



**Intesco  
Research  
Group**

# БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ЦВЕТОВ – 2014



МОСКВА 2014

## ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана магазина цветов проведена на основе одного из реально осуществленных проектов аналитической группы Intesco Research Group. Бизнес-план подготовлен по международному стандарту UNIDO.

### Цели проекта:

- привлечение инвестиционных средств для создания магазина цветов;
- обоснование экономической эффективности открытия магазина цветов;
- разработка поэтапного плана создания и развития магазина цветов.

### Описание проекта

- месторасположение – Москва;
- двенадцатичасовой ежедневный режим работы;
- общая площадь - **50 кв. м.**;
- торговое помещение – \*\*\* кв. м.;
- подсобное помещение – \*\*\* кв. м.

### Структура инвестиционных вложений:

- ремонтно-отделочные работы – \*\*\*%
- оборудование – \*\*\*%
- разрешительные документы – 5%
- первоначальная реклама – \*\*\*%
- оборотные средства – \*\*\*%
- прочее – \*\*\*%

*Таблица. Оборудование для магазина цветов*

| Наименование                  | Количество, шт. | Стоимость, тыс. руб. | Итого, тыс. руб. |
|-------------------------------|-----------------|----------------------|------------------|
| стойка продавца               |                 |                      |                  |
| кондиционер                   |                 |                      |                  |
| холодильная камера            |                 |                      |                  |
| стеллажи                      |                 |                      |                  |
| пластиковые вазы под букеты   |                 |                      |                  |
| освещение магазина            |                 |                      |                  |
| пожарно-охранное оборудование |                 |                      |                  |
| кассовый аппарат              |                 |                      |                  |

| Наименование | Количество, шт. | Стоимость, тыс. руб. | Итого, тыс. руб. |
|--------------|-----------------|----------------------|------------------|
| итого:       |                 |                      |                  |

Таблица. Параметры поступлений магазина цветов

| Параметр                                | Значение | Единица измерения |
|-----------------------------------------|----------|-------------------|
| распределение продаж по видам           |          |                   |
| букеты средние                          |          | % посетителей     |
| букеты большие                          |          | % посетителей     |
| горшочные растения маленькие            |          | % посетителей     |
| горшочные растения средние              |          | % посетителей     |
| горшочные растения большие              |          | % посетителей     |
| аксессуары                              |          | % посетителей     |
| ожидаемое количество посетителей в день |          | человек           |
| количество дней в квартале              |          | ед.               |

Таблица. Средние цены на категории услуг магазина цветов, тыс. руб.

| Статья поступлений | Средняя цена наименования, тыс. руб. |
|--------------------|--------------------------------------|
| букеты             |                                      |
| средние            |                                      |
| большие            |                                      |
| горшочные растения |                                      |
| маленькие          |                                      |
| средние            |                                      |
| большие            |                                      |
| аксессуары         |                                      |

Таблица. Инвестиционные затраты по проекту магазина цветов, тыс. руб.

| Инвестиции                    | Стоимость, тыс.руб. | 1 кв. | 2 кв. |
|-------------------------------|---------------------|-------|-------|
| Ремонтно-отделочные работы    |                     |       |       |
| Оборудование                  |                     |       |       |
| стойка продавца               |                     |       |       |
| кондиционер                   |                     |       |       |
| холодильная камера            |                     |       |       |
| стеллажи                      |                     |       |       |
| пластиковые вазы под букеты   |                     |       |       |
| освещение магазина            |                     |       |       |
| пожарно-охранное оборудование |                     |       |       |
| кассовый аппарат              |                     |       |       |
| Разрешительные документы      |                     |       |       |
| регистрация ЮЛ                |                     |       |       |
| заключения СЭС                |                     |       |       |
| заключения ГПН                |                     |       |       |

| Инвестиции                           | Стоимость, тыс.руб. | 1 кв. | 2 кв. |
|--------------------------------------|---------------------|-------|-------|
| регистрация ККМ                      |                     |       |       |
| подбор помещения                     |                     |       |       |
| Первоначальная реклама               |                     |       |       |
| Прочее                               |                     |       |       |
| Оборотные средства                   |                     |       |       |
| <b>Инвестиции</b>                    |                     |       |       |
| <b>Инвестиции накопленным итогом</b> |                     |       |       |

Таблица. Параметры текущих затрат магазина цветов

| Параметры затрат                 | Значение | Единица измерения |
|----------------------------------|----------|-------------------|
| <b>постоянные расходы</b>        |          |                   |
| Аренда помещения                 |          | тыс. руб./кв.     |
| Коммунальные услуги              |          | тыс. руб./кв.     |
| Услуги связи и Интернет          |          | тыс. руб./кв.     |
| Расходы на пожарную безопасность |          | тыс. руб./кв.     |
| Расходы на заработную плату      |          | тыс. руб./кв.     |
| <b>Переменные расходы</b>        |          |                   |
| Расходы на содержание цветов     |          | от выручки        |
| Расходы на закупку товара        |          |                   |
| Наценка на срезанные цветы       |          | от стоимости      |
| Наценка на живые цветы           |          | от стоимости      |
| Наценка на аксессуары            |          | от стоимости      |

**Финансовые показатели проекта:**

Объем первоначальных вложений - **2,66 млн. руб.**

Чистый доход (NCF) - \*\*\* млн руб.

Чистый дисконтированный доход (NPV) - \*\*\* млн руб.

Простой срок окупаемости (PB) - \*\*\* кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **2,03 года**

Индекс прибыльности (PI) - \*\*\* ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - \*\*\* %

Точка безубыточности (BEP) - \*\*\* млн руб/квартал

**Выдержки из исследования:**

Объем российского импорта луковиц, находящихся в состоянии вегетационного покоя в 2009-2013 гг. вырос в натуральном выражении на \*\*\*% - с \*\*\* тыс. т до \*\*\* тыс. т .... и в 2014 г. поставки луковичных растений достигнут \*\*\* т.

По составу в 2013 г. российский импорт луковиц цветов, находящихся в состоянии вегетационного покоя (в натуральном выражении), на \*\*\*% состоял из деток тюльпанов. Чуть более десятой части (\*\*\*%) была сформирована гладиолусами. Удельный вес нарциссов и гиацинтов не превышал \*\*\*% (по каждому виду растений отдельно).

С 2009 г. по 2013 г. объем российского рынка свежих срезанных цветов в натуральном выражении увеличился на \*\*\*% и составил \*\*\* тыс. т. В 2014 г. ожидается расширение отечественного рынка срезанных цветов, однако в число факторов, которые будут способствовать этому, будет входить не только рост ...

В 2013 г. более \*\*\*% срезанных цветов, реализованных на российском рынке, были представлены продукцией иностранного производства.

... Ввиду данных значительных изменений, которые пройдут в среднесрочной перспективе в подотрасли, к 2016 году прогнозируется увеличение объема российского рынка свежих срезанных цветов до \*\*\* тыс. т.

Наибольшие вложения потребуются на покрытие оборотных средств (арендные платежи, зарплата персоналу и пр. в начале реализации проекта). Доля этих затрат в структуре инвестиционных вложений составляет \*\*\*%. Для приобретения оборудования потребуется \*\*\*% от общих инвестиций. Расходы на получение разрешительных документов составят \*\*\*%, на ремонтно-отделочные работы – \*\*\*%, на первоначальную рекламу – \*\*\*%, прочие расходы заложены в объеме \*\*\*% от общих затрат.

Чуть меньше половину (\*\*\*%) доходов магазина цветов приходится поступления от больших букетов. Одну четвертую часть (\*\*\*%) занимают поступления от средних букетов. Доля поступлений от маленьких горшочных растений равна \*\*\*%, доля поступлений от средних горшочных растений – \*\*\*%, по \*\*\*% относится к большим горшочным растениям и к аксессуарам.

При расчете переменных расходов предполагается, что расходы на содержание цветов составят \*\*\*% от выручки. Наценка на живые цветы составляет \*\*\*%, наценка на срезанные цветы и аксессуары – \*\*\*%.

В структуре текущих затрат расходы на материалы и комплектующие занимают \*\*\*%, затраты на оплату труда (включая страховые взносы) – \*\*\*%, производственные расходы – \*\*\*%.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- 1.1. Цели проекта
- 1.2. Расчетный период проекта
- 1.3. Стоимость реализации проекта
- 1.4. Источники финансирования проекта
- 1.5. Показатели эффективности проекта

### 2. ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

### 3. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

- 3.1. Концепция магазина цветов
- 3.2. Ассортимент товаров магазина цветов
- 3.3. Разрешительная документация для открытия магазина цветов

### 4. АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Сырьевая база
  - Теплицы*
  - Импорт луковиц и клубней*
- 4.2. Объем российского рынка срезанных цветов
  - Текущая ситуация*
  - Прогноз*
- 4.3. Розничные продажи цветов иностранного производства
- 4.4. Интернет-торговля цветами
  - Объем рынка*
- 4.5. Производство срезанных цветов
- 4.6. Анализ импорта срезанных цветов
  - Объем по странам-поставщикам*
  - Структура по видам цветов*
- 4.7. Крупнейшие московские компании по объему выручки
- 4.8. Розничные цены
  - В РФ и регионах ЦФО*
  - В г. Москве*
- 4.9. Государственное регулирование рынка

### 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Состав персонала
- 5.2. Должностные обязанности сотрудников

### 6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

- 6.1. Ценовая политика
- 6.2. Позиционирование на рынке

*Дизайн магазина цветов*

*Варианты развития магазина цветов*

### 6.3. Рекламная стратегия

*Наружная реклама*

*Листовки*

*Создание сайта, SEO, контекстная реклама*

## 7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

7.1. Расположение магазина цветов

7.2. Аренда помещений

7.3. Структура использования площадей

7.4. Необходимое оборудование

7.5. Объемы оказываемых услуг

7.6. График реализации проекта

## 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

8.1. Первоначальные вложения в проект

*Динамика инвестиционных вложений*

*Направления инвестиционных вложений*

8.2. Доходы магазина цветов

8.3. Расходы магазина цветов

8.4. Система налогообложения

8.5. Отчет о прибылях и убытках

8.6. Отчет о движении денежных средств

8.7. Бухгалтерский баланс

## 9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

9.1. Методика оценки эффективности проекта

9.2. Чистый доход (NCF)

9.3. Чистый дисконтированный доход (NPV)

9.4. Срок окупаемости (PB)

9.5. Дисконтированный срок окупаемости (DPB)

9.6. Индекс прибыльности (PI)

9.7. Внутренняя норма доходности (IRR)

## 10. АНАЛИЗ РИСКОВ ПО ПРОЕКТУ

10.1. Качественный анализ рисков

10.2. Анализ чувствительности проекта

10.3. Точка безубыточности проекта

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНА ЦВЕТОВ

### ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

## СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

### Список графиков:

График 1. Динамика общей площади теплиц в РФ в 2006-2014\* гг., тыс. га

График 2. Динамика объема импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя в РФ в 2009-2014\* гг., т

График 3. Динамика объема импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя в РФ в 2009-2014\* гг., тыс. долл.

График 4. Динамика объема российского рынка срезанных цветов в 2009-2014\* гг., тыс. т

График 5. Потребление срезанных цветов в России на душу населения в 2009-2014\* гг., кг/ чел.

График 6. Динамика объема российского рынка срезанных цветов в 2009-2014\* гг. и прогноз на 2015-2016 гг., тыс. т

График 7. Динамика объема российского рынка интернет-торговли цветами в 2012-2014\* гг., млрд руб.

График 8. Динамика производства цветов на срезку тепличными хозяйствами РФ в 2009-2014\* гг., млн. шт.

График 9. Динамика объема импорта срезанных цветов в РФ в 2009-2014\* гг., т

График 10. Динамика объема импорта срезанных цветов в РФ в 2009-2014\* гг., тыс. долл.

График 11. Динамика средней розничной цены на свежесрезанные цветы в РФ в 2009-июль 2014 гг., руб./шт.

График 12. Динамика средних розничных цен на срезанные цветы в РФ по месяцам в 2009-июль 2014 гг., руб./шт.

График 13. Динамика средней розничной цены на свежесрезанные цветы в г. Москве в 2009-июль 2014 гг., руб./шт.

График 14. Динамика средних розничных цен на срезанные цветы в г. Москве по месяцам в 2009-июль 2014 гг., руб./шт.

График 15. Динамика запроса «Магазин цветов» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

График 16. Динамика запроса «Интернет-магазин цветов» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

График 17. Динамика запроса «Купить цветы» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

График 18. Сезонность объема продаж цветов, %

График 19. Загрузка магазина цветов, %

График 20. Динамика количества клиентов по видам поступлений магазина цветов, чел.

График 21. Динамика инвестиционных вложений в проект магазина цветов, тыс. руб.

График 22. Динамика выручки магазина цветов, тыс. руб.

График 23. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения магазина цветов, тыс. руб.

График 24. Динамика чистой прибыли магазина цветов, тыс. руб.

График 26. Остаток денежных средств на счету магазина цветов, тыс. руб.

График 27. Чистый доход (NCF) магазина цветов, тыс. руб.

График 28. Чистый дисконтированный доход (NPV) магазина цветов, тыс. руб.

График 29. Влияние уровня цен на чистый доход (NCF), % от уровня цен

График 30. Влияние уровня цен на чистый дисконтированный доход (NPV), % от уровня цен

График 31. Влияние уровня цен на срок окупаемости (PB), % от уровня цен

График 32. Влияние уровня цен на дисконтированный срок окупаемости (DPB), % от уровня цен

График 33. Влияние уровня цен на индекс прибыльности (PI), % от уровня цен

График 34. Влияние уровня цен на внутреннюю норму доходности (IRR), % от уровня цен

График 35. Точка безубыточности магазина цветов, %

#### Список диаграмм:

Диаграмма 1. Структура объема импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя в РФ по видам растений в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 2. Структура объема импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя в РФ по видам растений в 2013 г. в стоимостном выражении, %

Диаграмма 3. Доля импорта на российском рынке срезанных цветов в натуральном выражении в 2013 году, %

Диаграмма 4. Структура продаж импортных роз по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 5. Структура продаж импортных гвоздик по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 6. Структура продаж импортных хризантем по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 7. Структура продаж импортных лилий по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 8. Структура продаж импортных орхидей по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 9. Структура продаж импортных гладиолусов по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 10. Структура продаж прочих импортных цветов по месяцам в РФ в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 11. Структура оборота интернет-торговли срезанными цветами в РФ по типам интернет-магазинов в 2013 г., %

Диаграмма 12. Доля площадей цветочных теплиц в общей площади теплиц в РФ в 2013\* г., %

Диаграмма 13. Структура российского производства срезанных цветов по видам в 2013\* г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 14. Структура объема импорта срезанных цветов в РФ по видам в 2013 г. в натуральном выражении, %

Диаграмма 15. Структура объема импорта срезанных цветов в РФ по видам в 2013 г. в стоимостном выражении, %

Диаграмма 19. Структура использования площадей магазина цветов, %

Диаграмма 21. Структура инвестиционных вложений в проект магазина цветов, %

#### **Список схем:**

Схема 1. Затратный подход

Схема 2. Стоимостный подход

#### **Список таблиц:**

Таблица 1. Исходные параметры проекта

Таблица 2. Основные показатели проекта

Таблица 3. Площади теплиц в федеральных округах РФ в 2012-2013 гг., га

Таблица 4. Объемы российского импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя по странам-поставщикам в 2009- июле 2014 гг., т

Таблица 5. Объемы российского импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя по странам-поставщикам в 2009- июле 2014 гг., тыс. долл.

Таблица 6. Объемы российского импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя по видам растений в 2009- июле 2014 гг., т

Таблица 7. Объемы российского импорта луковиц, клубней, клубневидных корней, клубнелуковиц, корневищ, включая разветвленные, находящихся в состоянии вегетативного покоя по видам растений в 2009- июле 2014 гг., тыс. долл.

Таблица 8. Объемы российского импорта срезанных цветов по странам-поставщикам в натуральном выражении в 2009-май 2014 гг., т

Таблица 9. Объемы российского импорта срезанных цветов по странам-поставщикам в стоимостном выражении в 2009-май 2014 гг., тыс. долл.

Таблица 10. Выручка крупнейших российских производителей срезанных цветов в 2012- 2013 гг.

Таблица 11. Средние потребительские цены на срезанные цветы в РФ по месяцам в 2009- июле 2014 гг., руб./шт.

Таблица 12. Средние потребительские цены на срезанные цветы в федеральных округах и регионах РФ в 2009 –июле 2014 гг., руб./шт.

Таблица 13. Средние потребительские цены на срезанные цветы в г.Москве по месяцам в 2009- июле 2014 гг., руб./шт.

Таблица 14. Перечень ГОСТов на срезанные цветы действующих в РФ в 2014 г.

Таблица 15. Параметры категорий персонала магазина цветов

Таблица 16. Персонал магазина цветов

Таблица 17. Количество запросов словосочетания «Магазин цветов» и схожих в поисковой системе «Яндекс» в РФ в октябре 2014 г.

Таблица 18. Динамика запроса «Магазин цветов» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

Таблица 19. Количество запросов словосочетания «Интернет-магазин цветов» и схожих в поисковой системе «Яндекс» в РФ в октябре 2014 г.

Таблица 20. Динамика запроса «Интернет-магазин цветов» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

Таблица 21. Количество запросов словосочетания «Купить цветы» и схожих в поисковой системе «Яндекс» в РФ в октябре 2014 г.

Таблица 22. Динамика запроса «Интернет-магазин цветов» в поисковой системе «Яндекс» в РФ по месяцам в окт. 2012 – сент. 2014 г.

Таблица 23. Площади помещений магазина цветов, кв. м.

Таблица 24. Оборудование для магазина цветов

Таблица 25. Параметры поступлений магазина цветов

Таблица 26. Средние цены на категории услуг магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 27. Инвестиционные затраты по проекту магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 28. Динамика поступлений магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 29. Стоимость аренды помещения для магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 30. Параметры текущих затрат магазина цветов

Таблица 31. Налоговые выплаты магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 33. Отчет о движении денежных средств магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 34. Бухгалтерский баланс магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 35. Расчет эффективности инвестиционного проекта магазина цветов, тыс. руб.

Таблица 36. Показатели эффективности проекта магазина цветов

Таблица 37. Анализ чувствительности основных показателей проекта, % от уровня цен

Таблица 38. Расчет точки безубыточности магазина цветов, %

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

**INTESCO RESEARCH GROUP** – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозировании.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», «Forbes», «Russian Food Market», «Food Service», «РБК daily», «Ценовик», «Мое дело. Магазин», «MAXIM» «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Unipack.Ru» и пр.

## НАШИ КЛИЕНТЫ



**МЫ ПРЕВРАЩАЕМ ВАШИ ИДЕИ  
В ГОТОВЫЕ БИЗНЕС-РЕШЕНИЯ**

Е-mail: [info@i-plan.ru](mailto:info@i-plan.ru)

Сайт: [www.i-plan.ru](http://www.i-plan.ru)

Тел.: +7 (495) 212-91-91