

БИЗНЕС-ПЛАН



Строительство торгово-развлекательного центра в Москве



2014 г.

Адаптация данного бизнес-плана возможна под аналогичный проект во всем мире.

К данному бизнес-плану прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel. Чтобы произвести перерасчеты под новый проект, достаточно просто изменить базовые показатели проекта. Финансовая модель построена таким образом, что изменение показателей эффективности проекта можно наблюдать сразу же после внесения изменений в существующий сценарий. Финансовая модель проста и удобна, что позволяет любому человеку успешно провести расчеты под собственный проект.

Описание бизнес-плана

Роль торгового центра выходит сегодня далеко за рамки потребления. Следуя тенденции возрастания посещаемости торговых центров россиянами, их концепция должна формироваться согласно структуре потребительских предпочтений с выделением особого места заведениям развлекательного характера. Именно поэтому **идеей проекта** является строительство торгового центра развлекательного характера с элементами ценовой концепции для привлечения широких масс населения г. Москва.

Целевая аудитория: молодые семьи с доходом средним и выше среднего, что населяют район *** г. Москва.

Анализ рынка

Рынок	Основные тенденции
Потребительский рынок	Оборот розничной торговли на протяжении 2008-2013 гг. характеризовался стабильным ежегодным приростом и на конец 2013 г. составил ** трлн. 668,4 млрд. руб., что на *,9% превышает результат предыдущего года. Как отмечает Росстат, в минувшем году оборот розничной торговли на **,5% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила **,5% (в 2012 году — 89,4% и 10,6% соответственно).

	<p>Но по итогам второго квартала 2014 г., в России сократились продажи продуктов – впервые за пять лет. С апреля по июнь нынешнего года россияне потратили на продукты питания ** трлн. руб., что на 0,1% ниже показателя аналогичного периода 2013 года.</p>
Рынок торговых площадей	<p>В 2014 г. Москву ожидает рекордный объем ввода новых торговых площадей (около *** тыс. кв. м). Доля вакантных площадей возросла с 2,5% до **% во втором квартале 2014 г. К концу года этот показатель составит **%. Спрос на наиболее качественные проекты все же останется на высоком уровне. Максимальные ставки аренды останутся на прежнем уровне (***– *** долл. США/кв. м/год). При этом возможно снижение средних ставок аренды (сейчас они находятся в диапазоне *** – ***долл. США/кв. м/год).</p>

Конкурентная среда. Неоспоримым преимуществом создаваемого торгово-развлекательного центра (ТРЦ) является то, что он является единственным торговым предприятием такого формата во всем районе *** г. Москвы. Но, несмотря на это, не стоит недооценивать конкурентного влияния тех торговых комплексов, которые находятся вдоль тех же путей сообщения, что и ТРЦ «***», особенно учитывая факт широкой информированности о них населения. Непрямую конкуренцию ТРЦ могут составить розничные торговые предприятия, количество которых в районе *** – 90, а также рестораны, кафе, бары в общей численности 25 заведений.

Выбор концепции ТРЦ. Поскольку торгово-развлекательные центры все чаще рассматриваются россиянами как место проведения досуга, это и определило осевую задумку создания ТРЦ. Но в виду сокращения потребления товаров в России, целесообразно сдавать в аренду площади тем торговым операторам, реализующим свой товар по демократичным ценам, что поспособствует привлечению большого потока покупателей.

ТРЦ «***» должен ассоциироваться у посетителей, как торговый центр с большим пулом крупных сетевых операторов, ориентированный на широкие слои населения, предлагающий настолько обширный ассортимент товаров, насколько это возможно в рамках одного центра.

Предложения относительно минимизации рисков:

– *риск невысокой посещаемости покупателями:* информирование население района *** о строящемся торговом центре, создать ажиотаж вокруг его открытия. В рекламный бюджет необходимо включить такие виды продвижения, как наружная реклама, реклама на флаерах, создание профильных групп в социальных сетях и поисковое продвижение сайта ТРЦ «***»;

– *риск неравномерности посещения покупателями отдельных зон ТРЦ:* для избегания риска предлагается комплекс управления потоками ТРЦ «***» и размещение торговых операторов таким образом, чтобы соответствовать покупательской логике потребителя.

Финансы проекта

Финансовые показатели	Ед. изм.	Значение
Чистая прибыль	долл.	***
Выручка за 3 года работы	долл.	***
Необходимые инвестиции	долл.	***
NPV	долл.	***
IRR месячная	%	2%
IRR годовая	%	***%
Период окупаемости	мес.	27
Дисконтированный период окупаемости	мес.	32

Выдержки из исследования

Строительство ТРЦ планируется в районе *** *АО г. Москва на участке приблизительно равном 2,4 га.

Положительные стороны месторасположения ТРЦ:

- вблизи расположены две станции метро различных веток с пассажирооборотом 48 550 ч./день и 42 740 ч./день;
- хорошая развязка маршрутов общественного транспорта;
- средняя загруженность автомобильных дорог, ведущих к ТРЦ, составляет всего 1-2 балла по десятибалльной шкале.

Негативные стороны расположения ТРЦ:

- плохая видимость ТРЦ из-за плотной застройки района ***;
- около 40% населения зоны охвата ТРЦ находится в возрасте моложе или старше трудоспособного возраста.

Все этажи ТРЦ «***» будут пространственно соединены вертикальными коммуникациями: эскалаторами, лифтами и лестницами. Планируется, что они будут пронизывать здание и распределять ее по функциональным зонам: торговую, спортивную, офисную, детскую, игровую, что несет собой экономически выгодное и быстрое перемещение посетителей внутри здания, согласно целям посещения здания. Проект станет одним из немногочисленных комплексов, где реализован одноуровневый отапливаемый подземный паркинг с общим количеством машиномест ***.

По итогам второго квартала, в общем по Российской Федерации впервые за пять лет сократились продажи продуктов. В Москве в частности на протяжении 2014 г. только в январе и мае реальные денежные доходы населения превысили показатель аналогичного периода предыдущего года. Согласно данным Мосгорстата, доля оплаты именно товаров и услуг по-прежнему является доминирующей в общем количестве расходов населения столицы – более 60% по состоянию на июль 2014 г. Хотя, по сравнению с началом 2013 г., этот показатель снизился на 14%.

Сложившиеся тенденции указывают на то, что к развлекательному характеру проектируемого торгового центра нужно добавить еще один акцент – демократичность цен. Реклама торгового центра должна, в том числе, показывать бюджетные варианты приобретения различных товаров. В условиях постоянного увеличения населения Москвы и недостаточного количества торговых площадей в расчете на 1 жителя (***) кв. м/1 000 чел.) это представит возможным переориентацию значительной части клиентской базы от мелких торговых предприятий к крупному торговому центру, где уровень цен ниже (цены без значительного ущерба для владельцев снизятся благодаря эффекту масштаба – за счет уменьшения доли постоянных затрат на единицу товара).

Московский рынок пополнился *** тыс. кв. м новых площадей во втором квартале 2014 г., что превышает суммарный показатель за 2013 г. По итогам первого полугодия 2014 года общий объем предложения на московском рынке составил ** млн. кв. м. Важным является тот момент, что с 2015 г. налоговая ставка будет определяться в зависимости от полезной, а не общей площади здания (как это было ранее). Исходя из вышеизложенного, можно прийти к выводу, что конкуренция анализируемому торговому центру на рынке торговой недвижимости Москвы возросла на порядок на протяжении текущего года.

Начальные капитальные вложения на разработку концепции, покупку земельного участка, строительные материалы и непосредственное строительство ТРЦ составляет *** долл. Проектом предусмотрены ежемесячные отчисления в размере *% от выручки в качестве вознаграждения приглашенным специалистам из управляющей компании. Необходимый бюджет на рекламу и маркетинг составляет *** долл.

Содержание

Список таблиц, графиков, диаграмм и рисунков	3
Резюме	6
Раздел 1. Описание проекта	8
1.1. Основные характеристики исходного проекта	8
1.2. Выполнение строительных работ	12
Раздел 2. Анализ рынка	14
2.1. Анализ потребительского рынка Москвы	14
2.2. Анализ рынка торговых площадей Москвы	25
2.3. Анализ зоны обслуживания ТРЦ	31
Раздел 3. Анализ конкурентного окружения	35
3.1. Объекты розничной торговли в районе *** г. Москва	35
3.2. Ближайшие конкуренты ТРЦ по территориальному принципу	36
3.3. Конкурентные преимущества проекта ТРЦ «***»	37
Раздел 4. Актуализация предброкериджа проекта	38
4.1. SWOT – анализ	38
4.2. Выбор концепции ТРЦ	38
4.3. План развития ТРЦ	41
4.4. Предложения относительно минимизации рисков	42
Раздел 5. Разработка финансовой модели проекта	46
5.1. Стадии проекта	46
5.2. Допущения по проекту	49
5.3. Капитальные вложения	50
5.4. План сдачи арендных площадей	51
5.5. Объемы сдачи арендных площадей	52
5.6. План доходов	53
5.7. Переменные затраты	59
5.8. Постоянные затраты	60
5.9. Налоги	61
5.10. Отчет о прибылях и убытках	62
5.11. Отчет о движении денежных средств	66
5.12. Показатели эффективности проекта	74
5.13. Первичный инвестиционный анализ	74
Раздел 6. Анализ чувствительности	78
6.1. Изменение уровня арендных ставок	78
6.2. Изменение уровня переменных затрат	82
6.3. Изменение уровня постоянных затрат	85
6.4. Изменение уровня капитальных вложений	88
6.5. Изменение ставки дисконтирования	91
Информация о компании «VTSConsulting»	94

Список таблиц, графиков, диаграмм и рисунков

Таблицы

Таблица 1. Распределение населения г. Москва по полу и возрасту	15
Таблица 2. Динамика реальных денежных доходов населения г. Москва	17
Таблица 3. Покупательная способность денежных доходов населения	21
Таблица 4. Потребление основных продуктов питания в домашних хозяйствах г. Москвы (по материалам выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств г. Москвы; килограммов, на одного человека в год)	22
Таблица 5. Сравнительный анализ динамики развития показателей обеспеченности населения предприятиями потребительского рынка и услуг в г. Москва по состоянию на 1 января 2014 г. (по данным префектур административных округов)	24
Таблица 6. Основные показатели рынка торговых площадей г. Москва за 2 квартал 2014 г.	27
Таблица 7. Основные характеристики района ***	32
Таблица 8. Анализ обеспеченности объектами потребительского рынка и услуг в *АО города Москвы по состоянию на 1 января 2014 г.*	34
Таблица 9. Количество объектов розничной торговли и общественного питания района ***	35
Таблица 10. Торговые центры, ближайшие к ТРЦ «***» по территориальному критерию	36
Таблица 11. Матрица SWOT-анализа	38
Таблица 12. Сводная характеристика типов концепций торговых центров	40
Таблица 13. Преимущества формата ТРЦ «***»	41
Таблица 14. Первая стадия проекта ТРЦ «***»	47
Таблица 15. Допущения по проекту	49
Таблица 16. Основные инвестиционные затраты, долл.	50
Таблица 17. План сдачи арендных площадей (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	51
Таблица 18. План сдачи арендных площадей (2-4 годы эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	51
Таблица 19. Объемы сдачи арендных площадей (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	52
Таблица 20. Объемы сдачи арендных площадей (2-4 годы эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	52
Таблица 21. План доходов (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	53
Таблица 22. План реализации арендных площадей (2-4 годы эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	56
Таблица 23. Переменные затраты (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	59
Таблица 24. Переменные затраты (2-4 годы эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	59
Таблица 25. Постоянные затраты (на протяжении всей эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	60
Таблица 26. Налоги (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	61
Таблица 27. Налоги (2-4 годы эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	61
Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	62
Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (2-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	63
Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (3-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	64
Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках (4-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	65

Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (за 1-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	66
Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (за 2-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	68
Таблица 34. Отчет о движении денежных средств (за 3-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	70
Таблица 35. Отчет о движении денежных средств (за 4-й год эксплуатационной стадии ТРЦ «***»)	72
Таблица 36. Показатели экономической эффективности проекта	74
Таблица 37. Анализ чувствительности к изменению уровня арендных ставок	78
Таблица 38. Анализ чувствительности к изменению уровня переменных затрат	82
Таблица 39. Анализ чувствительности к изменению уровня постоянных затрат	85
Таблица 40. Анализ чувствительности к изменению уровня постоянных затрат	88

Графики

График 1. Динамика численности населения г. Москва	14
График 2. Динамика среднедушевых денежных доходов населения г. Москва в 2009-2013 гг.	18
График 3. Динамика доли оплаты товаров и услуг в общих расходах населения г. Москвы, %	20
График 4. Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли	25
График 5. Баланс рынка торговой недвижимости г. Москва	26
График 6. Объем качественных торговых площадей на 1 000 жителей в г. Москва, кв. м.	28
График 7. Объем торговых площадей на 1 000 жителей в европейских городах, кв. м	28
График 8. Динамика максимальных ставок аренды в Москве, долл. США/кв. м./год	30
График 9. Объем ввода качественных торговых площадей в Москве	31
График 10. Динамика выручки, EBITDA, EBIT на протяжении эксплуатационной стадии проекта, долл.	74
График 11. Динамика чистой прибыли проекта на протяжении эксплуатационной стадии, долл.	74
График 12. Динамика чистой прибыли проекта при изменении уровня арендных ставок, долл.	79
График 13. Динамика NPV проекта при изменении уровня арендных ставок, долл.	79
График 14. Динамика IRR проекта при изменении уровня арендных ставок, %	80
График 15. Динамика периода окупаемости проекта при изменении ставки дисконтирования, мес.	80
График 16. Динамика дисконтированного периода окупаемости при изменении уровня арендных ставок, мес.	81
График 17. Динамика чистой прибыли проекта при изменении себестоимости продукции, долл.	82
График 18. Динамика NPV проекта при изменении переменных затрат, долл.	83
График 19. Динамика IRR проекта при изменении переменных затрат, %	83
График 20. Динамика периода окупаемости при изменении переменных затрат, мес.	84
График 21. Динамика дисконтированного периода окупаемости при изменении переменных затрат, мес.	84
График 22. Динамика чистой прибыли проекта при изменении постоянных затрат, долл.	85
График 23. Динамика NPV проекта при изменении постоянных затрат, долл.	86
График 24. Динамика IRR проекта при изменении постоянных затрат, %	86
График 25. Динамика периода окупаемости при изменении постоянных затрат, мес.	87
График 26. Динамика дисконтированного периода окупаемости при изменении	87

постоянных затрат, мес.	
График 27. Динамика NPV проекта при изменении капитальных вложений, долл.	88
График 28. Динамика IRR проекта при изменении каптальных вложений, %	89
График 29. Динамика периода окупаемости проекта при изменении капитальных вложений, мес.	89
График 30. Динамика периода окупаемости проекта при изменении капитальных вложений, мес.	90
График 31. Анализ чувствительности к изменению уровня постоянных затрат	91
График 32. Динамика NPV проекта при изменении ставки дисконтирования, долл.	91
График 33. Динамика дисконтированного периода окупаемости проекта при изменении ставки дисконтирования, мес.	92

Диаграммы

Диаграмма 1. Распределение населения г. Москва по полу, %	15
Диаграмма 2. Распределение населения г. Москва по возрасту, %	16
Диаграмма 3. Структура использования денежных доходов населения в июле 2014 г., в % к расходам	19
Диаграмма 4. Распределение строящихся торговых центров г. Москва в 2014 г., %	29

Рисунки

Рисунок 1. Генеральный план ТРЦ «***»	10
Рисунок 2. План 5 этажа ТРЦ «***»	11

Благодарим Вас за оказанное доверие

и напоминаем, что:

✓ *при покупке бизнес-плана компании
«VTSConsulting» вы гарантированно получаете
консультацию специалистов, которые работали
над конкретным бизнес-планом*

✓ *в течение одного-двух часов наша команда будет
готова отвечать на все вопросы, касающиеся
структуры и содержания бизнес-плана.*

С уважением,

команда «VTSConsulting»

«VTSConsulting» – лидер СНГ на рынке бизнес-планирования

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), сегодня – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

Команда «VTSConsulting» и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкоспециализированных проектов.

Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом.

И мы гордимся своими клиентами!

ООО «Землеугодие-Инвест»,
ОАО «Воткинский завод»,
НПП «Стэлс»,
Государственное
предприятие УкрНИИ НП
«Масма», «Reproto
Technologies», компания
«ВОК Монтаж Сервис»,
ООО «PRIMAS»

компания «Петровизард», Порт
Темрюк, ООО
«Спецбудпроект», группа
компаний «SEMPROGROUP»
ООО «Максимум Констракшн»,
«Росмолодежь», ООО «Сисиф
Сервис», ООО «Завод
ТИТАН», ООО «Проджект К»

ООО «Портал Логистик»,
НПК «Наука», Институт
проблем материаловедения
им. И.Н. Францевича НАН
Украины, НТУУ «КПИ»,
Научный парк «Киевская
политехника», Верховная Рада
Украины

– далеко не полный список тех,
кто остался доволен сотрудничеством с «VTSConsulting».

Компания «VTSConsulting» – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

Вы инвестируете.

*С уважением,
Владислав Цыгода,
Руководитель «VTSConsulting»*