БИЗНЕС-ПЛАН СПОРТИВНОГО БАРА

1.Резюме проекта

В настоящем бизнес-плане рассматривается проект по открытию спортивного бара на 70 посадочных мест в городе с населением более 500 тыс. человек. Формат заведения будет предусматривать услуги бара-ресторана с организацией спортивных трансляций в прямом эфире. Работа заведения будет нацелена на создание комфортного места встреч для горожан и просмотра спортивных матчей. Клиентам бара будет доступна качественная кухня, в основе которой будут лежать немецкие блюда, а также прочие популярные блюда других кухонь мира. Целевой аудиторией заведения станет мужская часть населения, возрастом около 25-45 лет со средним уровнем доходов. Спорт-бар будет расположен в арендованном помещении общей площадью 200 кв. метров.

Для достижения поставленной цели потребуется:

- произвести регистрацию юридического лица (ООО);

- согласовать деятельность с госструктурами (СЭС, Госпожнадзор, БТИ);

- произвести ремонтные работы;

- закупить оборудование и мебель;

- провести рекламную акцию открытия.

Объем стартовых инвестиций в открытие спорт-бара составит 3 017 000 руб. Источник – собственные денежные средства. Срок окупаемости заведения – 2 года и 1 месяц.

|  |
| --- |
| **Ключевые финансовые показатели проекта** |
| Ставка дисконтирования, % | 17 |
| Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 5 283 852 |
| Чистая прибыль проекта, руб. | 77 000 – 340 000 |
| Рентабельность продаж, % | 7,32 |
| Срок окупаемости (PP), мес. | 25 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 29 |
| Индекс прибыльности (PI)% | 1,75 |

2.Описание отрасли и компании

Спортивными барами принято называть заведения, объединяющие два формата – бар, где подаются алкогольные напитки и блюда, и залы для трансляций различных спортивных матчей и поединков. В отличие от обычных заведений, спортивные бары являются центром притяжения компаний-болельщиков, которые приходят компаниями поболеть за любимые команды. Подобный тип заведений пришел в Россию из Европы и быстро завоевал поклонников. По данным компании «2ГИС», проанализировавшей услуги 6000 тысяч баров в 40 городах, выяснено, что в половине городов доля баров с трансляциями превышает 30%, а в пяти городах страны (Ростов-на-Дону, Краснодар, Астрахань, Краснодар и Набережные Челны) и вовсе превышает половину. Отчасти подобную ситуацию можно объяснить увеличением интереса россиян к спорту. По данным ВЦИОМ, число россиян, с той или иной периодичностью занимающихся спортом в 2015 году возросла до 61%, достигнув максимума за 9 лет. С 2006 по 2015 год также на 7% возросло число людей, регулярно занимающихся спортом (с 9 до 16%). С другой стороны, популярность таких заведений можно объяснить тем, что спортивная трансляция является дополнительным поводом для встречи, поэтому для многих поход в спорт-бар становится более притягательным, чем поход в обычный ресторан или паб.

Планируемый к открытию спорт-бар на 70 посадочных мест будет расположен в одном из густонаселенных районов города с населением более 500 тыс. человек. Формат заведения будет предусматривать услуги бара-ресторана с организацией спортивных трансляций в прямом эфире. В своей деятельности спорт-бар будет стремиться стать одним из любимых мест для спортивных болельщиков города. Работа заведения будет нацелена на создание комфортного места встреч для горожан и приятного просмотра спортивных матчей. Клиентам бара будет доступна качественная кухня, в основе которой будут лежать немецкие вторые блюда, а также прочие популярные блюда других кухонь. Спортивные матчи будут транслироваться в вечернее время на нескольких плазменных панелях, обеспечивающих высококачественную картинку. Целевой аудиторией заведения станет мужская часть населения, возрастом около 25-45 лет со средним уровнем доходов.

Для открытия спор-бара будет создано новое юридическое лицо – Общество с ограниченной ответственностью. В качестве формы налогообложения будет выбран ЕНВД (единый налог на вмененный доход). Организационная структура спорт-бара будет довольно проста и включит в себя управляющего,  подчиненных ему сотрудников зала (официанты, бармены, уборщицы), а также поваров и бухгалтерию.

3.Описание услуг

Согласно ОКВЭД, деятельность спорт-бара будет подпадать под коды 55.30 – Деятельность ресторанов и кафе и 55.40 – Деятельность баров. Особенностью спорт-бара станет широкий ассортимент блюд и высокое качество еды и напитков. Меню спорт-бара составят горячие блюда, холодные закуски, слабоалкогольные напитки, прохладительные, горячие напитки и десерты. Особое место среди напитков займет пиво, ассортимент которого включит 15 наиболее популярных зарубежных и отечественных марок. Спорт-бар будет работать в среднем ценовом сегменте. Цена на продукцию будет традиционно складываться из затрат на производство и наценки. Прейскурант с приблизительным диапазоном цен спорт-бара представлен в Табл. 1. Плата за просмотр спортивных трансляций взиматься не будет.

Таблица 1. Прейскурант спортивного бара

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Описание** | **Стоимость, руб.** |  |
| *Первые блюда* |
| 1 | Первые блюда | Борщ, бульон, окрошка, суп, шулюм и проч. | 95-210 |
| *Вторые блюда* |
| 2 | Вторые блюда | Немецкие мясные блюда, роллы, пицца, бургеры и проч. | 275-1000 |
| *Салаты* |
| 3 | Салаты | Греческий, свежие овощи, Оливье, Цезарь и проч. | 130-290 |
| *Закуски* |
| 4 | Закуски | Закуски к пиву | 70-250 |
| *Десерты* |
| 5 |   | Блинчики, мороженное, чизкейки, штрудель и проч. | 50-250 |
| *Алкогольные напитки* |
| 6 | Алкогольные напитки | Пиво светлое, пиво темное, пиво имбирное, вино, водка, виски, медовуха, алкогольные коктейли и проч. | 70-750 |
| *Безалкогольные напитки* |
| 7 | Прохладительные напитки | Сок в ассортименте, морс, газированные напитки и проч. | 50-150 |
| 8 | Горячие напитки | Чай, кофе, горячий шоколад и проч. | 50-170 |
|  |  |  |  |  |  |

Для открытия бара и оказания описанных услуг потребуется заключение санэпидемстанции и Госпожнадзора, договор на вывоз мусора и утилизацию ламп, а также карточка учета ККМ. Также потребуется лицензия на реализацию алкогольной продукции в розницу. Госпошлина составит 65 тыс. руб.

4.Продажи и маркетинг

Основными клиентами спорт-бара станут мужчины, любящие смотреть футбольные, хоккейные матчи или другие соревнования в компании друзей. Как правило, подобные компании собираются в вечерне-ночное время, во время проведения трансляций. Возраст целевых клиентов составляет около 25-45 лет. Обычно это люди среднего достатка либо выше среднего, которые могут себе позволить так называемую немецкую кухню, отличающейся обилием мяса и приправ.

Собираются в вечерне-ночное время. Средний возраст около 30 лет. Это преимущественно мужчины в возрасте до 35-40 лет со средним уровнем достатка, которые собираются дружной компанией для просмотра хоккейного или футбольного матча в вечернее или ночное время. Они предпочитают так называемую немецкую кухню (с обилием мяса и приправ) и пиво различных сортов.

В связи с увеличением числа подобных заведений для завоевания клиента и формирования лояльного отношения к заведению потребуется продуманная маркетинговая стратегия. За месяц до открытия будет начата рекламная кампания, которая включит размещение билбородов, сообщающих об открытии нового заведения, будет запущен рекламный ролик на местном радио, а также начата работа по ведению страничек спорт-бара в социальных сетях с наибольшей концентрацией ЦА. Открытию спорт-бара будет приурочено к одному из крупных спортивных соревнований.

В основной период работы объем маркетингового бюджета будет включать переменную часть, которая будет зависеть от потока клиентов и сезона, и постоянную часть. В последнюю будут включены траты на регулярную печать плакатов и постеров, анонсирующих спортивные трансляции. Ежемесячные расходы на эти цели составят около 15 тыс. руб. В переменные будут включены дополнительные виды рекламы, сообщающие о проводимых мероприятиях, акциях, сезонных скидках и прочие. Это может быть реклама на радио, наружная реклама, раздаточные печатные материалы и прочее. Здесь затраты могут возрастать до 70 тыс. руб.

Большое внимание будет уделено и самому облику заведения, который должен привлекать новых клиентов посредством «сарафанного радио». На фасаде здания будет оборудована световая вывеска с названием бара, которая будет привлекать внимание как в дневное, так и в ночное время суток. Рекламные элементы будут присутствовать и внутри бара. Это всевозможные тематические постеры и плакаты, атрибутика, ростовые фигуры спортсменов из картона и ПВХ, некоторые примечательные элементы декора (например, писсуары с футбольными воротами). Помимо этого, в заведении планируется развивать программы повышения лояльности клиентов.

Часть расходов на рекламу планируется покрыть за счет предоставления рекламных площадок другим рекламодателям. В частности, в перерывах между трансляциями на плазменных экранах возможно транслирование рекламных видеороликов.

5.План производства

Спорт-бар разместится на проходимой улице в густонаселенной части города и будет работать ежедневно. График работы: с понедельника по четверг и воскресенье – с 12:00 до 03:00, в пятницу, субботу, праздничные дни – с 12:00 до 05:00. Площадь помещения составит 200 кв. метров, включая зал для посетителей на 70 посадочных мест, кухню и санузел. Исходя из требований СЭС, для удобства посетителей в зале обслуживания на каждого будет приходиться не менее 1,8 кв. м. площади. Помещение будет взято в долгосрочную аренду сроком не менее 3-х лет. Ремонт спорт-бара потребует привлечения 800 000 руб. (из расчета 4 тыс. руб. за кв. м.), закупка оборудования – 1 717 000 руб. Для того чтобы телевизионная картинка была действительно качественной, будут использоваться только плазменные телевизоры, что выгодно отличит заведение от конкурентов, использующих проекторы. Диагональ основного экрана составит 85 дюймов и будет расположена на центральной стене. Также телевизоры меньшего размера будут установлены около столиков, расположенных на удалении.

В Табл. 2 приведены примерные затраты на оборудование. В перечне не указываются траты на оборудование помещения системой приточно-вытяжной вентиляцией, присутствующей в помещении изначально.

Таблица 2. Затраты на оборудование и мебель

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Цена, руб.** | **Кол-во, шт.** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | ЖК телевизор | 17 000 | 6 | 102 000 |
| 2 | ЖК телевизор (диаг. 85 дюймов) | 690 000 | 1 | 310 000 |
| 3 | Акустическая система | 150 000 | 1 | 150 000 |
| 4 | Мебель (столы, стулья, барная стойка, витрины) | 200 000 | 1 | 200 000 |
| 5 | Кассовое оборудование, безналичный терминал | 35 000 | 1 | 35 000 |
| 6 | Оборудование для кухни (разделочные столы, плиты, вытяжки) | 850 000 | 1 | 850 000 |
| 7 | Посуда, инвентарь | 20 000 | 1 | 20 000 |
| 8 | Предметы декора (текстиль, атрибутика и проч.) | 30 000 | 1 | 30 000 |
| 9 | Прочее | 20 000 | 1 | 20 000 |
| Итого: | 1 717 000 |

В штат спорт-бара потребуется нанять 14 сотрудников. В Табл. 3 представлено штатное расписание и фонд оплаты труда. Услуги охраны будут переданы сторонней организации.

Таблица 3. Штатное расписание и фонд оплаты труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Кол-во, чел.** | **ФОТ, руб**. |
| 1 | Управляющий | 1 | 31 000 |
| 2 | Бухгалтер | 1 | 16 000 |
| 3 | Старший официант | 1 | 19 000 |
| 4 | Официант | 3 | 14 000 |
| 5 | Посудомойщик | 2 | 12 000 |
| 6 | Бармен | 2 | 16 000 |
| 7 | Шеф-повар | 1 | 28 000 |
| 8 | Повар | 3 | 17 000 |
| **Итого:** | **243 000** |
| **Отчисления:** | **72 900** |
| **Итого с отчислениями:** | **315 900** |

Для того чтобы заведение было рентабельным, будет достаточно порядка 1900 клиентов в месяц, оставляющих в заведении 750 руб. каждый. При наполняемости спорт-бара в 2040-2100 посетителей в месяц чистая прибыль составит 50-70 тыс. руб. 100% наполняемость можно ожидать не более 4-6 раз в месяц в связи с проведением крупных соревнований.  В основные издержки войдет арендная плата (160 тыс. руб.), выплата заработной платы сотрудникам (315,9 тыс. руб.), закупка продуктов. В прочие расходы войдут реклама, коммунальные услуги, услуги охраны и прочее.

6.Организационный план

Срок подготовительного этапа до момента открытия заведения составит 3 месяца, который может быть увеличен в связи с процедурами выдачи алкогольной лицензии. Для достижения поставленной цели потребуется:

- произвести регистрацию юридического лица (ООО);

- согласовать деятельность с госструктурами (СЭС, Госпожнадзор, БТИ);

- произвести ремонтные работы;

- закупить оборудование и мебель;

- получить лицензию на реализацию алкоголя;

- провести рекламную акцию открытия.

На срок проведения ремонта собственником помещения будут предоставлены каникулы по выплате аренды.

Руководить спорт-баром будет управляющий. В его обязанности управляющего войдет управление финансовой деятельностью (контроль работы бухгалтерии,  учет продаж и контроль поступления денежных средств, контроль расходов), административная работа (документооборот, аналитика, переговоры с партнерами), руководство кадрами и управление маркетингом, организация закупок продукции и контроль качества продукции.

В прямом подчинении управляющего будут находиться работники торгового зала (официанты, бармены), а также шеф-повар, руководящий поварами,  и бухгалтер. По мере развития возможно расширение штата и появление новых должностей (например, менеджера по закупкам).

7.Финансовый план

Инвестиции в открытие спорт-бара составят 3 017 000 руб. В Табл. 4 приведены основные статьи инвестиционных затрат.

Таблица 4. Инвестиционные затраты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Статья затрат** | **Сумма, руб.** |
| *Вложения в недвижимость* |
| 1 | Ремонт помещения | 800 000 |
| *Оборудование помещения* |
| 2 | Закупка оборудования | 1 717 000 |
| *Нематериальные активы* |
| 5 | Стартовая рекламная кампания | 135 000 |
| 6 | Лицензия на розничную торговлю алкоголем | 65 000 |
| *Оборотные средства* |
| 7 | Оборотные средства | 300 000 |
| **Итого:** | **3 017 000** |

Показатели основного периода деятельности проекта, включая выручку, основные и переменные издержки, налоговые отчисления, чистую прибыль,  рассчитанные в трехлетней перспективе, даны в Приложении 1.

8.Оценка эффективности проекта

Произведенные расчеты позволяют говорить о рентабельности проекта по открытию спорт-бара. Показатели эффективности, рассчитанные на пятилетний период деятельности, даны в Табл. 5.

Таблица 5. Показатели эффективности проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Показатель** | **Значение** |
| 1 | Ставка дисконтирования, % | 17 |
| 2 | Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 5 283 852 |
| 3 | Чистая прибыль проекта, руб. | 77 000 – 340 000 |
| 4 | Рентабельность продаж, % | 7,32 |
| 5 | Срок окупаемости (PP), мес. | 25 |
| 6 | Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 29 |
| 7 | Индекс прибыльности (PI)% | 1,75 |

9.Риски и гарантии

Уровень рисков проекта можно оценивать как низкий в связи с удачным местоположением в центре города, что гарантированно привлечет в заведение клиентов. В случае полного неуспеха проекта стоимость продажи готового бизнеса может вдвое превышать первоначальные издержки. Основные риски проекта рассмотрены в Табл. 6.

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Риск** | **Вероятность наступления** | **Степень тяжести последствий** | **Меры по предотвращению** |
| 1 | Нестабильный спрос/низкая рентабельность | низкая | средняя | Расположение в густонаселенной части города, в проходимом месте, маркетинговое продвижение |
| 2 | Формирование негативной репутации | низкая | средняя | Контроль за качеством закупаемых продуктов, обеспечение правил поведения посетителей |
| 3 | Резкое снижение покупательской способности населения | низкая | средняя | Сокращение издержек, пересмотр цен |
| 4 | Появлению новых спорт-баров, усиление конкуренции | средняя | средняя | Развитие программ лояльности клиентов, расширение меню, повышение качества обслуживания, использование конкурентных преимуществ |
| 5 | Повышение арендной платы | низкая | средняя | Заключение договора аренды с фиксированным платежом в рублях |
| 6 | Временные издержки в связи с получением алкогольной лицензии | средняя | средняя | Пользование услугами юристов |

10.Приложения