

**ТОО "Дыня"**

**Бизнес-План**

**Маркетплейс продуктовых магазинов**

**“Дыня”**

**г. Нур-Султан**

**2021 г.**

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

1. Название проекта: «Дыня»
2. Наименование юр лица: ТОО "Дыня"
3. Наименование заявителя (полное и сокращенное): Аскар Аскаров
4. Сведения о месте нахождения, юридический адрес: г. Нур-Султан, ул Карасай 74
5. Сайт (при наличии): [www.Дыня.kz](http://www.Дыня.kz)
6. Предполагаемая к выпуску продукция (товар, услуга) или бизнес-процесс:  
*Маркетплейс продуктовых магазинов*
7. Предполагаемый срок запуска проекта с момента получения гранта: Уже запущен.  
Расширение планируется после получения гранта в октябре 2020.

## 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЕКТА:

### 2.1. Основные характеристики продукта, создаваемого в рамках реализации проекта (функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукта).

ДЫНЯ- это онлайн платформа куда может подключиться продуктовый магазин и начать продавать в онлайн или маркетплейс продуктовых магазинов, который позволяет делать покупки в близлежащих магазинах с 15-ти минутной доставкой на дом.

#### Проблемы, существующие на рынке:

- Долгая доставка.
  - Крупные гипермаркеты и супермаркеты расположены в нескольких локациях по городу, что повышает
- Узкий ассортимент
  - Небольшие продуктовые магазины имеют ограниченный ассортимент
- Узкий ассортимент
  - Небольшие продуктовые магазины имеют ограниченный ассортимент

#### Решение:

ДЫНЯ- это online магазин, в котором можно заказать продукты питания и товары бытовой химии, объединяющая продовольственные магазины и потребителей.

Преимущества Дыня:

- **Для клиентов** - это онлайн магазин по доставке продовольственных и бытовых товаров до двери в городе Нур-Султан.
- **Для продуктовых магазинов** - это возможность подключения к платформе, которая обеспечит дополнительные продажи через онлайн и предоставит доставку до клиента.

Характеристики Дыня:

- сайт, мобильное приложение, социальные сети
- интеграция с учетными системами (1С, Umag и другие)
- back office с модулями обработки заказов и управлением контента сайта
- команда из оператора call-центра, сборщика заказов и курьера
- сборка заказа через мобильное приложение

**2.2. Новизна предлагаемых в проекте решений** (в том числе информация об актуальности и уникальности проекта; новизна предлагаемых решений реализации бизнес-проекта, т.е. каналы сбыта, построение маркетинговой стратегии, материал/способ производства продукции и т.п.; технологический уровень проекта).

Сфера доставки еды в Казахстане активно развивается. Спрос на этот сегмент бизнеса растет ежегодно, хотя предложение еще остается на низком уровне. В крупнейших городах страны – Алматы и Нур-Султан – доставку продуктов на дом осуществляет всего 1 ресторан на 4,5-4,8 тыс. жителей, а также несколько онлайн-сервисов. Ситуация в других городах республики подобная.

Порядка 40-45% граждан пользуются услугами служб доставок, ежедневно еду заказывают более 100 тыс. человек. Сейчас у многих казахстанцев нет достаточно времени на походы в магазин, и доставка на дом через онлайн-заказ – отличный способ сэкономить время, получить свежей еды и создать продуктовые запасы, не выходя на улицу. Кроме того, в сегодняшних реалиях карантина и самоизоляции доставка продуктов является более безопасным способом покупок необходимых продуктов.

Уникальность онлайн маркетплейса Дыня:

- Бесплатная доставка для потребителей.
- Быстрая доставка – максимум 15 минут.

- Широкий ассортимент (супермаркеты, минимаркеты, специализированные магазины, такие как здоровое питание и нишевая продукция).
- Маркетплейс как местных продуктов, так и продукции других регионов.
- Бесконтактная доставка.
- Масштабирование в другие города Казахстана

### **2.3. Наличие патентов и иных правоохранных документов по тематике проекта.**

Все разработанные алгоритмы являются уникальными и будут защищены законом об интеллектуальной собственности. Система была разработана на основе более тысячи успешных кейсов и многолетнего опыта в сфере доставки и ведения проектов.

**2.4. Описание бизнес-процесса проекта либо создания продукта** (в том числе информация о сроке окупаемости бизнес-проекта; конкурентоспособность бизнес-проекта; информация о поставщиках и потребителях; наличие договоров/контрактов на поставку товара/основных средств/сырья и материалов/оказание услуг/работ/приобретение технологий/франшизы/патента и т.д.).

#### **Схема работы**

- Покупатель на сайте компании выбирает желаемые артикулы, указывает свои данные, выбирает способ оплаты, другие необходимые данные и отправляет запрос на обработку.
- Представитель фирмы звонит клиенту по указанному номеру для подтверждения заказа, уточнения нюансов по оплате, доставке и др.
- Курьер собирает заказ: либо берет товары со склада компании, либо едет к компании-партнеру, где забирает приготовленную корзину товаров.
- Курьер доставляет заказ клиенту в нужное время по оговоренному адресу в течение 15-ти минут.

Покупатель может оплачивать заказ как наличными, так и электронным платежом.

Потребуется собрать базу магазинов и кафе, с которыми возможно создать партнерство. С управляющими этих заведений проводятся встречи, переговоры и заключаются договоры.

В продуктовом ассортименте должны быть все основные группы продуктов:

- овощи, фрукты, грибы;
- молочные продукты, сыр;

- мясо;
- рыба и морепродукты;
- бакалея;
- хлеб;
- кондитерские изделия и т.д.

Из готовых блюд пользуются спросом:

- бизнес-ланчи;
- пиццы;
- бургеры;
- суши, роллы, сеты и другие блюда японской кухни;

Оборудование, в том числе, холодильные магазины и стеллажи планируется заказывать у местных поставщиков – уже имеются договоренности. Разработкой онлайн платформы занимается местная IT компания, которая продолжит доработку для отслеживания доставки и оптимизации логистических процессов.

Продукцию планируется реализовывать через онлайн платформу, [www.Дыня.kz](http://www.Дыня.kz).  
Онлайн платформа это:

- Многоканальный прием заказов
- Back офис по сборке и управлению заказами
- Интеграция с 1С
- Управление курьерской доставкой и аналитика

На данном этапе имеется полноценный сайт (который дорабатывается), уже есть договоренности с партнерами о размещении их продукции на сайте, а также в день совершается 50 заказов со средним чеком 5 тыс тенге.

**2.5. Обеспечение ресурсами** (в том числе: наличие помещения и инфраструктуры для реализации бизнес-проекта; наличие рынка сбыта и возможность коммерциализации предлагаемых результатов бизнес-проекта).

Для курьерской службы не потребуется офиса большой площади. В нем будут работать консультанты по обработке заказов от клиентов. Сами же курьеры находятся в движении.

В качестве партнеров выступают магазины от Мясной Лавки и фермерских продуктов до Супермаркетов и Магазинов бытовой химии. Наши партнеры – это продовольственные магазины, которые благодаря нашей платформе получают следующую выгоду:

- Увеличение продаж.
- Узнаваемость магазина и расширение клиентской аудитории.
- Повышение среднего чека.
- Маркетинговое продвижение.

**Кроме того для партнеров мы осуществляем :**

- Сайт. Бесплатно предоставляем сайт, где размещаются ваши товары
- Учетная система
- Продажи. Мы рекламируем ваш магазин и генерируем дополнительные продажи
- Мерчендайзинг (размещение продукции на сайте)
- Низкие цены. Объединяя магазины мы предоставляем низкие цены от поставщиков
- Доставка. Доставляем заказ до клиента
- Сборка заказа. Предоставляем удобное мобильное приложение для быстрой сборки заказа

### **3. ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ:**

#### **3.1. Объем и емкость рынка продукта, анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, в которой будет реализован проект, перспектива расширения бизнеса.**

Электронная коммерция уже давно стала частью жизни каждого из казахстанцев: мы привычно покупаем одежду, обувь, мебель и бытовую технику онлайн. Но сегмент покупок продуктов в интернете – все еще новое для Казахстана направление. По оценкам экспертов, e-grocery уже претендует на роль драйвера развития онлайн-продаж в целом. Термином E-grocery обозначают торговлю продуктами питания, напитками, бытовой химией, товарами для детей, словом, всем тем, чем торгуют офлайновые гипермаркеты, в том числе через интернет.

Рынок доставки еды в Казахстане достиг 11,6 миллиардов тенге. В целом казахстанский рынок доставки растет на 20% в год. Основным драйвером рынка стала доставка продуктов питания, число заказов увеличилось в 3–4 раза (Forbes.kz). Объем рынка доставки еды в

Казахстане составляет \$31 млн или 11,6 млрд тенге. При этом рынок растет примерно на 20% в год. Доход на пользователя в год в Казахстане составляет 47\$, среднемировой - 83\$.

### 3.2. Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение технико-экономических характеристик с аналогами (Таблица 1.).

E-grocery преимущественно используется для еженедельных закупок, но доля ежедневных стремительно растет. В Казахстане появляются новые игроки, как полноформатные («MagSDUm», «Гипермаркет КенMart», «Астыкжан», «А2» и тд), так и ориентированные исключительно на доставку (Foodmood, Arbuz, Vkusmart, Proviant, Ayanmarket). Также существуют исключительно онлайн-ритейлеры, такие как «Glovo», а часть ритейлеров развивает свой интернет-бизнес с помощью сторонних логистических операторов.

Таблица 1.

Наименование показателей	Значение показателей			
	Дыня	Proviant, Foodmood, Астыкжан	Гипермаркет КенMart, MagSDUm	Glovo
<b>Цена</b>	Бесплатно	Бесплатно от 10 000 -25 000 тг От 700 тг	От 1000 тг	Платно
<b>Отслеживание курьера</b>	да	нет	нет	да
<b>Широкий Ассортимент</b>	да	нет	нет	нет
<b>Удобное приложение</b>	да	нет	да	да
<b>Доставка макс 15 мин</b>	да	нет	нет	нет
<b>Итого</b>	9.3	7.6	6.8	5.9

### 3.4. Стратегия продвижения продукта на рынок.

- Описание рынков сбыта (экспортный и внутренний), в том числе описание основных компаний, работающих в данном сегменте рынка; описание продукции, предлагаемой компаниями-конкурентами.

На казахстанском рынке есть до Рынок сбыта это продуктовые магазины с одной стороны и потребители с другой.

Астыкжан - Приложение с каталогом и акциями. Девиз - экономия, удобство, качество. Работает в Астане и Костаная. Работает до 20:00.

FoodMood: Доставка от 10.000 тг. Служба занимается доставкой на дом и в офисы по городу. В списке продукты питания, напитки и других товары.

Гипермаркет КенМарт имеет приличный каталог на сайте, откуда вы и можете собрать свою продуктовую корзину. Доставка стоит от 999 тг

*- Количественные характеристики рынка (годовые объемы в натуральном и денежном выражении, тенденции к росту или падению спроса).*

Рынок доставки еды в Казахстане достиг 11,6 миллиардов тенге. В целом казахстанский рынок доставки растет на 20% в год. Основным драйвером рынка стала доставка продуктов питания, число заказов увеличилось в 3–4 раза (Forbes.kz). Объем рынка доставки еды в Казахстане составляет \$31 млн или 11,6 млрд тенге. При этом рынок растет примерно на 20%. На данном этапе на рынке Казахстана присутствуют онлайн маркетплейсы такие как

*- Обоснование потенциальной доли рынка, которую способна занять продукция компании.*

С учетом наличия нескольких конкурентов и собственных доставок крупных продуктовых игроков, Дыня планирует занять 20%-30% всего рынка, что приблизительно составляет 5-10 миллионов долларов в год.

*- Наличие договоренностей с потенциальными потребителями продукции и документы, подтверждающие готовность приобретать продукцию (протоколы намерений, предварительные договоры поставки, договоры поставки).*

На сайте доступны продукты и товары бытовой химии 15 магазинов. В день уже осуществляется доставка 50 заказов. Кроме того ведутся переговоры с сетью А2.

#### **Договора поставщиков в Приложении.**

*- Наличие факторов, обеспечивающих существенное влияние на успешную реализацию продукции на данном рынке (ценовая политика, превосходство продукции по техническим характеристикам, репутация на рынке, отношения с контрагентами, трудовой коллектив, нерядовые качества продукции, географические и и Перспективы карьерного роста).*

#### **Маркетинговое продвижение со стороны Дыня это:**

- продвижение магазина в онлайн (instagram, facebook, google, yandex, СМИ);
- продвижение магазина в оффлайне (баннера на автобусах, билборды на улицах и остановках, лифты, подъезды);



- радио и TV.

#### **Магазины:**

- Брендовая вывеска у входа (название by ДЫНЯ);
- Оформление кассовой зоны;
- Оформление торгового зала.

Основная целевая аудитория – женщины, домохозяйки в возрасте от 20-70 лет. достаток не ниже среднего. Мы предлагаем им 15 разнопрофильных магазинов с доставкой до двери. Каждый магазин - это эксперт в своей области, соответствующий высоким стандартам качества продуктов.

Для потребителей Дыня это:

- широкий ассортимент товаров
- доступные цены (скидки, акции)
- бесплатная и бесконтактная доставка до двери
- качество и свежесть продуктов
- возможность возврата товара
- возможность постоплаты

## **4. КОМАНДА ПРОЕКТА:**

**4.1. Количество сотрудников, направление их деятельности и их квалификация с приложением резюме и документов, подтверждающих квалификацию (диплом, сертификаты).**

Компания состоит из группы специалистов с опытом в различных областях (онлайн продукты, маркетинг, ведение крупных международных проектов).

Директор – Кайрат, успешный запуск таких проектов как “”, запуск онлайн магазина “”. Имеет Бакалавриат и степень магистра в Компьютерных науках и Менеджменте проектов.

Со-основатель – Аскар Аскаров, выпускник SDU, основатель школы программирования, 3+ лет опыт ведения проектов по оценке рисков в самой крупной международной компании Казахсатан.

Менеджер по операционным вопросам – Анельатер, выпускник SDU школы гуманитарных и социальных наук, участник старт ап проекта по оцифровыванию продуктовых сетей.

#### **4.2. Организационная структура управления. Схема привлечения новых специалистов.**

Для работы потребуется различный персонал. Одна группа работников – консультанты-операторы – займется взаимодействием с клиентами, принятие заказов, оплатой и пр. На второй группе – курьерах – лежит обязанность оперативной перевозки, доставки заказа до адреса, указанного клиентом.

Операторы должны уметь вести диалог, работать с покупателями, быть приветливыми, уметь работать с возражениями, оперативно решать конфликты. Для их работы полезно составить инструкцию, в соответствии с которой обучать людей. Курьеры будут и водителями. Они должны хорошо знать карты своих районов или всего города, иметь навигаторы. Эти сотрудники должны отличаться пунктуальностью и вежливостью. Еще одна важная роль – операционист, который

Для популярности службы доставки работа всего персонала должна отличаться тремя качествами: высокой скоростью, качеством работы и вежливостью.

Бухгалтера планируется взять на аутсорсе. Администратором на первых порах будет сам предприниматель.

Специалисты  
 Менеджер  
 Оператор  
 Курьер  
 Операционист

### **5. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:**

#### **5.1. SWOT анализ**

Сильные стороны Проекта	Возможности и перспективы
-------------------------	---------------------------

1. Наличие опыта и навыков в данной сфере 2. Качественный и профессиональный сервис 3. Мобильность предприятия, возможность быстрого реагирования на изменение спроса потребителей; 4. Быстрая доставка 5. Отечественный производитель 6. Низкая цена	1. Расширение услуг; 2. Увеличение онлайн доставок продуктов 3. Заключение договоров с различными организациями на долгосрочное сотрудничество 4. Выход на рынки СНГ и мировые рынки
<b>Слабые стороны Проекта</b>	<b>Угрозы внешней среды и риски</b>
1. Зависимость от партнеров 2. Нестабильность доходов 3. Новый бренд на рынке , что потребует необходимых мероприятий для развития узнаваемости	1. Появление конкурентов 2. Российские и зарубежные аналоги 3. Высокая чувствительность потребителей к ценам; 4. Форс-мажор

**5.2. План реализации проекта, с указанием этапов, конкретных получаемых результатов, временных интервалов и необходимых средств** (план составляется как на период финансирования проекта, так и после окончания данного периода) (Таблица 2.).

Миссия – повышать качество жизни людей, предлагая только свежие продукты питания и высокий уровень обслуживания каждый день.

Видение – стать лидером на рынке Казахстана и СНГ в качестве маркетплейса продуктовых магазинов.

Таблица 2.

Наименование этапа реализации проекта	Срок этапа	Стоимость этапа (тг)	Качественные и количественные результаты
Приобретение необходимого оборудования (холодильные камеры, стеллажи, сумки)	Окт-дек 2020	2 450 000	Оснащение курьерского сервиса
Доработка вебсайта	Окт-дек 2020	1 550 000	Удобный и легкий вебсайт для заказов, отслеживание курьеров и локации доставки. Оптимизация логистики.
Реклама и брендинг курьерских машин	Нояб-дек 2020	1 500 000	Брендинг машин и круномасштабная рекламная кампания

План реализации:

2 квартал 2020	3 квартал 2020	4 квартал 2020	1 квартал 2021	2021	2022
Сайт с воронкой продаж, первые партнеры	Доработка веб сайта (добавление отслеживаний курьера	Заключение договоров с А2	Увеличение охватов и партнеров	Охват рынка Казахстана	Выход на рынок СНГ
Получение первого раунда инвестиций	Получение гранта от НПП Атамекен	Развитие концепции «Передвижной _» – сборка заказа во время доставки	Реклама в СМИ и концепция «Передвижной _»	Увеличение партнерств	

План продаж.

2020 июль	2020 октябрь	2021 февраль	2021 июль
50 заказов в день	80 заказов в день	120 заказов в день	200 заказов в день
<b>Выручка 250,000</b> тг/день	<b>Выручка 400,000</b> тг/день	<b>Выручка 600,000</b> тг/день	<b>Выручка 1000,000</b> тг/день

## 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН:

6.1. Общий объем финансирования проекта, в том числе объем инвестиций или собственных средств, источники средств и формы их получения (Таблица 3.).

6.2. Ранее привлеченное финансирование на реализацию проекта (с указанием этих источников).

Таблица 7.

Наименование	Кол-во	Цена, тенге	Сумма, тенге	В том числе:	
				Собствен ные средства	Грант

<b>Итого</b>			<b>5 500 000</b>	<b>500 000</b>	<b>5 000 000</b>

<b>Ресурсы для финансирования</b>	<b>Процент</b>	<b>Totals</b>
Денежные средства гранта	<b>90.91%</b>	5,000,000
Собственные средства	<b>9.09%</b>	500,000
<b>Итого ресурсы для финансирования</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,500,000</b>

**6.3. Основные плановые экономические показатели** (расходы на производство, прибыль, чистая прибыль, рентабельность выпускаемого продукта) к концу реализации проекта, приложить расчет показателей в формате Excel.

Финансовая эффективность проекта:

Источником окупаемости инвестиций является чистый доход от реализации услуг.

Таблица 8

<b>Финансово-экономические показатели проекта</b>	<b>Значения</b>
Ставка дисконтирования	15%
Чистая приведенная стоимость	10,504,854,713
Внутренняя Норма Доходности	36444%
Индекс Прибыльности	1,020.54
Период окупаемости	13 мес
Дисконтируемый период окупаемости	1.43

Показатели эффективности проекта свидетельствуют о наличии «запаса прочности» проекта, что гарантирует своевременный возврат вложенных средств даже в случае отрицательных отклонений фактических данных реализации проекта от расчетных данных. Суммарный денежный поток положителен с запуска проекта, что демонстрирует

сбалансированность доходных и расходных статей проекта. Чистая приведенная стоимость проекта (NPV) положительна, что указывает на целесообразность реализации данного проекта.

**6.4. Расчет плана-прогноза доходов, расходов, движения денег, в разбивке по месяцам, с приложением расчетов в табличном виде в формате Excel. Расчеты по доходам с расшифровкой по видам деятельности, по затратам с расшифровкой по статьям затрат.**

*Основные виды предоставляемых услуг:*

*Таблица: 9.*

Клиент	Цена за месяц, \$	Цена за месяц, тенге	Цена за 3 месяца \$	Цена за 3 месяца тенге	Цена за год, \$	Цена за год, тенге

*Таблица 10. Производственная программа предоставляемых услуг.*

Продукты и сервисы	Year One / Первый год	Year Two / Второй год	Year Three / Третий год	Year Four / Четвертый год
Цена за единицу				
Валовый доход за единицу				
Прогнозный объем реализации				
Объем продаж				
Аллокация постоянных затрат (распределение)				
Прогнозируемая выручка				
Переменные затраты				
Валовый доход				
Постоянные затраты				
Прибыль				

<b>Точки безубыточности по продажам (выручка)</b>				
<b>Точки безубыточности по продажам (объем)</b>				
Цена за единицу				
Валовый доход за единицу				
Прогнозный объем реализации				
Объем продаж				
Аллокация постоянных затрат (распределение)				
Прогнозируемая выручка				
Переменные затраты				
Валовый доход				
Постоянные затраты				
Прибыль				
<b>Точки безубыточности по продажам (выручка)</b>				
<b>Точки безубыточности по продажам (объем)</b>				

Таблица 11. Операционные затраты, тенге.

Постоянные операционные затраты	Monthly/в месяц	Year One / Первый год	Year Two / Второй год	Year Three / Третий год	Year Four / Четвертый год
------------------------------------	--------------------	--------------------------	-----------------------------	-------------------------------	---------------------------------

<b>Затраты</b>					
Заработная плата					
Соц.налог					
<b>Амортизация</b>					
<b>Итого прочие затраты</b>					
<b>Итого постоянные операционные затраты</b>					

В данном разделе в сводном виде приведены прогнозы объемов выручки, состав и структура затрат.

Величина дохода от реализации продукции и как финансовый результат величина прибыли. Прогнозный отчет о прибылях и убытках (ОПиУ) представлен в нижеследующей таблице.

*Таблица 12 – Прогноз отчета о прибылях и убытках по годам, тенге.*

	<b>Year One / Первый год</b>	<b>Year Two / Второй год</b>	<b>Year Three / Третий год</b>	<b>Year Four / Четвертый год</b>
<b>Доход (выручка)</b>				
Частный Юрист				
Компания				
<b>Итого доход</b>				



**Валовый доход**

---

**Фонд оплаты труда**

Разработчик фронт  
 Специалист по машинному обучению  
 Специалист по большим данным  
 Менеджер по продажам  
 Маркетолог  
 Итого по ФОТ

---

**Итого по ФОТ****Постоянные операционные затраты**

Тех поддержка  
 Бизнес поездки  
 Аренда  
 Реклама+маркетинг  
 Сервер  
 Разметка данных  
 Консалтинг  
 Прочее

---

**Итого прочие затраты****Прочие расходы**

Амортизация  
 Налоги

---

**Итого Прочие расходы**

---

**Чистая прибыль**

---

**ВЫВОДЫ**

Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего проекта позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах реализации и вложениях проект является надежным и рентабельным. Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для упрочения позиций производства на рынке по основным показателям, получения и увеличения в дальнейшем объемов чистой прибыли. Кроме того в результате правильно подготовленной и примененной маркетинговой стратегии ожидается планомерных рост продаж по всем категориям цен.

Как показал проведенный финансово-экономический анализ настоящего проекта является рентабельным замыслом.

Участником настоящего Проекта планируется привлечь средства гранта (5 000 000 тенге) и собственные средства в размере 500 000 тенге.

Реализация проекта позволит:

- Обеспечить само занятость;
- Обеспечить стабильные налоговые поступления в бюджет.
- Создание рабочих мест.

## Приложение