



Маркет  
Аналитика

**БИЗНЕС ПЛАН  
СОЗДАНИЯ МОЛОЧНОЙ ЛАВКИ  
ФОРМАТА «МАГАЗИН У ДОМА»**

**Москва 2015**



## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА**

**Идея проекта**

**Основные параметры**

**Показатели эффективности проекта**

### **ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА**

**Характеристика рынка**

**Классификация торговых форматов**

**Конкуренция**

**Влияние кризиса на сегмент молочных продуктов**

**Потребители услуг и их предпочтения**

**Преимущества открытия молочной лавки в период кризиса**

**PEST (STEP) анализ**

**Анализ 5 сил Портера**

**SWOT – анализ**

### **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

**Комплекс маркетинга**

**Позиционирование лавки**

**План продаж**

### **ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

**Этапы создания бизнеса**

**Бизнес-процессы создаваемой лавки**

**Оборудование**



## **Налогообложение**

### **Персонал**

## **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ**

### **Исходные данные и допущения**

### **Инвестиционная деятельность**

### **Операционная деятельность**

Доходы

Расходы

### **Финансовая деятельность**

### **Экономическая эффективность инвестиций**

### **Точки безубыточности**

## **РИСКИ ПРОЕКТА**

## **ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

### **Необходимые документы для открытия лавки**

### **Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности**

### **Выбор формы собственности**

### **Выбор системы налогообложения**



## РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

### Идея проекта

Рынок молочной продукции во все времена являлся одним из наиболее значимых продовольственных рынков в России. Молоко и молочные продукты традиционно занимают одно из ведущих мест в пищевом рационе граждан нашей страны, в силу как привычек потребления россиян, так и относительно недорогой стоимости данной категории продуктов питания. Ежедневно они присутствуют на столе подавляющего большинства россиян. Даже в кризисные периоды россияне не отказывают себе в потреблении молока и молочных продуктов.

Данный бизнес-план исследует коммерческую привлекательность создания Молочной лавки формата «Магазин у дома» в г. Москва в непосредственной близости от остановки общественного транспорта, в густонаселенном жилом массиве

### Основные параметры

**Форма организации:** ИП

**Система налогообложения:** Упрощенная система налогообложения.

**Формат планируемого магазина:** специализированный магазин молочных продуктов формата «у дома».

**Система обслуживания:** через прилавок.

**Расположение:** в непосредственной близости от остановки общественного транспорта, в густонаселенном жилом массиве.

**Помещение:** с отдельным и удобным (для колясок) входом, первый этаж, место для наружной рекламы, соответствие санитарным и пожарным требованиям, на правах долгосрочной аренды

**Необходимая площадь:** 15 кв. м.

**Время работы:** 10-00-21-00 без выходных.

**Ассортимент:**

**Целевая аудитория магазина:** являются жители близлежащих районов, имеющие различный достаток и проживающие в домах в радиусе 800 м от магазина



Ценовая политика: цены на некоторые группы товаров будут равны, а на некоторые группы товаров выше, чем у супермаркетов, гипермаркетов и дискаунтеров. Но близость к потребителю обеспечивает данному формату свою рыночную нишу.

**Посещаемость:** \*\*\* чел./день

**Средний чек:** \*\*\* руб.

### Показатели эффективности проекта

Молочная лавка как бизнес является высокодоходным и перспективным при грамотной организации производства. Потребление молочных продуктов на душу населения растет, обеспеченность торговыми площадями продуктовых магазинов у дома, в том числе специализированных магазинов, в некоторых муниципальных образованиях Москвы низкая.

Следовательно, количество магазинов розничной продуктовой торговли будет расти. Одно из главных условий его функционирования является наличие выгодного месторасположения, наличие выгодных поставщиков продукции, наличие квалифицированного персонала.

Показатели эффективности проекта имеют следующие значения:

Основные показатели	Ед. изм.	Значение
Общая площадь	кв. м	
Торговая площадь	кв. м	
Средняя ежегодная выручка за первые 5 лет	тыс. руб.	
Средний чек, 2016	руб.	
Число покупателей в день	чел.	
Выручка с 1 кв. м. торговой площади в год	тыс. руб.	
Валовая рентабельность	%	
Число создаваемых рабочих мест	чел.	
ЕВИТДА (прибыль до выплаты налогов и амортизации).	тыс. руб.	
ЕВИТ (прибыль до выплаты налогов и процентов по кредитам)	тыс. руб.	
Чистая прибыль в год (средняя за первые 5 лет)	тыс. руб.	
Рентабельность по чистой прибыли	%	
Точка безубыточности	лет	
Значение точки безубыточности	тыс. руб.	
Сумма инвестиций, тыс. руб.	тыс. руб.	
Чистая приведенная стоимость NPV	тыс. руб.	
IRR (внутренняя норма доходности), %	%	
Срок окупаемости, лет	лет	



ROI по чистой прибыли за 5 лет	%	
ROI по чистой прибыли за 3 года	%	

### Классификация торговых форматов

1. Самый крупный из всех форматов это суперстор или гипермаркет, это гигантский магазин, площадью более 15000 квадратных метров. Продовольственная группа в подобных магазинах занимает меньше половины. Из всех представленных на московском рынке магазинов этому формату соответствует лишь немецкий Marktkauf (площадь — 23 500 кв. м).
2. Второй формат – гипермаркеты.
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...

### Конкуренция

**Таблица 1. Количество объектов розничной торговли в Москве, шт.**

Наименование объекта розничной торговли	2011	2012	2013	2014
Гипермаркет	197	171	188	201
Магазины				
Магазины дискаунтеры				
Магазины товаров повседневного спроса				
Минимаркеты				
Павильоны (торговое место в ТЦ)				
Палатки и киоски				
Прочие магазины				
Специализированный продовольственный				



магазин (рыба, мясо, колбасы, минеральные воды и т.п.)				
Супермаркеты				
Универмаги				
ИТОГО				

**Источник: \*\*\*, 2015**

Согласно исследованию международного маркетингового агентства Canadean, специализированные магазины молочных продуктов и магазины у дома пользуются популярностью среди покупателей молочных продуктов в России, так молоко и масло в Молочных лавках и магазинах у дома покупают более половины потребителей, йогурт – \*\*\*% покупателей, сыр – \*\*%, сметану – \*\*%.

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

### **Комплекс маркетинга**

#### **Product (Товар или услуга)**

Молоко питьевое пастеризованное и стерилизованное занимают \*\*\*% потребительских расходов на молочные продукты, сыры – \*\*%, масло \*\*%, творог – \*\*%, сметана – \*\*%, кисломолочные продукты – \*\*%.

**Таблица 2. Структура потребительских расходов населения на молочные продукты, Москва, 2015**

<b>Наименование</b>	<b>2015</b>
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	
Масло сливочное, кг	
Сметана, кг	
Кисломолочные продукты, кг	



Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	
Творог жирный, кг	
Йогурт, 125 г	
Творог нежирный, кг	
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	
Сыры плавленые, кг	
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	
Молоко сухое цельное, кг	

Источник: \*\*\*, 2015

**Таблица 3. Ассортиментная структура продажи животных масел в % к обороту продажи товара данной группы, в фактически действовавших ценах, Москва**

Животные масла	2013	2014
из них Масло крестьянское		
Масло любительское		
Масло вологодское		
Масло сливочное с наполнителями		
Масло топленое		

Источник: \*\*\*, 2015

### Price (Цена)

**Таблица 4. Средние потребительские цены на товары, Москва, сентябрь 2015**

Наименование продукции	Цена, руб.
Йогурт, 125 г	
Кисломолочные продукты, кг	
Масло сливочное, кг	
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жир-	

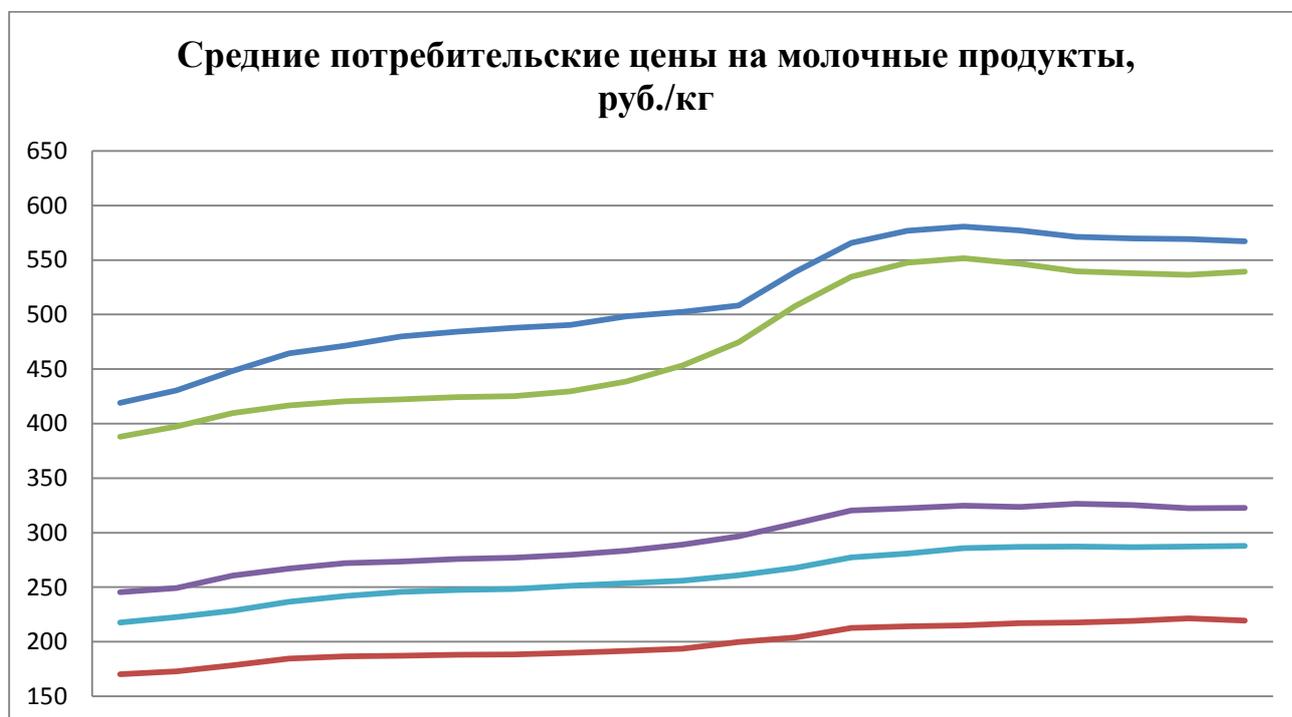
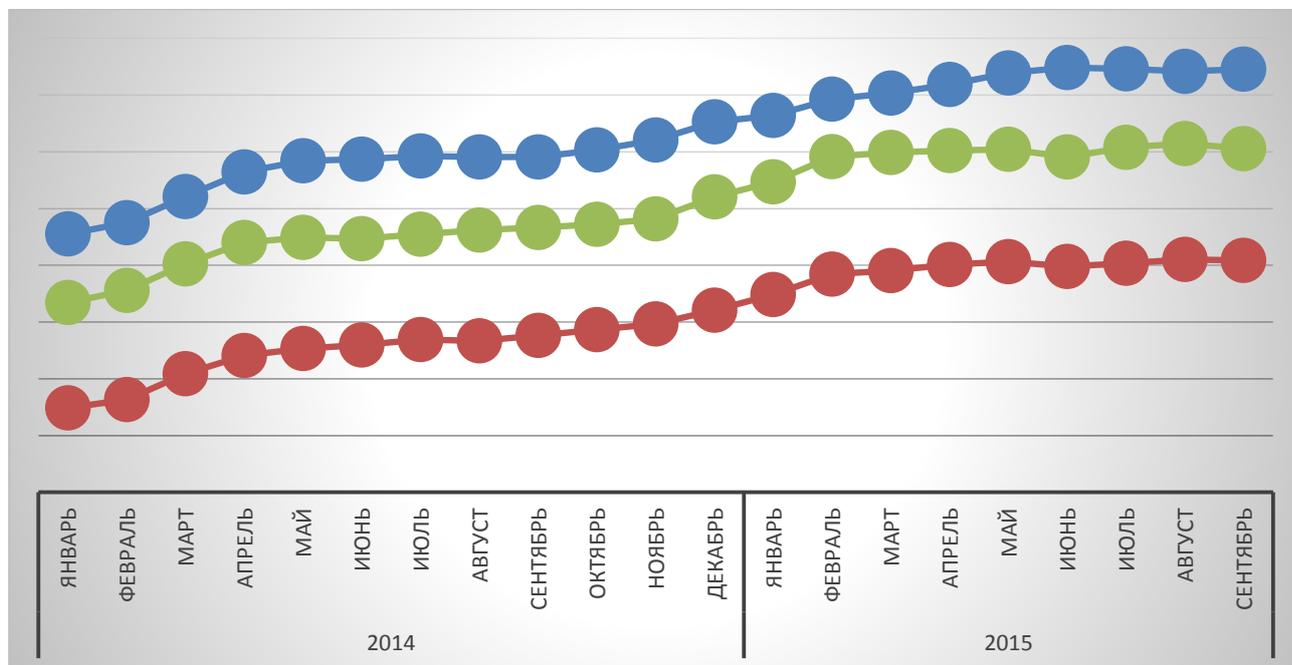


ности, л	
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	
Молоко сухое цельное, кг	
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	
Сметана, кг	
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	
Сыры плавленые, кг	
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	
Творог жирный, кг	
Творог нежирный, кг	

**Источник: \*\*\*, 2015**



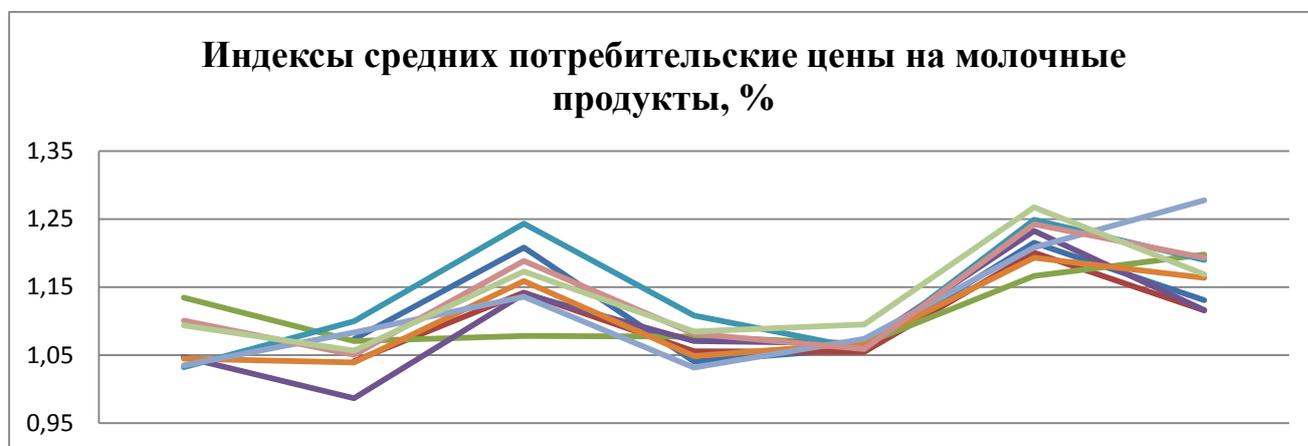
**Диаграмма 1. Средние потребительские цены на молочные продукты, Москва, руб./кг, руб./л**



Источник: \*\*\*, 2015



**Диаграмма 2. Индексы средних потребительских цен на молочные продукты, Москва, %**



**Источник: \*\*\*, 2015**

**Таблица 5. Средний ежегодный темп роста потребительских цен на молочную продукцию за период 2009-2015 гг., Москва**

Наименование продукции	Средний темп роста 2009-2015
Масло сливочное, кг	
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	
Творог жирный, кг	
Творог нежирный, кг	
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	
Йогурт, 125 г	
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	
Сметана, кг	
Кисломолочные продукты, кг	
Молоко сухое цельное, кг	
Сыры плавленые, кг	

**Источник: \*\*\*, 2015**



В финансовой модели данного бизнес-плана заложен дальнейший рост цен с темпом средним для молочных продуктов за 2009-2015 гг. – \*\*%\*. Таким образом, цены на период 2016-2020 года для Молочной лавки составят:

**Таблица 6. Потребительские цены на молочную продукцию за период 2016-2020 гг., Москва**

Цена		2016	2017	2018	2019	2020
Йогурт, 125 г	руб./шт.					
Кисломолочные продукты, кг	руб./кг					
Масло сливочное, кг	руб./кг					
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	руб./л					
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	руб./л					
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	руб./шт.					
Молоко сухое цельное, кг	руб./кг					
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	руб./кг					
Сметана, кг	руб./кг					
Сырки творожные, глазированные шоколадом, 50 г	руб./шт.					
Сыры плавленые, кг	руб./кг					
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	руб./кг					
Творог жирный, кг	руб./кг					
Творог нежирный, кг	руб./кг					

**Источник: Маркет Аналитика, 2015**

Средняя торговая надбавка розничных магазинов на молочные продукты составляет \*\*%\*, при этом цены в магазинах у дома и специализированных магазинах могут быть на \*\*%\* выше, чем цены федеральных сетей.

**Таблица 7. Торговая надбавка предприятий розничной торговли, Москва**

Торговая надбавка	2010
Масло сливочное, кг	
Молоко цельное пастеризованное, л	
Сметана, кг	
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	



Творог жирный (не менее 5% жирности)	
Творог нежирный (менее 5% жирности)	

Источник: \*\*\*, 2011

В финансовой модели данного бизнес-плана учитывается торговая надбавка сверх закупочных цен – 20%.

✓ Для поддержания лояльности возможно введение дисконтных карт с накопительной системой скидок, а также проведение акций, дегустаций и установка низкой цены на самый ходовой товар – например, пастеризованное молоко 3,2%.

### Place (Месторасположение)

**Таблица 8. Сравнительная таблица муниципальных образований г. Москвы по плотности населения и обеспеченности торговыми площадями продуктовых магазинов**

Муниципальные образования г. Москвы	Площадь, га	Население, чел.	Плотность населения, чел./га	Число продуктов. магазинов	Площадь продуктов. магазинов, кв. м	Обеспеченность, кв. м/чел.	Потенц. покупатели, чел. в радиусе 800 м
<a href="#">Зябликово</a>	438	132251	302,0	116	138535	1,05	60685,4
<a href="#">Новокосино</a>	360	106056	294,9	207	62929	0,59	59270,3
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							
...							

Источник: \*\*\*, 2015



## План продаж

Планирование продаж осуществляется исходя из планового размера среднего чека и посещаемости магазина.

**Таблица 9. Плановые объемы продаж**

		2016	2017	2018	2019	2020
Выручка	тыс. руб.					
Средний чек	руб.					
Посещаемость магазина в год	чел.					

**Источник: Маркет Аналитика, 2015**

Посещаемость магазина рассчитывается на основе следующих предположений:

- Зона охвата Молочной лавки составляет площадь радиусом \*\*\* м
- Потенциальные покупатели магазина в размере жителей в радиусе \*\*\* м составляют в среднем по Москве \*\*\* тыс. чел. (рассчитано для каждого муниципального образования Москвы, см. Таблицу выше)
- Доля реальных покупателей из общего числа целевой аудитории – \*\*\*%

Таким образом, посещаемость в день составит \*\*\* человек, что соответствует экспертным оценкам игроков рынка (ежедневное число покупателей специализированной молочной сети «Избенка» в 2013 году составило \*\*\* чел.)

Размер среднего чека определяется исходя из данных об исследовании количества позиций в чеке (\*\*\*) и средней цены одной продуктовой категории по данным Росстата.

Используя структуру продаж на основе данных о потреблении москвичами молочных продуктов, описанную выше, получаем следующую структуру выручки Молочной лавки.

**Таблица 10. Структура выручки Молочной лавки**

Выручка по продуктовым категориям	тыс. руб.					
Йогурт, 125 г	тыс. руб.					
Кисломолочные продукты, кг	тыс. руб.					
Масло сливочное, кг	тыс. руб.					
Молоко питьевое цельное пасте-	тыс. руб.					



ризованное 2,5-3,2% жирности, л						
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	тыс. руб.					
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	тыс. руб.					
Молоко сухое цельное, кг	тыс. руб.					
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	тыс. руб.					
Сметана, кг	тыс. руб.					
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	тыс. руб.					
Сыры плавленые, кг	тыс. руб.					
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	тыс. руб.					
Творог жирный, кг	тыс. руб.					
Творог нежирный, кг	тыс. руб.					

**Источник: Маркет Аналитика, 2015**

Разделив выручку по продуктовой категории на цену данной продуктовой категории, мы получаем структуру продаж в натуральном выражении.

**Таблица 11. Структура продаж Молочной лавки, % в натуральном выражении**

Наименование продукции		2016	2017	2018	2019	2020
Йогурт, 125 г	тыс. шт.					
Кисломолочные продукты, кг	тыс. шт.					
Масло сливочное, кг	тыс. шт.					
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	тыс. шт.					
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	тыс. шт.					
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	тыс. шт.					
Молоко сухое цельное, кг	тыс. шт.					
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	тыс. шт.					
Сметана, кг	тыс. шт.					
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	тыс. шт.					
Сыры плавленые, кг	тыс. шт.					
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	тыс. шт.					
Творог жирный, кг	тыс. шт.					
Творог нежирный, кг	тыс. шт.					

**Источник: Маркет Аналитика, 2015**



## ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

### Этапы создания бизнеса

Можно выделить следующие этапы создания Молочной лавки:

1. Регистрация индивидуального предпринимателя или юр лица
2. Поиск помещения
3. Поиск поставщиков
4. Уведомление Роспотребнадзора (СЭС) на ведение деятельности, получение заключения
5. Заключение договора на вывоз твердых бытовых отходов и пищевых отходов, если у арендодателя его нет, заключение договоров на дезинсектизацию, дератизацию.
6. Приобретение оборудования и пусконаладочные работы
7. Подбор и обучение персонала;
8. Рекламные расходы. Запуск рекламы стартует в последнюю неделю перед открытием торговой точки.
9. Завоз продукции и открытие магазина

### Бизнес-процессы создаваемой лавки

**Таблица 12. Бизнес-процессы Молочной лавки**

Бизнес-процесс	Описание	Ответственный
<b>Основные бизнес-процессы</b>		
Расстановка товара в магазине		
Привлечение покупателя и его вход в магазин		
Выбор продукции покупателем, консультация продавца		
Получения оплаты и выдача сдачи и кассового чека		
Содержание магазина		
Бухгалтерское сопровождение		
Обеспечение безопасности и борьба с воровством		
Поиск, отбор, найм персонала		
Снабжение магазина		
Уборка помещения		



### Оборудование

Оборудование для торговли существует в трех видах:

- кассовое
- холодильное
- сухое — шкафчики и стеллажи.

**Таблица 13. Необходимое оборудование Молочной лавки**

Наименование	Количество, шт.	Цена, тыс. руб.	Стоимость, тыс. руб.
Контрольно-кассовый аппарат	1		
Платежный электронный терминал с пинпадом для безналичного расчета	1		
Холодильная витрина	2		
Холодильный шкаф	1		
Весы электронные	1		
Прилавок	2		
Стеллаж	2		
Компьютер	1		
Сейф	1		
Принтер	1		
Калькулятор	1		
Набор мебели (стол, стул, вешалка, шкаф)	1		
Видео-камера	1		
Прочее	10%		
<b>ИТОГО</b>			

### Налогообложение

Ниже представлена сравнительная таблица расчетов по уплате налогов в зависимости от системы налогообложения применительно к данному проекту.

**Таблица 14. Сравнительная таблица расчетов по уплате налогов в зависимости от системы налогообложения**

Система налогообложение	2016	2017	2018	2019	2020
Налог (патент - 6% от потенциального дохода в 2000 тыс. руб. в ценах 2013 года)					
УСН 6% от дохода					
УСН 15% от доход-расход					
ЕНВД в Москве не применяется					



Таким образом, наиболее выгодная система налогообложения для данного проекта является УСН с налоговой ставкой 15% и налоговой базой, равной разнице доходов и расходов.

## Персонал

**Таблица 15. Штатное расписание**

Должность	Количество в штате, чел.	Зарботная плата, тыс. руб./мес.	ФОТ, тыс. руб./год
управляющий/директор			
товаровед			
продавец-кассир			
мойщица-уборщица			
ИТОГО			

## ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

### Исходные данные и допущения

Проект рассчитан в соответствии со следующими исходными данными:

- Период моделирования – 5 лет (2016-2020 гг.)
- интервал расчета: 1 год
- Цены на товар ежегодно индексируются в соответствии с принятым на основе исторических данных темпом инфляции (\*\*\*)
- Зарботные платы ежегодно индексируются в соответствии с принятым на основе исторических данных темпом инфляции (\*\*\*)
- Зона охвата Молочной лавки составляет площадь радиусом \*\*\* м
- Потенциальные покупатели магазина в размере жителей в радиусе \*\*\* м составляют в среднем по Москве \*\*\* тыс. чел. (рассчитано для каждого муниципального образования Москвы, см. Таблицу выше)
- Доля реальных покупателей из общего числа целевой аудитории – \*\*\*, число покупателей в день – \*\*\*



- Средний чек – \*\*\* руб.
- Торговая надбавка – \*\*\*%
- Расходы на арендные платежи определены исходя из средних цен – \*\*\* тыс. руб./кв. м/мес. и площади помещения – \*\*\* кв. м
- Расходы на электричество, потребляемое холодильным оборудованием определены исходя из величины тарифа, суммарной мощности и круглосуточного режима работы
- Расходы на рекламу определены в размере \*\*\* тыс. руб. /мес., включая акции и дегустации
- Прочие расходы (бытовая химия, моющие средства, покупка спецодежды, мелкой утвари, оформление санитарных книжек, медосмотры, дератизация, дезинсекция) планируются в размере \*\*\*% от общего объема затрат и составляют около \*\*\* тыс. руб./год
- Норма товарного запаса составляет \*\*\* дней

### Инвестиционная деятельность

**Таблица 16. Объем инвестиционных затрат, тыс. рублей**

Направление затрат	2016
Регистрация ИП, открытие счета	
Уведомление о начале предпринимательской деятельности Роспотребнадзора	
Заключение Роспотребнадзора и все необходимые документы	
Заключение Госпотребнадзора и все необходимые документы	
Постановка ККМ на учет	
Услуги риэлтора и депозит	
Годовой договор на дератизацию и дезинсекцию	
Оборудование	
<b>ИТОГО</b>	

Общие инвестиции составляют \*\*\* тыс. руб., большая часть из которых приходится на оборудование – \*\*\* тыс. руб.



## Операционная деятельность

### Доходы

Выручка Молочной лавки рассчитывается исходя из данных о среднем чеке и количестве посетителей в день.

**Таблица 17. Плановые объемы продаж**

		2016	2017	2018	2019	2020
Выручка	тыс. руб.					
Средний чек	руб.					
Посещаемость магазина в год	чел.					

**Таблица 18. Структура выручки Молочной лавки**

Выручка по продуктовым категориям	тыс. руб.					
Йогурт, 125 г	тыс. руб.					
Кисломолочные продукты, кг	тыс. руб.					
Масло сливочное, кг	тыс. руб.					
Молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5-3,2% жирности, л	тыс. руб.					
Молоко питьевое цельное стерилизованное 2,5-3,2% жирности, л	тыс. руб.					
Молоко сгущенное с сахаром, 400 г	тыс. руб.					
Молоко сухое цельное, кг	тыс. руб.					
Смеси сухие молочные для детского питания, кг	тыс. руб.					
Сметана, кг	тыс. руб.					
Сырki творожные, глазированные шоколадом, 50 г	тыс. руб.					
Сыры плавленые, кг	тыс. руб.					
Сыры сычужные твердые и мягкие, кг	тыс. руб.					
Творог жирный, кг	тыс. руб.					
Творог нежирный, кг	тыс. руб.					



### Расходы

В себестоимость продукции включена реализация товаров в ценах поставщиков, которая рассчитывается исходя из примененной торговой надбавке 20%.

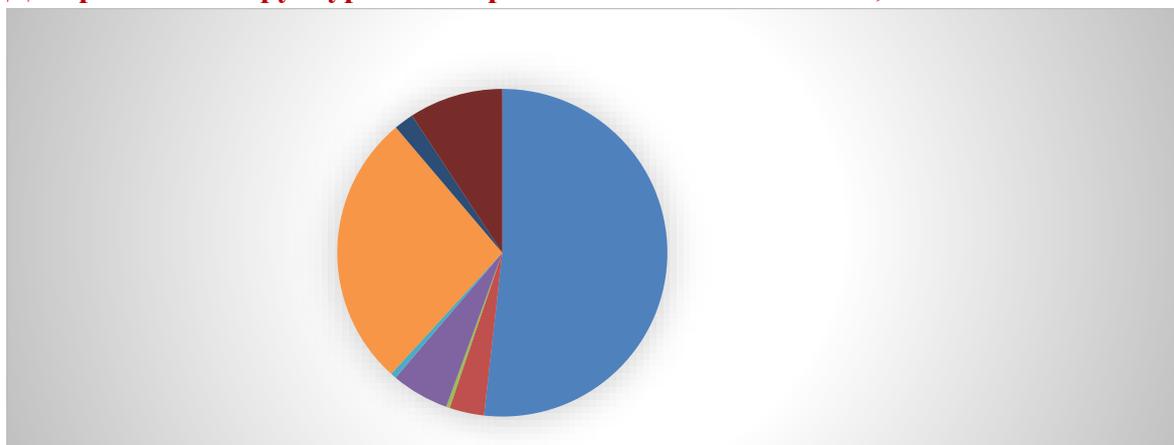
**Таблица 19. Выручка и себестоимость продукции**

		2016	2017	2018	2019	2020
<b>Выручка</b>	тыс. руб.					
Себестоимость	тыс. руб.					
Валовая прибыль	тыс. руб.					

**Таблица 20. Структура общих расходов**

Общие расходы	тыс. руб.					
Аренда и коммунальные платежи	тыс. руб.					
Расходы на э/э	тыс. руб.					
Реклама (промоакции, листовки)	тыс. руб.					
Бухгалтерское сопровождение (вкл. бухгалтерский и налоговый учет, ведение кассовой дисциплины, расчет налогов и з/п, составление и сдачу отчетности)	тыс. руб.					
ФОТ	тыс. руб.					
Прочие расходы (вкл. Дератацию и дезинсекцию)	5%					
Соц. налог	34%					
Амортизация	тыс. руб.					
Налог	тыс. руб.					

**Диаграмма 3. Структура общих расходов Молочной лавки, 2020г.**





### Финансовая деятельность

Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках Молочной лавки за период 2016-2020 гг.

		2016	2017	2018	2019	2020
<b>Выручка</b>	тыс. руб.					
Себестоимость	тыс. руб.					
Валовая прибыль	тыс. руб.					
<b>Общие расходы</b>	тыс. руб.					
Аренда и коммунальные платежи	тыс. руб.					
Расходы на э/э	тыс. руб.					
...						
...						
...						
...						
...						

### Экономическая эффективность инвестиций

Проект является коммерчески выгодным, так как NPV проекта составит \*\*\* млн руб., норма доходности IRR – \*\*\*, ROI (по суммарной за 5 лет чистой прибыли) – \*\*\*, это значит, что суммарная чистая прибыль за 5 лет превысит требуемые инвестиции в проект в \*\*\* раз.

Таблица 22. Свободный денежный потоки показатели эффективности проекта

		2016	2017	2018	2019	2020
<b>DCF</b>	тыс. руб.					
NOPAT	тыс. руб.					
Плюс: Амортизация	тыс. руб.					
Минус: Изменение оборотного капитала	тыс. руб.					
Минус: CAPEX	тыс. руб.					
DCF накопленный	тыс. руб.					
DDCF	тыс. руб.					
wacc	%					
DDCF накопленный	тыс. руб.					
<b>NPV</b>	тыс. руб.					
<b>IRR</b>	%					
<b>Срок окупаемости</b>	2 года					
<b>ROI по чистой прибыли</b>	%					



за 5 лет						
ROI по чистой прибыли за 3 года	%					

### Точки безубыточности

Точка безубыточности — объем реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль.

Точка безубыточности достигается во второй год функционирования бизнеса, а это значит, что валовой прибыли будет хватать на покрытие всех расходов.

**Таблица 23. Расчет точки безубыточности**

		2016	2017	2018	2019	2020
<b>Выручка</b>	тыс. руб.					
Себестоимость	тыс. руб.					
Валовая прибыль	тыс. руб.					
<b>Общие расходы</b>	тыс. руб.					
<b>Чистая прибыль</b>	тыс. руб.					
<b>Точка безубыточности</b>	во 2-й год					

### РИСКИ ПРОЕКТА

Основными видами рисков являются макроэкономические, правовые, рыночные, организационные и технологические риски.

**Таблица 24. Основные риски и меры по их предотвращению**

Риск	Описание	Меры по предотвращению риска
<b>Макроэкономические и правовые риски</b>		
Экономический кризис		
Риски значительного изменения законодательства.		
<b>Рыночные риски</b>		
Рост конкуренции		
Недостаточный объем продаж		
Низкий средний чек		
<b>Организационные и технологические риски</b>		
Неправильно построенная рекламная политика, позиционирова-		



ние и выбор месторасположения		
Неправильно подобранный ассортимент		
Высокие закупочные цены на товар		
Риски, связанные с ухудшением потребительских свойств продукции.		
Риск работы с поставщиками		
Рост арендной платы		
Риск работа с персоналом		
Низкий уровень квалификации персонала		
Выход из строя холодильного оборудования		