



**Intesco
Research
Group**

БИЗНЕС-ПЛАН ТОРГОВО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА – 2014



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.

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 торгового-развлекательного центра, тыс. руб.

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

График 17. Чистый дисконтированный доход (NPV) торгового-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 торгового-развлекательного центра, %

Диаграмма 6. Структура использования территории строительства торгового центра, %

Диаграмма 7 Структура распределения помещений торгового-развлекательного центра, %

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

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

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

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

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

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

Диаграмма 14. Динамика чистой прибыли торгового-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



и многие другие

**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