



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
Бизнес-план
открытия вендинговой компании в
МОСКВЕ

Москва, сентябрь 2011



СОДЕРЖАНИЕ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОЕКТА

Идея проекта

Экономика проекта

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Понятие вендинговых услуги и сопутствующих терминов

Сегментация вендинговых услуг

Сегментация вендинговых услуг по типу потребителя

Сегментация вендинговых услуг по содержанию

Востребованные вендинговые услуги

Объем рынка вендинговых услуг

Ценообразование на рынке

Рынок предложения

Рынок потребления

Описание потребителей

Места установки автоматов

Потребительские предпочтения

Тенденции рынка

Риски проекта

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Общие сведения

Цели проекта

Формат проекта

Целевая аудитория проекта

Перечень основных услуг

Виды услуг и их стоимость

 Подробное описание содержания услуг

 Стоимость услуг

 Эластичность цены



Описание оборудования

Сравнительные характеристики снековых автоматов

Маркетинг проекта

Общее позиционирование услуг

Управление лояльностью клиентов

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Организационный план реализации проекта

Производство вендинговых услуг

Распределение площади объекта

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Функционал сотрудников

Формирование фонда оплаты труда

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Исходные данные и допущения

Налоговое окружение

Ставка дисконтирования

Объем вложений

Затраты на открытие вендинговой компании

Текущие месячные затраты

План продаж / доходов

Обоснование плана продаж / доходов

Показатели плана продаж / доходов

График окупаемости проекта

Показатели эффективности проекта

Перечень таблиц, диаграмм и рисунков

ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативно-правовая документация для открытия вендинговой компании



Приложение 1. Прогнозное движение денежных средств, \$

Приложение 2. Прогнозный бюджет доходов и расходов, \$

Приложение 3. Прогнозный баланс, \$

1. Идея проекта

Создание индивидуального предпринимателя, занимающегося продажей снеков через вендинговые автоматы в стационарных местах дислокации физическим лицам.

Место реализации проекта: Москва

Необходимая площадь: 1 кв.м.

Стоимость услуги: ...

Количество сбыта услуг в месяц: ...

Штат: ...

Время работы:

.....

Вендинг - это продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем торговых автоматов. Вендинг получил широкое распространение в мире, как удобный и не очень требовательный способ вести торговлю или оказывать услуги.

Торговый автомат - (вендор, вендинг-машина). Чтобы называться полноправным торговым автоматом, автомат должен:

- 1) выдавать продукт (оказывать услугу),
- 2) в обмен на деньги,
- 3) работать независимо от человека, кроме времени его заполнения и ремонта.

.....



Сегментация

Сегментация вендинговых услуг по содержанию

- **Кофейный вендинг.**

Кофейные аппараты не требуют больших капиталовложений, постоянного присутствия обслуживающего персонала. Работают круглосуточно и без перерывов, не нуждаются в заработной плате и лишены человеческого фактора.

- **Снековый вендинг.**

Торговые автоматы для продажи снежков предназначены для реализации любых фасованных продуктов питания. Причем разделяют автоматы для продажи снежков, для продажи бутылок и банок, а также есть третий вид - комбинированные снежковые автоматы, которые реализуют и то и другое.

- **Вендинг напитков.**

.....

- **Вендинг бахил.**

...

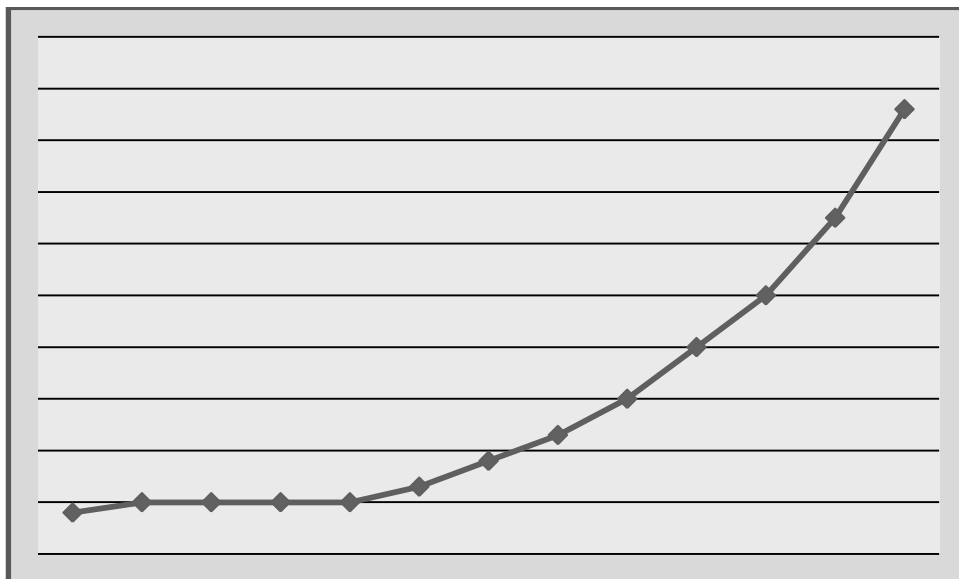
- **Газетный вендинг.**

.....

-
-
-

Объем рынка вендинговых услуг

Диаграмма 1. Количество автоматов, тыс. шт. Прогноз до 2020 года.



Источник: ...

В 2011 году в России установлено ... тыс. аппаратов. Освоенность рынка Москвы поднялась предположительно до ...%.

.....

Анализ показал, что рынок не ... , будет происходить

По данным компании «...», массажные кресла занимают примерно ...% от объема рынка вендинговых услуг.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

На данный момент в Москве насчитывается достаточно много компаний-конкурентов. Все компании объединяет одна специфическая особенность... Соответственно все вендинговые компании находятся в одинаковых конкурентных условиях.

.....

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потенциальными потребителями будут физические лица, для которых покупка в снек-автомате будет более предпочтительна, чем в обычной продовольственной точке или пункте



общественного питания. Снековые автоматы ставят в местах, где ещё не присутствуют торговые точки или поток людей настолько большой, что покупка товара через снек машину без очереди выглядит более актуально.

.....

Вот приблизительный список возможных мест установки:

1. Авто тех. центр (круглосуточный)
2. Авторынки
3. Бассейн
4. ВУЗ
5. ГАИ
6. Игровые залы
7. Каток

Наиболее популярные места установки:

1. ... -19%
 2. Офисные здания (Бизнесцентры) - ... %
 3.
 4.
 5.
-

2. Риски проекта

.....

Риски, которые могут угрожать компании, занимающейся вендингом снеков, связаны, в первую очередь, с



Таблица. Зависимость объема сбыта услуг и чистой приведенной стоимости по проекту (NPV).

Изменение объема сбыта услуг %	Чистая приведенная стоимость проекта NPV
90%	
95%	
100%	
105%	
110%	
115%	
120%	

Анализ чувствительности проекта по стоимости услуг

В данном алгоритме берется зависимость между чистой приведенной стоимостью проекта и изменением уровня цен на услуги. 100% уровень цены за одну продажу составляет ...\$, шаг расчетов ...% от 90% - стоимости услуги.

.....

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Основные цели проекта разделены согласно этапам развития проекта.

Краткосрочные цели

- Решение задач инвестиционного этапа создания компании в рамках обозначенного бюджета
- Выход на московский рынок вендинговых услуг, непосредственный запуск работы ИП в запланированные сроки



Среднесрочные цели

- Нарастивание потока клиентов
- Повышение узнаваемости ИП среди потенциальных клиентов

Долгосрочные цели

- Значительное увеличение потока клиентов
- Увеличение эффективности бизнеса за счет сокращения издержек и увеличения прибыли

Обоснование выбранного формата:

- ...
- ...

Целевая аудитория проекта

Целевая аудитория компании:

1. Физические лица

Люди различного возраста и пола, имеющие потребность в данных услугах:

- Утолить голод и/или жажду по средствам покупки продуктов в снэк-автомате.

Уровень достатка - любой. Потребители не испытывают приверженность определенной компании, а пользуются услугами той, которая удобнее по расположению.

Стоимость услуг

Наиболее эффективная ценовая стратегия при выходе на рынок -

Преимуществом данной стратегии является то, что данная цена оптимальна для получения прибыли в условиях конкуренции на рынке.

Таблица. Стоимость продуктов, USD.



Номер продукта	Наименование продукции	Закупочная цена (USD)	Цена продажи (USD)
1	Шоколад "Bounty" 55 гр		
2	Марс /M&M's "Арахис" Желтый, 50гр		
3	Марс /M&M's "лесной орех" зеленый, 50гр		
4	Марс / Шоколад "Mars", 50гр		
5	Марс/ Шоколад "Milky Way", 26гр		
6			
7			
8			
9			
10			

Описание оборудования

В рамках проекта проведен анализ различных моделей вендинговых кресел. Сравнение характеристик представлено ниже.

Таблица 4. Сравнение характеристик массажных кресел

Кол-во наименований ассортимента				
Вместимость				
Тип замка				
Дисплей				
Протокол совместимости				
Высота				
Ширина				
глубина				



Вес нетто				
Напряжение				
Цена				

.....

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

В течение первых месяцев работы над проектом в соответствующие сроки решаются следующие задачи.

Таблица 5. График организационных работ на первое полугодие реализации проекта

№	Задача	Месяцы					
		1	2	3	4	5	6 и далее
1	Регистрация фирмы						
2	...						
3	...						
4	...						
5	Оказание услуг вендинга для клиентов						

.....

Распределение площади объекта

В рамках проекта существует потребность в аренде площадей для размещения вендингового оборудования.Стоимость аренды подобных площадей в месяц составляет в среднем порядка \$... за м.кв.

.....

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников



На первоначальном этапе и на протяжении работы вендинговой компании всю деятельность будет осуществлять индивидуальный предприниматель.

.....

Функционал сотрудников

- закупка оборудования
- корректировка стоимости продукции
- участие в переговорах с арендодателями
- ведение бухгалтерии
- ведение документооборота
- продвижение услуг
- сервисное обслуживание оборудования два раза в неделю, инкассация
- ремонт и наладка оборудования.

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Показатели рассчитаны на сентябрь 2011 года, и отражают реальную ситуацию по реализации проекта в данный момент.

Исходные данные и допущения

При проведении расчетов проекта были сделаны следующие допущения и ограничения:

- Финансовый год начинается в январе;
- Основная валюта проекта – доллары США (\$);
- Инфляция рубля и доллара, колебание курса доллара США не учитывались;
- Горизонт расчета – квартал;



- Период расчета интегральных показателей – 3 года.

.....

Ставка дисконтирования

Оценка эффективности инвестиций произведена по результатам количественного и качественного анализа информации, полученной при разработке соответствующих разделов. Расчеты выполнены с учетом налоговой, амортизационной политики, проводимой государством и местными органами власти на момент выполнения проекта, а так же требований законодательства и нормативных актов РФ, регулирующих инвестиционную деятельность.

.....

Итого, ставка дисконтирования составляет ...%

3. Объем вложений

Реализация данного проекта – создание ИП, занимающегося вендингом снеков, предусматривает вложения в размере ...\$. Большая часть инвестиций приходится на закупку оборудования.

1.

Таблица. Затраты на оргтехнику, оборудование, мебель и прочие расходы компании

№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
	Оргтехника			
1		1		



№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
2		1		
	ИТОГО:			
1	Снековый автомат	5		
	ИТОГО:			
1		1		
2	Лицензия Microsoft Windows 7 Professional 32-bit Russian DSP OEI DVD (OEM) [FQC- 00790, FQC-04671]	1		
3		1		
4		1		
5		1		
6		1		
7		1		
8	Набор инструментов Gembird TK- NETWORK (31 предмет)	1		
	ИТОГО:			
	ИТОГО:			

.....

Соответственно ежемесячные амортизационные отчисления компании составляют\$
в месяц.

.....

4. План продаж / доходов

План продаж сформирован на основе предполагаемого объема сбыта услуг, исходя из проходимости места, где размещено оборудование. Оборудование будет находиться в местах большой потока людей.



.....

С учетом всех вышеуказанных параметров проекта спрогнозируем план продаж компании.

Таблица. План продаж, \$

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Продажи продукции (шт)								
Выручка, USD								

Таблица. График окупаемости проекта

Квартал	Расходы	Выручка	Налоги	Итого (чистая прибыль)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

Таким образом, окупаемость проекта происходит на ... мес. с запуска реализации проекта.

.....

Перечень таблиц и диаграмм

Таблица 1. Зависимость объема сбыта услуг и чистой приведенной стоимости по проекту (NPV).



Таблица 2. Зависимость стоимости услуги и чистой приведенной стоимости по проекту (NPV).

Таблица 3. Стоимость продуктов, \$.

Таблица 4. Сравнительные характеристики снековых автоматов.

Таблица 5. График организационных работ.

Таблица 6. Основные налоги и их размер

Таблица 7. Стартовые затраты

Таблица 8. Затраты на оргтехнику

Таблица 9. Затраты на закупку продукции

Таблица 10. Налоговые платежи на протяжении всего проекта

Таблица 11. Сумма налоговых платежей на протяжении всего проекта

Таблица 12. Текущие месячные затраты

Таблица 13. Количество продаж в месяц

Таблица 14. Максимальный объем продаж в месяц

Таблица 15. Увеличение загрузки автоматов

Таблица 16. План продаж

Таблица 17. График окупаемости проекта

Таблица 18. Показатели эффективности проекта

Диаграмма 1. Количество автоматов, тыс. шт. Прогноз до 2020 года.

Диаграмма 2. Освоенность рынка вендинговых автоматов по состоянию на 2008 год.

Диаграмма 3. Состояние рынка вендинговых автоматов.

Диаграмма 4. График чистого приведенного дохода NPV, ежемесячно, \$

Рисунок 1. Снековый автомат GPE Vendors DRX 40 Ref

Рисунок 2. Снековый автомат GPE Vendors DRX 50 Ref

Рисунок 3. Снековый автомат Snakky Max 7-36

Рисунок 4. Снековый автомат Snakky Max Food 7-39



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

*По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований и бизнес-планов
компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.*

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU