

**Типовой бизнес-план по открытию
продовольственного магазина в городе
с населением свыше 0,8 млн. человек
(на примере Санкт-Петербурга)
с финансовой моделью**



Компания «Профессиональные Комплексные Решения» является одним из лидеров на рынке предоставления консалтинговых услуг для бизнеса в Санкт-Петербурге. За годы успешной работы компания осуществила сотни проектов в различных отраслях экономики, оказывая консультационную поддержку, как лидерам российского бизнеса, так и начинающим предпринимателям. В типовом проекте бизнес плана содержится комплексная информация, основанная на опыте реализованных проектов и позволяющая оценить перспективы создания предприятия в выбранном направлении.

ООО «ПКР» желает Вам успеха во всех начинаниях и предлагает долгосрочное сотрудничество в целях совершенствования и развития экономики Санкт-Петербурга и России.



Разработчик проекта: компания «Профессиональные Комплексные Решения»

www.prcs.ru, E-mail: info@prcs.ru
(812) 363 4899, 8 (800) 700 48 99

Санкт-Петербург

2014

Оглавление

1. Исходные данные о проекте.....	6
1.1. Информация об Инициаторе проекта.....	6
1.2. Информация о проекте	6
1.3. Сроки и этапы реализации проекта	6
1.4. Бюджет проекта	7
2. Маркетинговое окружение проекта.....	10
2.1. Описание рынка розничной торговли Санкт-Петербурга	10
2.1.2. Классификация рынка розничной торговли по видам продуктов питания	11
2.1.3. Тенденции рынка розничной торговли продуктами питания в Санкт-Петербурге:.....	12
2.2. Описание конкуренции. Определение конкурентов, анализ их сильных и слабых сторон. SWOT анализ проекта. Использование конкурентных преимуществ проекта.....	13
2.2.1. Конкуренция на рынке Санкт-Петербурга.....	13
2.2.2. Определение конкурентов на рынке Санкт-Петербурга. Анализ их сильных и слабых сторон	13
2.2.3. Конкуренция в Приморском районе	15
2.2.4. Анализ конкурентного окружения.....	18
2.2.5. Определение месторасположения.....	19
2.2.6. SWOT-анализ проекта. Использование конкурентных преимуществ проекта	20
2.3. Анализ требований целевых потребителей услуг.....	21
2.3.1. Факторы, влияющие на выбор торговой точки.....	21
2.3.2. Требования к ассортименту.....	21
2.4. Анализ цен и ценообразования рынка продуктовой розницы.....	22
2.4.1. Характеристика ценообразования продуктовых магазинов шаговой доступности.....	22
2.4.2. Характеристика особенностей ценообразования на рынке аренды торговых помещений	23
2.5. Мероприятия по продвижению магазина	23
3. Номенклатура и цены на реализуемые товары	25
4. Организационная структура создаваемого торгового объекта	26
5. Технические и стоимостные характеристики реализации проекта	27
6. Финансирование проекта	29
6.1. Характеристика инвестиционных ресурсов	29
6.2. Финансовые поступления от деятельности сети магазинов.....	29
6.3. Себестоимость и номенклатура затрат от деятельности магазина	29
7. Финансовая оценка проекта	32
7.1. Финансовые ресурсы и схема финансирования проекта	32

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

7.2. Финансовые результаты проекта	34
7.3. Оценка показателей эффективности проекта	36
Заключение	37
О ПКР	38
Приложение 1. Коммерческое предложение по регистрации организации	39
Приложение 2. Типовое решение системы видеонаблюдения для небольшого офиса, магазина, квартиры, коттеджа на 4 камеры	40
Приложение 3. Коммерческое предложение по кассовому оборудованию	41
Приложение 4. Информация о поставщиках продуктов питания	42
Приложение 5. Описание основных конкурентов в разрезе форматов магазинов розничной торговли	43

Список таблиц

Таблица 1. План-график реализации основных мероприятий подготовки проекта	7
Таблица 2. Структура финансирования, руб.....	7
Таблица 3. Перечень капитальных затрат по проекту	8
Таблица 4. Динамика оборота розничной торговли	10
Таблица 5. Динамика оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями и непродовольственными товарами	10
Таблица 6.	11
Таблица 7. SWOT-анализ конкурентов.....	14
Таблица 8. Оценка привлекательности микрорайонов Приморского района.....	20
Таблица 9. SWOT-анализ проекта	20
Таблица 10. Рекомендуемая номенклатура по группам продуктов питания	22
Таблица 11. Наценка по группам продуктов питания, применяемые в магазинах шаговой доступности.....	22
Таблица 12. Распределение арендных ставок на торговую недвижимость в Приморском районе по состоянию на лето 2014 года.....	23
Таблица 13. Затраты на маркетинговое продвижение проекта	23
Таблица 14. Штатное расписание магазина, оплата труда персонала, рублей	26
Таблица 15. Перечень инвестиционных затрат по проекту	29
Таблица 16. График выхода на проектную мощность	29
Таблица 17. План получения выручки от реализации проекта на 1 год работы магазина, руб.	29
Таблица 18. Структура себестоимости	29
Таблица 19. Исходные данные для расчета текущей затратной части проекта.....	30
Таблица 20. План текущих затрат проекта на 1 год работы магазина, руб.	31
Таблица 21. Условия привлечения заемного капитала	32
Таблица 22. График получения кредита	32
Таблица 23. График возврата кредита	32
Таблица 24. График уплаты процентов	33
Таблица 25. график поступления собственных средств инициатора проекта.....	33
Таблица 26. Бюджет прибылей и убытков, руб.....	34
Таблица 27. Бюджет движения денежных средств проекта за период с июня 2013 года по март 2014 года, ежемесячно.....	35
Таблица 28. Показатели экономической эффективности проекта	36

Список рисунков

Рисунок 1. Структура финансирования, %	7
Рисунок 2. Структура инвестиционных затрат проекта, %.....	9
Рисунок 3. Структура минимального набора продуктов питания	12
Рисунок 4. Распределение торговых площадей Санкт-Петербурга	13
Рисунок 5. Структура рынка розничной торговли по форматам магазинов.....	13
Рисунок 6. Территориальное деление Приморского района	16
Рисунок 7. Распределение конкурентов в Приморском районе	18
Рисунок 8. Распределение конкурентов в Приморском районе (продолжение)	19
Рисунок 9. Частота покупок продуктов питания.....	21
Рисунок 10. Примерное расположение стеллажей в магазине самообслуживания.....	27
Рисунок 11. Холодильный бонет	27
Рисунок 12. Холодильный шкаф	27
Рисунок 13. График суммы задолженности по кредиту и величины остатка денежных средств	33
Рисунок 14. Движение денежных потоков проекта, по годам	35

1. Исходные данные о проекте

Наименование проекта: открытие магазина розничной торговли по продаже продовольственных товаров в Санкт-Петербурге.

1.1. Информация об Инициаторе проекта

Инициатором настоящего проекта выступает физическое лицо.

1.2. Информация о проекте

Целью данного проекта является открытие магазина по продаже продовольственных товаров в одном из спальных районов Санкт-Петербурга, а именно – в Приморском как в одном из крупнейших, динамично развивающихся и многонаселенных районов города. Для целей открытия магазина планируется использовать исключительно средства Инициатора проекта без привлечения средств сторонних инвесторов.

Магазин предложит своим покупателям широкий ассортимент продовольственных товаров

Задачей данного проекта является

Площадь открываемого магазина составит около 180 кв.м., из них торговая – около 130 кв.м., остальные площади будут использованы для размещения подсобных и вспомогательных помещений.

Конкретное расположение будущего магазина на этапе исследования не определено, основным критерием выбора помещения для торговли является нахождение в Приморском районе вблизи жилых домов. Рекомендации относительно местоположения объектов даны в Главе 2 настоящего бизнес-плана.

1.3. Сроки и этапы реализации проекта

Организация работы продуктового магазина в торговом павильоне или встроенном помещении на территории Санкт-Петербурга нетрудоёмкая задача с точки зрения организации непосредственно торговли. Она сопряжена с

В ходе анализа проекта рассматривался вариант ввода в эксплуатацию магазина с 5 месяца от начала деятельности по проекту.

Деятельность по открытию магазина разбивается на три организационные фазы: прединвестиционная (подготовительная), инвестиционная (осуществление капитальных затрат), эксплуатационная.

Подготовительная фаза включает в себя осуществление следующих работ по проекту:

- регистрация компании – общества с ограниченной ответственностью,
- поиск наиболее подходящего микрорайона для размещения магазина, переговоры с арендатором и заключение договора аренды.

Инвестиционная фаза подготовки проекта включает в себя осуществление следующих видов работ:

- приобретение и установка торгового и кассового оборудования,
- косметический ремонт торгового зала,
- установка охранной системы и системы видеонаблюдения на 4 камеры,
- получение лицензии на торговлю алкогольными напитками.

Эксплуатационная фаза подготовки проекта включает в себя осуществление следующих мероприятий:

- приобретение и установка рекламных конструкций и инструментов;
- набор персонала;
- закупка товаров, составляющих ассортимент магазина;

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

- открытие магазинов и начало обслуживания клиентов.

Алгоритм выполняемых мероприятий и их небольшая продолжительность позволяют выполнять одновременно (в рамках одного месяца) работы сразу по всем направлениям. Начало работы магазина намечено на май первого года при старте работы над проектом с января того же года. Ниже указан график выполнения работ по проекту:

Таблица 1. План-график реализации основных мероприятий подготовки проекта

Вид осуществляемых работ	Длительность реализации этапа	1 год				
		янв.	фев.	март	апр.	май
		■	■			
				■	■	
						■

1.4. Бюджет проекта

Реализация проекта намечена исходя из структуры финансирования проекта представленной на рисунке ниже.

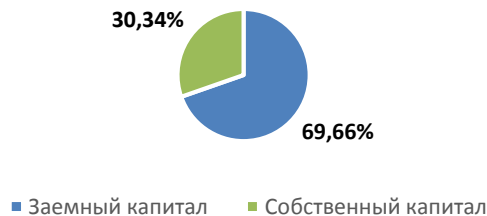


Рисунок 1. Структура финансирования, %

Таблица 2. Структура финансирования, руб.

Сумма заемного капитала	
Сумма собственного капитала	

Бюджет проекта с оставит **XXX рублей**.

При расчете бюджета организации магазина по торговле продовольственными товарами необходимо принимать во внимание следующие виды затрат:

Регистрация компании.

.....

•

Предоплата арендаторам за первый и последний месяцы аренды помещений.

.....

.

Вознаграждение агентству недвижимости. Стандартный размер вознаграждения агентству недвижимости равен 100 % от стоимости аренды объекта в месяц. Таким образом, затраты на эти нужды составят XXX тыс. руб.

Приобретение торгового и кассового оборудования. Функционирование продовольственного магазина требует наличия витрин и кассового оборудования для сопровождения операций. В среднем затраты на торговое оборудование для магазина подобной площади составляют

.....

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Выполнение работ по косметическому ремонту. Данный вид затрат появляется даже в случае неудовлетворительного состояния помещения и предусматривает «доводку» торгового зала – места, предстающего взору каждого покупателя – под торговые функции, выработку единого стиля и дизайна внутреннего убранства. На эти цели выделяется сумма из стоимости стандартного ремонта среднего класса в среднем по городу –

Оформление лицензии на торговлю алкогольной продукцией.

.

Приобретение охранного оборудования. Необходимость обеспечения безопасности персонала и покупателей требуют предусмотреть в рамках проекта затраты по этой статье. На основе коммерческого предложения от одной из компаний, реализующих охранные системы в Санкт-Петербурге, была рассчитана их стоимость – XXX руб.

Приобретение и установка системы видеонаблюдения.

.....

Маркетинговые расходы.

.....

Обобщенная структура затрат представлена в таблице ниже, а их графический вид – на графике структуры инвестиционных затрат.

Таблица 3. Перечень капитальных затрат по проекту

Наименование	Стоимость, руб.
Приобретение и установка охранной системы	
Приобретение и установка системы видеонаблюдения (4 камеры)	
Приобретение торгового оборудования	
Приобретение и установка кассового оборудования	
Регистрация ООО	
Арендная плата за 2 месяца	
Вознаграждение агентству недвижимости	
Ремонт торгового зала	
Услуги агента по содействию в получении лицензии на торговлю алкоголем	
Оформление лицензии на торговлю алкоголем	
Маркетинговые расходы	
ИТОГО оплата инвестиций	

Таким образом, объем необходимых капитальных вложений в проект составляет **XXX рублей**. Эта величина в целом соответствует средним предложениям по продаже аналогичного бизнеса на рынке, что подтверждает верность расчетов.

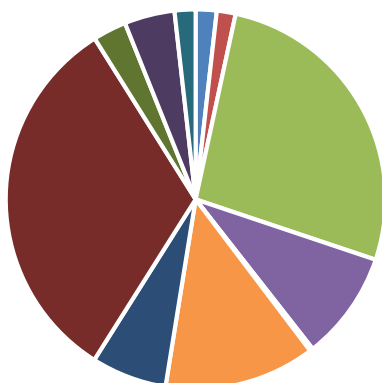


Рисунок 2. Структура инвестиционных затрат проекта, %.

Пополнение оборотного капитала.

Затраты на пополнение оборотного капитала в первые месяцы работы нового магазина составляют значительные относительно общего объема затрат ресурсы. В рамках настоящего бизнес-плана они составят **XXX** рублей.

2. Маркетинговое окружение проекта

2.1. Описание рынка розничной торговли Санкт-Петербурга

2.1.1. Основные показатели рынка розничной торговли продуктами питания Санкт-Петербурга

Оборот розничной торговли в августе 2014 года по данным государственной статистики (http://petrostat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/petrostat/resources/f93c1a0040dfc3e79751f7367ccd0f13/01torg_g.pdf) составил 82,0 млрд рублей, что в сопоставимых ценах на 2,8 % больше, чем в августе 2013 года (к июлю 2014 года – 102,0 %); в январе – августе, соответственно, 630,0 млрд рублей (на 0,2% больше).

Таблица 4. Динамика оборота розничной торговли

	2012 год		2013 год		2014 год	
	млрд руб.	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млрд руб.	в % к соответствующему периоду предыдущего года	млрд руб.	в % к соответствующему периоду предыдущего года
январь						
февраль						
март						
1 квартал						
апрель						
май						
июнь						
1 полугодие						
июль						
август						
сентябрь						
январь-сентябрь						
октябрь						
ноябрь						
декабрь						
год						

Источник: Федеральная служба государственной статистики

В структуре оборота розничной торговли удельный вес оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в январе–августе 2014 года составил 35%, непродовольственных товаров – 65%, что соответствует уровню прошлого года.

Таблица 5. Динамика оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями и непродовольственными товарами

	пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия			непродовольственные товары		
	млрд руб.	в % к		млрд руб.	в % к	
соответствующему периоду предыдущего года		предыдущему месяцу	соответствующему периоду предыдущего года		предыдущему месяцу	
2013						
август						
сентябрь						
январь-сентябрь						
октябрь						
ноябрь						
декабрь						
январь-декабрь						
2014						
январь						
февраль						

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

	пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия			непродовольственные товары		
	млрд руб.	в % к		млрд руб.	в % к	
		соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему месяцу		соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему месяцу
март						
1 квартал						
апрель						
май						
июнь						
1 полугодие						
июль						
август						

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Минэкономразвития ожидает серьезного замедления темпов роста розничной торговли в ближайшие годы. Прогноз на 2014 год министерство уже снизило в три раза в мае — с первоначальных 2,1% до 0,7%, объяснив это ускорением инфляции, которое неизбежно повлияет на реальные доходы населения.

2.1.2. Классификация рынка розничной торговли по видам продуктов питания

Стоимость минимального набора продуктов питания в среднем по России в сентябре 2014 года составила **XXX рубля** в расчете на месяц. По сравнению с сентябрем 2013 года его стоимость увеличилась на 8,6%. В Санкт-Петербурге этот показатель составил **XXX рублей**, увеличившись с сентября прошлого года на 12,7%.

Таблица 6.

	2010		2011		2012		2013		2014	
	Российская Федерация	г. Санкт-Петербург	Российская Федерация	г. Санкт-Петербург	Российская Федерация	г. Санкт-Петербург	Российская Федерация	г. Санкт-Петербург	Российская Федерация	г. Санкт-Петербург
январь										
февраль										
март										
апрель										
май										
июнь										
июль										
август										
сентябрь										
октябрь										
ноябрь										
декабрь										

Источник: Федеральная служба государственной статистики

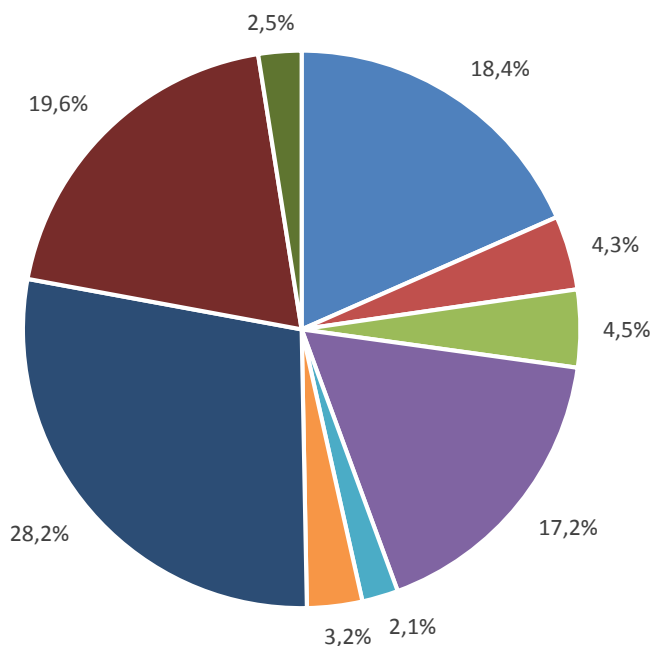


Рисунок 3. Структура минимального набора продуктов питания

Наибольшую долю в потребительской корзине занимают

2.1.3. Тенденции рынка розничной торговли продуктами питания в Санкт-Петербурге:

1. Увеличение
2. В структуре оборота розничной торговли в последние годы снижается
3. Рост спроса на магазины
4. Сокращение занимаемых площадей. Наиболее востребованными на данный момент являются
5. Продолжают активно развиваться магазины шаговой доступности, для размещения которых используются помещения первых этажей жилых домов.

Влияние финансового кризиса на рынок продуктовой розницы. Финансовый кризис, прежде всего, оказал влияние на поведение потребителей. Снизилась сумма среднего чека, увеличилось количество магазинов, которые посещает семья (с 6,5 до 7,5 в неделю) в поисках более дешевых товаров.

За счет снижения покупательной способности населения, происходит перераспределение доли рынка в пользу дискаунтеров.

Прогноз развития рынка. Согласно прогнозам экспертов, в ближайшей перспективе успешнее всего будут развиваться «магазины у дома» и продовольственные супермаркеты, работающие в формате дискаунтеров. В Петербурге количество таких магазинов может увеличиться на 25-30%.

Выводы:

Тенденции рынка свидетельствуют о перспективах развития магазинов шаговой доступности. Организация торговли в магазинах шаговой доступности отвечает требованиям рынка. Так, в настоящее время в Санкт-Петербурге отмечается недостаток магазинов этого формата. К тому же, данный сегмент характеризуется наиболее быстрыми темпами роста.

2.2. Описание конкуренции. Определение конкурентов, анализ их сильных и слабых сторон. SWOT анализ проекта. Использование конкурентных преимуществ проекта

2.2.1. Конкуренция на рынке Санкт-Петербурга

Рынок розничной торговли продуктами питания характеризуется довольно высокой степенью конкуренции.

Доля супермаркетов и гипермаркетов в общей торговой площади магазинов, расположенных на территории района

Доля торговых площадей района в общей торговой площади Санкт-Петербурга

.....

Рисунок 4. Распределение торговых площадей Санкт-Петербурга

- Большая часть торговых площадей города сосредоточена в Приморском (XX%), Московском (XXX%), Выборгском (XXX%) районах;
- Лидерами по количеству супермаркетов и гипермаркетов в общей сумме торговых площадей магазинов, расположенных на территории района, являются Красногвардейский, Красносельский, Пушкинский и Московский районы;
- В общей торговой площади города наибольший вес имеют Приморский, Московский, Выборгский районы, доля которых составила более 30% торговых площадей.

Конкуренция на рынке розничной торговли продуктами питания в основном связана с

2.2.2. Определение конкурентов на рынке Санкт-Петербурга. Анализ их сильных и слабых сторон

К основным конкурентам Инициатора проекта могут быть отнесены

.....**Рисунок 5.** Структура рынка розничной торговли по форматам магазинов

В настоящее время крупнейшие игроки на рынке продовольственного ритейла стремятся к мультиформатности – одновременному развитию нескольких форматов торговли с целью повысить конкурентоспособность компании и добиться максимального охвата аудитории потребителей.

Описание основных конкурентов в разрезе форматов магазинов розничной торговли приведено в **Приложении 6** к бизнес-плану.

Результаты SWOT-анализа конкурентов представлены в таблице ниже.

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Таблица 7. SWOT-анализ конкурентов

Параметр	Супермаркеты	Гипермаркеты	Дискаунтеры	Cash&carry	Магазины шаговой доступности
Сильные стороны					
Слабые стороны					
Угрозы					
Возможности					

По результатам проведенного SWOT-анализа можно сделать следующие выводы:

Рынок розничной торговли продуктами питания Санкт-Петербурга является

2.2.3. Конкуренция в Приморском районе

Определение географических границ

Концепцией реализации проекта предусмотрена организация магазина шаговой доступности в Приморском районе Санкт-Петербурга.

Характеристика Приморского района



Приморский район является одним из самых динамично развивающихся в Санкт-Петербурге. Он активно застраивается современными жилыми домами, торговыми комплексами и офисными центрами. Инвестиционную привлекательность составляют не только уже сформировавшиеся, но и окраинные территории района.

Приморский район располагается на северо-западе города, южная его граница выходит к Невской губе Финского залива. С запада к Приморскому примыкает территория Курортного района, на севере он граничит с Ленинградской областью, на востоке – с Выборгским районом. В состав Приморского района входят поселки Каменка, Лахта, Ольгино и Лисий Нос. Его площадь составляет 109,87 кв.км, население – около 540 тысяч человек.

Благодаря своему географическому положению эта административная единица занимает особое место в структуре Петербурга и является своего рода буферной полосой между центральной урбанизированной частью города и курортной зоной. По территории района проходит трасса, соединяющая Северную столицу с Финляндией.

В районе активно развивается промышленность. Здесь расположена сложившаяся еще с довоенных времен промышленная зона «Чернореченская» и созданные в последнее время промзоны «Северо-Западная», «Коломяги», «Конная Лахта», «Горская». К крупным производствам относятся завод «Метробетон», завод ЖБИ, КПО «Электромашина», Оптико-механическое объединение (ЛОМО). На территории Приморского района располагается несколько крупных предприятий со 100%-ным иностранным капиталом – кондитерская фабрика «Чупа-Чупс Рус», табачная фабрика ЗАО «Бритиш Американ Табакко-СПб» и др. Недавно ряды промышленных организаций района пополнились двумя производствами – ЗАО «Первая мебельная фабрика» и ЗАО «Первая бисквитная фабрика «Золотой ключик».

Масштабное строительство жилья здесь началось в 1970-80-е годы и продолжается до сих пор. Поэтому в составе жилищного фонда Приморского района преобладают современные дома, что делает его весьма популярным у покупателей квартир.

Неплохо развита социальная инфраструктура района. Всего на его территории расположено свыше 130 школ и детских садов, множество медицинских учреждений. В целом район считается экологически благополучным – в его границах немало крупных зеленых зон: Удельный парк, парк 300-летие Петербурга, Новоорловский лесопарк, Юнтоловская лесная дача и др. Доля зеленых насаждений в общей площади района составляет 23,9%.

Один из серьезных недостатков Приморского района – проблема транспортной доступности. На его территории действуют четыре станции метрополитена – «Старая Деревня», «Черная речка», «Пионерская», «Командантский проспект». Однако все они располагаются в южной и центральной частях района. В северную же его часть можно попасть лишь с помощью наземного транспорта (в том числе по железной дороге). Через Приморский район проходят две железнодорожные линии

– Сестрорецкое направление (станции Лахта, Ольгино) и Выборгское направление (станции Удельная, Озерки, Шувалово).

Владельцам личных автомобилей повезло еще меньше. Они испытывают неудобства на переездах через железнодорожные пути, а интенсивное движение грузового и легкового автотранспорта по Приморскому проспекту в часы пик является причиной длительных пробок у Ушаковского моста. Транспортную проблему не удалось решить даже после строительства в 2000 году Ушаковской развязки, которая соединила виадуком Приморский проспект и Ушаковскую набережную Большой Невки. Это позволило развести потоки машин, идущих по Приморскому и Каменноостровскому проспектам, но только отчасти уменьшило интенсивность движения автотранспорта по Приморскому проспекту.

Территориальное деление района

С целью определения местоположения планируемого магазина, целесообразно разделить Приморский район на микрорайоны: Черная речка, Озеро Долгое, Северо-Приморская часть, Комендантский аэродром, Каменка, Коломяги.

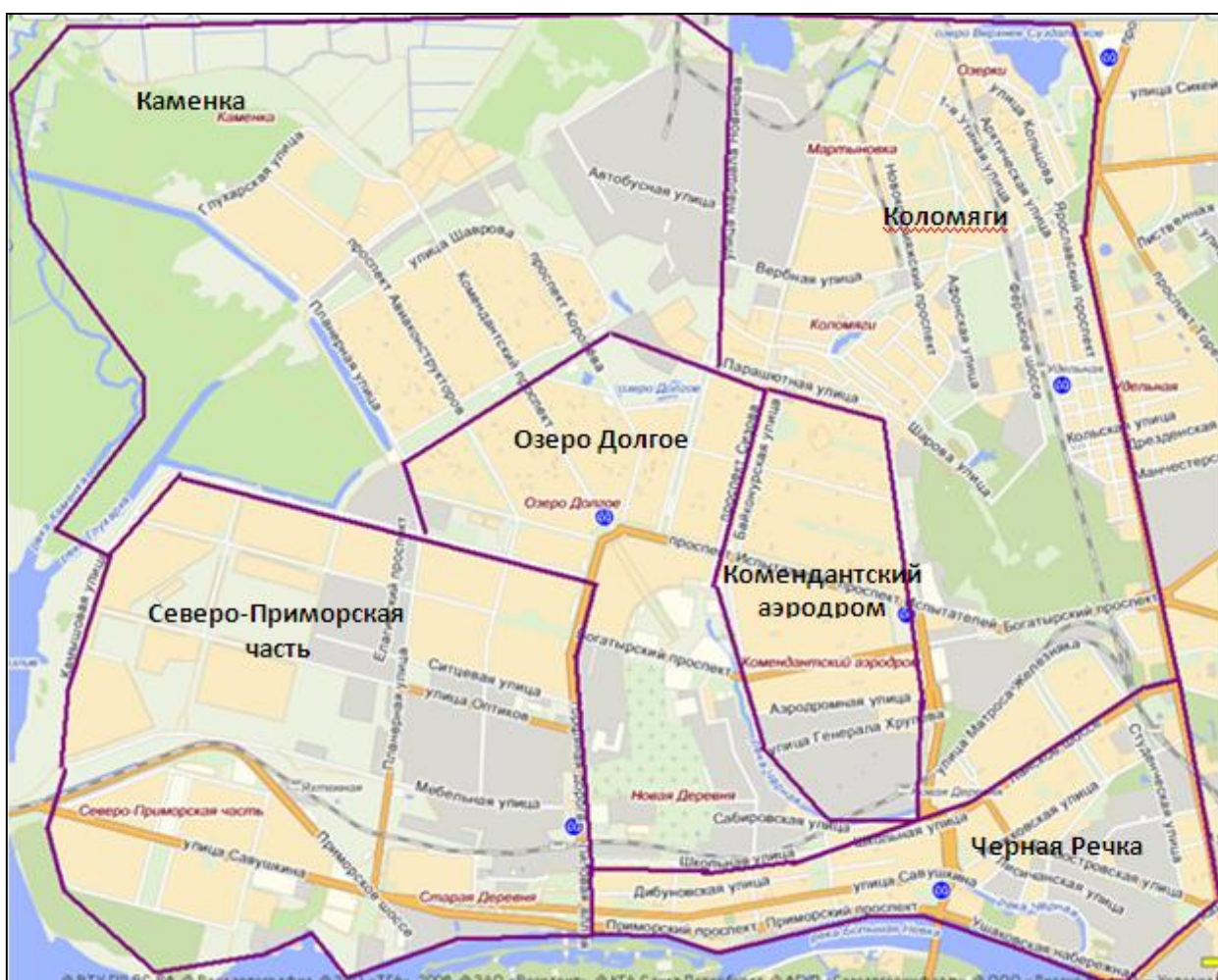


Рисунок 6. Территориальное деление Приморского района

Черная речка

Численность населения – около 73,5 тыс. человек или 14% от населения Приморского района.

Является самой старой частью Приморского района. Ее благоустройство и комплексная застройка начались в 50-е годы прошлого века. Жилье возводилось достаточно плотно, поэтому сейчас найти здесь участок под строительство очень сложно. Основное достоинство района – неплохое качество жилых домов, расположенных здесь. В начале улиц Торжковской и Савушкина, а также на набережной Черной речки и по Приморскому проспекту расположено немало «сталинок». Между

Серебряковым и Шишмаревским переулками располагается много двух- и трехэтажных «немецких» коттеджей. От улиц Школьной, Савушкина начинаются кирпичные «хрущевки».

Не так давно «сталинки» у Черной речки были на втором месте по популярности после домов сталинской постройки на Московском проспекте. Наиболее активным спросом в кварталах у Черной речки пользуются «немецкие» коттеджи, также строившиеся в сталинское время. В каждом из таких домов от четырех до восьми квартир, имеющих отдельные входы с прилегающего к коттеджу огороженного земельного участка, что придает им вид своеобразных таун-хаусов. За последние несколько лет большая часть этих коттеджей была расселена, отремонтирована или реконструирована. Стоимость «квадрата» жилплощади в них – одна из самых высоких в Приморском районе.

Наибольшим спросом пользуются квартиры в домах у метро «Черная речка», вдоль улиц Сестрорецкая, Дибуновская. Строят там мало, поскольку делать это практически негде, но квартиры в новых домах покупаются хорошо. Направление Ланского шоссе, Торжковской ул. у Торжковского рынка пользуется у населения меньшей популярностью – по причине близости рынка и ж/д путей.

Район улиц Дибуновской, Сестрорецкой и т. д. котируется больше всего. Минусы этой территории – интенсивное движение и сильная загазованность вблизи станции метро «Черная речка» и на улице Савушкина. Плюсы – просторные зеленые дворы и отличная транспортная доступность.

Озеро Долгое

Численность населения составляет порядка 20% от численности всего района или 107 тыс. человек.

Район начинается у берегов Большой Невки и продолжается до озера Долгого на севере Приморского района. Застраиваться он начал относительно недавно. Здесь располагаются в основном современные панельные и кирпичные дома. У этой территории не самое благоприятное окружение – вокруг много промышленных зон. По мере оживления прилегающих кварталов (а сейчас там идет активное жилищное строительство) существующие промзоны могут быть выведены за пределы города и застроены развлекательными и торговыми комплексами. Наиболее востребованная часть Озера Долгого – район Комендантского проспекта. В 2005 году была открыта станция метро «Комендантский проспект», что существенно повысило инвестиционную привлекательность этих кварталов.

Северо-Приморская часть

Численность населения составляет 115 тыс. человек или 21% от общей численности района.

Территория изначально не пользовалась спросом у населения. Однако открытие станции метро «Старая Деревня» и строительство парка 300-летия Санкт-Петербурга постепенно изменили ситуацию. Сейчас территория активно застраивается современным жильем и торговыми комплексами. Удобное расположение на выезде из города, достаточно быстрое сообщение с центром города – все это повышает инвестиционную привлекательность Северо-Приморской части.

Комендантский аэродром

Численность населения составляет порядка 18% от численности всего района или 98,6 тыс. человек. Район сложившийся, большая часть жилищного фонда – панельные и кирпичные дома, построенные в 80-90-е годы прошлого века. Эти кварталы очень востребованы покупателями жилья, что привлекает сюда большое количество инвесторов. Быстро ведется уплотнительная застройка. Возводятся торговые комплексы, развлекательные центры. Наиболее активно этот процесс идет у станции метро «Пионерская».

Каменка

Численность населения составляет порядка 19% от численности всего района или 101,9 тыс. человек.

Самый удаленный участок Приморского района, расположенный на северо-западе района. Жилищный фонд микрорайона представлен достаточно неплохими домами – 611-й серии, 137-й,

504-й, панельными и кирпично-монолитными, есть новостройки, развивается коттеджное строительство.

Неподалеку находится Юнтоловская лесная роща, и это обеспечивает хорошую экологическую обстановку окружающего пространства. Среди недостатков – неважная транспортная доступность, удаленность от метро.

Коломяги

Численность населения составляет порядка 7% от численности всего района или 35,6 тыс. человек.

Коломяги – зона контрастов. Изначально это была деревня, которая существовала практически в первозданном виде вплоть до конца XX века. Сейчас территория поделена на участки многоэтажной и малоэтажной застройки, которые причудливо переплелись. Здесь есть несколько кварталов таун-хаусов, стоимость квадратного метра в которых сопоставима с элитными квартирами в центральных районах города. Неподалеку от квартала класса «премиум» возвышаются 25-этажные панельные высотки, построенные в конце 1990-х годов и вовсе не претендующие на «элитарность».

Таким образом, популярностью в Приморском районе пользуются современные кирпичные и панельные дома вблизи станций метро «Черная речка», «Пионерская» и «Комendantский проспект».

2.2.4. Анализ конкурентного окружения

Распределение конкурентов в Приморском районе показано на рисунках ниже. Фиолетовым цветом выделены территории, предназначенные для развития магазинов шаговой доступности по программе Правительства Санкт-Петербурга «О размещении магазинов пешеходной доступности на отдельных территориях Санкт-Петербурга» от 28 ноября 2006 г. с изменениями от 25 декабря 2009 г.

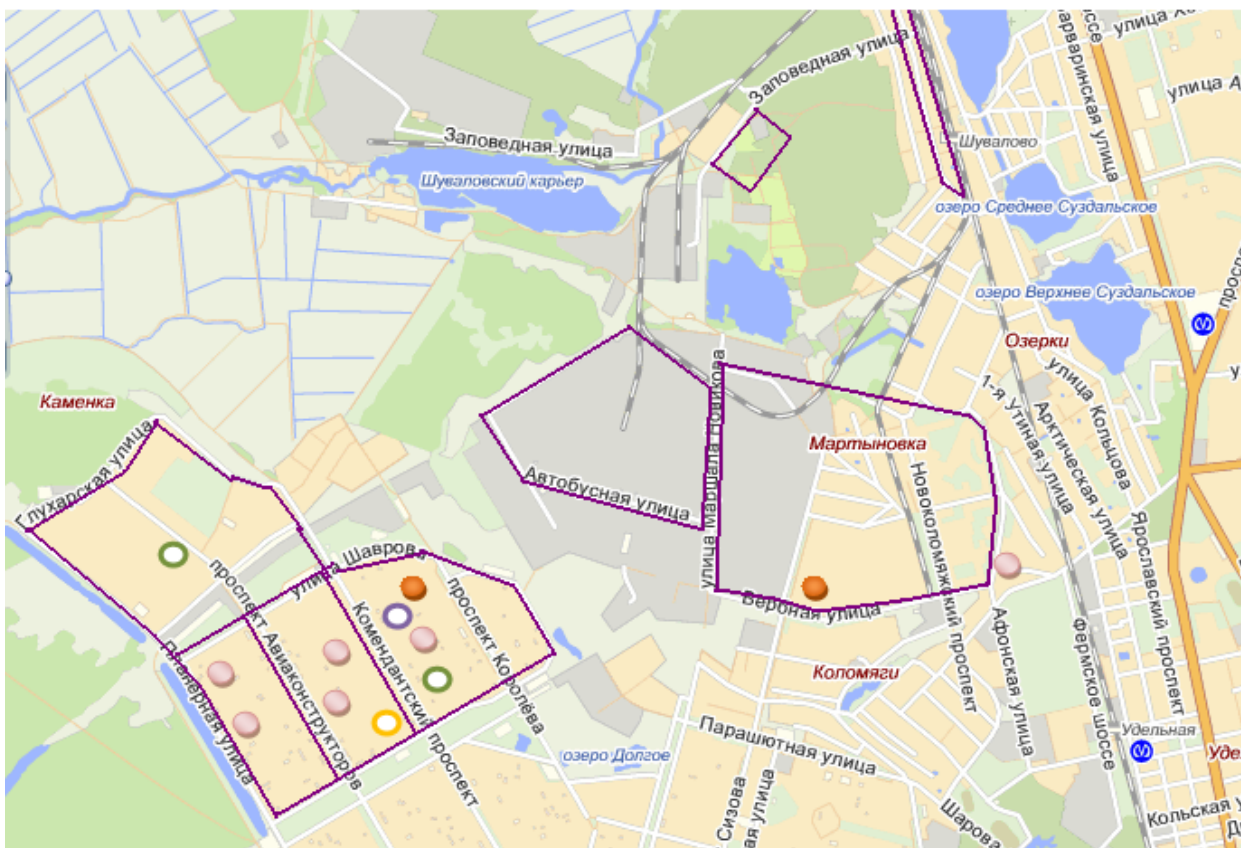


Рисунок 7. Распределение конкурентов в Приморском районе

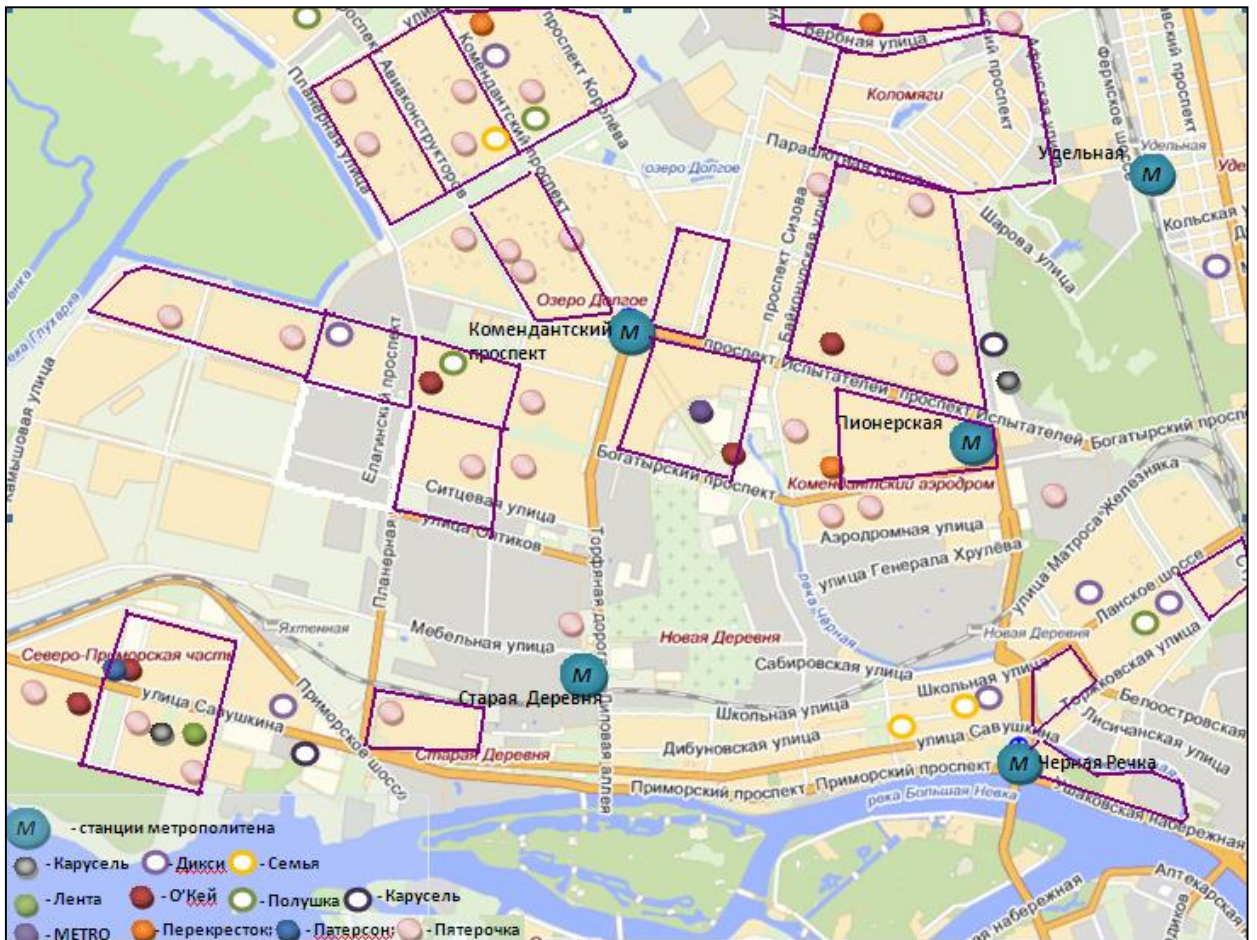


Рисунок 8. Распределение конкурентов в Приморском районе (продолжение)

Наибольшая концентрация объектов характерна для Северо-Приморской части, Комедантского Аэродрома, Озера Долгого. Следует отметить особенность размещения объектов по микрорайонам. Так, для Северо-Приморской части характерно преобладание крупных супермаркетов и гипермаркетов, небольшое количество дискаунтеров. На территории Комедантского Аэродрома, Озера Долгого и Черной Речки преобладают магазины для эконом-класса («Пятерочка», «Полушка», «Дикси», «Семья»).

2.2.5. Определение месторасположения

Для определения местоположения планируемого магазина необходимо оценить микрорайоны Приморского района по следующим критериям:

1. Развитость жилой инфраструктуры.
2. Численность населения.
3. Транспортная доступность.
4. Наличие объектов-конкурентов.

Под степенью развития жилой инфраструктуры предполагаются такие факторы как интенсивность жилой застройки, наличие или отсутствие промышленных зон, наличие объектов формирующих жилую инфраструктуру (детские сады, школы, места отдыха и пр.).

Под транспортной доступностью понимается наличие станций метрополитена в микрорайоне, крупных транспортных магистралей или дорог с высокими показателями транспортного потока.

Под объектами-конкурентами подразумеваются крупные супермаркеты, гипермаркеты и дискаунтеры, расположенные в микрорайоне и составляющие конкуренцию планируемому объекту.

Для оценки привлекательности района построим расчетный показатель «привлекательность микрорайона» на основе компенсаторной модели Фишбеяна.

Для этого введем величину «важность оценочного критерия» (назовем ее e_i). Данная величина представляет собой оценку важности критерия из набора i критериев. Распределим доли единицы между выбранными критериями согласно их важности, т.е. величина e_i сможет принимать значения от 0 до 1.

Затем введем величину «выраженность оценочного критерия» (назовем ее b_i), которая показывает, насколько данный критерий выражен у исследуемого микрорайона. Данная величина представляет собой оценку выраженности критерия из набора i критериев. Величина будет принимать значения от 1 до 6, где «1» – критерий наименее выражен «6» – критерий наиболее выражен. Таким образом, мы получаем количественные оценки двух величин: e_i – оценка важности критерия i и b_i – оценка выраженности, критерия i , и можем построить расчетный показатель. Показатель выглядит следующим образом:

$$F_i = \sum_{i=1}^n b_i * e_i$$

F_i – показатель «привлекательность микрорайона», e_i – оценка важности оценочного критерия i , b_i – выраженность оценочного критерия i , n – число оценочных критериев.

В таблице ниже проранжируем микрорайоны по степени привлекательности.

Таблица 8. Оценка привлекательности микрорайонов Приморского района

Микрорайон	Развитость жилой инфраструктуры		Численность населения		Транспортная доступность		Наличие торговых объектов-конкурентов		Рейтинг	Место
	b_{1i}	e_{1i}	b_{1i}	e_{1i}	b_{1i}	e_{1i}	b_{1i}	e_{1i}		
Черная речка										
Озеро Долгое										
Комендантский Аэродром										
Северо-Приморская часть										
Каменка										
Коломяги										

Таким образом, ниже приведены районы по степени уменьшения привлекательности:

1.
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...
- 7.

Вывод:

.....

2.2.6. SWOT-анализ проекта. Использование конкурентных преимуществ проекта

По результатам анализа конкурентной ситуации на рынке и конкурентов осуществим SWOT-анализ проекта.

Таблица 9. SWOT-анализ проекта

Сильные стороны	Слабые стороны
•	•
Угрозы	Возможности
•	•

Все вышесказанное говорит о потенциале проекта. Для наглядности полученных нами выводов представим результаты SWOT-анализ ниже.

1.

2.
3.

Для успешной деятельности планируемому магазину необходимо наращивать ключевые преимущества, которые позволят удержать требовательного покупателя:

1.
2.
3.
4.

.....

Таким образом, Инициатор проекта

2.3. Анализ требований целевых потребителей услуг

2.3.1. Факторы, влияющие на выбор торговой точки

На сегодняшний день около XX% населения совершают покупки продуктов питания практически каждый день, при этом XX% из них делают это не реже 1 раза в сутки; XX% – покупает продукты 4-6 раз в неделю. XX% – 2-3 раза в неделю.

Частота покупки продуктов питания

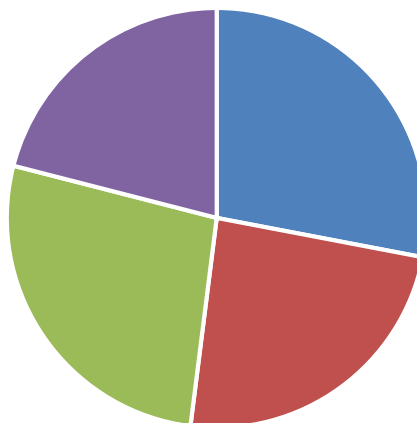


Рисунок 9. Частота покупок продуктов питания

При выборе места покупки продуктов самым важным критерием для потребителей является **уровень цен** в торговой точке. Также существенным является **удобное месторасположение**: особенно важна близость торговой точки от дома, либо она должна находиться хотя бы в квартале проживания.

Также, в числе важных факторов, влияющих на выбор магазина можно отметить **качество товара и широту ассортимента**. Значение имеет и **благоприятный опыт** предыдущей покупки.

Некоторые потребители отмечают желательность наличия удобного подъезда к магазину и парковки.

Покупателя в «Магазинах у дома» привлекает своеобразный микроклимат, определяемый как «домашняя атмосфера», когда покупателя знают в лицо, а так же возможность воспользоваться дополнительными услугами, которые являются частыми «спутниками» рассматриваемого формата: аптечный пункт, услуги операторов сотовой связи.

2.3.2. Требования к ассортименту

Ассортимент магазина шаговой доступности должны составлять

В магазинах шаговой доступности ассортимент должен формироваться с учетом следующих факторов:

1.
2. ..
3. ..
- 4.

Оптимальный ассортимент можно установить только в результате

При формировании товарного ассортимента для магазина шаговой доступности следует учитывать

Ассортиментная матрица соседских магазинов, как правило,

Особенностью формирования ассортимента магазина шаговой доступности является:

1.
2.
3.

Для Инициатора проекта рекомендуется

Таблица 10. Рекомендуемая номенклатура по группам продуктов питания

№	Наименование группы товаров	Структура, %
1	Мясо и мясопродукты	
2	Рыба и рыбопродукты	
3	Хлеб, крупы, макаронные изделия, яйца, масла растительные (продукты первой необходимости)	
4	Молоко и молочная продукция	
5	Сахар, кондитерские изделия	
6	Овощи и фрукты (в т.ч. консервированные)	
Итого		

Первая группа продуктов включает мясо охлажденное, продукты мясопереработки (колбасы, консервы и т.п.). Причем на охлажденное мясо должно приходиться не более 5% от ассортимента этой группы. Вторая группа также в основном должна быть представлена продуктами переработки рыбы.

В основную номенклатуру стоит добавлять небольшое количество продуктов, не представленных в ассортименте конкурентов (например, развесной чай, свежая выпечка и т.п.). Таким образом, создается «изюминка» конкретного объекта. Целесообразно в ассортимент включить сигареты, т.к. их потребление пользуется спросом.

2.4. Анализ цен и ценообразования рынка продуктовой розницы

2.4.1. Характеристика ценообразования продуктовых магазинов шаговой доступности

Уровень цен на продукты питания в магазинах шаговой доступности устанавливается исходя из нескольких факторов:

- покупательная способность клиентов магазина,
- ценовая политика конкурентов.

.....

В таблице ниже приведена информация о средней стоимости и наценке продуктов по группам товаров.

Таблица 11. Наценка по группам продуктов питания, применяемые в магазинах шаговой доступности

Наименование группы товаров	Средняя наценка, %
Мясо и мясопродукты	
Рыба и рыбопродукты	
Жиры (масла, маргарин и т.п.)	

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Хлеб, крупы, макаронные изделия	
Молоко и молочная продукция (в т.ч. сыры)	
Сахар, кондитерские изделия	
Овощи и фрукты (в т.ч. консервированные)	
Яйца	

Наценка определялась при помощи экспертов, работающих на рынке розничной торговли продуктами питания в Санкт-Петербурге. К бизнес-плану прилагается информация о поставщиках продуктов питания (см. Приложение 5).

Средняя наценка в продуктовом магазине шаговой доступности равна 30%. Причем уровень наценки зависит от элитности товара: чем более элитен товар, тем выше наценка. Так, по таким группам продуктов как сыры, кондитерские изделия, мясные продукты средняя наценка составляет не менее 30%. Наценка на продукты первой необходимости (хлеб, молоко, крупы и т.п.) должна быть минимальна, т.к. именно по этим группам продуктов питания посетители магазина смогут составить мнение об объекте торговли и определить степень лояльности к магазину.

2.4.2. Характеристика особенностей ценообразования на рынке аренды торговых помещений

На размер стоимости арендных ставок в Петербурге

В настоящее время арендные ставки в Приморском районе на рынке торговых помещений для магазина распределены следующим образом:

Таблица 12. Распределение арендных ставок на торговую недвижимость в Приморском районе по состоянию на лето 2014 года

Микрорайон	Диапазон арендных ставок, руб./кв. м./мес.	Средняя арендная ставка, руб./кв. м./мес.
Черная речка		
Комендантский аэродром		
Озеро Долгое		
Северо-Приморская часть		
Коломяги		
Каменка		

Самые высокие арендные ставки в районе

2.5. Мероприятия по продвижению магазина

Магазины шаговой доступности не требуют осуществления широкой рекламной кампании. Обычно реклама в продуктовых магазинах шаговой доступности ограничивается использованием следующих рекламных инструментов:

- рекламная вывеска;
- формирование фирменного стиля магазина

По оценкам экспертов,

Фирменный стиль может включать в себя

Затраты на рекламные мероприятия представлены в таблице ниже.

Таблица 13. Затраты на маркетинговое продвижение проекта

Затраты на фирменный стиль, руб.	Кол-во единиц	Стоимость за единицу	Сумма, руб.
Разработка дизайна светового короба (вывеска), руб.			
Изготовление и установка световой короб (вывеска), 1 шт.			
Разработка фирменного стиля (одежда работников), руб.			
Пошив 1 комплекта (одежда работников), руб.			
Итого			

Данные мероприятия проводятся минимум за месяц до открытия магазина. Рекламные мероприятия включают в себя разработку дизайна вывески, ее изготовление и установку; разработку фирменного стиля одежды работников и пошив 8-ми комплектов одежды.

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Использование вышперечисленных рекламных инструментов позволит обеспечить необходимые показатели по выручке.

Вывод:

.....

3. Номенклатура и цены на реализуемые товары

Предполагается, что создаваемый продовольственный магазин предложит к продаже следующие основные группы товаров:

- хлеб и хлебобулочные изделия;
- молоко и
-
-
-
-
- ..
-

Перечисленный набор продуктов удовлетворяет спрос на самые основные товары каждодневного спроса. Их ценность в том, что они являются ключевыми, основополагающими продуктами, вокруг которых строится рынок потребления продовольствия. В дополнение ко всему, именно этот перечень является минимальным для возможности признания объекта магазином шаговой доступности в будущем.

В отличие от торговых точек других форматов, «магазины у дома» не нацелены на какую-то одну категорию покупателей – зажиточных, как некоторые супермаркеты, или менее состоятельных, как дискаунтеры. Ежедневные покупки по соседству со своим жильем совершают люди с разным достатком. При этом в «соседском» магазине не обязательно самые низкие цены в микрорайоне. Лишние 5-10%, по сравнению с дискаунтерами и мелкооптовыми рынками, компенсируют качество и постоянное наличие в продаже продуктов, к которым привыкли покупатели.

Наценка в магазине предполагается на уровне 30%, что является средним показателем на рынке для такого рода магазинов. При существующем объеме расходов такая маржа является достаточной для обеспечения экономического смысла и эффективности проекта, а цены не превышают цен конкурентов.

4. Организационная структура создаваемого торгового объекта

Оптимальный график работы торгового объекта – круглосуточный. Несмотря на данные исследований о том, что в дневной и вечерний периоды покупатели проявляют наибольшую активность (продажи составляют около 85% от суточной выручки), работа в круглосуточном режиме будет способствовать повышению имиджа магазина как лояльного к своему покупателю, готового всегда его обслужить вблизи от дома. Таким образом, несмотря на невысокую долю ночных продаж в совокупной структуре выручки, они способствуют росту дневных продаж за счет повышения узнаваемости магазина.

Потребность в персонале рассчитывалась исходя из анализа бизнес-процессов компаний-конкурентов. Специфика торговли не является сложной для опытных сотрудников, которых немало на рынке труда, поэтому не требует прохождения персоналом первичного курса обучения и вхождения в процесс. Предполагается, что персонал начинает свою работу непосредственно перед открытием магазина.

Таблица 14. Штатное расписание магазина, оплата труда персонала, рублей

Должность штатной единицы	Кол-во штатных единиц	Месячный ФОТ	ФОТ труда предприятия
Итого			

Время работы магазинов обуславливает необходимость ведения посменной работы кассиров, продавцов и охранников по графику ЗХЗ. Налоги с ФОТ (фонда оплаты труда) рассчитаны с полного объема ФОТ.

5. Технические и стоимостные характеристики реализации проекта

Проект по созданию розничного магазина по продаже продовольственных и сопутствующих товаров будет реализован на базе аренды одного из существующих помещений, расположенных в одном из микрорайонов Приморского района Санкт-Петербурга. Это, может быть, как отдельно стоящий павильон, так и встроенное помещение площадью около XX кв.м.

.....

.....

Технологическая планировка любого помещения должна учитывать следующие требования:

- торговые залы и вспомогательные помещения
-
-
-

Технологическое проектирование должно предусматривать такие элементы планировки и оформления торгового зала и витрин, которые привлекали бы внимание покупателей, способствовали бы их благоприятному настроению и помогли сделать покупку. Большую роль в

.....

Выбор формата обслуживания покупателей

В основной массе

Задача магазина «у дома» – обеспечение текущих потребностей живущих рядом с ними покупателей. Ассортимент такого магазина должен быть максимально сбалансированным и состоять из товаров повседневного спроса, поскольку покупки «рядом с домом» совершаются ежедневно и включают в себя наиболее необходимые для повседневной жизни товары. При этом экономическая эффективность наибольшая именно в магазинах самообслуживания. При переходе от прилавка к самообслуживанию товарооборот увеличивается от десятков процентов до нескольких раз. Это происходит благодаря целому комплексу причин. Прежде всего, благодаря увеличению ассортимента и его непосредственному представлению товаров в торговом зале.

.....

Если в прилавочном магазине

Если в прилавочном магазине продавец являлся одновременно консультантом,

.....

Рисунок 10. Примерное расположение стеллажей в магазине самообслуживания

Единственный значительный минус магазина самообслуживания воровство и мошенничество в нем.

Торговое оборудование

Холодильное оборудование

.....

Рисунок 11. Холодильный бонет

.....

.....

Рисунок 12. Холодильный шкаф

Торговая мебель

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Для магазинов самообслуживания.....

Стоимость кассового оборудования

6. Финансирование проекта

Основные принципы и допущения планирования:

-
-

6.1. Характеристика инвестиционных ресурсов

По проведенным подсчетам, общий объем необходимых финансовых ресурсов для реализации проекта составляет **XXX рублей**. Эти средства будут направлены на подготовительные мероприятия, закупку необходимого оборудования для ведения торговли, пополнение оборотного капитала и маркетинг на первоначальном этапе. По мере функционирования магазина инвестиции в проект будут окупаться за счет генерируемой им прибыли. Момент достижения накопленного объема прибыли размера инвестиций будет означать наступление окупаемости проекта.

Таблица 15. Перечень инвестиционных затрат по проекту

Наименование	Стоимость, руб.
Приобретение и установка охранной системы	
Приобретение и установка системы видеонаблюдения (4 камеры)	
Приобретение торгового оборудования	
Приобретение и установка кассового оборудования	
Регистрация ООО	
Арендная плата за 2 месяца	
Вознаграждение агентству недвижимости	
Ремонт торгового зала	
Услуги агента по содействию в получении лицензии на торговлю алкоголем	
Оформление лицензии на торговлю алкоголем	
Маркетинговые расходы	
Пополнение оборотного капитала	
ИТОГО оплата инвестиций	

6.2. Финансовые поступления от деятельности сети магазинов

Для определения размера прибыли от внедрения проекта необходимо рассмотреть статьи финансовых поступлений проекта, спрогнозировать динамику валовой выручки и определить размер затрат на функционирование предприятия.

Работа магазина начинается в

Проектом учитывался

Таблица 16. График выхода на проектную мощность

январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	и далее
											100%

Это обусловлено тем,

План выручки помесячно для первого года работы магазина представлен в таблице ниже.

Таблица 17. План получения выручки от реализации проекта на 1 год работы магазина, руб.

№ года	1											
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
№ месяца	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Доходы от реализации												

6.3. Себестоимость и номенклатура затрат от деятельности магазина

Основными текущими затратами по проекту являются, несомненно, затраты на пополнение ассортимента продукции. Структура себестоимости представлена в таблице и на рисунке ниже.

Таблица 18. Структура себестоимости

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Структура себестоимости	Доля, %	Сумма, тыс. руб.
расходы на закупку товара		
заработная плата основного производственного персонала		
социальные отчисления с ФОТ основного производственного персонала		
накладные расходы		
банковские комиссии		
итого	100%	

.....

Рисунок 13. Структура текущих затрат по проекту

Таблица 19. Исходные данные для расчета текущей затратной части проекта

Наименование статьи затрат	Стоимость, руб.	Единицы измерения	Описание
Затраты на закупку товара			
Средний чек			
Накладные расходы			
Аренда площадей магазина			
Зарплата персонала			
Налоги с ФОТ			
Обслуживание и ремонт оборудования			
Коммунальные платежи			
Банковские комиссии			
Прочие расходы			
Налоговые платежи			
УСН			

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

План текущих затрат на первый год работы магазина представлен в следующей таблице ежемесячно. К ноябрю первого года работы магазин выйдет на 100% проектную мощность. Начиная с декабря первого года работы, затраты будут отличаться только на инфляционную составляющую.

Таблица 20. План текущих затрат проекта на 1 год работы магазина, руб.

№ года месяц № месяца	1												
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Расходы ИТОГО													
Прямые затраты													
расходы на закупку товара													
заработная плата основного производственного персонала													
социальные отчисления с ФОТ основного производственного персонала													
Накладные расходы													
обслуживание и ремонт производственного оборудования													
коммунальные услуги													
аренда площадей магазина													
прочие расходы													
заработная плата вспомогательного технологического персонала													
социальные отчисления с ФОТ вспомогательного технологического персонала													
заработная плата административно-управленческого персонала													
социальные отчисления с ФОТ административно-управленческого персонала													
Внереализационные расходы													
банковские комиссии													

План получения выручки от проекта и план текущих затрат ежемесячно для всего периода планирования (5 лет) представлены в электронных таблицах, которые являются неотъемлемой частью настоящего бизнес-плана.

7. Финансовая оценка проекта

7.1. Финансовые ресурсы и схема финансирования проекта

В данном проекте предусмотрено несколько источников финансирования:

- собственные средства инициатора – 30,34% – в размере 2 000 140 рублей (вкл. уставный капитал 10 0000 рублей);
- привлеченное финансирование – 69,66% – в размере 4 592 900 рублей.

Общие инвестиционные затраты в проект оцениваются в 6 593 040 руб.

Целевое финансирование на реализацию капитальных работ по проекту требуется в объеме 2 802 500 рублей, оставшаяся сумма потребуется на пополнение оборотных средств предприятия.

Таблица 21. Условия привлечения заемного капитала

Критерий	Значение
Объем кредитования, руб.	
Срок кредитования, лет	
Валюта кредита	
Процентная ставка по кредиту	
Отсрочка погашения основного долга по кредиту	
Периодичность уплаты процентов по кредиту	
Периодичность уплаты основного долга по кредиту после истечения периода отсрочки	

Ниже представлены таблицы и графики получения и возврата кредита, необходимого для реализации проекта.

Таблица 22. График получения кредита

Год	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
1												
2 и далее												

Таблица 23. График возврата кредита

Год	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
1												
2												
3												
4 и далее												

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

.....

Рисунок 14. График суммы задолженности по кредиту и величины остатка денежных средств

Максимальная величина ссудной задолженности достигается по состоянию на

Таблица 24. График уплаты процентов

Год	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
1												
2												
3												
4 и далее												

Ниже представлен график поступления собственных средств инициатора проекта, а также план привлечения займов.

Таблица 25. График поступления собственных средств инициатора проекта

№ года	1										
месяц	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь и далее	
вложение собственных средств											

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

7.2. Финансовые результаты проекта

В текущем разделе ниже представлен прогнозный отчет о прибылях и убытках проектируемого продовольственного магазина в годовой разбивке на период 5 лет.

Таблица 26. Бюджет прибылей и убытков, руб.

№ года	1	2	3	4	5
Доходы					
Доходы от реализации продукции					
реализация основной продукции					
Расходы					
Прямые затраты					
расходы на закупку товара					
заработная плата основного производственного персонала					
социальные отчисления с ФОТ основного производственного персонала					
Накладные расходы					
обслуживание и ремонт производственного оборудования					
коммунальные услуги					
аренда площадей магазина					
прочие расходы					
заработная плата вспомогательного технологического персонала					
социальные отчисления с ФОТ вспомогательного технологического персонала					
заработная плата административно-управленческого персонала					
социальные отчисления с ФОТ административно-управленческого персонала					
Внереализационные расходы					
банковские комиссии					
Фин. результат от текущей деятельности					
Амортизация					
% по основному кредиту					
% по прочим кредитам и займам					
Финансовый результат до налогообложения					
Налог на прибыль					
Прибыль после налогообложения					

В следующей таблице представлен прогнозный отчет о движении денежных средств проектируемого продовольственного магазина в годовой разбивке на период 5 лет.

Бизнес-план по открытию продовольственного магазина

Таблица 27. Бюджет движения денежных средств проекта за период с июня 2013 года по март 2014 года, ежемесячно

№ года	1	2	3	4	5
входящее сальдо					
Доходы					
Доходы от реализации продукции					
реализация основной продукции					
Расходы					
Прямые затраты					
расходы на закупку товара					
заработная плата основного производственного персонала					
социальные отчисления с ФОТ основного производственного персонала					
Накладные расходы					
обслуживание и ремонт производственного оборудования					
коммунальные услуги					
аренда площадей магазина					
прочие расходы					
заработная плата вспомогательного технологического персонала					
социальные отчисления с ФОТ вспомогательного технологического персонала					
заработная плата административно-управленческого персонала					
социальные отчисления с ФОТ административно-управленческого персонала					
Внерезультационные расходы					
банковские комиссии					
Фин. результат от текущей деятельности					
Амортизация					
% по основному кредиту					
% по прочим кредитам и займам					
Финансовый результат до налогообложения					
Налог на прибыль					
Прибыль после налогообложения					
Инвестиционные затраты					
приобретение и кап. ремонт основных средств					
реализация основных средств					
Движение средств по фин. операциям					
получение кредитов					
возврат кредитов					
вложение собственных средств					
возврат собственных средств					
Итого движение денежных средств					
Остаток денежных средств					
сумма кредита на конец года					

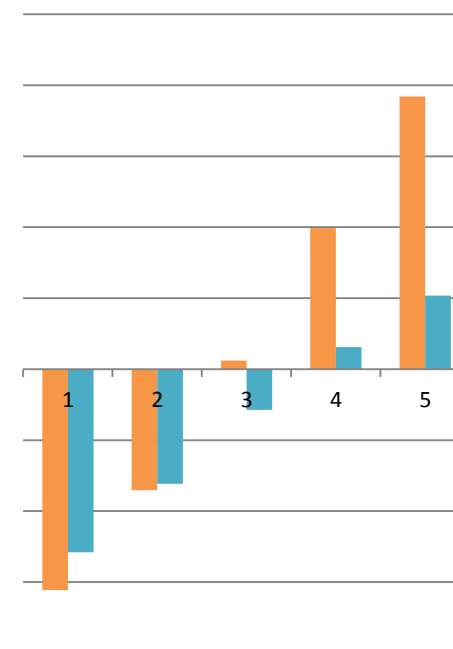


Рисунок 15. Движение денежных потоков проекта, по годам

7.3. Оценка показателей эффективности проекта

Для оценки эффективности проекта с позиции собственного капитала чистая приведенная стоимость проекта рассчитывается при ставке дисконтирования, равной 20,63%, получаем следующие показатели.

Таблица 28. Показатели экономической эффективности проекта

Наименование показателя	ед. изм.	Обозначение	Значение
Чистая приведенная стоимость	руб.	NPV	
Внутренняя норма доходности	%	IRR	
Простой период окупаемости	лет	PBP	
Дисконтированный период окупаемости	лет	DPBP	

Срок окупаемости (PP)

Сроком окупаемости ("простым") называется продолжительность периода от начала расчета до наиболее раннего интервала планирования, после которого чистый доход проекта становится и в дальнейшем остается положительным.

Простой срок окупаемости по данному проекту составил XX лет с момента начала реализации проекта.

Дисконтированный срок окупаемости (DPP)

Дисконтированный срок окупаемости определяется аналогично «простому», но на основе чистого дисконтированного дохода и, соответственно, дисконтированного денежного потока проекта.

При этом значения денежного потока приводятся к начальному интервалу планирования (дисконтируются) путем умножения на соответствующий коэффициент дисконтирования.

$d_t = 1 / (1 + D_t)^{t-1}$, где:

t - номер интервала планирования ($t = 1, 2, \dots$);

D_t – зависит от длительности t -го интервала планирования и равна: $\sqrt[12]{D}$ для месяца; $\sqrt[4]{D}$ для квартала; $\sqrt[2]{D}$ для полугодия; D для годового интервала;

D – принятая ставка дисконтирования проекта.

Дисконтированный срок окупаемости по данному проекту составил XX лет с момента начала реализации проекта.

Чистая приведенная стоимость (NPV)

Чистая приведенная стоимость характеризует превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами для данного проекта с учетом в составе ставки дисконтирования: темпа инфляции, минимальной нормы прибыли кредитора и поправки на риск проекта.

Чистая приведенная стоимость по данному проекту составила XXX рублей.

Внутренняя норма доходности (IRR)

Внутренней нормой доходности называется ставка дисконтирования, при котором чистая приведенная стоимость проекта обращается в ноль.

Внутренняя норма доходности по данному проекту составила XX%.

Заключение

.....

О ПКР

«ПКР» является одним из лидеров рынка профессиональных услуг и долгое время остается незаменимым партнером для многих российских и зарубежных компаний. Аутсорсинговая компания «ПКР» представляет собой специализированную компанию, оказывающую профессиональные услуги в трех основных направлениях:

- маркетинг, бизнес-планирование и привлечение финансирования;
- внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) и логистика;
- бухгалтерский, налоговый, кадровый учет и аудит

В основу деятельности Компании положена идея аутсорсинга: передача отдельных бизнес – процессов, функций и задач, а также их составляющих, специализированной сторонней фирме.

Компания «ПКР» аккредитована в качестве уполномоченной консалтинговой компании при Правительстве Ленинградской области.

Компания «ПКР» аккредитована при Комитете по инвестициям и стратегическим проектам Правительства Санкт-Петербурга для выполнения финансово-экономической экспертизы стратегических инвестиционных проектов города.

ПКР является почетным членом Санкт-Петербургского Союза предпринимателей, объединяющего в себе более 1 000 предприятий малого и среднего бизнеса.

Квалификация сотрудников подтверждается дипломами российского и международного образца и профессиональными аттестатами: Master of Business Administration (MBA), кандидат экономических наук, квалификационный аттестат аудитора, диплом Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) по международным стандартам финансовой отчетности (Diploma in IFR/IFRS), диплом международного образца Association of Chartered Certified Accountants (ACCA).

Благодаря одновременному участию во многих проектах и широкому перечню предоставляемых услуг мы способны предложить нашим клиентам самые лучшие условия сотрудничества.

Контакты:

Адрес: 191119, Санкт-Петербург, ул. Марата, д. 82.

Тел.: +7 (812) 363 48 99, 8 (800) 700 48 99363 48 96

www.prcs.ru

Рабочая группа от ПКР:

Новицкий Даниил Сергеевич, руководитель группы, аудитор, член ACCA

Тел.: 363 48 99, dn@prcs.ru

Торлопова Камилла Юрьевна, специалист отдела корпоративных финансов

Тел.: 363 48 96, kt@prcs.ru

Приложение 1. Коммерческое предложение по регистрации организации

.....

Приложение 2. Типовое решение системы видеонаблюдения для небольшого офиса, магазина, квартиры, коттеджа на 4 камеры

.....

Приложение 3. Коммерческое предложение по кассовому оборудованию

.....

Приложение 4. Информация о поставщиках продуктов питания

.....

Приложение 5. Описание основных конкурентов в разрезе форматов магазинов розничной торговли

.....