



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА – 2014 (с финансовой моделью)



МОСКВА 2014

ОПИСАНИЕ

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

К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel.

Для того чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно изменить базовые показатели в финансовой модели.

Сервис, используемый в модели, настолько прост и удобен, что позволяет любому человеку без финансового образования успешно провести расчеты под собственный проект.

Финансовая модель построена таким образом, что позволяет моментально наблюдать изменение показателей эффективности проекта.

Благодаря гибкости финансовой модели, возможна адаптация данного бизнес-плана под новый проект в любом регионе России.

Цели проекта:

- привлечение инвестиционных средств для строительства торгово-развлекательного центра;
- обоснование экономической эффективности открытия торгово-развлекательного центра;
- разработка поэтапного плана создания и развития торгово-развлекательного центра.

Описание проекта

- месторасположение - Московская область,
- повышенная проходимость,
- хорошая транспортная доступность,
- возможность размещения удобной парковки
- покупка земельного участка под строительство - 6 000 кв.м.,
- площадь прилегающих территорий и парков – ***кв.м.,
- *** кинозала на *** человек,

площадь торговых помещений - ***% (***) кв.мю) от всей площади, включая площади под аренду спортивных зон, кафе и ресторанов,
персонал ТРЦ будет работать посменно,
режим работы ТРЦ: без выходных с 10 до 24 часов,
*** тыс.руб. направить на маркетинговые расходы до завершения строительства и
***% выручки от аренды после ввода в эксплуатацию.

Средняя стоимость аренды помещений:

аренда торговых мест на подземном этаже – *** тыс. руб. в год/кв.м.;
аренда торговых мест на первом этаже - *** тыс. руб. в год/кв.м.;
аренда торговых мест на втором этаже - *** тыс. руб. в год/кв.м.;
аренда площадей под кафе, рестораны, спортивные и детские зоны на третьем этаже - *** тыс. руб. в год/кв.м.;
аренда помещений кинозалов – *** тыс. руб. в год/кв.м.;
услуги паркинга – оказываются бесплатно.

Площади:

площадь подземного этажа – *** кв.м.;
площадь первого этажа – *** кв.м.;
площадь второго этажа – *** кв.м.;
площадь третьего этажа – *** кв.м.
суммарная площадь помещений кинозалов – *** кв. м.

Структура инвестиционных вложений:

строительство – 91%;
покупка земельного участка – ***;
услуги генерального подрядчика и регистрация фирмы – ***%;
оборотные средства – ***%.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений - **437,619 млн. руб.**
Чистый доход (NCF) - *** млн руб.
Чистый дисконтированный доход (NPV) - *** млн руб.
Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов
Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **5,55 года**

Индекс прибыльности (PI) - *** ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %

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

Выдержки из исследования:

Согласно данным официальной статистики, численность постоянного населения в Московской области на начало 2013 года составляло порядка ***млн чел., что было на ***% меньше, чем в предыдущем году. Год спустя, в 2014 году численность населения составила ***млн чел – на ***% больше показателя 2013 года.

В 2013 году расходы на покупку непродовольственных товаров превысили расходы на приобретение продуктов населением – ***% против ***% соответственно. Другой крупной статьёй расходов стали затраты на оплату услуг – ***%.

Оборот розничной торговли в России в 2008-2013 гг. демонстрирует стабильный рост. При этом до 2011 года темпы прироста ежегодно увеличивались, однако в 2012-2013 гг. оборот торговли демонстрировал замедление данных показателей: ***% в 2012 году, ***% в 2013 году. По итогам 2013 года оборот розничной торговли в нашей стране составил *** трлн руб.

Больше половины всего оборота торговли Московской области приходится на продажу непродовольственных товаров – от ***% до ***% в течение анализируемого периода.

В целом в России с 2009-2013 гг. произошло увеличение ввода торгово-развлекательных центров в России. При этом в течение всего анализируемого периода сокращение площади ввода ТРЦ произошло дважды: в 2011 году на -***% и в 2013 году на -***%. В 2013 году было введено порядка ***млн кв. м. общей площади торгово-развлекательных центров.

С посткризисного 2011 года в России в целом наблюдается рост инвестиций в основной капитал крупных организаций розничной торговли. Так, за три года (с 2011 по 2013 гг.) в основной капитал торговых организаций было инвестировано всего порядка *** трлн руб. Из них *** трлн руб. пришлось на 2013 год (+***% по сравнению с 2012 годом).

Доходы от аренды торговых площадей первого этажа приносит ***% выручки, от аренды торговых площадей второго этажа – ***%, третьего – ***%. Выручка от аренды площадей подземной части составляет ***% общей выручки, от аренды кинозалов – ***%.

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 проекта
- 3.2. Спектр услуг
- 3.3. Схема работы компании
- 3.4. Разрешительная документация

4. АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Определение сегмента
- 4.2. Анализ района расположения торгово-развлекательного центра
 - Социально-демографические характеристики населения*
 - Уровень жизни населения (доходы, расходы, безработица, основные предприятия-рабочие места)*
- 4.3. Рынок торгово-развлекательной недвижимости Московской области
 - Оборот розничной торговли*
 - Выручка от продаж*
 - Объемы ввода торгово-развлекательных центров*
 - Инвестиции в основной капитал крупных организаций розничной торговли*
- 4.4. Тенденции рынка торгово-развлекательной недвижимости
 - Общероссийские тенденции*
 - Тенденции рынка Москвы Московской области*
 - Тенденции потребления*
- 4.5. Государственное регулирование отрасли

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- 5.1. Состав персонала
- 5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

- 6.1. Ценовая политика
- 6.2. Рекламная стратегия
- 6.3. Потребители ТРЦ

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 7.1. Расположение торгово-развлекательного центра
- 7.2. Структура использования площадей
- 7.3. Объемы оказываемых услуг
- 7.4. График реализации проекта

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- 8.1. Первоначальные вложения в проект
 - Динамика инвестиционных вложений*
 - Направления инвестиционных вложений*
- 8.2. Доходы проекта
- 8.3. Расходы по проекту
- 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 (РВ)
- 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 ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Численность постоянного населения в Московской области (по данным на 1 января) в 2010-2014 гг., чел.

График 2. Динамика доходов населения Московской области в 2008-2013* гг., руб./чел

График 3. Структура потребительских расходов жителей Московской области в 2013* году, %

График 4. Динамика оборота розничной торговли в России в 2008-2013 гг., млн руб.

График 5. Динамика оборота розничной торговли в Центральном ФО и в Московской области в 2008-2013 гг., млн руб.

График 6. Динамика оборота торговли в Московской области по видам товаров в 2008-2012 гг., млн руб.

График 7. Динамика оборота розничной торговли по форматам торговли в Московской области в 2008-2012 гг., млн руб

График 8. Динамика выручки от продаж по виду деятельности "Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования" в России в 2009-2013 гг., тыс. руб.

График 9. Динамика выручки от продаж по виду деятельности "Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования" в Центральном ФО и Московской области в 2009-2013 гг., тыс. руб.

График 10. Динамика ввода торгово-развлекательных центров в России в 2009-2013 гг., кв. м. общей площади

График 11. Динамика ввода торгово-развлекательных центров в Центральном ФО и в Московской области в 2009-2013 гг., кв. м. общей площади

График 12. Динамика инвестиций в основной капитал крупных организаций розничной торговли (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) в России в 2009-2013 гг. (за январь-ноябрь), млн руб.

График 13. Динамика инвестиций в основной капитал крупных организаций розничной торговли (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) в Центральном ФО и в Московской области в 2009-2013 гг., млн руб.

График 14. Динамика загрузки торгово-развлекательного центра, %

График 15. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

График 16. Чистый доход (NCF) торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

График 17. Чистый дисконтированный доход (NPV) торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

График 18. Влияние уровня цен на NCF, % от уровня цен

График 19. Влияние уровня цен на NPV, % от уровня цен

График 20. Влияние уровня цен на РВ, % от уровня цен

График 21. Влияние уровня цен на DPB, % от уровня цен

График 22. Влияние уровня цен на PI, % от уровня цен

График 23. Влияние уровня цен на IRR, % от уровня цен

График 24. Точка безубыточности проекта, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Возрастной состав населения Московской области в 2013* году, %

Диаграмма 2. Половой состав населения Московской области в 2013 году, %

Диаграмма 3. Изменение структуры оборота торговли в Московской области по видам товаров в 2008-2013* гг., млн руб.

Диаграмма 5. Структура ФОТ персонала торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 6. Структура использования территории строительства торгового центра, %

Диаграмма 7 Структура распределения помещений торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 8. Динамика инвестиционных вложений в проект торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

Диаграмма 9. Структура инвестиционных вложений в проект торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 10. Динамика выручки торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

Диаграмма 11. Структура выручки по видам поступлений торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 12. Структура текущих расходов торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 13. Структура налоговых выплат торгово-развлекательного центра, %

Диаграмма 14. Динамика чистой прибыли торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

Список таблиц:

Таблица 1. Параметры проекта

Таблица 2. Показатели эффективности проекта

Таблица 3. Объем выручки от продаж по виду деятельности "Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования" в регионах ЦФО в 2009-2013 гг., тыс. руб.

Таблица 4. Объемы ввода торгово-развлекательных центров в регионах ЦФО в 2009-2013 гг., кв. м. общей площади

Таблица 5. Персонал торгово-развлекательного центра, чел.

Таблица 6. Площади территории строительства торгово-развлекательного центра, кв.м.

Таблица 7. Площади торгово-развлекательного центра, кв.м.

Таблица 8. Инвестиционные затраты по проекту

Таблица 9. Параметры поступлений торгово-развлекательного центра

Таблица 10. Цены на услуги торгово-развлекательного центра

Таблица 11. Динамика поступлений торгово-развлекательного центра, тыс. руб.

Таблица 12. Структура текущих расходов по проекту, тыс. руб.

Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.

Таблица 14. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.

Таблица 15. Бухгалтерский баланс, тыс. руб.

Таблица 16. Расчет эффективности инвестиционного проекта, тыс. руб.

Таблица 17. Показатели эффективности проекта

Таблица 18. Расчет точки безубыточности торгово-развлекательного центра, %

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



**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ**

Е-mail: info@i-plan.ru

Сайт: www.i-plan.ru

Тел.: +7 (495) 645-97-22