахстана, Германии, Словакии, Молдовы и Азербайджана.