## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Многих людей привлекает идея открыть бизнес по продаже товаров, которые гарантированно будут пользоваться спросом у населения. Именно поэтому многие начинают свое дело с открытия продуктового магазина или кафе. Есть люди будут всегда. Однако так же уверенно можно заявить, что люди продолжат употреблять алкогольные напитки. И одним из самых популярных видов алкоголя является пиво.

Преимущество торговли пивом перед продажей других алкогольных напитков в том, что для его реализации не нужно приобретать лицензию. Тем не менее сам по себе данный вид бизнеса совсем не прост и потребует от вас знания многих нюансов и подводных камней.

В первую очередь нужно определиться с форматом заведения. Вы можете открыть как небольшую торговую точку при выходе из крупного супермаркета, так и полноценный магазин с отдельным входом и широким ассортиментом. Данный бизнес-план рассчитан именно на открытие отдельного магазина.

Следующий шаг — это определение целевой аудитории и ассортимента продукции. Ведь можно ограничить продажи несколькими сортами пива, а можно расширить ассортимент за счет закусок, безалкогольных напитков, сигарет и прочих сопутствующих товаров.

После этого вам предстоит выбор месторасположения, заключение договора аренды и оформление помещения. На этот этап следует обратить особое внимание.

Регистрация бизнеса и получение разрешительных документов — особо ответственный этап открытия. Тем более что в 2016 году процедура торговли стала сложнее в связи с ужесточением контроля со стороны государства.

Вложения в данный вид бизнеса предстоят немалые. Но основная часть инвестиций приходится на оборотный капитал, а торговое оборудование можно взять в аренду у поставщика.

**Сумма инвестиций составляет 800 000 руб.**

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

**Срок окупаемости инвестиций — от 7 месяцев.**

**Средняя ежемесячная прибыль — 130 000.**

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Идея проекта состоит в открытии магазина, основным продуктом реализации которого является пиво. Этот напиток представлен в широком ассортименте: более 20 сортов разливного пива. Кроме этого, покупатель сможет приобрести дополнительные закуски, а также сувенирную продукцию: кружки, стаканы и т.д. Весь перечень продаваемой продукции представлен ниже:

* Разливное пиво: светлое, темное, нефильтрованное;
* Пиво бутылочное импортное;
* Безалкогольные напитки: лимонад, квас, соки, вода;
* Сигареты: более 200 наименований;
* Сопутствующие товары: зажигалки, жвачки, шоколадки, кофе, чай, жевательные конфеты, конфеты, презервативы, табак для кальяна;
* Снеки весовые: рыбные закуски, кальмары, мясные закуски, фисташки, арахис, сухарики, сыр копченый;
* Снеки в ассортименте: орешки, чипсы, сухарики, семечки, попкорн.

Стоимость разливного пива колеблется от 60 до 250 руб. за литр. Наценка составляет от 50 до 100% в зависимости от сорта пива, а также от состояния конкурентной среды.

Объем реализации пива сильно зависит от фактора сезонности. Высокий спрос наблюдается с мая по сентябрь, тогда как зимой выручка существенно снижается. В холодное время года пивной магазин существует за счет постоянных покупателей. Следовательно, для того чтобы нивелировать риск остаться без прибыли в холодную погоду, с начала открытия следует активно нарабатывать круг постоянных покупателей. Лучше открывать магазин в период с марта по май, так как в этом случае у вас появляется возможность к зимнему сезону наработать большую клиентскую базу.

Стоит отметить, что предпочтения по ассортименту меняются в течение года. Летом потребитель предпочитает «легкие» сорта пива, а зимой останавливает выбор на «крепких». Исходя из этого следует регулировать товарные остатки, а также формировать оптимальный размер заказа. Чем быстрее будет обновляться товар в вашем магазине, тем больше покупателей будут ходить именно к вам.

## 3. Описание рынка сбыта

Целевая аудитория проекта состоит преимущественно из мужчин — 70% от общего количества целевой аудитории. Возраст — от 18 до 55 лет. Женщины составляют 30% от ЦА. Значительная доля продаж приходится на людей в возрасте от 25 до 35 лет.

В пивной магазин заходят как постоянные клиенты, регулярно употребляющие пиво в больших объемах, так и люди из проходящего трафика, которые зашли в магазин «по пути». Последние составляют примерно 25% всех покупателей.

Основной поток клиентов — это жители ближайших домов. Именно поэтому расположение в центре города для данного вида бизнеса заранее невыгодно.

Прямыми конкурентами магазина разливного пива являются такие же торговые точки. Не менее серьезную угрозу представляют также крупные федеральные сети, продающие дешевое бутылочное пиво. Однако обойти конкурентов и занять свободную нишу в этом бизнесе поможет разработка уникального торгового предложения. Акцент можно сделать на широком ассортименте продукции, на высоком качестве обслуживания или на предоставлении скидок и бонусов постоянным покупателям.

Главный актив вашей компании — устойчивая репутация. Поэтому следует особое внимание уделить поддержанию порядка в магазине. Для этого нужно установить тревожную кнопку вызова охраны, а также повесить камеру видеонаблюдения. Если же вы не хотите тратиться на покупку камеры, то можете установить муляж. Это положительно повлияет как на дисциплину продавцов, так и на поведение покупателей.

Среди преимуществ перед конкурентами можно выделить:

* Высокое качество продукции — только проверенные поставщики и лучшие сорта пива;
* Органолептические свойства — все сорта разливного пива во много раз превосходят любое бутылочное по вкусовым и полезным характеристикам. Даже в закрытых кегах такое пиво хранится от 30 до 60 дней, а в открытом виде не более 7 дней. Таким образом, это натуральный продукт, который сохраняет в себе много полезных витаминов и минералов;
* Уникальная бонусная система для покупателей — многоуровневая программа мотивирует приводить друзей и совершать покупки именно в вашем магазине;
* Все сорта всегда присутствуют в наличии;
* Отсутствие просроченных товаров — ведётся постоянная ротация;
* Каждый праздник проводится акция;
* Уютная, добродушная атмосфера в магазине, приятный интерьер;
* Наличие сопутствующих товаров — закусок и сигарет;
* Наличие безалкогольных напитков — продажа кваса и лимонада.

При грамотном управлении одним магазином перед владельцем бизнеса открывается возможность развития собственной торговой сети. А так как один магазин охватывает круг покупателей в радиусе 500-1000 м., то открывать дополнительные точки можно даже в одном районе. В этом случае ваша компания становится известной в широких кругах любителей пива, а положительная репутация обеспечивает непрерывный поток покупателей.

## 4. Продажи и маркетинг

При открытии магазина основное внимание уделяется разработке вывески, оформлению фасада, а также обслуживанию первых покупателей.

Вывеска магазина должна быть яркой, запоминающейся и хорошо просматриваемой со всех сторон улицы. Это нужно для того, чтобы сделать поиск вашего магазина для клиентов максимально удобным.

Привлечение клиентов и увеличение продаж достигается посредством предоставления клиентам клубных карт и скидок, а также проведением развлекательных мероприятий, стимулирующих лотерей и розыгрышей.

Каждую проводимую акцию нужно активно афишировать: печатать на плакатах и баннерах, озвучивать клиентам при каждой покупке.

Примеры акций:

* Скидка 10% при приобретении более 3 литров пива;
* При приобретении пива определенного сорта сухарики в подарок;
* Позови друга и получи скидку 10%.

Необходимо постоянно отслеживать результаты проводимых рекламных кампаний, выделяя наиболее успешные варианты.

Также в продажу можно ввести дополнительные товары, стилистически подходящие к оформлению и концепции магазина. Например, спички, зажигалки, зубочистки, бокалы и так далее.

Хороший способ привлечь и удержать клиента — разработать накопительную бонусную систему. Для того чтобы ей воспользоваться клиенту необходимо приобрести бонусную карту.

* С каждой покупки накапливается 5 % бонусов;
* Бонусы бессрочны, то есть не сгорают с течением времени;
* Бонусы «привязывают» людей к магазину. То есть при наличии выбора клиент всегда придет в тот магазин, где у него есть скидка или бонусы;
* Многие люди уже привыкли и полюбили системы накопления бонусов (используют карты Газпром, Лукойл, Сбербанк);
* Оплата покупки бонусами может производиться как полностью, так и частично (также можно поставить ограничение — «не более 20%»);
* Повышенными бонусами можно привлечь покупателей и даже переманить их у конкурентов (например, акция 30% на бонусную карту);
* Преимущества бонусной карты перед дисконтной в том, что из всех накопленных бонусов тратится не более 70-75%, в то время как скидка предоставляется всегда.

Лояльность клиентов также повышают такие дополнительные услуги, как возможность покупателя сделать предзаказ, а затем забрать его в назначенное время.

Отслеживайте реакцию покупателей на каждую проводимую вами акцию. Спрашивайте их лично, устраивайте опросы, заведите книгу отзывов и предложений — так вы будете вовремя узнавать об изменениях потребностей клиентов.

## 5. План производства

Государственная регистрация. Для открытия магазина пива достаточно регистрации в качестве ИП. ООО требуется для оптовой реализации пивных напитков. Выбранная система налогообложения — УСН (6% с дохода);

* Поиск помещения, заключение договора аренды;
* Ремонтные работы, дизайн;
* Покупка оборудования, установка;
* Получение разрешения СЭС и Пожарной службы;
* Подбор персонала;
* Поиск поставщиков и формирование оборотного капитала;
* Установка кассового аппарата, а также подключение к системе ЕГАИС;
* Уведомление Роспотребнадзора о начале деятельности;
* Проведение маркетинговой кампании;
* Начало работы.

При выборе помещения нужно исходить из ассортимента предлагаемой продукции, близости конкурентов, нормы пожарной безопасности, а также учитывать контингент проходящего трафика людей.

Таким образом, к помещению для организации магазина, который предоставляет более 20 сортов пива, можно предъявить следующие требования:

* Район— жилой квартал;
* Размер помещения — не менее 40 кв.м., 1 этаж, наличие двух выходов (по нормам Пожарной инспекции);
* Местоположение — на расстоянии не менее 100 м. от общеобразовательных и медицинских учреждений;
* Вход в магазин должен располагаться на первой линии, не во дворах;
* Отсутствие конкурентов в шаговой доступности.

Для того, чтобы ваш магазин воспринимался потребителем не как дешевая пивнушка, а как настоящий бутик разливного пива, нужно обратить внимание на название магазина, его внешнее оформление, а также внутренний дизайн. Для этого следует воспользоваться услугами дизайнера, закупить стройматериалы, сделать ремонт, заказать вывеску.

Следующий шаг — это покупка и установка оборудования. Часто дистрибьюторы крупных заводов-изготовителей пива предлагают аренду оборудования или даже предоставляют его бесплатно. Условия следует обговаривать отдельно с каждым конкретным поставщиком.

После того как вы закончили ремонт и установили оборудования, нужно получить разрешения Пожарной станции и СЭС. Как правило, если помещение до этого уже сдавалось в аренду, и вы не делали перепланировку, то необходимые документы у арендодателя уже есть.

На этапе подбора персонала вам нужно будет провести собеседования и отобрать двух подходящих кандидата на вакансию продавца. Кроме этого нужно привлечь бухгалтера на аутсорсинг.

При выборе поставщиков стоит обратить внимание, что импортное пиво стоит в несколько раз дороже чем пиво российского производства. Лучше работать с одним крупным поставщиком, который вовремя поставляет свежее пиво высокого качества.

С 1 января 2016 года в РФ введен закон о введении системы контроля и учета алкоголя через систему ЕГАИС. Для подключения к системе необходимо приобрести программно-кассовый комплекс, совместимый с ЕГАИС, систему УТМ и ключ JaCarta с электронной подписью.

Осталось уведомить Роспотребнадзор о начале ведения торговли и огласить дату праздничного открытия магазина. Грамотное проведение кампании открытия обеспечит вам поток клиентов уже в первый день работы.

## 6. Организационная структура

В первое время работы единственным представителем административного персонала компании является директор. В его обязанности входит:

* Поиск поставщиков и заключение договоров;
* Разработка и проведение маркетинговых кампаний;
* Составление планов продаж на 1, 3, 6 месяцев;
* Контроль за своевременным открытием и закрытием магазина;
* Распоряжение финансовыми средствами компании;
* Подбор персонала и выдача заработной платы;
* Регулярная выплата арендных платежей, а также продление договора аренды;
* Мониторинг деятельности конкурентов;
* Разработка стратегии развития компании.

Для обеспечения непрерывной работы магазина следует нанять продавцов. На этапе открытия будет достаточно двух продавцов, работающих по графику — 2 рабочих дня через 2 выходных. Зарплата продавца составляет 500 руб. за смену + 2% от общей выручки в месяц. Фиксированная часть выдается ежедневно при закрытии смены, а процентная часть выплачивается один раз в конце месяца. Такой способ оплаты труда мотивирует продавцов на увеличение продаж.

Пивной магазин предполагает определенную специфику работы:

* Во-первых, возможность некорректного поведения со стороны покупателей. Для того, чтобы сделать работу продавца более комфортной, в магазине устанавливается система видеонаблюдения. Причем на входе обязательно следует повесить объявление о наличии видеокамер, даже если на самом деле установлен муляж. Кроме того, можно строго запретить обслуживание лиц в нетрезвом состоянии.
* Во- вторых, работа с алкогольной продукцией в разлив привлекает продавца с точки зрения возможностей обманывать и проводить махинации. Система видеонаблюдения предотвратит подобное поведение ваших сотрудников.

В связи с этим важно серьезно подойти к выбору персонала, а также разработать чек-лист оценки качества работы продавца. Вот примерные пункты подобного внутреннего документа:

* Чистая рабочая зона;
* Опрятный внешний вид;
* Вежливое обслуживание покупателей;
* Информирование всех покупателей о наличии бонусной программы и о действующих акциях;
* Уборка после рабочего дня;
* Регулярное снятие товарных остатков;
* Формирование заказа для поставщиков;
* Контроль кассы, ведение журнала учета покупок.

Для каждого пункта нужно разработать критерии оценки. При невыполнении хотя бы одного условия налагается штраф.

Для сдачи отчетности нужно нанять бухгалтера на аутсорсинг. Также нужно нанять уборщицу, а в зимний период придется воспользоваться услугами дворника.

Полный расчет ФОТ с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

## 7. Финансовый план

Первоначальные инвестиции в пивной магазин включают в себя:

* Инвестиции в оборудование;
* Текущие расходы (включая оборотный капитал).

Подробный перечень инвестиционных затрат представлен в таблице. **Совокупная стоимость инвестиций составляет 1 400 627 руб.**

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 150 000 |
| Дизайн-проект помещения | 25 000 |
| Ремонт | 100 000 |
| Вывеска | 50 000 |
| Рекламные материалы | 50 000 |
| Аренда на время ремонта | 96 000 |
| Закупка оборудования | 310 000 |
| Прочее | 20 000 |
| **Итого** | **801 000** |
|  |  |
| **Ежемесячные затраты** |
| ФОТ (включая отчисления) | 125 749 |
| Аренда (15 кв.м.) | 48 000 |
| Амортизация | 8 611 |
| Коммунальные услуги | 20 000 |
| Реклама | 20 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 5 000 |
| Закупка товара | 352 267 |
| Непредвиденные расходы | 20 000 |
| **Итого** | **599 627** |

Выручка компании зависит от потока клиентов. В среднем в день совершается от 150 до 250 покупок. Средний чек составляет 200 — 250 руб. Рентабельность продаж — 27%.

Полный план продаж на 24 месяца и расчет экономических покаателей бизнеса представлен в финансовой модели.

## 8. Факторы риска

Основные факторы риска связаны с изменениями в законодательстве, которые зачастую влекут за собой множество трудностей ведения бизнеса. Так, например, в 2016 году ввели единую систему контроля за объемом оборота алкогольной продукции ЕГАИС. Все оптовые продавцы и заводы-изготовители алкоголя должны подключиться с 1 января 2016 года, а розничные торговцы с 1 июля 2016 года. При этом многие правовые моменты системы не проработаны в полной мере: отсутствует нормативная база, регулирующая сроки подачи информации и разрешение спорных ситуаций. Например, пока неясно, как поступать, если покупатель произвел возврат алкогольной продукции.

Кроме того, если вы решите пополнить ваш ассортимент дополнительной алкогольной продукцией, то необходимо будет получать лицензию, срок выдачи которой может затянуться на два-три месяца. К тому же лицензия выдается только юридическому лицу, поэтому вам придется зарегистрировать ООО.

Еще одним серьезном риском недополучения прибыли является появление конкурентов в этом же районе. Снизить данный риск возможно с помощью развития сети собственных магазинов. Таким образом достигается территориальная монополия на рынке разливного пива.

Во время падения покупательской способности населения возможно изменение спроса на те или иные сорта пива. Снизить риск несоответствия ассортимента потребностям клиентов позволит регулярный сбор отзывов покупателей и анализ объема продаж в ассортиментом разрезе.

Внутренние риски состоят в недобросовестной работе продавцов. Необходимо контролировать их работу каждый день. Желательно нанимать людей, которые не употребляют алкоголь и не заинтересованы в его краже.

Еще одним риском убыточной деятельности предприятия может стать неудачное время открытия магазина. Как уже говорилось прежде, лучше открывать магазин пива с наступлением весны, в преддверии майских праздников.

В целом, если при открытии вы будете соблюдать все приведенные рекомендации, а также мониторить рынок конкурентов, своевременно узнавая о нововведениях, то ваш бизнес обещает быть успешным и приносить стабильную прибыль с первых месяцев работы.