

ИНСТРУКЦИЯ

ПО РАБОТЕ С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЮ



ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ.

Финансовая модель – это схема потоков расходов и доходов франчайзи, которая характеризует плановую доходность франчайзи-партнера. По своей сути финансовая модель – это оцифрованный бизнес-план будущего предприятия.

Для удобства франчайзи нами была составлена и проработана финансовая модель, которая наглядно демонстрирует прогнозные доходы и расходы предприятия, а также дает детальную расшифровку, из чего расходы и доходы складываются.



КОЛБА | ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ
МАГАЗИНА "КОЛБА" S=45-60м²

Навигация:

- [○ Инвестиции на открытие](#)
- [○ Модель на один месяц](#)
- [○ Модель на один год](#)
- [○ Список первой закупки](#)

Данный файл представляет собой полную финансовую модель магазина

Цель создания модели - продемонстрировать устойчивость бизнеса в условиях текущей конъюнктуры рынка.

В модели детализированы доходы (декомпозиция доходов по воронке продаж), расходы (постоянные и переменные), автоматически рассчитывается фин.результат и основные показатели.

Задача модели - дать возможность быстро и просто оценить потенциальный финансовый результат бизнеса, оценить эффективность вложений.

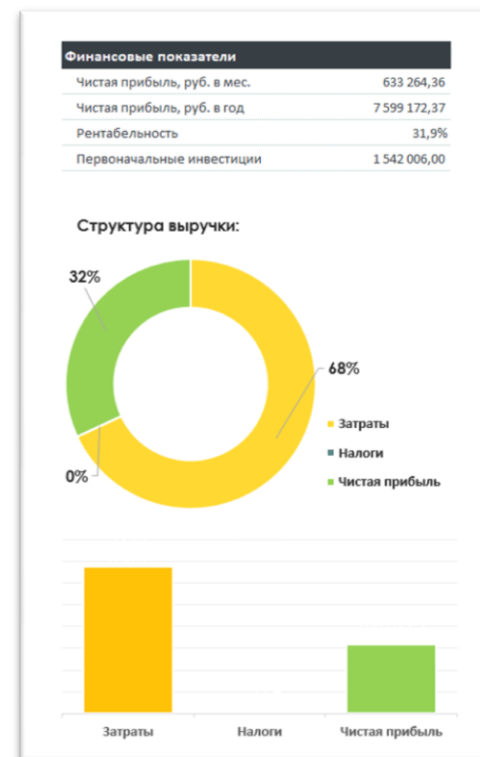
Представленные изначально цифры объективны и опираются на уже существующую информацию, однако, модель дает возможность "смоделировать" различные ситуации, меняя показатели.

СУЩЕСТВУЕТ 2 ВАРИАНТА ФИНМОДЕЛИ

Во франшизном пакете представлены два варианта финансовой модели:

Упрощенная финансовая модель – данная модель показывает и моделирует финансовые показатели бизнеса в рамках одного усредненного по показателям месяца на примере работающей 7-9+ месяцев точки

Полная финансовая модель – данная модель показывает и моделирует финансовые показатели бизнеса с 1го по 12 месяц с момента открытия, учитывая сезонность, рост количества посетителей и переменные расходы на рекламу



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ

Обратите внимание, что финансовые модели в обоих случаях – это **PnL** (Profit&Loss report, отчет о прибылях и убытках, отчет о доходах и расходах – бухгалтерский отчет).

Так как платежи клиентов осуществляются по факту оказания услуг (иными словами, формат «услуга за деньги»), то момент фактического оказания услуги и получения денежных средств происходят в один и тот же день. Это значит, что даты получения денежных средств и признания выручки (факты выполнения обязательства – оказания услуги) одинаковы. А, значит цифры выручки = доходам = поступления денежных средств в периоде.

Физически деньги, которые остаются на «руках», могут отличаться, так как себестоимость продуктов в отчете списывается пропорционально продажам, а фактически – закупка делается 1 раз в 2 недели или в месяц.

Финансовая модель на год << ичеки для редактирования показателей

Месяц	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Товар												
Цена закупки, рублей												
Аппараты	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077	7 077
Прочее оборудование	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441	4 441
Расходники	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223	223
Средняя наценка, %												
Аппараты	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%	52%
Прочее оборудование	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%	45%
Расходники	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
Средний чек												
Аппараты	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757	10 757
Прочее оборудование	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439	6 439
Расходники	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413
Количество продаж												
Аппараты	9	17	23	29	34	39	44	47	49	52	54	59
Прочее оборудование	4	7	13	17	19	20	23	27	29	31	34	36
Расходники	343	630	1 125	1 496	1 958	2 185	2 203	2 335	2 396	2 498	2 596	2 679
Доходы	204 901	496 103	792 244	1 018 600	1 112 364	1 489 735	1 561 269	1 611 001	1 702 309	1 789 539	1 870 801	1 971 702

(!) Стоит отметить, что финансово-экономические модели не являются гарантом развития будущих событий и не могут предугадать тренд.

УПРОЩЕННАЯ ФИНМОДЕЛЬ

Модель построена таким образом, что основные показатели в ней можно менять («желтые поля») – и наглядно видеть зависимость доходов, расходов и прибыли от изменяемых показателей.

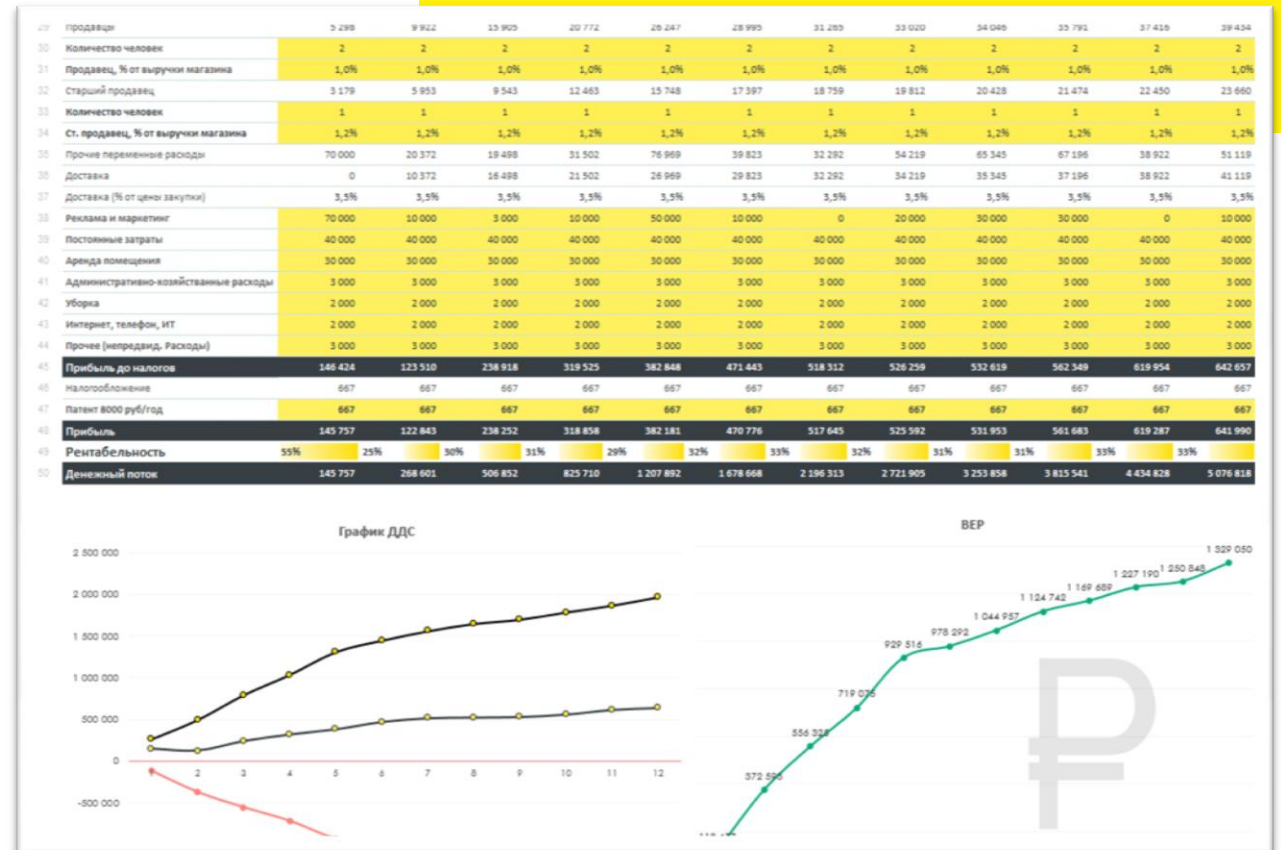
Финансовая модель на месяц

Доходы						1 984 586
наименование товарных позиций	цена закупки	% наценки	средний чек, руб.	объем продаж, шт., мес.	выручка, руб.	
Аппараты	7 077,00	52,0%	10 757,04	59	634 665,36	
Прочее оборудование	4 441,00	45,0%	6 439,45	38	244 699,10	
Расходники	223,00	85,0%	412,55	2 679	1 105 221,45	
Затраты						1 350 655
переменные затраты						1 308 655
Себестоимость продукции (закупка аппараты)						417 543
Себестоимость продукции (закупка прочего оборудования)						168 758
Себестоимость продукции (закупка комплектующих)						597 417
Заработная плата - Продавцы (2% от выручки, 2 человека)				2,0%	39 692	
Заработная плата - Старший продавец (1.2% от выручки, 1 чел)				1,2%	23 815	
Доставка (% от цены закупки)				3,5%	41 430	
Реклама и маркетинг						20 000
Постоянные затраты						42 000
Аренда помещения						30 000
Административно-хозяйственные расходы						3 000
Уборка						2 000
Интернет, телефон, ИТ						2 000
Прочее (непредвид. Расходы)						5 000
Прибыль до налогов						633 931
Налогообложение						667
Патент (8000 рублей/год)						667
Чистая прибыль						633 264

ПОЛНАЯ ФИНМОДЕЛЬ

Полная финансовая модель усложняет простую версию, однако, имеет ряд преимуществ, позволяя получать следующие данные:

- Прогнозы доходов/расходов и финансовых результатов на год вперед – с 1-го месяца с момента открытия вплоть до 12-го месяца
- Учитывает сезонность бизнеса, динамику прироста клиентской базы, изменения и тренды в использовании бюджетов рекламных компаний
- Имеет свод ключевых показателей, которые изменяются в зависимости от вводных данных:



МАТЕМАТИКА БИЗНЕСА

Работая в любом бизнесе важно понимать, что каждое действие, осуществляемое руководителем в ходе принятия ключевых решений, или сотрудником, в ходе выполнения ежедневных задач, непосредственно влияет в той или иной мере на деятельность компании. Более того, эффективность каждого действия можно измерить количественно. В то же время, не обязательно измеряться все, но минимальный набор конкретных инструментов необходимо знать.

Ниже рассмотрена формула, отражающая систему продаж в компании и раскладывающую бизнес на простые и понятные составляющие:

Прибыль = $M * (L * C * P * Q)$, где L – количество лидов (потенциальных клиентов).

Это люди, которые оставили заявку на сайте или зашли на выставочную точку. C - это конверсия. Обычно процент конверсии из лидов в клиентов. Т.е. сколько людей среди тех, кто оставили заявку, в конце концов совершили покупку и оплатили. Обычно конверсия говорит об эффективности работы менеджеров по продажам. Чем она выше, тем, естественно, лучше.

P - средний чек, или средняя суммы сделки с клиентами.

Q - повторные продажи. Количество повторных продаж, зависит от того, как выстроена работа с постоянными клиентами.

M – маржа, или процент прибыли в стоимости продукции.

Итого, получаем, что прибыль - это просто перемножение этих показателей. К примеру, увеличение каждого из них всего на 20% приводит к увеличению прибыли более чем в 2 раза!

Данная формула и расшифровка приведены по той причине, что именно благодаря подсчету данных показателей можно понимать следующие вещи:

- Насколько эффективно работает реклама (SMM менеджеры и группы в соц. Сетях)
- Насколько эффективно работают сотрудники (менеджеры по продажам)
- Стоит ли работать над «допродажами» и повышением среднего чека (смотрим отчеты о продажах)
- На что можно повлиять, чтобы качественно увеличить прибыль? (комплексная оценка бизнеса)

Мы настоятельно рекомендуем франчайзи-партнерам считать показатели и следить за качеством оказания услуг, используя инструменты, предложенные нами, а именно:

- 1С систему, ежедневные отчеты
- Требования и стандарты качества оказания услуг