



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ – 2013 (с финансовой моделью)



МОСКВА 2013

ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана магазина бытовой техники и электроники – 2013 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 открытия магазина бытовой техники и электроники;
- обоснование экономической эффективности открытия магазина бытовой техники и электроники;
- разработка поэтапного плана создания и развития магазина бытовой техники и электроники.

Описание проекта:

- местоположение – ЮАО города Москвы;
- в помещении крупного торгового центра либо на первом этаже жилого или административного здания;
- хорошая транспортная доступность;
- расположение в черте города;
- наличие удобного подъезда;

режим работы: ежедневно с 10:00 до 22:00;

широкий ассортимент бытовой техники и электроники – несколько сотен моделей;

общая площадь - *** кв. м.

Помещения:

офисное помещение – *** кв. м.;

торговые помещения – *** кв.м.;

складские помещения – *** кв. м.

Средняя стоимость:

крупная бытовая техника – *** тыс. руб.;

мелкая бытовая техника – *** тыс. руб.;

электроника – *** тыс. руб.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений – **47 492 тыс. руб.**

Чистый доход (NCF) - *** млн.руб.

Чистый дисконтированный доход (NPV) - *** млн.руб.

Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - **6,54 года**

Индекс прибыльности (PI) - *** ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %

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

Выдержки из исследования:

В 2010 году выручка по деятельности розничной торговли электротоварами, радио- и телеаппаратурой выросла на **%, и достигла **млрд руб. В 2011 и 2012гг. рынок ежегодно увеличивался почти на **. Всего в 2012г. было реализовано продукции на **млрд руб. Нужно сказать, что официальные данные по выручке компаний, по тому или иному виду деятельности, в данном случае значительно занижены, реальный оборот рынка бытовой техники в России превышает ** млрд руб. Усложняет ситуацию и наличие **.

По итогам 2012 года объем розничных продаж холодильной и морозильной техники в России составил ** млрд руб., что на **% больше чем в предыдущем году. При этом отмечается увеличение и темпа роста: в 2010 году он был в ** раза меньше.

В 1 кв. 2013г. объем розничных продаж бытовых электроприборов (кухонные комбайны, кофеварки, чайники, электрогрили и т.д.) в России составил ** млрд руб.

Наибольшим спросом аудио- и видеотехника пользуется в ЦФО. В 2012 году там было выручено ** млрд руб. В ** раза меньше составили продажи в Приволжском округе (** млрд руб.).

Продажи мобильных телефонов в России в первом полугодии 2013 г. снизились в натуральном выражении на **% до 16,5 млн устройств к аналогичному периоду 2012 г.

По данным официальной статистики в 2012 году в России от розничной продажи мобильных телефонов было выручено ** млрд руб., что на **% или ** млрд руб. больше, чем в предыдущем году.

Крупнейшей сетью бытовой техники и электроники по площади торговых помещений являлась компания «М.Видео», она занимала почти ** часть площадей в крупнейших городах России. На второй позиции – «Эльдорадо», на долю которой приходилось **% в общей структуре ...

Чуть меньше ** доходов (**%) магазина бытовой техники и электроники приходится поступления от продажи крупной бытовой техники. Более ** всех доходов (**%) занимают поступления от электроники. Меньшая часть дохода (**%) приносит мелкая бытовая техника.

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 магазина
- 3.2. Спектр услуг магазина бытовой техники и электроники
- 3.3. Схема работы магазина бытовой техники и электроники
- 3.4. Разрешительная документация для открытия магазина

4. АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Объем рынка бытовой техники и электроники
 - Динамика объема выручки по годам*
 - Динамика объема выручки по кварталам*
 - Объемы выручки крупнейших регионов*
- 4.2. Розничная продажа бытовой техники и электроники в отдельных сегментах
 - Холодильники и морозильники*
 - Бытовые электротовары*
 - Стиральные машины*
 - Аудио- и видеоаппаратура*
 - Телевизоры*
 - Компьютеры*
 - Фотоаппаратура и фототехника*
 - Мобильные телефоны*
- 4.3. Крупнейшие игроки на рынке розничной торговли бытовой техникой и электроникой
 - Розничные сети*
 - Франчайзинговые программы на рынке бытовой техники и электроники*
 - M Видео*
 - Эльдорадо*
 - Техносила*
- 4.4. Тенденции на российском рынке бытовой техники и электроники
 - Спрос на бытовую технику в Европе и в России*
 - Цены на технику в России в условиях ВТО*

Потребительское поведение

4.5. Прогноз развития розничной торговли бытовой техники и электроники

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Состав персонала

5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

6.1. Задачи маркетинговой стратегии

6.2. Потенциальная аудитория

6.3. Позиционирование на рынке

6.4. Рекламная стратегия

6.5. Ценовая политика

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

7.1. Расположение торговых площадей

7.2. Аренда / Строительство зданий и сооружений

7.3. Структура использования площадей

7.4. Необходимое оборудование

7.5. Объемы оказываемых услуг

7.6. График реализации проекта

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

8.1. Первоначальные вложения в проект

Динамика инвестиционных вложений

Направления инвестиционных вложений

8.2. Доходы магазина бытовой техники и электроники

8.3. Расходы магазина бытовой техники и электроники

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 (PB)

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
МАГАЗИНА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP**

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Динамика объема выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой в 2006 – 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 2. Динамика объема выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой по кварталам в РФ в 2006 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 3. Динамика розничных продаж холодильников и морозильников в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 4. Динамика розничных продаж холодильников и морозильников по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 5. Динамика розничных продаж бытовых электротоваров в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 6. Динамика розничных продаж бытовых электротоваров по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 7. Динамика розничных продаж стиральных машин в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 8. Динамика розничных продаж стиральных машин по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 9. Динамика розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 10. Динамика розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 11. Динамика розничных продаж телевизоров в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 12. Динамика розничных продаж телевизоров по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 13. Динамика розничных продаж компьютеров в полной комплектации в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 14. Динамика розничных продаж компьютеров в полной комплектации по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 15. Динамика розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров в России в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

График 16. Динамика розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров по кварталам в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

График 17. Динамика розничных продаж мобильных телефонов в России в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 18. Динамика розничных продаж мобильных телефонов по кварталам в 2009 - 1 кв. 2013 гг., млрд руб.

График 19. Предпочтения по местам покупки бытовой техники в России и Москве в 2011 году, %

График 20. Загрузка магазина бытовой техники и электроники, %

График 21. Динамика количества клиентов по видам поступлений магазина бытовой техники и электроники, чел.

График 22. Динамика инвестиционных вложений в проект магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 23. Динамика выручки магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 24. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 25. Динамика чистой прибыли магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 26. Движение денежных потоков магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 27. Остаток денежных средств на счету магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 28. Чистый доход (NCF) магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 29. Чистый дисконтированный доход (NPV) магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.

График 30. Влияние уровня цен на NCF, % от уровня цен

График 31. Влияние уровня цен на NPV, % от уровня цен

График 32. Влияние уровня цен на РВ, % от уровня цен

График 33. Влияние уровня цен на ДРВ, % от уровня цен

График 34. Влияние уровня цен на PI, % от уровня цен

График 35. Влияние уровня цен на IRR, % от уровня цен

График 36. Точка безубыточности магазина бытовой техники и электроники, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Структура торговых площадей по крупнейшим сетям бытовой техники в 2011 году, %

Диаграмма 2. Региональная структура расположения магазинов «Техносила» в 2012 году, %

Диаграмма 3. Структура ФОТ по видам персонала магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 4. Структура использования площадей магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 5. Структура затрат на оборудование для магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 6. Структура инвестиционных вложений в проект магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 7. Структура выручки по видам поступлений магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 8. Структура текущих расходов магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 9. Структура себестоимости услуг магазина бытовой техники и электроники, %

Диаграмма 10. Структура налоговых выплат магазина бытовой техники и электроники, %

Список рисунков:

Рисунок 1. Крупнейшие ритейлеры России в 2012г.

Рисунок 2. Количество магазинов «М.Видео», «Эльдорадо» в регионах РФ в 2013 году

Список таблиц:

Таблица 1. Параметры проекта

Таблица 2. Показатели эффективности проекта

Таблица 3. Объем выручки от розничной торговли бытовыми электротоварами, радио- и телеаппаратурой по регионам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 4. Объемы розничных продаж холодильников и морозильников по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 5. Объемы розничных продаж бытовых электротоваров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 6. Объемы розничных продаж стиральных машин по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 7. Объемы розничных продаж аудио- и видеоаппаратуры по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 8. Объемы розничных продаж телевизоров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 9. Объемы розничных продаж компьютеров в полной комплектации по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 10. Объемы розничных продаж фотоаппаратуры и фототоваров по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 11. Объемы розничных продаж мобильных телефонов по субъектам РФ в 2009 – 1 кв. 2013 гг., тыс. руб.

Таблица 12. Акционеры/учредители ООО «М.Видео Менеджмент»

Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках ООО «М.Видео Менеджмент», тыс. руб.

Таблица 14. Динамика показателей деятельности ООО «М.Видео Менеджмент»

Таблица 15. Акционеры/учредители ООО «Эльдорадо»

Таблица 16. Отчет о прибылях и убытках ООО «Эльдорадо» в 2009-2011 гг., тыс. руб.

- Таблица 17. Динамика показателей деятельности ООО «Эльдорадо» в 2009-2011 гг.
- Таблица 18. Акционеры/учредители ООО «Техносила»
- Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках ООО «Техносила», тыс. руб.
- Таблица 20. Динамика показателей деятельности ООО «Техносила»
- Таблица 21. Персонал магазина бытовой техники и электроники
- Таблица 22. Площади помещений магазина бытовой техники и электроники, кв. м.
- Таблица 23. Оборудование для магазина бытовой техники и электроники
- Таблица 24. Средние цены на категории товаров магазина бытовой техники и электроники, тыс.руб.
- Таблица 25. Параметры поступлений магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.
- Таблица 26. Инвестиционные затраты по проекту магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.
- Таблица 27. Динамика поступлений магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.
- Таблица 28. Стоимость аренды помещения для магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.
- Таблица 29. Параметры текущих затрат магазина бытовой техники и электроники
- Таблица 30. Налоговые выплаты магазина бытовой техники и электроники, тыс. руб.
- Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
- Таблица 32. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.
- Таблица 33. Бухгалтерский баланс, тыс. руб.
- Таблица 34. Расчет эффективности инвестиционного проекта, тыс. руб.
- Таблица 35. Показатели эффективности проекта
- Таблица 36. Расчет точки безубыточности магазина бытовой техники и электроники, %

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, РЭУ 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», «МАХИМ» «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