



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
БИЗНЕС ПЛАН
СОЗДАНИЯ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА**

Москва 2013



СОДЕРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Идея проекта

Основные параметры

Показатели экономической эффективности

ОПИСАНИЕ ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УСЛУГ ПРОЕКТА

АНАЛИЗ РЫНКА

Характеристика рынка

Классификация торговых форматов

Профили крупнейших сетей FMCG в РФ

X5 Retail Group

Магнит

Ашан

Дикси

METRO GROUP

О'КЕЙ

Лента

Анализ деятельности крупнейших сетевых магазинов России. Расчет средней выручки на единицу торговой площади

Потребители услуг и их предпочтения

Преимущества открытия розничного продуктового магазина

PEST (STEP) анализ

Анализ 5 – сил Портера

SWOT – анализ

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Комплекс маркетинга

Product (Товар или услуга)

Price (Цена)

Promotion (Продвижение)

Place (Месторасположение)

Организация торгового пространства магазина

Мерчандайзинг



План продаж

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Этапы создания магазина

Бизнес-процессы создаваемого магазина

Оборудование и мебель

Налогообложение

Персонал

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ

Исходные данные и допущения

Инвестиционная деятельность

Операционная деятельность

Поступления

Выплаты

Финансовая деятельность

Экономическая эффективность инвестиций

Точки безубыточности

РИСКИ ПРОЕКТА

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Необходимые документы для открытия магазина

Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности

Выбор формы собственности

Выбор системы налогообложения

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРОГНОЗНОЕ ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, ПОМЕСЯЧНО, 1 ГОД РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРОГНОЗНОЕ ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, ПОКВАРТАЛЬНО, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРОГНОЗНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ, ПОКВАРТАЛЬНО, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС, ПОКВАРТАЛЬНО, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ГРАФИК NPV (ЧИСТЫЙ ДИСКОНТИРОВАННЫЙ ДОХОД), ПОМЕСЯЧНО, \$



РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Идея проекта

.....

Основные параметры

✓

Показатели экономической эффективности

✓

ОПИСАНИЕ ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УСЛУГ ПРОЕКТА

Диаграмма. Планируемая структура выручки создаваемого розничного магазина

.....

Источник:

В магазине планируется осуществлять реализацию следующих групп товаров:

✓

АНАЛИЗ РЫНКА

Характеристика рынка

Диаграмма. Российский рынок розничной торговли, трлн. руб.

.....

Источник:

Темпы роста непродовольственных товаров больше, чем темпы роста продовольственных товаров, и в целом, в течение последних 5 лет рынок растет порядка **% в год.

Таблица. Сведения о наличии объектов розничной торговли на 31 декабря 2011 год года

Наименование	Магазины - всего		Средняя площадь магазина, кв. м.
	Количество, единиц	Площадь торгового зала, кв. м.	



--	--	--	--

Источник:

Средняя площадь магазина по РФ составляет ... кв.м., в г. Москве - ... кв. м. Большая средняя площадь по г. Москве связана с тем, что торговля в столице происходит в основном в крупных супермаркетах и гипермаркетах.

Диаграмма. Оборот розничной торговли в расчете на душу населения в РФ и в г. Москве, тыс. руб.

.....

Источник:

Оборот розничной торговли на душу населения в г. Москве больше, чем в РФ, более чем в ... раза, и составляет ... тыс. руб. на ... человека в год, а темпы роста в РФ больше, чем в Москве. Это связано с более высоким уровнем доходов в г. Москве и с насыщением потребителей розничными товарами.

Таким образом, проанализировав динамику и структуру розничного рынка можно сделать следующие выводы:

1.

Классификация торговых форматов

Выделяют следующую классификацию торговых форматов (отсортировано по уменьшению размера занимаемой площади):

.....

Профили крупнейших сетей FMCG в РФ

.....

Таблица. Выручка крупнейших сетей FMCG в РФ

Компания	Чистая розничная выручка в 2012 г., млн. долл. США	Доля на общем рынке



--	--	--

Источник:

Как видно из таблицы, крупнейшие сети занимают лишь ****% продовольственного рынка. Выделяются два явных лидера: Рассмотрим профили указанных в таблице компаний.

X5 Retail Group

<http://www.x5.ru/>

X5 Retail Group - крупнейшая в России продовольственная розничная компания по объемам продаж. Компания управляет магазинами нескольких форматов: «мягкими» дискаунтерами под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток», гипермаркетами под брендом «Карусель», розничным Интернет-каналом под брендом «E5.RU», а также магазинами «у дома» под различными брендами.

X5 Retail Group образовалась путем слияния двух крупных сетей магазинов «Пятерочка», «Перекресток». Позднее были приобретены сети магазинов «Карусель», «Патэрсон» и «Копейка». Сетью магазинов X5 Retail охвачены Москва, Санкт-Петербург, европейские регионы России, Урал. Успешная интеграция дает компании широкую возможность устанавливать более низкие цены, расширять сеть магазинов дискаунтеров, улучшать ассортимент свежих продовольственных продуктов. Компания в своей работе придерживается мультиформатной стратегии, развивает одновременно три формата: гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры.

Мультиформатная стратегия позволяет предложить широкий выбор товаров и варианты обслуживания покупателям с различным достатком и образом жизни. Каждый формат индивидуален в своем предложении, и поэтому покупатели имеют широкий выбор для приобретения качественных товаров в удобном для них месте.

Используется 5 индивидуальных форматов розничной торговли: «мягкие» дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты, магазины «у дома» и интернет-канал E5.RU:

.....

Магнит

<http://www.magnit-info.ru/>

«Магнит» — самая крупная торговая сеть по количеству продовольственных магазинов. Компания входит в ТОП-5 самых крупных мировых ритейлеров по капитализации. Компания



Потребители услуг и их предпочтения

.....

Преимущества открытия розничного продуктового магазина

.....

PEST (STEP) анализ

Таблица. PEST-анализ создаваемого магазина

Наименование фактора	Вероятность	Влияние	Возможные ответные меры
Политические факторы			
Экономические факторы			
Социальные факторы			
Технологические факторы			

Анализ 5 – сил Портера

Оценим влияние пяти сил Портера на предполагаемый проект, привлекательность ведения бизнеса:

Угроза появления продуктов-заменителей:

Угроза появления новых игроков:

Рыночная власть поставщиков:

Рыночная власть потребителей:

Уровень конкурентной борьбы:



SWOT – анализ

.....

«S» Сильные стороны (Strengths):

✓

«W» слабые стороны (Weaknesses):

✓

«O» – Возможности (Opportunities):

✓

«T» – Угрозы (Threats):

✓

Таблица. Матрица SWOT-анализа создаваемого магазина

	«O» -Opportunities	«T»- Threats
«S» Strengths		
«W» Weaknesses		

.....

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Комплекс маркетинга

Разработаем общие рекомендации по планированию комплекса маркетинга создаваемого магазина. Традиционно – это 4P (product, price, promotion, place).

Product (Товар или услуга)

.....

Price (Цена)

.....

Promotion (Продвижение)

.....



Place (Месторасположение)

.....

Организация торгового пространства магазина

.....

Рисунок. Путеводитель по «мертвым зонам» магазина

.....

Источник:

.....

Мерчандайзинг

.....

Рисунок. Планограмма размещения чая в супермаркете "XXX" на 2-х стеллажах

.....

План продаж

Таблица. Исходные данные для расчета плана продаж

Курс доллара, руб.	
Площадь помещения, кв. м	
Среднее количество клиентов в сутки	
Средний чек на 1 клиента, \$	
Выручка в месяц, \$	
Рентабельность продаж продукции (торговая наценка)	
Потери от краж, брак, просрочка и т.д.	



Таблица. Расчет плана продаж создаваемого магазина, \$

Наименование	Сумма в месяц
Выручка	
Затраты на закуп	
Потери от краж, брак, просрочка и т.д.	

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Этапы создания магазина

.....
.....

Рисунок. Диаграмма Ганта проекта создания магазина.

.....

Бизнес-процессы создаваемого магазина

Для описания бизнес-процессов выбран следующий способ группировки:

✓

Рисунок. Бизнес-процессы создаваемого магазина.

Процессы управления

У1. Инициации

.....

У2. Планирование

.....

У3. Бюджетирование

.....

У4. Контроль

.....



У5. Воздействие

.....

Основные бизнес-процессы

О1. Привлечение покупателя и его вход в магазин.

.....

О2. Упаковка сумки покупателя в ПЭ мешок или сдача ее в номерную ячейку.

.....

О3. Получение тележки или корзины

.....

О4. Выбор и загрузка клиентом продукции в корзину или тележку

.....

О5. Расстановка товара и консультации покупателей

.....

О6. Разгрузка покупателем товара в кассовую зону для сканирования и оплаты

.....

О7. Сканирование товара и расчет стоимости покупки

.....

О8. Получения оплаты и выдача сдачи и кассового чека

.....

О9. Загрузка покупателем оплаченного товара в корзину или в пакет и выход клиента.

.....



Вспомогательные процессы

В 1. Содержание магазина

.....

В 2. Бухгалтерское сопровождение

.....

В 3. Обеспечение безопасности и борьба с воровством

.....

В 4. Поиска, отбора, найма персонала

.....

В 5. Снабжение магазина

.....

В 6. Программного сопровождения и услуги связи

.....

В 7. Сопровождение корпоративного сайта компании

.....

В 8. Юридическое сопровождение.

.....

Оборудование и мебель

Таблица. Расчет стоимости оборудования и мебели для создания магазина, \$

Наименование	Количество	Цена	Стоимость, \$



Затраты на создание и продвижение сайта магазина. Осуществляется в первый месяц реализации проекта. Стоимость затрат составляет ... \$.

Таблица. Расчет затрат на создание и запуск сайта для розничного магазина, \$

Наименование затрат	Сумма,\$
Регистрация домена	
Хостинг	
Дизайн	
Верстка	
Наполнение	
Продвижение	
ИТОГО	

.....

Операционная деятельность

Поступления

Расчет получаемых доходов по реализуемому инвестиционному проекту приведен в разделе «План продаж» главы «Маркетинговый план» настоящего бизнес-плана. Так, получаемая выручка магазина в месяц равна ... \$ с третьего месяца работы магазина.

Выплаты

.....

Таблица. Данные для расчета оборотного капитала, дни

Дебиторская задолженность (срок возврата), дни	
Запасы готовой продукции (срок хранения), дни	
Кредиторская задолженность (отсрочка платежа), дни	

.....

Таблица. Расчет оборотного капитала, \$

Наименование	Сумма в месяц
Выручка	
Затраты на закуп	
Денежные средства на формирование дебиторской задолженности	
Запасы продукции (формирование ассортимента)	
Денежные средства от формирования кредиторской задолженности	



✓ Переменные затраты

1. Затраты на закуп

.....

2. Потери от краж, брака и просрочки

.....

3. Затраты на з/п

.....

4. Соц. взносы с ФЗП

.....

✓ Постоянные затраты

5. Электроэнергия

.....

Таблица. Расчет расхода электроэнергии

Расход электроэнергии в месяц, кВт	
Стоимость электроэнергии за Квт, \$	
Сумма в месяц за электроэнергию, в месяц	

6. Затраты на з/п пост

.....

7. Соц. взносы с ФЗП

.....

8. Аренда помещения

.....

9. Бухгалтерия



.....
10. Ремонт и обслуживание
.....

11. Коммунальные расходы
.....

12. Административные затраты
.....

Таблица. Расчет административных затрат

Наименование показателя	Сумма в месяц, \$.
Программное сопровождение	
Телефоны, почта, коммуникации	
Реклама	
Разрешения (СЭС, пожарная служба, вывоз мусора)	
Система охраны и контроля	
Интернет	
Нотариальное и юридическое сопровождение	
Затраты офиса - канцтовары	
Расчетно-кассовое обслуживание	
Сопровождение и поддержка сайта	
Административные затраты, итого	



Таблица. Движение денежных средств по операционной деятельности, 1 год реализации проекта, ежемесячно, \$

Наименование	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц
Инвестиционная деятельность												
Сайт (создание, продвижение)												
Подбор помещения												
Ремонт помещения												
Оборудование												
Операционная деятельность												
Выручка												
Денежные средства на формирование ассортимента												
Денежные средства от формирования кредиторской задолженности												
Затраты переменные												
Затраты на закуп												
Потери от краж, брака и просрочки												
Затраты на з/п												
Соц. взносы с ФЗП												
Постоянные затраты												
Электроэнергия												
Затраты на з/п пост												
Соц. взносы с ФЗП												
Аренда помещения												
Бухгалтерия												
Ремонт и обслуживание												
Коммунальные расходы												
Административные затраты, всего												
УСН (доходы - расходы) * 15%												



Финансовая деятельность

Таблица. Расчет потребности в финансировании, ежемесячно, \$

Наименование	1 месяц	2 месяц
Инвестиционная деятельность		
Сайт (создание, продвижение)		
Подбор помещения		
Ремонт помещения		
Оборудование		
Операционная деятельность		
Выручка		
Денежные средства на формирование ассортимента		
Денежные средства от формирования кредиторской задолженности		
Затраты переменные		
Затраты на закуп		
Потери от краж, брака и просрочки		
Затраты на з/п		
Соц. взносы с ФЗП		
Постоянные затраты		
Электроэнергия		
Затраты на з/п пост		
Соц. взносы с ФЗП		
Аренда помещения		
Бухгалтерия		
Ремонт и обслуживание		
Коммунальные расходы		
Административные затраты, всего		
УСН (доходы - расходы) * 15%		
Потребность / излишек в финансировании		
Потребность в финансировании нарастающим итогом		

В итоге для запуска проекта необходимо финансирование в размере – ... \$.

.....



Экономическая эффективность инвестиций

.....

Точки безубыточности

.....

Рисунок 5. Графическое определение точки безубыточности, \$

.....

РИСКИ ПРОЕКТА

.....

ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Необходимые документы для открытия магазина

.....

Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности

.....

Выбор формы собственности

.....

Выбор системы налогообложения

.....



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 ниже контактам. Возможна индивидуальная разработка бизнес-плана под конкретный инвестиционный проект.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU