

БИЗНЕС-ПЛАН ПРОДАЖ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ «КЕДР»

Черепанов А. В.

Научный руководитель – профессор Москалев А. К.

Сибирский Федеральный Университет

Рынок сувенирной продукции в России, по оценкам экспертов, является одним из самых динамично развивающихся, ежегодное увеличение составляет 30%. Рынок подарков для бизнесменов в нашей стране ежегодно увеличивается на 35 %. Российский потребитель пока не избалован разнообразием рекламных сувениров, поэтому интерес, так же как и спрос, к бизнес-сувенирам с каждым днём становится всё больше. Это служит стимулом для развития рынка этой продукции. Скорость его развития идёт параллельно со скоростью развития рынка рекламы. В Красноярском городском бизнес-инкубаторе есть несколько перспективных проектов, которые требуют коммерциализации, для этого целесообразно создание бизнес-плана по каждому проекту и представление его инвестору.

Одним из перспективных проектов является выращивание кедра сибирского на гелиевой субстанции в запаянной стеклянной упаковке, упакованного по желанию клиента (дерево, бамбук, ковкая подставка). Предполагается использовать эту разработку в виде сувенира: «Подарок на все случаи жизни: день рождения, новый год, 23 февраля, 8 марта, свадьба; бизнес-сувениры; возможность вырастить свой кедр, который может стать семейным деревом». Автором проекта «Кедр» является Сиренко Анна, магистр биологии СФУ, аспирантка. Проект содержит в себе также экологические выгоды. В среднем кедр растёт в упаковке 3-4 месяца (может до 6 месяцев), а затем его, по истечению срока, нужно высаживать в грунт. Это позволит восполнить лесные запасы страны ценными породами, сажать деревья в других отдалённых районах и на вырубленных территориях.

С целью коммерциализации разработки нами предлагается предварительный бизнес-план проекта. В бизнес-плане описывается бизнес, его история и цели, товар либо услуга, для которой составлен бизнес-план, рынок, на котором будет продаваться товар либо услуга (включая каналы распределения), руководство и персонал, а также объём необходимого финансирования для реализации бизнес-плана.

В данной публикации бизнес-план представлен пока двумя разделами: анализ рыночной ситуации и финансовый план.

При анализе рыночной ситуации стоит учесть статистику. Около 80% на сувенирной продукции российском рынке изготавливается за пределами страны, в частности, в азиатских странах. Треть сувениров завозится из Европы (со складов крупнейших европейских импортёров). И только около 5 % приходится на продукцию отечественного производства. Российские компании предлагают услуги по нанесению фирменной символики и занимаются производством оригинальной продукции. Значительная часть сувенирной продукции сконцентрирована в Москве – около 70%, а также в крупных промышленных центрах России.

Жители России тратят на подарки около 10 млрд. долл. в год. Объём московского рынка подарков оценивается в 450 – 500 млн. долл., а темпы роста составляют 15-20 % в год. По данным статистики, человек получает в среднем от 6 до 10 подарков в год (учитывая основные праздники: новый год, 23 февраля, 8 марта и т.д.). Соотношение между людьми, посещающими магазины и тратящими на подарки деньги таково: до 300 руб. – 40%; до 1000 руб. – 30%; свыше 2000 руб. – 15%. Известно, что экономиче-

ски активное население России – 70 000 000 чел. Количество товарного ассортимента подарков от компании «Кедр» на сегодняшний день составляет 2 вида – это «Standart-class» и «Premium-class». Цены их, соответственно, 1000 руб. и 5000 руб. Учитывая вышесказанное, можно посчитать число потенциальных покупателей для обоих классов в год: «Standart-class» – 21 000 000 шт./год; «Premium-class» – 10 500 000 шт./год.

Далее считаем вероятность покупки нашего бизнес-сувенира за год.

$$P = \frac{m}{n}, \quad (1)$$

где m – число возможных совпадений; n – число всех совпадений. В нашем случае $m = 10$ (количество возможных покупок за год), а $n = 1567$ (количество товаров-заменителей). Число n было найдено путём суммирования товаров-заменителей данного сегмента рынка на сайте «www.segment-managment.ru». $P = 0,006412$. Зная вероятность покупки и число потенциальных покупателей, можно вычислить объёмы продаж для каждого вида продукции: «Standart-class» – 134 615 шт./год; «Premium-class» – 67 307 шт./год. Следовательно, считаем полученную за год прибыль (без учёта налогов) и возможную долю рынка. Доля рынка считается из отношения суммарной маржи к общему объёму рынка (10 млрд. \$). Также рассчитаем рынок для Красноярского края. Экономически активное население – 1 427 000 человек. Далее сводим всё в таблицу.

Таблица 1 - Анализ рынка (Россия)

Количество продуктов «Standart-class», шт.	Количество продуктов «Premium-class», шт.	Полученная маржа (без учёта налогов) «Standart-class»	Полученная маржа (без учёта налогов) «Premium-class»	Суммарная маржа	Доля рынка
134615	67307	134 615 384 руб./год.	336 538 461 руб./год	471 153 846 руб./год	0,157%

Таблица 2 - Анализ рынка (Сибирский Федеральный Округ)

Количество продуктов «Standart-class», шт.	Количество продуктов «Premium-class», шт.	Полученная маржа (без учёта налогов) «Standart-class»	Полученная маржа (без учёта налогов) «Premium-class»	Суммарная маржа
13070	6535	13 070 000 руб./год.	32 677 403 руб./год	45 748 365 руб./год

В финансовой части бизнес-плана оцениваются финансовые требования для его реализации. Здесь составляется смета расходов на реализацию проекта, потребность финансирования и его источники, рассчитывается таблица расходов и доходов, поток реальных денег (поток наличности).

Финансовый план рассчитывается с учётом возможных покупателей, проживающих в Сибирском федеральном округе, и с предположением, что основной продукцией будет «Standart-class».

Вычисления начинаются с апреля 2010 года. Предположим, что в начале приобретается 500 товарных единиц, и через три, четыре месяца объёмы увеличиваются до 2000 шт. Общий объём продаж 21 700 шт./год. Из анализа рыночной ситуации с учётом отдельных заказов следует, что эта цифра реальна.

Таблица 3. Объёмы продаж и полученная маржа (без учёта налогов).

Наименование	Объёмы продаж
Количество товаров «Standart-class», шт./год	20300

Количество товаров «Premium-class», шт./год	1000
Цена на продукцию «Standart-class», руб.	1000
Цена на продукцию «Premium-class», руб.	5000
Полученная маржа, руб./год	25 300 000

Приведем некоторые детали расчётов.

1. Процентные ставки:

- ставка налога на прибыль – 20 %;
- ЕСН – 26 %;
- требуемая реальная ставка доходности – 15,46 %;

2. Расчёт требуемой реальной ставки:

- ставка рефинансирования ЦБ – 8,5 %;
- прогнозируемый годовой прогноз инфляции – 8 %;
- реальная безрисковая ставка, вычисляемая по формуле Фишера – 0,46 %;
- реальная поправка на риск – 15 % (Методические рекомендации по оценке экономической эффективности).

Реальная ставка доходности = Реальная поправка на риск + Реальная безрисковая ставка, вычисляемая по формуле Фишера = 15,46 %.

Инвестиции – 1 000 000 руб.; количество рабочих мест – 6.

3. Постоянные операционные издержки

Таблица 4. Постоянные издержки

Аренда Лаборатории, руб./мес.	15 000
Зарплата ген. директора, руб./мес.	30 000
Зарплата исп. директора, руб./мес.	30 000
Зарплата лаборантов (2 чел.), руб./мес.	30 000
Зарплата инженера-технолога, руб./мес.	25 000
Постоянный ФОТ, руб./мес.	176 400
Маркетинг и реклама, руб./мес.	15 000
Всего, руб./мес.	346 400
Всего, руб./год	4 156 800

4. Переменные операционные издержки

Таблица 5. Переменные операционные издержки

Себестоимость (вместе с упаковкой), руб./год	7 533 000
Реактивы, руб./год	30 000

Итак, *Операционные расходы* = *Постоянные издержки* + *Переменные издержки* = 12 197 970 руб./год. При реализации продукта получаем:

- EBITDA = 13 102 030 руб. /год;
- сумма налога на прибыль (налоговая льгота) = 2 620 406 руб./год;
- чистая прибыль = 10 481 624 руб./год;
- дисконтированный период окупаемости = 3 месяца;
- NPV = 2 803 687 руб./год;
- внутренняя норма доходности IRR = 46,52%;
- индекс рентабельности PI = 1,94.

На основании предварительных расчётов бизнес-плана, а это его показатели (EBITDA, NPV, чистая прибыль, IRR, PI), следует, что проект рентабелен с достаточно малым периодом окупаемости и приемлемой для инвесторов нормой доходности. Инвестору целесообразно вложить в него свои деньги, так как, по прогнозам специалистов, существуют ещё немалые резервы для роста российского рынка бизнес-сувениров. В ближайшее время при сохранении темпов он вырастет ещё на 10%. Из этого следует, что можно получить дополнительную прибыль при хорошей работе маркетологов и пиар агентства.