

2017

Бизнес-план развития ювелирного телемагазина



Оглавление

1. Резюме	3
1.1. Сущность и цели проекта	3
1.2. Эффективность реализации проекта	3
1.3. Источники финансирования	4
2. Анализ деятельности за прошлый период	4
3. Анализ рынка и концепция маркетинга.....	5
3.1. Определение основной идеи и целей проекта	5
3.2. Анализ рынка	5
3.3. Маркетинг.....	6
3.3.1. Концепция маркетинга.....	6
3.3.2. План продаж	6
3.3.3. Тактика маркетинга: позиционирование, конкурентные преимущества, развитие продукта, каналы сбыта, ценообразование, программа продвижения	6
4. Материальные ресурсы.....	7
4.1. Инвестиционные расходы	7
4.2. Прямые расходы периода эксплуатации	7
4.3. Косвенные расходы периода эксплуатации	7
5. Организация.....	8
5.1. Организационная структура	8
5.2. Штатное расписание	8
5.3. Календарное осуществление проекта	8
6. Финансовый анализ.....	8
6.1. Принятые допущения	8
6.2. Бюджет движения денежных средств	8
6.3. Прогнозный баланс	9
6.4. Бюджет доходов и расходов	9
7. Эффективность проекта	9
7.1. Финансовые показатели	9
7.2. Показатели эффективности	10
7.3. Анализ безубыточности.....	10
8. Анализ рисков	10
8.1. Технологические риски	10
8.2. Организационный и управленческий риск	11
8.3. Риск материально-технического обеспечения.....	11
8.4. Финансовые риски.....	11
8.5. Экономические риски	11
8.6. Юридические риски	12

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Резюме

1.1. Сущность и цели проекта

В бизнес-плане рассмотрен проект развития ювелирного телемагазина "X" на ****-** годы.

Компания успешно внедрила в жизнь бизнес-модель дистанционных продаж ювелирных изделий. Изделия продаются со склада компании и производителей путём телевизионной рекламы на каналах телемагазинов. Компания самостоятельно разрабатывает рекламный контент, размещает его на телеканалах, обеспечивает логистику товара и денег.

Для дальнейшего развития, выхода на новые масштабы бизнеса компании не хватает денежных средств, которые были бы использованы на закупку высококачественного оборудования, создание товарного запаса, найм высокопрофессионального персонала, создание собственного телеканала, размещение канала в пакетах ведущих телеоператоров и продвижение канала на рынке потенциальных потребителей.

Компания планирует через * года после начала реализации данного бизнес-плана привлечь *** тысяч постоянных покупательниц, которые должны обеспечить на третий год работы компании выручку в **, ** млрд. руб.

В результате проведения запланированных мероприятий компания достигнет показателей, представленных в следующем разделе.

1.2. Эффективность реализации проекта

Таблица 1. Показатели результативности и эффективности на период планирования

Показатель	
Реализация, тыс. руб.	
Валовая прибыль, тыс. руб.	
Чистая прибыль, тыс. руб.	
Период окупаемости - РВ, мес.	
Индекс прибыльности - PI	
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	
Чистый приведенный доход – NPV, руб.	

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости за ** месяцев;
- положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- значение Индекса прибыльности больше *;
- значение показателя Внутренняя норма рентабельности существенно превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

1.3. Источники финансирования

В качестве источника финансирования планируется средства инвестора.
График потребности в кредитных средствах:

Таблица 2. График финансирования

....

2. Анализ деятельности за прошлый период

На данный момент компания производит рекламный контент и размещает его на *-х рекламных телеканалах.

Закупка ювелирных изделий производится со склада производителя или под заказ. В первом случае представитель компании выбирает изделия, имеющиеся на складе поставщика в товарных количествах, и пользующиеся спросом на рынке. Одно изделие выкупается для демонстрации в эфире, остальные резервируются на ** дней на складе производителя. Через * дней реклама выходит в эфир, на *-ой день - сбор заказов, *-й - заказ поставщику, ** -й - оплата, ** -й - поставка на склад компании, ** -й - снимается резерв.

По *-й схеме компания заказывает у производителя нужный товар, оплачивает **%. Через ** дней оплачивает оставшиеся **%, забирает товар на свой склад.

За время работы компании собственниками было вложено в бизнес ** млн. руб. За счёт заработанной за этот период прибыли удалось сформировать товарный запас.....

Для анализа финансово-хозяйственной деятельности (ФХД) были представлены – см. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**

К сожалению, этих данных не достаточно для полноценного анализа ФХД. Отсутствуют

- расходы за период ежемесячно,
- реализация за полный календарный год, что не позволяет оценить сезонность бизнеса,
- детализация реализации по существенным для бизнеса разрезам – ассортименту, отраслям и регионам клиентов,
- данные о товарном запасе, дебиторской и кредиторской задолженности, что не позволяет оценить эффективность использования оборотных средств.

По представленным данным можно сделать следующие выводы:

..... – см. Рисунок 1.

Наценка – см. Рисунок 2. Наценка в январе-сентябре, %.....

Если уровень сентябрьской маржинальной прибыли сохранится

...

Рисунок 1. Реализация в январе-сентябре **** года, руб.

...

Рисунок 2. Наценка в январе-сентябре, %

...

Таблица 3. Результаты ФХД в январе-сентябре **** года

...

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

3.1. Определение основной идеи и целей проекта

В бизнес-плане рассмотрен проект развития ювелирного телемагазина "X" на ****-** годы.

За время своего существования компания приобрела большой опыт и небольшую, но преданную аудиторию покупателей.

Для дальнейшего развития, выхода на новые масштабы бизнеса, компании не хватает денежных средств, которые были бы использованы на закупку высококачественного оборудования, создание товарного запаса, найм высокопрофессионального персонала, создание собственного телеканала, размещение канала в пакетах ведущих телеоператоров и продвижение канала на рынке потенциальных потребителей.

Компания планирует через * года после начала реализации данного бизнес-плана получить *** тысяч постоянных покупательниц, которые должны обеспечить на третий год работы компании выручку в **, ** млрд. руб.

Эта цель имеет следующее обоснование. Будущие покупатели компании находятся среди аудитории Триколор ТВ, Орион Экспресс и кабельных операторов. К Триколор ТВ подключено ** млн. домохозяйств, в трети из которых есть женщина **-** лет (целевая аудитория компании). Реалистическая оценка целевой аудитории - * млн. женщин.

В Орион Экспресс подключено *,* млн. домохозяйств, то есть целевая аудитория - *** тыс. женщин **-** лет.

Аудитория кабельного телевидения - ** млн. человек, то есть * млн. потенциальных покупательниц.

Общая реалистическая оценка целевой аудитории - ** млн. женщин. Компания планирует *% или *** тыс. зрительниц превратить в покупательниц к концу второго года работы и дальше удерживать их, то есть добиться *,* покупок в год со средним чеком ** тыс. руб. Рассчитанный таким образом объем выручки на *-ий год работы - **, ** млрд. руб..

Для достижения этой цели компания планирует:

- ...

3.2. Анализ рынка

Особенности спроса на ювелирные изделия в России:

- Исторически сложившееся предпочтение натуральным камням.

- Российские женщины предпочитают золото, а не бижутерию. Однако, для продаж дорогих золотых изделий, авторитет телемагазина должен быть высоким, что можно обеспечить планируемыми в бизнес-плане средствами.
- Ценообразование на изделия с камнями не прозрачно. Часто стоимость устанавливается, исходя из общего веса изделия с камнем.
- В РФ золото рассматривается как объект инвестиций.
- В РФ покупка ювелирных изделий связана с "языческими" традициями - знаками Зодиака, приметами, предрассудками.
- Дорогие ювелирные изделия являются средством самоутверждения, хвастовства.
- Некоторые покупатели проявляют неразумную жадность, что можно использовать при формировании контента.
- У старшего поколения сохранилось повышенное доверие к информации из телепередач, имеющее корни в советском прошлом.

Самые большие магазины Top Shop, ЛеоМакс, Торг**, Shop and Show.

В каждом телемагазине не менее **% - ювелирка.

3.3. Маркетинг

3.3.1. Концепция маркетинга

...

3.3.2. План продаж

...

3.3.3. Тактика маркетинга

Позиционирование

Компания рассчитывает завоевать доверие телезрительниц **-** лет, а средний чек планирует в размере ** тыс. руб. на золотые изделия.

Таким образом, целевая аудитория принадлежит к нижнему сегменту среднего класса. В глазах этой аудитории компания хочет выглядеть надёжным поставщиком качественных изделий, советчиком по вопросу приобретения ювелирных украшений.

В глазах производителей компания хочет позиционироваться как надёжный и перспективный покупатель, выполняющий договорные обязательства и прогнозы закупок.

Конкурентные преимущества

- ...

Развитие продукта

Основное направление - производство изделий уникального дизайна под собственным брендом. Дизайн изделий будет определяться на основе анализа результатов продаж прошлого периода, а также опросов целевой аудитории.

Каналы сбыта

На рынке конечных потребителей компания осуществляет продажи путём телевизионной рекламы, создаваемой самой компанией.

Для успеха бизнеса решающее значение будут иметь успешные переговоры по размещению канала в пакетах телеоператоров - Триколор ТВ, Орион Экспресс, кабельных операторов. Переговоры со спутниковыми операторами должны вести первые лица компании. Для работы с кабельными операторами будут наняты менеджеры по продажам, приобретены клиентские базы, внедрена система активных прямых продаж.

Ценообразование

Способ ценообразования - конкурентный, эластичность спроса по цене высокая.

Для управления ценообразованием планируется:

- Определить конкурентов, по которым будет производиться мониторинг, и процедуру получения цен.
- Описать бизнес-процесс мониторинга цен и контролировать его исполнение.
- Принимать решение о ценообразовании на основе мониторинга цен.

Программа продвижения

.....

Таблица 4. Бюджет рекламы

...

4. Материальные ресурсы

4.1. Инвестиционные расходы

Будет закуплена учётная система для сбора и анализа аналитики. Будут работать аналитики, выдавать рекомендации производству и закупкам.

4.2. Прямые расходы периода эксплуатации

В прямые расходы войдут расходы по пересылке, prepaid почтой РФ в размере *** руб. за посылку.

Стоимость упаковки - ** руб. за заказ.

4.3. Косвенные расходы периода эксплуатации

Ежемесячные расходы на периоде планирования неизменны и составляют:

Таблица 5

...

Каждый час вещания будет стоить ** тыс. руб. Это зарплаты сотрудников, производящих контент.

Расходы на персонал, включая налоги и страховые выплаты, на периоде планирования не меняются и составят:

Таблица 6

...

5. Организация

Предприятие юридически будет состоять из 2-х ООО, одно с налогообложение ОСН, другое - УСН. Поскольку спрогнозировать распределение доходов и расходов между этими ЮЛ не представляется возможным, в целях финансового моделирования все доходы и расходы представлены без НДС. В модели предполагается, что все денежные потоки идут через ЮЛ на УСН.

5.1. Организационная структура

...

5.2. Штатное расписание

...

5.3. Календарное осуществление проекта

Организационные мероприятия, предложенные в бизнес-плане, могут быть выполнены в следующие сроки:

Таблица 7. План организационных мероприятий

...

6. Финансовый анализ

6.1. Принятые допущения

Для расчёта финансового плана была построена финансово-экономическая модель в ПО MS Excel. При этом использовались следующие предположения:

- Инфляция не учитывалась.
- Налоги – УСН *% от доходов.
- Налоги на ФОТ, страховые платежи оплачиваются в полном объёме.

6.2. Бюджет движения денежных средств

Таблица 8. БДДС, тыс. руб.

...

БДДС показывает, что свободные денежные средства образуются только к концу периода планирования. До этого момента все свободные деньги уходят на оплату процентов и погашение тела кредита.

6.3. Прогнозный баланс

Баланс предприятия на дату начала планирования (*.**.**** г.):

Таблица 9.

...

Баланс на ****-**** гг:

Таблица 10. Прогнозный баланс, тыс. руб.

...

Суммарный собственный капитал планируемого бизнеса растёт на всём периоде планирования.

6.4. Бюджет доходов и расходов

Таблица 11

...

Как видно из таблицы, компания начинает показывать устойчивую операционную прибыль с февраля **** года.

*. Эффективность проекта

.. Финансовые показатели

Таблица 12

...

Показатели ликвидности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Рекомендуемые значения - коэффициент срочной ликвидности: **% – **%, текущей – **%-**%. Как видно из таблицы, платёжеспособность компании не вызывает сомнения на всем периоде планирования.

Чистый оборотный капитал к концу периода планирования принимает значительное положительное значение. Это означает образование к концу периода свободных денежных средств, которые могут быть направлены на создание других бизнесов.

Коэффициент оборачиваемости активов достаточно высокий, то есть активы «работают», не замораживаются.

Планируемый бизнес демонстрирует почти нулевую рентабельность по чистой прибыли в начале периода планирования и высокую рентабельность в конце периода. по чистой прибыли и высокую рентабельность инвестиций. Аналогичная динамика у коэффициента рентабельности инвестиций, с *.*.*.*.* бизнес становится инвестиционно привлекательным.

***.*. Показатели эффективности**

...

***.*. Анализ безубыточности**

Объёмы реализации, меньше которых деятельность компании перестает быть прибыльной, значительно меньше планируемых объёмов:

Таблица 13. Точка безубыточности, тыс. руб.

...

Устойчивый запас прочности образуется только к *.*.*.*.* (тыс. руб.):

Таблица 14

...

В относительных единицах (%) запас прочности составляет:

Таблица 15

...

***. Анализ рисков**

***.*. Технологические риски**

Возможные технологические риски:

Неисправность оборудования

Компания уже имеет значительный опыт эксплуатации оборудования. Если закупить высококачественное оборудование и эксплуатацию производить в соответствии с рекомендациями производителей, риск неисправности незначительный.

Риски ситуации критичного периода ремонта оборудования можно сократить путём:

-

Потеря качества

Качество ювелирных изделий будет обеспечено путём

- заключения договоров только с высокопрофессиональными производителями,
- включения в договора условий возврата брака,
- организации входной приёмки продукции,
- соблюдения рекомендованных условий хранения и пересылки изделий.

Качество рекламного контента будет обеспечено путём:

- использования высококачественного оборудования,
- найма высокопрофессиональных сотрудников,
- организации системы управления качеством.

Утрата оборудования

Для исключения этого риска

***.*. Организационный и управленческий риск**

Основным организационно-управленческим риском является невыполнение плана продаж. Причины наступления этого риска могут быть следующие:

- невыполнение планов по заключению договоров с телеоператорами,
Для предотвращения этого риска
- невыполнение плана привлечения телезрителей к контенту канала,
Для предотвращения этого риска
- ошибки в формировании ассортимента и товарного запаса,
Для предотвращения этого риска
- некачественный контент,

Помимо использования высококачественного оборудования и привлечения высокопрофессионального персонала, необходимо постоянно анализировать эффективность контента и вносить коррективы по результатам анализа.

Организационный риск также составляет немотивированный отказ владельцев спутниковых каналов от включения телемагазина в пакет. Для предотвращения этого риска

***.*. Риск материально-технического обеспечения**

Основным риском является ухудшение условий закупки от производителя ювелирных изделий.

Для предотвращения этого риска ...

***.*. Финансовые риски**

Финансовый риск в этом бизнесе связан с возможностью санкций со стороны производителей изделий в случае невозможности оплаты товара в срок. С целью минимизации этого риска следует

.....

Финансовый риск может также возникнуть в связи с нарушением графика финансирования со стороны инвестора. Для минимизации потерь, связанных с этим риском, нужно иметь сценарий развития на случай снижения интенсивности финансирования.

***.*. Экономические риски**

Экономические риски проекта существуют и связаны они, в первую очередь, с тем, что в случае усугубления экономического кризиса в РФ, покупательная способность населения может снизиться.

Основным способом компенсации данного риска является

Другой экономический риск - резкий рост цен на золото. В случае наступления такого события рынок золотых изделий может сильно пострадать. В этом случае

***.*. Юридические риски**

...