Бизнес-план магазина рыболовных товаров

Предлагаем индивидуальную разработку бизнес-планов

Одна из главных задач бизнес-плана это построение цепочки действий и расчёт рисков, но также стоит отметить еще ряд преимуществ. Во-первых, он поможет вам понять перспективность направления, разобраться с чего начать, убережёт от многих ошибок, и сэкономит сотни часов времени.
Наше преимущество в то что мы предлагаем не просто бизнес-план, а целую инфраструктуру с открытием и регистрацией фирмы, бухгалтерские услуги, помощь высококвалифицированных юристов, и многие другие услуги, без которых бизнес превращается в лотерею.

Тел: +7 (495) 646-82-87 Email: info@bsc.global Сайт: http://bsc.global

1.Резюме проекта

В данном бизнес-плане рассмотрен проект по открытию розничного магазина рыболовных товаров в городе с населением в 200 тыс. человек. Ассортимент включит рыболовные снасти основных видов рыбной ловли. Площадь торговой точки составит28 кв. метров. Целью магазина является удовлетворение спроса местного населения на рыболовные и сопутствующие товары и создание стабильно работающей бизнес-модели, приносящей стабильную операционную и чистую прибыль.

Объем стартовых вложений составит 1 312 900 руб. Источник начального капитала – собственные средства. Средства, вложенные в открытие, окупятся на 2 год работы (13 месяц). Рентабельность магазина будет равна 10 %. Финансовые расчеты бизнес-плана сделаны на трехлетний период работы магазина. Этап подготовки к открытию займет 2 месяца.

Ключевые финансовые показатели проекта	
Ставка дисконтирования, %	17
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 372 638
Чистая прибыль проекта, руб.	92 715 – 213 296
Рентабельность продаж, %	10,00
Срок окупаемости (PP), мес.	13
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	14
Индекс прибыльности (PI)%	1,81

2.Описание отрасли и компании

Рыбалка пользуется огромной популярностью в России. Количество населения, увлеченного рыбалкой, внушительно и составляет около 25 млн. человек. Спрос на рыболовные изделия такой массы потребителей огромен. По различным оценкам, объемы рынка рыболовных снастей в нашей стране составляет от 300 млн. долларов до 1 млрд. долларов. Наиболее емкой категорией, которая дает до 60% оборота, считается группа основных товаров, куда входят удочки, спиннинги и удилища. Остальные 40% приходится на расходные и сопутствующие товары для рыбалки. По подсчетам Businesstat, в 2014 году объемы продаж рыболовных удочек и удилищ составили 10 млн. штук. Рынок рыболовных товаров принято считать ненасыщенным относительно показателей других стран Запада, где процент населения, увлекающегося рыбалкой, может доходить до 25% (США).

Данный проект предполагает открытие розничного магазина рыболовных товаров в городе с населением в 200 тыс. человек. Магазин займет площадь 28 кв. метров. Предложение магазина составит универсальный ассортимент для всех видов ловли, включая зимнюю подледную рыбалку. Целью торговой точки будет удовлетворение спроса местного населения на рыболовные и сопутствующие рыбалке товары и создание стабильно работающей бизнес-модели, приносящей стабильную операционную и чистую прибыль.

В качестве организационно-правовой формы будет выбрано ИП. В качестве системы налогообложения отдано предпочтение ЕНВД. Код ОКВЭД - 52.48.23 «Розничная торговля спортивными товарами, рыболовными принадлежностями, туристским снаряжением, лодками и велосипедами». Обязанности по руководству магазином возьмет на себя индивидуальный предприниматель. В его прямом подчинении будут находиться два продавца-консультанта.

3.Описание товаров

В ассортименте рыболовного магазина будет представлены удочки, спиннинги, катушки, расходные материалы для оснастки – лески, шнуры, поплавки, крючки, блесны, а также сопутствующие товары (снаряжение) популярных японских, европейских и отечественных брендов. Рыболовный магазин будет работать в среднем ценовом сегменте. Наценка будет установлена на уровне 79%. Также в ассортименте будут представлено небольшое число товаров, относящихся к элитным категориям и торговым маркам. Средний чек составит 600 руб. В Табл. 1 приведены цены на основные товарные группы.

Таблица 1. Перечень товаров

№	Наименование	Описание	Стоимость, руб.
Удочки			
1	Болонские удилища	Болонские удилища Aiko, Daiwa, Maximus, Shimano, ВолгарЪ, Волжанка	369-11990
2	Матчевые удилища	Матчевые удилища Cormoran, Daiwa, Maximus, Shimano	2790-6990
3	Маховые удилища	Маховые удилища Daiwa, KOLA, Maximus, Shimano, ВолгарЪ, Волжанка	259-19990
Спиннинговая ловля			
4	Блесны	Блесны ACME, Daiwa, Forest, Halco, Mepps,	60-490
5	Бомбарды	Бомбарды	40-49

6	Воблеры	Воблеры Deps, Duel, DUO, Evergreen, Hump, Ima, Imakatsu, Jackall, Jackson, Lucky Craft, Major Craft, Megabass, OSP, Pontoon 21, Rapala, Salmo, SERT, Tsunekichi, Tsirubito, Zirbaits	125-1700
7	Джиги	Наборы джиггеров, упаковки по 3 шт. (Cormoran, Gamakatsu, Saturn)	10-250
8	Мягкие приманки	Мягкие силиконовые приманки Bait Breath, Berkley, Big Bite Baits, C'ultiva, Keitech, Fox Rage, Gambler, Lunker City, Manz, Megabass, Pontoon 21, Reins, Sawamura	50-549
9	Спиннинговые удилища	Спиннинговые удилища AIKO, APIA, Banax, Cormoran, Black Hole, Daiwa, Gamakatsu, Kola, Major Craft, Maximus, Megabass, Pontoon 21, Shimano, St. Croix., Talon, Trabucco, Волжанка	799-38000
10	Чебурашки	Ушастые грузила (чебурашки)	45-50
Катушки			
11	Катушки	Катушки ABU Garcia, Banax, Cormoran, Daiwa, Mitchell, Ryobi, Shimano, прочие инерционные катушки	290-10700
12	Смазки для катушек	Промывки-спреи, смазки для катушек	150-800
Крючки			
13	Одинарные крючки	Крючки с бородкой, безбородочные, с вертлюгом, с усами и проч.	10-350
14	Двойные крючки	Крючки-двойники	80-380
15	Крючки-тройники	Крючки-тройники	60-400
16	Офсетные крючки	Крючки с двойным изгибом цевья	50-280
Поплавки			
17	Поплавки	Поплавки	40-180
Рыболовная леска			
18	Монофильная леска	Монофильная леска	20-1800
19	Плетеные шнуры	Плетеные шнуры	300-3600
20	Флюорокарбоновая леска	Флюорокарбоновая леска	2300-4900
Фидер			
21	Кормушки	Кормушка	80-120
22	Удилища для фидера	Удилища для фидера Balzer, Black Hole, Cormoran, Daiwa, Nautilus, Shimano, Волжанка	1790-8690
23	Вершинка для фидера	Вершинка для фидера	100-390
Прочая оснастка			
24	Заводные кольца	Заводные кольца	35-135
25	Вертлюги и застежки	Вертлюги и застежки	30-210
26	Грузила	Грузила	75-110
27	Сигнализаторы поклевки	Сигнализаторы поклевки	65-1390
28	Кормушки	Кормушки методные	90-659
Зимняя ловля			
29	Балансиры	Балансиры	120-470
30	Ледобуры	Ледобуры	1975-4000
Рыболовное снаряжение			
31	Ящики	Ящики рыболовные	1590-12000

32	Садки	Садки	80-3700
33	Подсачеки	Подсачеки	80-2150
34	Захваты для рыбы	Захваты для рыбы	550-3500
35	Термосы	Термосы	499-3990
Прикормки			
36	Корма	Бойлы, прикормочные смеси	109-1149

Заказ на тот или иной товар можно будет сделать, не выходя из дома, – с помощью официального сайта. Доставка по городу от 2000 руб. будет производится бесплатно.

4.Продажи и маркетинг

В розничных продажах рыболовными товарами существуют некоторые особенности, которые необходимо учитывать при расчетах и формировании ассортимента. Один из факторов – это сезонность. Самыми прибыльными месяцами для торговли являются май, когда возрастает спрос на летние удочки, спиннинги и прочее, а также декабрь, когда увеличиваются продажи на зимние снасти. В связи с этим наиболее выгонным временем для открытия магазина представляется период за 1-2 месяца перед началом нового сезона. При открытии магазина будет учтена и конъюнктура рынка. На момент написания бизнес-плана она не самая благоприятная. С 2014 года объемы продаж рыболовных товаров падают, что объясняется несколькими причинами. Во-первых, рыболовные снасти не являются товарами первой необходимости, поэтому уровень спроса сильно зависит от покупательской способности населения, которая заметно снизилась с конца 2014 года. В частности, по прогнозам BusinesStat, объем продаж удочек и удилищ в 2016 году в натуральном выражении упадет до 8 млн. штук с 10 млн. в 2014 году. Во-вторых, на объем продаж влияет рост цен. Наибольшими темпами из-за роста курса валют дорожает импортная продукция. В таких условиях спросом пользуется более дешевые варианты снастей, которые войдут в основу ассортимента магазина. Тем не менее, полностью исключать из ассортимента дорогостоящую качественную продукцию эксперты отрасли не советуют. Среди отечественных рыболовов по-прежнему наблюдается любовь к снастям высокого качества, которые подчас на порядок выше, чем рыбак может себе позволить. Наибольший интерес россияне проявляют к японским брендам, далее идут американские и европейские торговые марки. Потенциал для развития в конкретном городе есть. Учитывая, что порядка 10% населения страны занимается рыболовством (по другим данным, каждый шестой взрослый мужчина увлечен рыбалкой), в городе с населением 200 тыс. человек, проживает минимум 10-20 тыс. рыбаков. Учитывая средние траты на рыболовное снаряжение в 4500 рублей в год, емкость рынка составит около 90 млн. рублей. При этом неохваченной остается около 35-40% городского рынка.

Магазин будет расположен в легко просматриваемой зоне, на первой линии домов. Вывеска будет легко читаема и ясно даст понять, что торговая точка является именно рыболовным магазином. Помимо наружной вывески на фасаде, в магазине будут использоваться следующие инструменты по привлечению клиентов:

- ведение сайта с каталогом реализуемой продукции;

- контекстная реклама;

- участие в партнерских, спонсорских мероприятиях;

- печатная продукция (каталоги, визитки, буклеты).

Участие в спонсорских мероприятиях. Например, в соревнованиях города по спортивной рыбалке.

5.План производства

Магазин будет расположен в городе с населением 200 тыс. человек, на одной из оживленных улиц города, прямо ведущих к выезду. Данное местоположение выгодно благодаря высокому пешеходному и автомобильному трафику. В данном направлении проходит «рыбацкая тропа»: в выходные дни большое число горожан выезжает в близлежащие загородные водоемы.

Для организации магазина в долгосрочную аренду будет взято помещение площадью 28 кв. метров. Помещение потребует частичного ремонта, стоимость которого составит 100 000 руб. Кроме этого, потребуется закупить торговое оборудование – стеллажи, витрины и прочее. Вместе с оборудованием сигнализации и вывески траты на оснащение составят 177,9 тыс. руб. (подробные траты на оборудование даны в Табл. 2).

Таблица 2. Затраты на оборудование

№	Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость, руб.
1	Прилавок торговый с витриной	6 000	3	18 000
2	Стеллаж пристенный	9 000	7	63 000
3	Стойка для удочек	5 400	6	32 400
4	Полка	500	9	4 500
5	Световое оборудование	7 000	1	7 000
6	Охранная сигнализация+монтаж	13 500	1	13 500
7	Кассовое оборудование	12 500	1	12 500
8	Мебель кассовой зоны	9 000	1	9 000
9	Вывеска	18 000	1	18 000
			Итого:	**177 900**

Поскольку магазин будет торговать специализированным ассортиментом, основными требованиями к продавцам-консультантам станет умение разбираться в тонкостях мира рыболовных товаров. На работу будут наняты продавцы, сами увлекающиеся рыбной ловлей, способные предметно разговаривать с покупателями. Предпочтение будет отдано кандидатам, имеющим опыт продаж в рыболовных магазинах, магазинах туризма, спорттоваров и близких по ассортименту заведений. Также при приеме на работу будут важны такие качества как вежливость, коммуникабельность, умение найти общий язык с клиентом. График работе продавцов – посменный 2/2. В качестве стимула для продавцов будет введена система оплаты труда «оклад+процент от продаж».

Таблица 3. Штатное расписание и фонд оплаты труда

№	Должность	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.
1	Продавец-консультант	2	20 000
Итого:			**40 000**
Отчисления:			**12 000**
Итого с отчислениями:			**52 000**

При среднем чеке в 600 руб. и 25 клиентах в день, объемы выручки магазина составят около 450 000 тыс. руб., при этом чистая прибыль будет превышать 90 тыс. руб. В сезон (май-сентябрь, декабрь) размер прибыли может доходить до 170-200 тыс. руб. при оборотах в 640-730 тыс. руб.В затраты

основного периода войдет переменная часть (закупки продукции) и постоянная часть. К последней можно отнести выплату заработных плат (включая отчисления – 52 тыс. руб.+ процент от продаж), арендную плату (28 тыс. руб. из расчета 1 тыс. руб.), а также ведение бухгалтерии, расходы на рекламу, транспорт, коммунальные услуги и прочее.

6.Организационный план

Этап подготовки до начала продаж планируется завершить в срок 2 месяца. Все организационные вопросы на стадии запуска и в основной период возьмет на себя индивидуальный предприниматель. В процессе работы он будет выступать в качестве директора и магазина. Он будет отвечать за организацию закупок, маркетинговое продвижение, прием и увольнение персонала. Обязанности по процессу продаж, консультированию клиентов будут за продавцами- консультантами.

7.Финансовый план

Затраты подготовительного периода включат 6 расходных позиций и составят 1 312 900 руб. (см. Табл. 4). В Приложении 1 приведены финансовые показатели на трехлетний период работы магазина. Условия, которые были учтены при расчетах: плановый объем продаж в размере 456 000 руб. в месяц (из расчета 25 средних чеков в день в размере 600 руб.), выход на плановый объем продаж к 3 месяцу работы, сезонный рост выручки в май-сентябрь и декабрь (первый год работы – до 20%, второй год работы – до 40%, третий год работы – до 60%), старт продаж – март.

Таблица 4. Инвестиционные затраты

№	Статья затрат	Сумма, руб.
Вложения в недвижимость		
1	Ремонт помещения	100 000
Оборудование помещения		
2	Закупка оборудования	177 900
Нематериальные активы		
3	Создание сайта	70 000
4	Процедуры регистрации, согласования с госструктурами	15 000
Оборотные средства		
5	Оборотные средства	150 000
6	Стартовое товарное наполнение	800 000
	Итого:	**1 312 900**

8.Оценка эффективности проекта

Эффективность магазина подтверждается расчетными показателями (см. Табл. 5). Стартовые вложения при среднем потоке клиентов окупятся к 13 месяцу работы, при этом рентабельность продаж составит 10%.

Таблица 5. Показатели эффективности проекта

№	Показатель	Значение
1	Ставка дисконтирования, %	17
2	Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 372 638

3	Чистая прибыль проекта*, руб.	92 715 – 213 296
4	Рентабельность продаж, %	10,00
5	Срок окупаемости (PP), есс.	13
6	Дисконтированный срок окупаемости (DPP), есс.	14
7	Индекс прибыльности (PI)%	1,81

9.Риски и гарантии

Организация бизнеса по розничной продаже рыболовных товаров хорошо освоена, существует множество примеров построения стабильных и работающих схем. К особенностям рыболовного магазина как проекта можно отнести низкий уровень стартовых вложений и быстрый выход на окупаемость при учете нескольких факторов: удачное месторасположение, грамотно сформированный ассортимент, грамотная ценовая политика. Все эти факторы будут учтены при организации бизнеса, вследствие чего риски по открытию магазина и обеспечения рентабельности можно назвать низкими. В Табл. 6 указаны основные риски, даны меры по предотвращению.

Таблица 6. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
1	Низкая рентабельность магазина	низкая	средняя	Выбор проходимого места, универсального ассортимента, адекватной ценовой политики, использование рекламы, найм профессионального персонала
2	Снижение покупательской способности населения	средняя	средняя	Выбор в пользу дешевого и среднего ценовых сегментов, закупка наиболее ходовых товаров, работа над повышением лояльности клиентов
3	«Затоваривание», мертвые товарные позиции	низкая	низкая	Анализ продаж, варьирование ассортимента, скидки на непродаваемые позиции
4	Повышение арендной платы	низкая	низкая	Заключение долгосрочного договора аренды с фиксированной ставкой в рублях, тщательное прописывание условий оплаты
5	Резкий рост числа конкурентов	низкая	средняя	Пересмотр цен на позиции, имеющиеся у конкурентов, повышенное внимание сервису, удержание постоянных клиентов программами лояльности
6	Снижение спроса в связи с сезоном, погодными условиями	средняя	низкая	Скидки в «несезон», стимулирование продаж с помощью маркетинговых инструментов

10.Приложения

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

План производства и основные финансовые показатели проекта в трехлетней перспективе

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Инвестиции в оборотные средства	150 000											
Выручка, руб.	214 474	319 430	456 328	547 594	547 594	547 594	547 594	456 328	456 328	547 594	456 328	456 328
Переменные затраты, руб.	120 019	178 752	255 360	306 432	306 432	306 432	306 432	255 360	255 360	306 432	255 360	255 360
Постоянные затраты, руб.	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300
ФОТ (с отчислениями), руб.	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог ЕНВД	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874
Чистая прибыль	-13 799	32 424	92 715	132 908	132 908	132 908	132 908	92 715	92 715	132 908	92 715	92 715
Прибыло ДС	214 474	319 430	456 328	547 594	547 594	547 594	547 594	456 328	456 328	547 594	456 328	456 328
Выбыло ДС	228 273	287 006	363 614	414 686	414 686	414 686	414 686	363 614	363 614	414 686	363 614	363 614
Денежный поток (CF)	136 201	32 424	92 715	132 908	132 908	132 908	132 908	92 715	92 715	132 908	92 715	92 715
Денежный поток НИ	136 201	168 625	261 340	394 248	527 157	660 065	792 973	885 688	978 402	1 111 310	1 204 025	1 296 740

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	456 328	456 328	638 860	638 860	638 860	638 860	638 860	456 328	456 328	638 860	456 328	456 328
Переменные затраты, руб.	255 360	255 360	357 504	357 504	357 504	357 504	357 504	255 360	255 360	357 504	255 360	255 360
Постоянные затраты, руб.	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300
ФОТ (с отчислениями), руб.	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог ЕНВД	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874
Чистая прибыль	92 715	92 715	173 102	173 102	173 102	173 102	173 102	92 715	92 715	173 102	92 715	92 715
Прибыло ДС	456 328	456 328	638 860	638 860	638 860	638 860	638 860	456 328	456 328	638 860	456 328	456 328
Выбыло ДС	363 614	363 614	465 758	465 758	465 758	465 758	465 758	363 614	363 614	465 758	363 614	363 614
Денежный поток (CF)	92 715	92 715	173 102	173 102	173 102	173 102	173 102	92 715	92 715	173 102	92 715	92 715
Денежный поток НИ	1 389 454	1 482 169	1 655 271	1 828 373	2 001 474	2 174 576	2 347 678	2 440 393	2 533 107	2 706 209	2 798 924	2 891 639

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	456 328	456 328	730 125	730 125	730 125	730 125	730 125	456 328	456 328	730 125	456 328	456 328
Переменные затраты, руб.	255 360	255 360	408 576	408 576	408 576	408 576	408 576	255 360	255 360	408 576	255 360	255 360
Постоянные затраты, руб.	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300	48 300
ФОТ (с отчислениями), руб.	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080	52 080
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог ЕНВД	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874	7 874
Чистая прибыль	92 715	92 715	213 296	213 296	213 296	213 296	213 296	92 715	92 715	213 296	92 715	92 715
Прибыло ДС	456 328	456 328	730 125	730 125	730 125	730 125	730 125	456 328	456 328	730 125	456 328	456 328
Выбыло ДС	363 614	363 614	516 830	516 830	516 830	516 830	516 830	363 614	363 614	516 830	363 614	363 614
Денежный поток (CF)	92 715	92 715	213 296	213 296	213 296	213 296	213 296	92 715	92 715	213 296	92 715	92 715
Денежный поток НИ	2 984 353	3 077 068	3 290 363	3 503 659	3 716 954	3 930 250	4 143 546	4 236 260	4 328 975	4 542 270	4 634 985	4 727 699