## 1. Краткий инвестиционный меморандум

В России одной из самых перспективных и быстроразвивающихся областей считают сферу розничной торговли продуктами питания. Данная отрасль обладает динамично растущим оборотом и в целом положительной динамикой.

Степень успешности рассматриваемого проекта правильно будет оценить как высокую, так как, даже несмотря на многочисленные продуктовые магазины, удачно выбранное место и правильные маркетинговые стратегии позволят в кратчайшие сроки занять свою нишу и выйти на стабильную прибыль.

Продукты питания — товар, который всегда пользуется непрерывным спросом, даже в периоды кризиса. Можно сказать, что открытие продуктового магазина — это отличная возможность начать свою предпринимательскую деятельность, ведь этот вид бизнеса всегда пользуется устойчивым и постоянным спросом.

**Основные факторы успеха реализации проекта:**

* Широкая ассортиментная линейка;
* Доступность ценового предложения;
* Расположение магазина;
* Реклама и маркетинг торговой точки.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **532 000** рублей.

Точка безубыточности достигается **на четвертый** месяц работы.

Срок окупаемости составляет от **14 месяцев**.

Средняя чистая прибыль **46 000** рублей.

Рентабельность продаж **16%**.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

В данном бизнес-плане мы рассматриваем небольшой продуктовый магазин площадью 20-25 м2 в спальном районе в месте с высокой проходимостью людей. Он может быть в отдельно стоящем здании или же на первом этаже многоэтажного здания.

Продуктовая сфера является очень конкурентной. Как правило, в выходные дни люди закупаются в гипермаркетах. Однако в связи с тем, что зачастую после работы людям нужно докупить те или иные продукты, а на походы в супермаркеты просто нет времени, спрос на магазины «у дома» остается высоким.

Прежде чем открыть магазин, необходимо тщательно продумать ассортимент, ценовую политику, сделать прогноз в отношении будущих продаж конкретных групп товаров. Иначе говоря, нужно заранее просчитать, что будет пользоваться у покупателей большим спросом. Никакого универсального алгоритма составления ассортимента не существует — почти все предприниматели ищут «свой товар» путем проб и ошибок, проводя тщательный анализ поступающего спроса и продаж.

Здесь мы приведем наиболее стандартный ассортиментный ряд.

* Мясные и колбасные изделия;
* Овощи и фрукты;
* Молочные продукты;
* Бакалея;
* Кондитерские изделия;
* Безалкогольные напитки;
* Слабоалкогольная продукция.

Также для максимизации прибыли следует добавить хозяйственные товары первой необходимости (спички, мыло, бытовая химия, и т.д.) и корм для домашних животных.

Часы работы продуктового магазина: 9:00 — 22:00 ежедневно.

## 3. Описание рынка сбыта

В магазин возле дома клиенты заходят после работы, чтобы купить необходимые продукты к ужину. В такие торговые точки также отправляются и дети, молодые мамы, пенсионеры.

Анализируя показатели денежных доходов на душу населения за последние годы, можно отметить положительную тенденцию: с 2009 года среднедушевые денежные доходы россиян выросли почти в 2 раза. (Информация получена с официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ)

**Денежные доходы и расходы в среднем на душу населения в России за 2009-2016 годы, руб.**

По мере роста доходов потребительские расходы населения растут. Следовательно, и расходы на продукты питания увеличиваются. Потребители уже предпочитают брать более качественную продукцию.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Потребление основных продуктов питания по Российской Федерации**  (на душу населения в год; килограммов) | | | | | | |
|  | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2015** |
| **в % к** |
| **2014** |
| Мясо и мясопродукты в пересчете на мясо | 71 | 74 | 75 | 74 | 73 | 98,6 |
| в том числе мясо и мясопродукты без субпродуктов II категории и жира-сырца | 65 | 68 | 69 | 69 | 67 | 97,1 |
| Молоко и молочные продукты в пересчете на молоко | 246 | 249 | 248 | 244 | 239 | 98,0 |
| Яйца и яйцепродукты — штук | 271 | 276 | 269 | 269 | 269 | 100,0 |
| Сахар | 40 | 40 | 40 | 40 | 39 | 97,5 |
| Масло растительное | 13,5 | 13,7 | 13,7 | 13,8 | 13,6 | 98,6 |
| Картофель | 110 | 111 | 111 | 111 | 112 | 100,9 |
| Овощи и продовольственные бахчевые культуры | 106 | 109 | 109 | 111 | 111 | 100,0 |
| Фрукты и ягоды | 60 | 61 | 64 | 64 | 61 | 95,3 |
| Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые) | 119 | 119 | 118 | 118 | 118 | 100 |

Данная таблица подтверждает стабильность спроса на продукты питания, а также помогает сориентироваться с ассортиментом магазина. (Информация получена с официального сайта Федеральной службы государственной статистики РФ)

## 4. Продажи и маркетинг

Любая деятельность невозможна без проведения грамотной маркетинговой политики. Для рекламы продуктового магазина есть свои нюансы и каналы продвижения.

В первую очередь необходимо установить над входом яркую вывеску, которая издалека будет привлекать внимание.

Наиболее распространенные методы продвижения бизнеса:

* ***Праздничное открытие*.** Для наращивания клиентуры в этот день можно устроить праздник: украсить вход шарами, провести интересные мероприятия, например, вручать подарки за совершение покупок или устроить конкурс, по результатам которого покупатели смогут выиграть мелкую бытовую технику.
* ***Система лояльности.*** Периодически рекомендуется проводить рекламные акции, продумать систему скидок и выдавать постоянным клиентам дисконтные карты.
* ***Печать и распространение рекламных листовок.*** При разработке макета важно указывать местоположение, время работы, информацию об акциях и розыгрышах призов. Распространять листовки можно на близлежащих улицах, а также разложить в почтовые ящики домов.
* ***«Сарафанное радио»*.** Бесплатный и очень эффективный способ рекламы. Когда ваше заведение рекомендуют друзьям — это главный показатель вашей хорошей работы.

## 5. План производства

Обозначим основные этапы запуска магазина продуктов.

Регистрация в государственных органах

* Рекомендуем зарегистрироваться в форме ИП.
* Оптимальным для регистрации бизнеса будет код по ОКВЭД — 47.2 — «Услуги по розничной торговле пищевыми продуктами, табачными изделиями в специализированных магазинах».
* После получения свидетельства о регистрации нужно составить договор аренды помещения. Нужно получить разрешения от пожарных, для этого помещение должно соответствовать всем положенным нормам: находиться не ниже первого этажа, иметь запасной выход, огнетушитель. Чтобы санитарно-эпидемиологическая станция дала добро на работу продуктового магазина, необходимо подготовить:

1. договор на санитарную обработку помещения;
2. договор на вывоз мусора;
3. договор на утилизацию пищевых отходов;
4. санитарные книжки для всех сотрудников.

* В магазине должен быть оборудован уголок потребителя с копиями лицензий на продажу алкоголя и табачной продукции, сертификатами качества и соответствия нормам СЭС, свидетельством о регистрации юридического лица, книгой отзывов и предложений.
* В качестве системы налогообложения планируется применять ЕНВД. Считаем, что это самый выгодный режим налогообложения для магазина, когда размер налога не зависит от дохода бизнеса.

Поиск помещения и ремонт

Потенциально прибыльным является здание, находящееся не дальше 100–150 метров от четырех многоэтажек (в которых проживает порядка 1500 человек).

К помещению предъявляются следующие требования:

* Помещение может быть как в собственности, так и арендованным;
* Площадь помещения — от 20 м2 до 25 м2;
* Наличие канализации, водопровода, инженерных коммуникаций, мощных электрических сетей для холодильного оборудования, соответствующих техническим требованиям оборудования;

Доступность подъездных путей к зданию.

Поиск поставщиков

Особое внимание нужно уделить поиску поставщиков. Оптимальным вариантом является доставка продукции с крупных оптовых баз по цикличному графику, она может осуществляться собственными силами. Перспективный вариант — закупка сельскохозяйственных товаров напрямую у фермерских хозяйств. Подобное решение позволит сэкономить на услугах посредников и обеспечить покупателей свежей и качественной продукцией.

## 6. Организационная структура

Как правило, при открытии одной точки сам владелец продуктового магазина становится управляющим и для минимизации налогов заработную плату себе не начисляет.

Основной персонал:

* 2 продавца, работающие посменно 2/2;
* уборщица.

Основные требования к продавцам:

* активность;
* высокие коммуникативные умения;
* доброжелательность;
* честность;
* дисциплинированность;
* ответственность.

Продавцы обязаны иметь медицинские книжки.

Каждый продавец имеет окладную часть зарплаты — 12000 руб. и премиальную часть, которая рассчитывается следующим образом:

Премиальная часть з/п — 5% с выручки

Уборщица имеет фиксированный оклад — 10 000руб.

Полный расчет ФОТ с премиальной частью и страховыми взносами представлен в финансовой модели.

## 7. Финансовый план

Инвестиции в открытие продуктового магазина выглядят следующим образом.

Оборудование:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Количество** | **Цена за 1 шт.** | **Обшая сумма** |
| Стеллажи | 6 | 7 000 | 42 000 |
| ККМ (включая установку) | 1 | 30 000 | 30 000 |
| Слайсер | 1 | 12 000 | 12 000 |
| Весы | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Горячий стол для упаковки | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Морозильный ларь | 1 | 25 000 | 25 000 |
| Холодильная витрина | 1 | 80 000 | 80 000 |
| Холодильный шкаф | 1 | 80 000 | 80 000 |
| **Итого:** |  |  | **289 000** |

Инвестиции на открытие:

|  |  |
| --- | --- |
| **Инвестиции на открытие** | |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 25 000 |
| Установка необходимого ПО | 10 000 |
| Ремонт | 50 000 |
| Вывеска | 50 000 |
| Рекламные материалы | 50 000 |
| Аренда на время ремонта | 48 000 |
| Прочее | 10 000 |
| **Итого** | **243 000** |

Общая сумма первоначальных инвестиций составляет 532 000 руб.

Текущие расходы выглядят следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
| **Ежемесячные затраты** | |
| ФОТ (включая отчисления) | 71 175 |
| Аренда (15 кв.м.) | 24 000 |
| Амортизация | 8 028 |
| Коммунальные услуги | 15 000 |
| Реклама | 10 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 5 000 |
| Закупка товара | 317 350 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 |
| **Итого** | **460 553** |

Основная статья ежемесячных расходов — это закупка товаров. Наценка на товар в среднем составляет 30%. 2% продукции остается нереализованной до окончания срока годности и выбрасывается.

Также есть такое понятие как усушка товара. Товары, содержащие влагу (мясные, колбасные изделия, овощи, фрукты), при хранении испаряются и уменьшаются в весе. Так, 3% от закупленных мясных и колбасных изделий, овощей и фруктов остается нереализованной в виду усушки.

План продаж по проекту прогнозируется исходя из среднего чека (300-350 руб./чел.) и количества покупателей в день (70-90 чел./день) по аналогичным магазинам продуктов питания.

Прогнозируется постепенное увеличение объёмов продаж на период с 1-5 месяц реализации проекта.

Подробный план продаж и прогноз экономических показателей эффективности бизнеса представлен в финансовой модели.

## 8. Факторы риска

Открытие маленького магазина сразу наталкивается на серьезную, многоуровневую конкурентную борьбу, которую составляют:

* торговые сети — гипермаркеты;
* супермаркеты, расположенные в оживленных местах;
* гастрономы — продают все, что нужно потребителю, чаще всего располагаются на центральных улицах спальных районов;
* магазинчики шаговой доступности, небольшие лавки, находящиеся во дворах;
* рынки, в том числе стихийные.

Как видно, абсолютно все ниши заняты. Чтобы убедиться в этом, не нужно проводить специальные исследования, достаточно во время прогулки по городу обратить внимание на расположение точек, продающих продукты. Часто встречаются абсурдные с точки зрения бизнеса ситуации, когда один магазин находится возле другого, буквально в двух шагах. Поэтому самое главное в этом деле правильно подобрать местоположение.

Также необходимо знать специфику работы с продуктами, ведь многие из них быстро портятся и нужно быстро их реализовать, чтобы не уйти в минус. Помимо этого, необходимо осуществлять закупку только ходовых товаров, а залежалые продукты продавать по сниженной цене, чтобы частично возместить убытки.