



Intesco
Research
Group

БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ПРОДУКТОВ (с финансовой моделью)



МОСКВА 2011

ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана магазина продуктов 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.

Привлекательность реализации данного проекта обосновывается положительными прогнозами экспертов относительно розничных продаж продовольственных товаров в России в последующие годы.

Цели проекта:

привлечение инвестиционных средств для открытия магазина продуктов;
обоснование экономической эффективности открытия магазина продуктов;
разработка поэтапного плана создания и развития магазина продуктов.

Описание проекта:

данный проект реализуется «с нуля»;
в качестве места расположения рассматривается помещение, находящееся на первом этаже торгового центра или жилого дома;
отличительные черты месторасположения: хорошая транспортная доступность, близость к станции метро, расположение вблизи мест высокой пешеходной активности; наличие удобной автомобильной стоянки;

работа супермаркета будет организована по 12-ти часовому графику: с 10:00 до 22:00.

персонал - *** чел.;

площадь - *** кв. м.

Основные категории товаров магазина:

алкогольная продукция;
кондитерские изделия;
замороженные продукты;
молочные продукты;
сопутствующие товары;
прочее.

Ассортимент товаров магазина:

алкогольная продукция;
кондитерские изделия;
замороженные продукты;
молочные продукты;
бакалея;
консервы;
мясная гастрономия;
пиво и слабоалкогольные напитки;
чай, кофе, какао;
напитки безалкогольные;
соки;
детское питание;
хлебобулочные изделия;
товары для животных;
рыбная гастрономия;
яйца;
соусы;
овощи и фрукты свежие;
табачные изделия;
сопутствующие товары.

Величина среднего чека магазина:

продукты питания – *** руб.;

непродуктовые товары – *** руб.

Использование площадей магазина:

зона пищевых товаров – *** кв. м.;

зона непищевых товаров – *** кв. м.;

подсобные помещения – *** кв. м.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений - *** млн.руб.

Чистый доход (NCF) - *** млн.руб.

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

Простой срок окупаемости (PB) - *** кварталов

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) - *** кварталов

Индекс прибыльности (PI) - *** ед.

Внутренняя норма доходности (IRR) - *** %

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

Выдержки из исследования:

Соотношение продовольственных и непродовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли практически равное. По итогам 2010 года на продажу пищевых продуктов приходилось 49,7%, а доля непродовольственных товаров составляла 50,3%. На февраль 2011 года изменений в общей структуре не наблюдалось.

Оборот розничной торговли продовольственными товарами в 2009-2010 гг. демонстрирует более высокие темпы роста, по сравнению с общей динамикой. За прошедший 2010 год показатели выросли на ***% и составили *** млрд. руб. Нужно отметить, что с 2006 года оборот розничной торговли пищевыми продуктами увеличился более чем в два раза.

Чуть меньше пятой части оборота розничной торговли формируется за счет реализации алкогольной продукции и пива (***%). Второй крупнейшей категорией в структуре является мясо и птица, а также продукты их переработки. На их долю приходится ***%. Совокупная доля кондитерских изделий и сахара составила ***%. Также в пятерку крупнейших категорий в общем обороте продовольственных товаров входят молочные продукты, хлебобулочные и макаронные продукты. От ***% до ***% занимают доли таких продуктов как рыба и морепродукты, пищевые масла и жиры, и свежие фрукты.

Одна из особенностей современной российской розницы – слабая консолидация рынка. Пять крупнейших федеральных сетей контролировали в 2010 году не более **%, рынка продовольствия, в то время как в Западной Европе этот показатель достигал **%, а в Великобритании доходил до **%. На все гипермаркеты, супермаркеты и дискаунтеры в структуре розничной торговли приходилось около **%.

В данном проекте предполагается создание супермаркета в Северо-Восточном АО Москвы. В качестве места его расположения рассматривается помещение, находящееся на первом этаже торгового центра или жилого дома.

В структуре фонда оплаты труда **% приходится на оплату труда кассиров, **% - на оплату труда мерчендайзеров. Доля старших кассиров, менеджеров склада и охранников составляет по **%.

На оборудование для торгового офиса приходится **% всех расходов на оборудование, на оборудование для касс – **%, на оборудовании для подсобных помещений и оборудование для маркировки товаров - по **%.

Для реализации проекта потребуются инвестиции в размере *** млн. руб. В расчетах предполагается, что финансирование проекта будет осуществляться за счет собственных средств.

Финансирование потребуется на протяжении первых двух кварталов. Наибольшие вложения потребуются в первом квартале реализации проекта. Они составят *** млн. руб.

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 продуктов
- 3.2. Ассортимент продукции магазина продуктов
- 3.3. Схема работы магазина продуктов
- 3.4. Разрешительная документация для открытия магазина продуктов

4. АНАЛИЗ РЫНКА

4.1. Объект исследования

Классификация предприятий розничной торговли

4.2. Российский рынок розничной торговли

Оборот розничной торговли

Доля импорта в структуре розничной торговли

Географическая структура оборота розничной торговли

Российский рынок розничной торговли продовольственными товарами

Структура рынка розничной торговли по формам торговли

Товарная структура рынка розничной торговли

Оборот розничной торговли на душу населения

4.3. Конкуренция на рынке розничной торговли

Форматы торговых сетей

Крупнейшие сетевые игроки на рынке продуктового ритейла

X5 Retail Group

Магнит

Auchan

Metro Group

4.4. Государственное регулирование розничной торговли

Ценовое регулирование

Отношения ритейлеров и поставщиков

4.5. Тенденции

Влияние потребительского поведения на рынок

Новые стратегии компаний сетевого ритейла

4.6. Потребительские предпочтения

5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Состав персонала

5.2. Должностные обязанности сотрудников

6. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА

6.1. Дизайн магазина продуктов

6.2. Особенности выкладки товара в магазине продуктов

6.3. Привлечение клиентов в магазин продуктов

Программы лояльности

Дисконтная программа

Рекламная политика

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

7.1. Расположение магазина продуктов

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 продуктов

8.3. Расходы магазина продуктов

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

11. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ МАГАЗИНА ПРОДУКТОВ

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список графиков:

График 1. Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2010 гг., млрд. руб.

График 2. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в России в 2006-2010 гг., млрд. руб.

График 3. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в России по месяцам в 2009-2011 гг., млрд. руб.

График 4. Количество розничных рынков в России в 2008-2010 гг., ед.

График 5. Регионы, с наибольшими показателями оборота розничной торговли на душу населения в 2009 году, руб.

График 6. Рейтинг доверия продуктовым торговым сетям в 2010 году, %

График 7. Места покупки продуктов питания и товаров повседневного спроса у россиян в 2010 году, %

График 8. Популярность и сезонность услуг супермаркета, %

График 9. Загрузка супермаркета, %

График 10. Динамика количества клиентов по видам поступлений супермаркета, чел.

График 11. Динамика инвестиционных вложений в проект супермаркета, тыс. руб.

График 12. Динамика выручки супермаркета, тыс. руб.

График 13. Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения супермаркета, тыс. руб.

График 14. Динамика чистой прибыли супермаркета, тыс. руб.

График 15. Движение денежных потоков супермаркета, тыс. руб.

График 16. Остаток денежных средств на счету супермаркета, тыс. руб.

График 17. Чистый доход (NCF) супермаркета, тыс. руб.

График 18. Чистый дисконтированный доход (NPV) супермаркета, тыс. руб.

График 19. Влияние уровня цен на чистый доход (NCF), % от уровня цен

График 20. Влияние уровня цен на чистый дисконтированный доход (NPV), % от уровня цен

График 21. Влияние уровня цен на срок окупаемости (PB), % от уровня цен

График 22. Влияние уровня цен на дисконтированный срок окупаемости (DPB), % от уровня цен

График 23. Влияние уровня цен на индекс прибыльности (PI), % от уровня цен

График 24. Влияние уровня цен на внутреннюю норму доходности (IRR), % от уровня цен

График 25. Точка безубыточности супермаркета, %

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Доля импортной продукции в структуре розничной торговли в России в 2009 году, %

Диаграмма 2. Доля импортной продукции в структуре розничной торговли в России в 2009 году, %

Диаграмма 3. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в 2009 году, %

Диаграмма 4. Региональная структура оборота розничной торговли в 2009 году, %

Диаграмма 5. Товарная структура оборота розничной торговли в России в 2010 году, %

Диаграмма 6. Структура оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам в России в 2010 году, %

Диаграмма 7. Товарная структура оборота розничной торговли продовольственной продукцией в 2010 году, %

Диаграмма 8. Структура торговых форматов розничной торговли в 2007-2010 гг., %

Диаграмма 9. Изменение структуры торговых форматов продуктовых сетей в 2006-2009 гг., %

Диаграмма 10. Структура рынка продуктового ритейла по крупнейшим сетевым игрокам в 2010 году, %

Диаграмма 11. Структура компании X5 Retail Group по магазинам в 2011 году, %

Диаграмма 12. Структура ФОТ по видам персонала супермаркета, %

Диаграмма 13. Структура использования площадей супермаркета, %

Диаграмма 14. Структура затрат на оборудование для супермаркета, %

Диаграмма 15. Структура инвестиционных вложений в проект супермаркета, %

Диаграмма 16. Структура выручки по видам поступлений супермаркета, %

Диаграмма 17. Структура текущих расходов супермаркета, %

Диаграмма 18. Структура себестоимости услуг супермаркета, %

Диаграмма 19. Структура налоговых выплат супермаркета, %

Список таблиц:

Таблица 1. Форматы магазинов и их основные характеристики

Таблица 2. Объемы розничной торговли в регионах РФ в 2007-2009 гг., млн. руб.

Таблица 3. Оборот розничной торговли продовольственной продукцией, млрд. руб.

Таблица 4. Оборот розничной торговли в расчете на душу населения в 2006-2009 гг., руб./год

Таблица 5. Основные параметры сетевых магазинов

Таблица 6. Основные показатели по крупнейшим продуктовым сетям России в 2010 году

Таблица 7. Показатели компании Metro Group в 2009-2010 гг.

Таблица 8. Бренды, лидеры категорий по итогам 2010 года

Таблица 9. Персонал супермаркета, чел.

Таблица 10. Площади помещений супермаркета, кв. м.

Таблица 11. Оборудование для торгового зала

Таблица 12. Оборудование для касс

- Таблица 13. Оборудование для подсобных помещений
- Таблица 14. Оборудование для маркировки товара
- Таблица 15. Прочее оборудование
- Таблица 16. Параметры поступлений супермаркета
- Таблица 17. Распределение клиентов по видам товаров, представленных в супермаркете, %
- Таблица 18. Инвестиционные затраты по проекту супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 19. Динамика поступлений супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 20. Стоимость аренды помещения для супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 21. Параметры текущих затрат супермаркета
- Таблица 22. Налоговые выплаты супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 24. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.
- Таблица 25. Бухгалтерский баланс супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 26. Расчет эффективности инвестиционного проекта супермаркета, тыс. руб.
- Таблица 27. Показатели эффективности проекта супермаркета
- Таблица 28. Анализ чувствительности основных показателей проекта, % от уровня цен
- Таблица 29. Расчет точки безубыточности супермаркета, %

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.

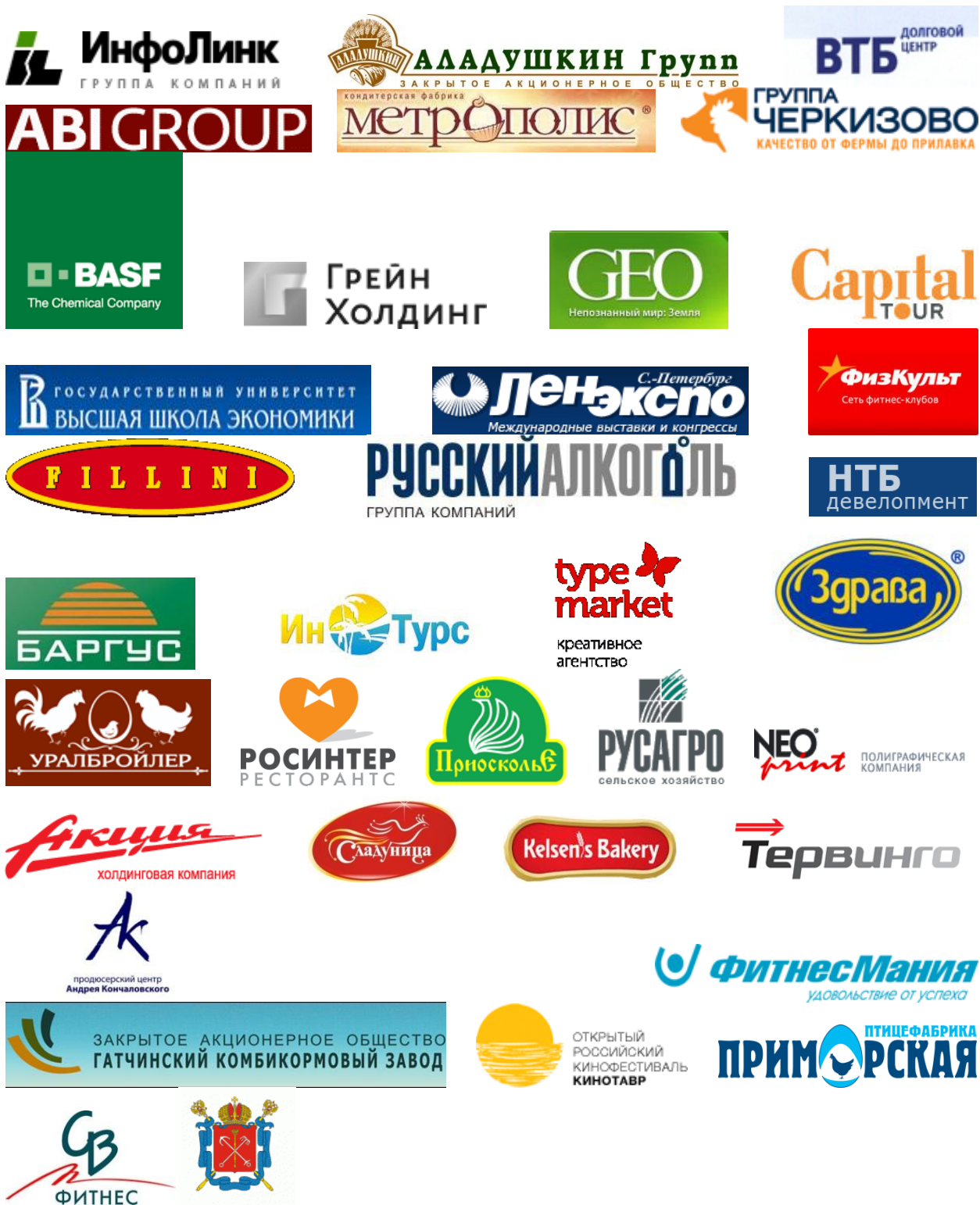
Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении 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», «FoodService», «MAXIM», «Партнер: мясопереработка», «Мое дело. Магазин», «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Ценовик», «РБК daily», «Unipack.Ru» и пр.

Среди клиентов **INTESCO RESEARCH GROUP** такие организации как:





ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ