

Бизнес-план винного магазина

- 1. Резюме проекта**
- 2. Описание отрасли и компании**
- 3. Описание товаров**
- 4. Продажи и маркетинг**
- 5. План производства**
- 6. Организационный план**
- 7. Финансовый план**
- 8. Оценка эффективности проекта**
- 9. Риски и гарантии**
- 10. Приложения**

1. Резюме проекта

Цель проекта – открытие винного магазина в городе с населением до 500 тыс. человек для ведения розничной торговли. Проект призван удовлетворить спрос жителей с различным уровнем достатка на качественную винодельческую продукцию отечественного и зарубежного производства.

Ассортимент магазина – 1500 SKU. Доля вина в ассортименте, включая тихое, игристое вино и винные напитки – 65%. Доля крепких алкогольных напитков – 15%, сопутствующий товар – 20%.

Финансовые расчеты бизнес-плана произведены на 5-летний период деятельности магазина с учетом среднего чека в размере 2300 руб. и фактора сезонности продаж. Срок выхода на безубыточность – 8 месяцев. Срок окупаемости проекта – 29 месяцев.

Инвестиции в проект – 4,6 млн. руб. Для реализации проекта потребуется привлечь 2,5 руб. собственных средств, 2,1 руб. – заемных. Срок кредита – 36 месяцев. Процентная ставка – 18% годовых. Отсрочка по выплате первого платежа – 3 месяца. Объем ежемесячных выплат – 104,5 тыс. руб.

Ключевые финансовые показатели проекта

Ставка дисконтирования, %	20
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	5 596 380
Чистая прибыль проекта, руб.	322 000
Рентабельность продаж, %	6,21
Срок окупаемости (PP), мес.	29
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	35
Индекс прибыльности (PI)%	1,22

2. Описание отрасли и компании

Вино является третьим по популярности алкогольным напитком в России, уступая место пиву и ликероводочным изделиям. По данным Росстата на 2015 год, розничные продажи вина на душу населения в 2015 году находятся на уровне 3,95 л в год. Если говорить обо всей винодельческой продукции, включая игристые вина, шампанские, фруктовые вина и прочие винные напитки, то уровень потребления составляет 7,7 л в год. По данному показателю Россия значительно уступает западным странам, где объемы потребления оцениваются 40-55 литров, поэтому рынок считается ненасыщенным. Лидером по потреблению вина на сегодня являются США, Франция, Италия, Германия. Большая часть российского рынка, около 80%, приходится на импортную продукцию, отечественные вина в структуре потребления россиян занимают долю в 20%.

Цель данного проекта – это открытие винного магазина в городе с населением до 500 тыс. человек для ведения розничной торговли. Проект нацелен на удовлетворение спроса местных жителей различного уровня достатка в качественной винодельческой продукции отечественного и зарубежного производства. Ассортимент магазина включит 1500 наименований алкогольной продукции, куда войдут сладкие, полусладкие, сухие и полусухие вина, крепкие алкогольные напитки и сопутствующий товар. Импортная продукция будет представлена 9 странами-производителями.

Руководство винным магазином будет осуществлять директор-администратор, в подчинении которого будет находиться торговый персонал (продавцы-консультанты), вспомогательный персонал (грузчики, уборщики) и бухгалтерия. Форма собственности магазина – ООО (общество с ограниченной ответственностью).

3. Описание товаров

Вино входит в число наиболее популярных спиртных напитков и не нуждается в особом представлении. Издревле вино считалось благородным напитком, и остается таковым по сей день. В отличие от другого алкоголя, например, пива или крепкого спиртного, вино имеет более позитивный образ в общественном сознании и несет за собой целый пласт культуры потребления вина, что с успехом используется в концепциях специализированных магазинов.

В данном магазине будут представлены как недорогие столовые вина, так и продукция среднего ценового сегмента, а также премиальные вина. Ассортимент магазина составит 1500 SKU и будет ориентирован на покупателей с различным бюджетом. На винную продукцию придется 65% ассортимента (тихие и игристые вина), 20% составят сопутствующие товары и аксессуары для открывания вина, сервировки, дегустации, хранения вина, 15% — крепкие алкогольные напитки. В магазине можно будет приобрести как отечественную продукцию, так и напитки из Франции, Италии, Испании, Германии, Португалии, Чили, Аргентины, ЮАР, Грузии. Перечень товаров и диапазон цен на продукцию представлен в Табл. 1.

Таблица 1. Перечень товаров

Группа товаров	Стоимость, руб.
Вина России	400-2 500
Вина Франции	1 000-30 000
Вина Италии	550-40 000
Вина Испании	490-8 000
Вина Чили	290-2 500
Вина Аргентины	800-7 600
Вина Грузии	700-2 800
Вина Германии	600-6 500
Вина ЮАР	800-4 000
Вина Португалии	700-6 500
Крепкие алкогольные напитки (коньяки, виски, бренди, текила, ром, кальвадос)	500-30 000
Сопутствующие товары и аксессуары (Бокалы для вина и шампанского, бокалы для виски, штопоры, декантеры, пробки и прочее)	100-15 000

Средний чек магазина составит 2300 руб. Валовая маржа будет находиться на уровне около 60%. Наименьшая наценка будет сделана на те позиции, которые имеются в магазинах конкурентов.

Хранение продукции будет организовано в соответствии с необходимыми условиями по температурному режиму и влажности. В частности, вина, винные напитки и шампанское хранятся при температуре 5-20°C. При относительной влажности воздуха не более 85%.

Для осуществления розничной торговли алкогольной продукцией и вином в том числе потребуется лицензия, которая выдается в региональном Министерстве потребительского рынка. Лицензия выдается только организациям с уставным капиталом не менее 1 млн. руб. Стоимость лицензии – 65 тыс. руб. за 1 год. Срок действия лицензии — до 5 лет. Также для открытия понадобятся разрешение от СЭС и заключение Госпожнадзора.

Список документов, необходимых для получения лицензии, приведен ниже:

1. Заявление о выдаче лицензии.
2. Копии учредительных документов, заверенные нотариусом.
3. Копия документа о государственной регистрации организации.
4. Копия документа о постановке организации на учет в налоговом органе.

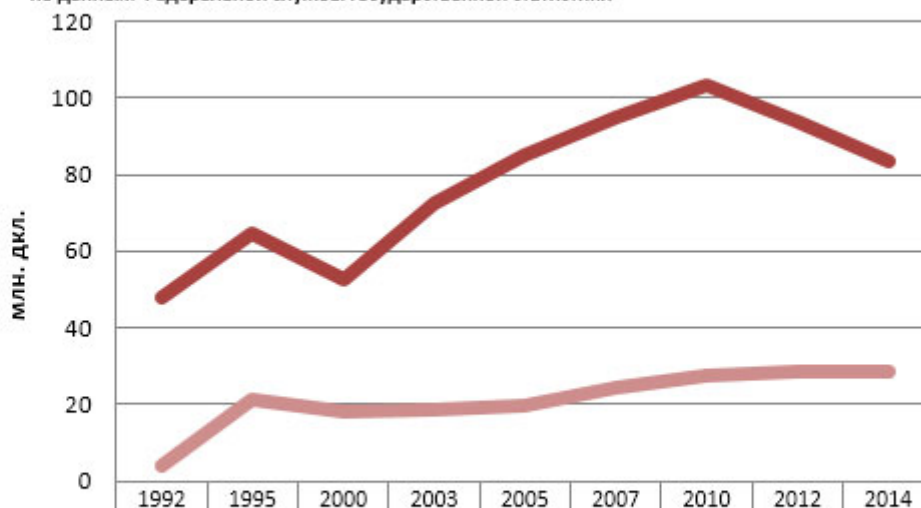
5. Копия документа об оплате государственной пошлины за предоставление лицензии.
6. Документ, подтверждающий у заявителя наличие уставного капитала.
7. Документ, подтверждающий в наличие у заявителя стационарных торговых объектов и складских помещений (собственность или аренда на срок более 1 года).

4. Продажи и маркетинг

В последние годы (с 2010-2011 гг.) в России фиксируется снижение спроса на винодельческую продукцию. По итогам 2015 года, объем спроса на вино, по оценке BusinesStat, составил 865 млн. литров, что на 4,6% меньше показателя 2014 года. В основном спрос снижается из-за роста цен на готовую продукцию. Повышение цен в первую очередь связано с растущими акцизными ставками и удорожанием импортных виноматериалов. В частности, в период с 2011 по 2015 год средняя цена на вина возросла на 52% с 250 руб. до 379 руб. за литр. При этом объем продаж за данный период снизился на 17,8% с 1 050 млн. л. до 862 млн. л.

Продажа населению винодельческой продукции*

по данным Федеральной службы государственной статистики



	1992	1995	2000	2003	2005	2007	2010	2012	2014
Вино	48	64,5	52,4	72,2	84,9	94,9	103,4	93,6	83,3
Шампанские и игристые вина	4	21,2	18,3	18,7	19,4	24,1	27,3	28,3	28,6

Наибольшей популярностью у населения пользуются столовые вина. На их долю приходится 73,3% продаж (632,2 млн. л.) от общего объема. Игристые и газированные вина занимают вторую позицию с долей в 22,2% (191,2 млн. л.). Еще 4,5% продаж приходится на специальные вина (38,8 млн.л). По прогнозам аналитиков BusinesStat, в 2016 году спрос на вина продолжит снижаться, однако в последующие годы ожидается рост потребления до уровня в 1054 млн. л. за счет увеличения внутренних продаж.

Основным потребителем вина является население от 25 до 50 лет со средним и высоким уровнем дохода и, как правило, с высшим уровнем образования. В отличие от пива и крепкого алкоголя вино пользуется спросом у женской части населения: процент покупателей-женщин может достигать 40-50%. Зачастую в винные бутики клиенты идут целенаправленно и уже имеют представление о том, какое именно вино (или его характеристики) им требуется. Следует отметить и тот факт, что винные магазины работают с большим количеством постоянных клиентов.

Особенность потребительских предпочтений россиян состоит в том, что первое место отдается полусладким и полусухим винам, в то время как поклонников сухих вин гораздо меньше. При этом около 65% потребителей белому вину предпочитают красное вино. Основными критериями качества вина в порядке убывания являются: вкусовые винограда, оформление бутылки и этикетки. В основном потребители отдают предпочтение товарам в ценовой категории около 1000 руб. и меньше до 5000 тыс. руб. Основная сложность при выборе вина потребителем заключается в отсутствии информации о том, как правильно сделать выбор в пользу того или иного товара в условиях всего того многообразия, которое присутствует на полках. Поэтому один из ключевых моментов для успеха продаж, помимо богатства самого ассортимента, является квалификация и профессионализм торгового персонала.

Среди основных конкурентов магазина – специализированные винные магазины (включая фирменные), винные бутики и винотеки города. Каждый магазин стремится выделиться на фоне остальных уникальностью ассортимента, которое может выражаться в наличии редких или коллекционных вин, а также форматом и позиционированием. В частности, для премиум-аудитории могут предлагаться винные туры, курсы сомелье, тематические мероприятия и прочее.

Другими конкурентами выступают продуктовые магазины формата «у дома», продуктовые супер- и гипермаркеты, алкогольные супермаркеты и алкогольные дискаунтеры. Основным конкурентным преимуществом по сравнению с ними можно назвать широту винного ассортимента. При этом у магазинов формата «у дома» и продуктовых супермаркетов большую долю продукции может занимать недорогое вино отечественного производства (до 20-25%), больше нацеленное на гастрономический интерес покупателя, в то время как в винных магазинах процент российского вина может составлять от 0 до 10%. Примерная оценка винного ассортимента в упомянутых форматах торговли дана в Табл. 2.

Таблица 2. Ассортимент винных напитков в торговых точках различного формата

Формат	Ассортимент алкоголя SKU	Доля винного ассортимента %	Ценовая категория
Магазин формата «У дома»	70-150	35	Ниже среднего, средняя
Продуктовый супермаркет/гипермаркет	700-1 000	40-50	Ниже среднего, средняя, средняя
Алкогольный супермаркет	300	20	Ниже среднего, средняя, средняя
Алкогольный дискаунтер	1 000-1 500	40-60	Ниже среднего, средняя, средняя

Поскольку магазин будет являться специализированным, то помимо ассортимента большое внимание будет уделено процессу продаж. К данной работе будут привлечены профессиональные продавцы-консультанты (кависты), которые помогут покупателю определиться с выбором вина. Каталог вин с указанием цен и основных характеристик будет доступен на официальном сайте магазина.

В процессе деятельности планируется использовать все следующие виды рекламы:

- интернет-реклама (реклама на официальном сайте, контекстная реклама в интернет-поисковиках);
- наружная реклама (наружная вывеска);
- раздаточная реклама (печатные каталоги и листовки).

При проведении рекламных компаний планируется придерживаться норм законодательства, касающихся рекламы алкогольной продукции (статья 21 ФЗ «О рекламе»). Согласно им, реклама винного магазина должна содержать информацию исключительно о самом магазине, но никак не о реализуемой продукции. Также из рекламы будут исключены образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации. При этом рекламное сообщение будет сопровождаться предупреждениями о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции.

5. План производства

Расположение винного магазина – первая линия домов на одной из оживленных улиц города (густонаселенный район). Требуемая площадь для реализации проекта — 85 кв. метров. Все стационарные объекты приводятся в соответствие с требованиями Росалкогольрегулирования и федеральных законов № 171-ФЗ, №34-ФЗ. В частности, склад магазина обустраивается в помещении, изолированном от служебных и подсобных помещений капитальными стенами или временными строительными конструкциями, оборудуется приточно-вытяжной вентиляцией, системой отопления, измерительными приборами, стеллажами или поддонами с высотой не менее 15 см от пола. Договор аренды устанавливается на срок не менее 1 года.

Средства, инвестируемые в недвижимость и оборудование – 1 370 000 руб. Из них 550 тыс. руб. потребуется на ремонт помещения, 820 тыс. руб. – на оснащение магазина. Затраты на оборудование представлены в Табл. 3.

Таблица 3. Затраты на оборудование

Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость руб.
Стеллаж винный	12 000	16	192 000
Островок двусторонний	40 000	2	80 000
POS-система	105 000	1	105 000
Элементы декора	20 000	1	20 000
Сантехника	40 000	1	40 000
Наружная вывеска	20 000	1	20 000
Прилавок	13 000	1	13 000
Приточно-вытяжная система	250 000	1	250 000
Измерительные приборы	10 000	1	10 000
Световое оборудование	40 000	1	40 000
Прилавок	20 000	1	20 000
Прочее	30 000	1	30 000
Итого:			820 000

Персонал винного магазина включает 6 штатных единиц, включая администрацию (администратор, бухгалтер), торговых работников (продавцы-консультанты), вспомогательный персонал (грузчик, уборщица). Штатное расписание и фонд оплаты труда даны в Табл. 4.

Таблица 4. Штатное расписание и фонд оплаты труда

Должность	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.
Администратор	1	35 000
Бухгалтер	1	20 000
Продавец-консультант	2	20 000
Грузчик	1	15 000
Уборщица	1	15 000
Итого:		125 000
Отчисления:		37 500
Итого с отчислениями:		162 500

В затраты основного периода войдут: арендная плата и коммунальные платежи (80 тыс. руб.), ФОТ с отчислениями (162,5 тыс. руб.), выплата кредита (104,5 тыс. руб.), закупка продукции, реклама (около 20 тыс. в мес.), траты на охрану и прочие расходы. По примерным подсчетам для выхода на безубыточность

потребуется 8 месяцев. При таких показателях бизнес окупится через 29 месяцев. Финансовые показатели в пятилетней перспективе подробно представлены в Приложении 1.

6. Организационный план

Срок реализации подготовительного периода составит 90 дней. Много времени понадобится на оформление необходимых документов и получение лицензии на торговлю алкоголем (срок рассмотрения лицензии – 30 дней). Управление винным бутиком будет возложено на администратора, который будет заниматься развитием магазина, достижением плановых показателей по продажам, производить обучение и контроль персонала, вести документооборот и заведовать управлением ассортимента. В обязанности продавцов-консультантов войдут консультации клиентов по напиткам, мерчендайзинг, работа с ККМ, работа с клиентской базой, приемка товара, участие в инвентаризациях.

7. Финансовый план

Инвестиции в проект составят 4,6 млн. руб. Из данной суммы на ремонт и оборудование помещения понадобится 1,37 млн. руб., на формирование стартового ассортимента – 2 млн. руб., на оборотные средства – 900 тыс. руб., на процедуры регистрации и лицензирования – 330 тыс. руб. Для реализации проекта потребуется привлечь 2,5 руб. собственных средств, 2,1 руб. – заемных. Срок кредита – 36 месяцев. Процентная ставка – 18% годовых. Отсрочка по выплате первого платежа – 3 месяца. Объем ежемесячных выплат – 104,5 тыс. руб.

Финансовые показатели проекта на пятилетний период работы с учетом сезонных спадов продаж и среднего чека в размере 2300 руб. приведены в Приложении 1.

8. Оценка эффективности проекта

При достижении плановых объемов продаж срок окупаемости винного магазина составит 29 месяцев. Прогнозируемая прибыль к концу первого года работы составит 150 тыс. руб., в дальнейшем в пиковые месяцы продаж возможно достижение показателей в 600-900 тыс. руб. Рентабельность продаж составит 6,21 %. Эти и другие показатели эффективности проекта см. в Табл. 4.

Таблица 4. Показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	20
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	5 596 380
Чистая прибыль проекта, руб.	322 000
Рентабельность продаж, %	6,21
Срок окупаемости (PP), мес.	29
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	35
Индекс прибыльности (PI)%	1,22

9. Риски и гарантии

Описание рисков, с которыми может столкнуться магазин на этапе подготовки и в процессе работы приведено в Табл. 5.

Таблица 5. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
Затягивание сроков открытия, рост стартовых вложений	низкая	средняя	Пользование услугами юристов при оформлении документов
Удорожание импортной продукции вследствие ослабления	средняя	средняя	Увеличение объемов закупки вина из стран-производителей
Рост числа конкурентов	низкая	средняя	Расширение ассортимента, пересмотр ценовой политики, графика работы, развитие программ, повышающих лояльность клиентов
Падение продаж вследствие снижения платежеспособности населения	средняя	средняя	Пересмотр ассортиментного предложение, развитие программ, повышающих лояльность клиентов

10. Приложения

Приложение 1

Основные финансовые показатели проекта в пятилетней перспективе

	Год 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Инвестиции в оборотные средства	900 000											
Выручка, руб.	0	0	0	264 443	471 398	471 398	597 870	597 870	620 865	666 855	712 845	712 845
Переменные затраты, руб.	0	0	0	103 500	184 500	184 500	234 000	234 000	243 000	261 000	279 000	279 000
Постоянные затраты, руб.	85 000	85 000	85 000	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500
ФОТ (с отчислениями), руб.	0	0	0	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557
Налог УСН 15%	0	0	0	0	0	0	0	0	609	4 807	9 006	9 006
Чистая прибыль	-85 000	-85 000	-85 000	-212 864	-86 909	-86 909	-9 937	-9 937	3 450	27 241	51 033	51 033
Прибыло ДС	0	0	0	264 443	471 398	471 398	597 870	597 870	620 865	666 855	712 845	712 845
Выбыло ДС	85 000	85 000	85 000	477 307	558 307	558 307	607 807	607 807	617 415	639 614	661 812	661 812
Денежный поток (CF)	815 000	-85 000	-85 000	-212 864	-86 909	-86 909	-9 937	-9 937	3 450	27 241	51 033	51 033
Денежный поток НИ	815 000	730 000	645 000	432 136	345 227	258 318	248 381	238 445	241 894	269 135	320 168	371 201

	Год 2											
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	839 318	850 815	896 805	1 011 780	1 310 715	1 954 575	2 299 500	919 800	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780
Переменные затраты, руб.	328 500	333 000	351 000	396 000	513 000	765 000	900 000	360 000	378 000	396 000	432 000	396 000
Постоянные затраты, руб.	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500
ФОТ (с отчислениями), руб.	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557
Налог УСН 15%	20 552	21 601	25 800	36 296	63 586	122 365	153 854	27 899	32 098	36 296	44 693	36 296
Чистая прибыль	116 459	122 407	146 199	205 677	360 322	693 403	871 839	158 094	181 886	205 677	253 260	205 677
Прибыло ДС	839 318	850 815	896 805	1 011 780	1 310 715	1 954 575	2 299 500	919 800	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780
Выбыло ДС	722 858	728 408	750 606	806 103	950 393	1 261 172	1 427 661	761 706	783 904	806 103	850 500	806 103
Денежный поток (CF)	116 459	122 407	146 199	205 677	360 322	693 403	871 839	158 094	181 886	205 677	253 260	205 677
Денежный поток НИ	487 660	610 067	756 266	961 943	1 322 265	2 015 669	2 887 508	3 045 602	3 227 488	3 433 166	3 686 426	3 892 103

	Год 3											
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	1 057 770	1 126 755	1 195 740	1 057 770	1 149 750	1 149 750	1 241 730	1 241 730	1 540 665	2 184 525	2 529 450	919 800
Переменные затраты, руб.	414 000	441 000	468 000	414 000	450 000	450 000	486 000	486 000	603 000	855 000	990 000	360 000
Постоянные затраты, руб.	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500
ФОТ (с отчислениями), руб.	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557	104 557
Налог УСН 15%	40 495	46 792	53 090	40 495	48 892	48 892	57 289	57 289	84 579	143 358	174 847	27 899
Чистая прибыль	229 469	265 156	300 843	229 469	277 052	277 052	324 635	324 635	479 280	812 361	990 797	158 094
Прибыло ДС	1 057 770	1 126 755	1 195 740	1 057 770	1 149 750	1 149 750	1 241 730	1 241 730	1 540 665	2 184 525	2 529 450	919 800
Выбыло ДС	828 301	861 599	894 897	828 301	872 698	872 698	917 095	917 095	1 061 385	1 372 164	1 538 653	761 706
Денежный поток (CF)	229 469	265 156	300 843	229 469	277 052	277 052	324 635	324 635	479 280	812 361	990 797	158 094
Денежный поток НИ	4 121 572	4 386 729	4 687 572	4 917 041	5 194 093	5 471 145	5 795 780	6 120 414	6 599 694	7 412 055	8 402 852	8 560 946

	Год 4											
	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780	1 057 770	1 356 705	1 195 740	1 057 770	1 149 750	1 149 750	1 241 730	1 540 665
Переменные затраты, руб.	378 000	396 000	432 000	396 000	414 000	531 000	468 000	414 000	450 000	450 000	486 000	603 000
Постоянные затраты, руб.	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500
ФОТ (с отчислениями), руб.	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	47 781	51 980	60 377	51 980	56 178	83 468	68 774	56 178	64 575	64 575	72 972	100 262
Чистая прибыль	270 759	294 551	342 134	294 551	318 342	472 987	389 717	318 342	365 925	365 925	413 508	568 153
Прибыло ДС	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780	1 057 770	1 356 705	1 195 740	1 057 770	1 149 750	1 149 750	1 241 730	1 540 665
Выбыло ДС	695 031	717 230	761 627	717 230	739 428	883 718	806 024	739 428	783 825	783 825	828 222	972 512
Денежный поток (CF)	270 759	294 551	342 134	294 551	318 342	472 987	389 717	318 342	365 925	365 925	413 508	568 153
Денежный поток НИ	8 831 705	9 126 256	9 468 389	9 762 940	10 081 282	10 554 268	10 943 985	11 262 327	11 628 252	11 994 177	12 407 685	12 975 838

	Год 5											
	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	2 184 525	2 529 450	919 800	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780	1 057 770	1 356 705	1 195 740	1 057 770	1 149 750
Переменные затраты, руб.	855 000	990 000	360 000	378 000	396 000	432 000	396 000	414 000	531 000	468 000	414 000	450 000
Постоянные затраты, руб.	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500	106 500
ФОТ (с отчислениями), руб.	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750	162 750
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	159 041	190 530	43 583	47 781	51 980	60 377	51 980	56 178	83 468	68 774	56 178	64 575
Чистая прибыль	901 234	1 079 670	246 968	270 759	294 551	342 134	294 551	318 342	472 987	389 717	318 342	365 925
Прибыло ДС	2 184 525	2 529 450	919 800	965 790	1 011 780	1 103 760	1 011 780	1 057 770	1 356 705	1 195 740	1 057 770	1 149 750
Выбыло ДС	1 283 291	1 449 780	672 833	695 031	717 230	761 627	717 230	739 428	883 718	806 024	739 428	783 825
Денежный поток (CF)	901 234	1 079 670	246 968	270 759	294 551	342 134	294 551	318 342	472 987	389 717	318 342	365 925
Денежный поток НИ	13 877 071	14 956 741	15 203 709	15 474 468	15 769 018	16 111 152	16 405 702	16 724 044	17 197 031	17 586 748	17 905 090	18 271 015

Материал <http://www.openbusiness.ru/>