

# 2017

## Бизнес-план сети магазинов продуктов



Питер-Консалт

2.03.2017

## Оглавление

<b>1. Резюме бизнес-плана сети магазинов продуктов ..</b>	<b>2</b>
1.1. Сущность и цели проекта .....	2
1.2. Эффективность реализации проекта.....	2
1.3. Источники финансирования .....	2
<b>2. Инициатор проекта.....</b>	<b>3</b>
<b>3. Анализ рынка и концепция маркетинга.....</b>	<b>3</b>
3.1. Определение основной идеи бизнеса и целей развития .....	3
3.2. Обзор рынка .....	3
3.3. План продаж.....	5
3.4. Тактика маркетинга .....	5
<b>4. Материальные ресурсы .....</b>	<b>6</b>
4.1. Инвестиционные расходы .....	6
4.2. Прямые расходы периода эксплуатации .....	6
4.3. Косвенные расходы периода эксплуатации .....	6
<b>5. Организация .....</b>	<b>7</b>
5.1. Организационная структура .....	7
5.2. Штатное расписание.....	7
5.3. Календарное осуществление проекта.....	7
<b>6. Финансовый анализ.....</b>	<b>7</b>
6.1. Бюджет движения денежных средств.....	7
6.2. Прогнозный баланс.....	8
6.3. Бюджет доходов и расходов .....	8
<b>7. Эффективность проекта .....</b>	<b>27</b>
7.1. Финансовые показатели .....	27
7.2. Показатели эффективности.....	29
7.3. Анализ безубыточности .....	30

## **1. Резюме бизнес-плана сети магазинов продуктов**

### **1.1. Сущность и цели проекта**

Идеей проекта, рассмотренного в бизнес-плане, является создание сети продуктовых магазинов шаговой доступности в формате «у дома».

Основными направлениями деятельности будут являться:

- .....

Особенностью предлагаемой сети магазинов будет .....

В качестве дополнительных услуг рассматриваются:

- .....

Цели проекта включают в себя:

- Открыть \* магазинов шаговой доступности площадью \*\*\*-\*\*\*м<sup>2</sup> в пяти жилых комплексах Санкт-Петербурга в течение года.
- Достичь объёма выручки по сети в \*\*\*\* году \*\*\*,\* млн. руб.
- Открыть кулинарию площадью \*\*\*м<sup>2</sup>, в которой будут производиться заготовки для магазинов сети, в течение года.
- Создать в течение года Интернет-магазин доставки продуктов, продажи в котором будут составлять не менее \*\*% от оборота. Радиус доставки будет не более одного километра от магазинов сети.

### **1.2. Эффективность реализации проекта**

Всего объем инвестиций в создание сети магазинов шаговой доступности оценивается в \*\* \*\*\* тыс. руб.

По итогам финансового моделирования получены следующие результаты при условии ставки дисконтирования равной \*\* %:

- Чистая приведенная стоимость (NPV) \*\* \*\*\* тыс. руб.
- Простой срок окупаемости \*,\*\* года
- Дисконтированный срок окупаемости \*,\*\* года
- Внутренняя норма рентабельности (IRR) \*\*, %
- Норма доходности дисконтированных затрат (PI) \*,\*\*

Таким образом, проект является инвестиционно привлекательным, так как

- Проект окупается в течение периода планирования, как без учета дисконта, так и с учетом дисконта.

- Чистая приведенная стоимость (NPV) существенно более \*.
- Норма доходности дисконтированных затрат более \*.

### **1.3. Источники финансирования**

Для финансирования проекта планируется использование средств инвестора.

## 2. Инициатор проекта

.....

## 3. Анализ рынка и концепция маркетинга

### 3.1. Определение основной идеи бизнеса и целей развития

В последние годы в городах России развивались в основном крупные форматы продовольственных магазинов. Сейчас наблюдается недостаток магазинов у дома<sup>1</sup>. Создание сети магазинов шаговой доступности – это не только перспектива развития малого бизнеса, но и создание комфортной среды для проживания людей.

#### Цели развития бизнеса:

- Открыть \* магазинов шаговой доступности, включающих кафе на их территории, и кулинарию в пяти жилых комплексах Санкт-Петербурга в течение года.
- Достичь объёма выручки по сети в \*\*\*\*\* году \*\*\*,\* млн. руб.
- Создать в течение года Интернет-магазин доставки продуктов на расстояние не более одного километра от магазинов сети, продажи в котором будут составлять не менее \*\*% от оборота.

#### Для достижения этих целей нужно будет решить следующие задачи:

- .....

### 3.2. Обзор рынка

Наблюдается тенденция уменьшения количества покупателей в крупных магазинах<sup>2</sup>. Причины такого изменения:

- Нежелание клиентов тратить много времени на поездку в гипермаркет, поиск парковки, товаров и стояние в очередях.
- Экономия денег на бензин.
- Минимальная польза от продавцов-консультантов в гипермаркете, так как сотрудники в крупном магазине априори не могут быть экспертами во всех товарных категориях;
- Развитие Интернет-магазинов по доставке продуктов. Можно заказать все, что нужно, сидя дома.

Популярность магазинов «у дома» обусловлена желанием покупателей экономить на покупке продуктов питания, а также психологической установкой «меньше средний чек - больше экономия». Все объясняется тем, что значительная часть покупателей не ведет учета затрат на приобретения, а ориентируется на стоимость разовой закупки, которая в магазинах у дома составляет \*\*\*-\*\*\* рублей. Средний чек в гипермаркетах существенно выше<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> .....: //...../2016/04/14/.....-.....-.....-.....-.....

<sup>2</sup> «.....» – .....: //...-

...../...../.....\_.....\_.....\_.....\_.....\_.....\_3791/

<sup>3</sup> ..... «.....»: ...../...../63593-.....\_.....\_.....\_...../

Среди конкурентов с похожими форматами работы можно выделить магазины .....

**Таблица 1. Преимущества и недостатки конкурентов магазинов шаговой доступности**

.....  
Таким образом, .....  
.....  
.....

**Рисунок 1. Динамика количества магазинов .....<sup>4</sup>**

.....

Можно предположить, что формат «магазин у дома» останется самым востребованным и быстроразвивающимся сегментом розничного рынка. Единичные «магазины у дома», которые держит один хозяин, постепенно уйдут с территории спальных районов и жилых кварталов. А их место займут небольшие, но качественные и удобные магазины с современным оборудованием и расширенной ассортиментной матрицей<sup>5</sup>.

---

4 . ..... «.....»: .....//...../.....

5 ..... : «..... . ....» — .. ..... : .....//...../...../...../.....-.....-.....-.....-  
..-.....-.....

### 3.3. План продаж

План продаж на период август \*\*\*\* г. – декабрь \*\*\*\* г. представлен в таблицах.

.....

### 3.4. Тактика маркетинга

#### Основные элементы концепции создаваемой сети магазинов:

- .....

#### Конкурентные преимущества:

- .....

#### Программа продвижения сети магазинов:

1. ....

#### Основные положения по составлению ассортимента товаров сети магазинов шаговой доступности:

- .....

#### Отличительные особенности продуктов сети:

- .....

.....

#### **Рисунок 2. Структура ассортимента предлагаемой сети магазинов шаговой доступности**

#### Состав категорий ассортимента сети магазинов:

##### \*. Товары «Фреш»:

- .....

##### \*. Товары регулярного спроса сухого хранения (узкий ассортимент товаров, не представленных в сетевых магазинах):

.....

##### \*. Товары низкотемпературного хранения

.....

#### Целевые показатели продаж:

- Средняя покупка – \*\*\*-\*\*\* руб. на один чек.
- Среднее количество чеков в день – \*\*\*-\*\*\* штук.
- Прогноз средней выручки в день – \*\*-\*\*\*,\* тыс. руб.

#### Ценообразование

.....

На товары будут установлены следующие наценки.

**Таблица 2. Наценки на группы товаров**

.....

## **4. Материальные ресурсы**

### **4.1. Инвестиционные расходы**

Список инвестиционных расходов приведен ниже.

**Таблица 3. Затраты на открытие сети, тыс. руб.**

.....

**Таблица 4. Затраты на открытие \* магазина, тыс. руб.**

.....

Следовательно, для \* магазинов потребуется \*\*\*\*\* тыс. руб.

**Таблица 5. Затраты на открытие кулинарного цеха, тыс. руб.**

.....

Кроме этого требуются дополнительные инвестиции для пополнения оборотных средств.

План финансирования представлен ниже.

**Таблица 6. План финансирования**

.....

Итого требуются инвестиции в размере \*\* \*\*\* тыс. руб.

### **4.2. Прямые расходы периода эксплуатации**

В состав прямых расходов вошли закупочные цены.

**Таблица 7. Прямые расходы, тыс. руб.**

.....

### **4.3. Косвенные расходы периода эксплуатации**

К косвенным расходам относятся все расходы, не входящие в состав прямых расходов.

**Таблица 8. Расходы \* магазина в месяц, тыс. руб.**

.....

**Таблица 9. Расходы офиса сети в месяц, тыс. руб.**

.....

**Таблица 10. Расходы кулинарного цеха в месяц, тыс. руб.**

.....

Предполагается, что продукцией кулинарии, выпечкой \* магазинов снабжает кулинарный цех. Кулинарный цех отгружает продукцию с наценкой, которая позволяет покрывать операционные затраты производства. Таким образом, операционные расходы на кулинарный цех в дальнейшем не учитываются, так как они уже включены в закупочную стоимость товаров.

В соответствии с планом открытия магазинов, косвенные расходы будут распределены следующим образом.

**Таблица 11. Косвенные расходы, тыс. руб.**

.....

## **5. Организация**

### **5.1. Организационная структура**

.....

**Рисунок 3. Организационная структура сети магазинов**

### **5.2. Штатное расписание**

**Таблица 12. Штатное расписание сети магазинов**

.....

### **5.3. Календарное осуществление проекта**

.....

**Рисунок 4. Календарное осуществление проекта**

## **6. Финансовый анализ**

### **6.1. Бюджет движения денежных средств**

**Таблица 13. Денежные потоки, тыс. руб.**

.....

С учётом рассчитанных инвестиций проект не испытывает дефицита финансирования на всём периоде планирования. Свободные денежные средства планомерно растут, составляя к концу периода планирования величину около \*\* млн. руб.

.....

**Рисунок 5. Суммарный денежный поток, тыс. руб.**

Ежемесячный денежный поток составляет к концу периода более \* млн. в месяц. Снижение этого показателя в летние месяцы объясняется сезонностью продаж.



## 6.2. Прогнозный баланс

Таблица 14. Прогнозный баланс, тыс. руб.

.....

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса начинает накапливаться в \*\*\*\* году и к концу периода планирования составляет почти \*\* млн. руб.

## 6.3. Бюджет доходов и расходов

Таблица 15. Бюджет доходов и расходов, тыс. руб.

.....

## 7. Эффективность проекта

### 7.1. Финансовые показатели

Таблица 16. Финансовые показатели

.....

Прибыльность продаж .....

Рентабельность по чистой прибыли .....

Коэффициент общей ликвидности .....

Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости) .....

### 7.2. Показатели эффективности

Основные показатели экономической эффективности на периоде расчета \*\* мес.

- Простой срок окупаемости – \*, \*\* года
- Чистая приведенная стоимость (NPV) – \*\* \*\*\* тыс. руб.
- Дисконтированный срок окупаемости (PBP) – \*, \*\* года
- Внутренняя норма рентабельности (IRR) – \*\*, % (без учета инфляции)
- Норма доходности дисконтированных затрат (PI) – \*, \*\*

.....

Рисунок 6. Дисконтированный поток, тыс. руб.

Проект окупается в течение прогнозного периода, как без учета дисконта, так и с учетом дисконта.

Чистая приведенная стоимость (NPV) более \*.

Норма доходности дисконтированных затрат более \*.

Прогнозные показатели экономической эффективности проекта свидетельствуют о его достаточной инвестиционной привлекательности.

### **7.3. Анализ безубыточности**

Точка безубыточности характеризует объем выручки, который должен быть заработан предприятием для обеспечения текущей безубыточности проекта. «Запас прочности» показывает на сколько прогнозная выручка отличается от точки безубыточности.

#### **Таблица 17. Показатели безубыточности проекта**

.....

«Запас прочности» не опускается ниже нуля с сентября \*\*\*\* г., что является показателем безубыточности проекта.