+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Бизнес-план создания круглогодичных ярмарочных комплексов

https://marketpublishers.ru/r/BC95072E8BE6EN.html
Дата: 07.08.2019
Страниц: 106
Цена: 40 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: BC95072E8BE6EN

Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ

Идея проекта: создание сети круглогодичных ярмарок во всех регионах Российской Федерации в городах с населением более 100 тыс. чел.

Цель проекта: ярмарки обеспечат поддержку малому и среднему бизнесу, местным производителям, предоставив им доступный и популярный канал сбыта продукции, дадут дополнительный стимул развитию народных промыслов, позволят выйти на рынок небольшим производителям и крестьянско-фермерским хозяйствам, которые по объективным причинам не могут вывести свою продукцию на прилавки торговых сетей.

Рыночная ситуация:

1. В РФ в структуре по типам ярмарок преобладают «Универсальные ярмарки (без ярмарок выходного дня)» и составляют ***% (*** ед.), на «Специализированные по продаже в основном продовольственных товаров» приходится ***% (*** ед.). В среднем на одну ярмарку приходится *** торговых мест. Наибольшая концентрация *** торговых мест на «Универсальных выходного дня (праздничная)» ярмарках, на «Универсальные (без ярмарок выходного дня)» в среднем приходится *** мест.

2. Наибольшее количество ярмарок проводится в ЦФО (***%), ПФО (***%) и ЮФО (***%). Наименьшее количество ярмарок в ДФО (***%) и СКФО (***%). По количеству торговых мест также лидируют ЦФО (***%), ПФО (***%) и ЮФО (***%). Наименьшее число торговых мест наблюдается в УФО (***%) и ДФО (***%).

3. На 01.01.2019 г. на территории РФ действует *** универсальных рынков на *** торговых мест. Наибольшее количество универсальных рынков ***% (*** ед.) действует на территории ПФО и ***% (*** ед.) на территории ЦФО. Наименьшее количество универсальных рынков действует в УФО – ***% (*** ед.), ДФО – ***% (*** ед.) и СЗФО – ***% (*** ед.).

4. До 2029 г. количество ярмарок будет возрастать, так в 2029 г. будет организовано *** ярмарок, что на ***% больше в сравнении с 2019 г. Количество торговых мест на ярмарках будет иметь тенденцию к снижению и в 2029 году составит *** ед., что на ***% ниже в сравнении с 2019 г.

Целевая аудитория проекта: исходя из особенностей, инфраструктуры и позиционирования проекта, ядром целевой аудитории являются социально активные женщины и мужчины со средним специальным и высшим образованием от 30 до 55 лет, которые имеют детей до 18 лет и со средним и выше среднего уровнем дохода.

Конкурентное окружение: основными конкурентными форматами для проекта являются ярмарки типа «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» и «Универсальные рынки». По количеству объектов на долю ярмарок «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» приходится ***% рынка, а на «Универсальные рынки» – ***%. По количеству торговых мест на ярмарки «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» приходится ***% рынка, а на «Универсальные рынки» – ***%.

Выдержки из исследования

Анализ современного состояния рынка розничной торговли

Согласно данным «ЕМИСС: Государственная статистика», в I квартале 2019 года на территории РФ действовало *** ярмарки на *** мест. В сравнении с 2018 г. количество ярмарок сократилось на *** ед. и на *** мест. В сравнении с 2015 годом количество ярмарок возросло на *** ед. (+***%), а количество мест при этом сократилось на *** ед. (-***%).

Диаграмма 1. Количество ярмарок, Россия, I квартал 2015-2019 гг., ед.

Диаграмма 2. Число торговых мест на ярмарках, Россия, I квартал 2015-2019 гг., ед.

В структуре по типам ярмарок преобладают «Универсальные ярмарки (без ярмарок выходного дня)» и составляют ***% (*** ед.), на «Специализированные по продаже в

основном продовольственных товаров» приходится ***% (*** ед.)

Диаграмма 3. Структура ярмарок по типам, Россия, I квартал 2019 г., %

В структуре по типам ярмарок наибольшее количество мест ***% (*** ед.) приходится на «Универсальные (без ярмарок выходного дня), а ***% (*** ед.) приходится на «Универсальные выходного дня (праздничные)».

Диаграмма 4. Структура числа торговых мест на ярмарках по типам, Россия, I квартал 2019 г., %

На основе приведенных выше данных, в таблице ниже рассчитаем среднее число торговых мест на одну ярмарку, в зависимости от типа.

Таблица 1. Среднее число торговых мест на одну ярмарку, в зависимости от типа, I квартал 2019 г.

Таким образом, в среднем на одну ярмарку приходится ** торговых мест. Наибольшая концентрация *** торговых мест на «Универсальных выходного дня (праздничная)» ярмарках, на «Универсальные (без ярмарок выходного дня)» в среднем приходится *** мест.

Для определения основных потребительских групп и их территориального расположения проанализируем количество ярмарок, число торговых мест и среднее число торговых мест на одну ярмарку, в зависимости от типа по федеральным округам.

Наибольшее количество ярмарок проводится в ЦФО (***%), ПФО (***%) и ЮФО (***%). Наименьшее количество ярмарок в ДФО (***%) и СКФО (***%). По количеству торговых мест также лидируют ЦФО (***%), ПФО (***%) и ЮФО (***%). Наименьшее число торговых мест наблюдается в УФО (***%) и ДФО (***%).

Диаграмма 5. Количество ярмарок по федеральным округам, Россия, %

Диаграмма 6. Число торговых мест на ярмарках по федеральным округам, Россия, %

Практически по всем федеральным округам наибольшее количество ярмарок и торговых мест приходится на ярмарки «Универсальная (без ярмарок выходного дня». Исключение составляет УФО в котором наибольше проводится ярмарок «Универсальная выходного дня (праздничные)». Данное распределение свидетельствует о том, что наиболее популярным

форматом ярмарок являются «Универсальная (без ярмарок выходного дня)». Данный формат соответствует формату проекта.

Наибольшее в среднем число торговых мест на ярмарках «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» приходится на СКФО (*** ед.), ЦФО (*** ед.) и ЮФО (*** ед.), а наименьшее – на СЗФО (*** ед.) и ДФО (*** ед.).

Диаграмма 7. Среднее число торговых мест на одну ярмарку «Универсальная (без ярмарок выходного дня» по федеральным округам, Россия, ед.

Таблица 2. Основные показатели ярмарок по федеральным округам, Россия, I квартал 2019 г.

Также в конкурентное окружение проекта входят универсальные рынки. Согласно данным «ЕМИСС: Государственная статистика», на 01.01.2019 г. на территории РФ действует *** универсальных рынков на *** торговых мест. На диаграммах ниже представим распределение количества универсальных рынков и торговых мест по федеральным округам.

Диаграмма 8. Количество универсальных рынков по федеральным округам, Россия

Наибольшее количество универсальных рынков ***% (*** ед.) действует на территории ПФО и ***% (*** ед.) на территории ЦФО. Наименьшее количество универсальных рынков действует в УФО – ***% (*** ед.), ДФО – ***% (*** ед.) и СЗФО – ***% (*** ед.).

Диаграмма 9. Количество торговых мест на универсальных рынках по федеральным округам, Россия

Наибольшее количество торговых мест ***% (*** ед.) в СКФО и ***% (*** ед.) в ЮФО. Наименьшее количество торговых мест на универсальных рынках в ДФО – ***% (*** ед.) и в СФО – ***% (*** ед.).

Таким образом, основными конкурентными форматами для проекта являются ярмарки типа «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» и «Универсальные рынки». По количеству объектов на долю ярмарок «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» приходится ***% рынка, а на «Универсальные рынки» – ***%. По количеству торговых мест на ярмарки «Универсальная (без ярмарок выходного дня)» приходится ***% рынка, а на «Универсальные рынки» – ***%.

Диаграмма 10. Доли конкурентных проектов по количеству объектов, Россия, %

Диаграмма 11. Доли конкурентных проектов по количеству торговых мест, Россия, %

Исходя из особенностей организации деятельности проекта косвенными конкурентами проекта выступают ТРЦ, в том числе аулеты и тематические парки развлечений. Представим краткий анализ данных объектов.

На рынке торговой недвижимости 2019 года ожидается рост строительной активности. Согласно отчету Marketbeat Cushman & Wakefield, новое строительство на рынке торговой недвижимости России в 2019 году составит *** тыс. кв. м, что на ***% превысит показатель 2018 года. В 2018 году строительство торговой недвижимости составило *** тыс. кв. м. В 4-м квартале 2018 года было запущено ***торговых объектов общей арендуемой площадью *** тыс. кв. м, что составило почти половину от годового ввода.

Увеличение ввода новых торговых площадей ожидается, главным образом, за счет открытия крупномасштабных проектов – ТЦ «Саларис» (GLA – 105 тыс. кв. м) и торговой части парка развлечений «Остров Мечты» (GLA – 70 тыс. кв. м).

На регионы придется менее половины заявленного ввода новых площадей в 2019 году. Будут вводиться средние и малые торговые центры (менее *** тыс. кв. м). Значительный объем площадей заявлен к вводу в Москве и Московской области за счет ввода крупных объектов. В других крупных и малых городах строительная активность распределяется почти равномерно – ***% площадей, заявленных к вводу, располагается в городах с населением менее *** тыс. человек.

Также в 2019 году будет продолжаться реконцепция торговых центров, в которых усиливается развлекательная составляющая. Наиболее популярным форматом среди новых арендаторов, как в ТРЦ, так и в стрит-ритейле, остается профиль ресторанов и кафе. Особенно стремительно развиваются гастромаркеты и фудхоллы. Драйверами среди концепций общепита выступают представители fast food и fast casual.

Одной из тенденций на ближайшие 2-3 года станет развитие формата аутлетов.

Состоянием на 01.06.2019 г. в России действует *** аутлетов – *** в Московском регионе, по одному – в Санкт-Петербурге и Екатеринбурге. На 2019 год запланирован ввод порядка *** тыс. кв. м в подобном формате, что на ***% выше, чем было введено в 2018 году и станет рекордным показателем по вводу подобных проектов. К запланированным к вводу объектам относятся Novaya Riga Outlet Village (GLA – 25 280 кв. м), «соседний» The Outlet

(также на Новой Риге, GLA – 25 000 кв. м), Fashion House Outlet Centre (GLA – 20 260 кв. м). На 2019 год запланирован также ввод 2-ой очереди дисконт-центра «Орджоникидзе,11» (GLA – 14 000 кв. м).

В 2018 году было введено *** тыс. кв. м новых площадей в аутлетах: XL Family Outlet в Московской области (бывший XL III, GLA – 39 800 кв. м) – перепозиционирование объекта из классического формата, в Санкт-Петербурге 2-я очередь Outlet Village Pulkovo (GLA – 6 700 кв. м). Также в 2018 году состоялось открытие первого профессионального аутлета за пределами двух столиц – аутлет-центр Brand Stories в Екатеринбурге (GLA – 10 344 кв. м).

На российском рынке сегодня насчитывается около *** открытых парков развлечений. Среди лидеров, такие парки как «Сочи Парк», «Диво Остров», парки Перми, Тюмени, Казани и другие. Доход открытых парков совокупно в 2017 году составил около *** млрд. руб., с 2018 г. ожидается рост дохода парков. Открытые парки, по-прежнему, являются самыми посещаемыми объектами культуры и спорта. За последние 2,5 года спрос на активный отдых вырос на ***%, доля семейного потребления составляет ***%. Средний объем годовой выручки типового парка аттракционов (примерно 2-3 га, с 10 детскими и 5-8 семейно-молодежными аттракционами) в расчете на 1 га земельного участка составляет *** млн. руб.

Крупных крытых парков развлечений на российском рынке насчитывается около ***, остальные – это микро-бизнес: игровые комнаты, отдельные аттракционы, которые довольно сложно подсчитать. Рынок крытых развлечений оценивается в *** млрд. руб. Крытые парки/развлекательные центры, как правило, расположены в торгово-развлекательных комплексах. Среди лидеров, такие как Парк аттракционов Сити-парка «Град» (Воронеж), сеть парков развлечений «Чайлэнд», сеть развлекательных комплексов «Happylon», сеть семейных парков приключений «Zамания», крытый парк развлечений «FUN24» (Казань), города профессий – «Кидзания», «КидБург», «Мастерславль» и другие.

Эксперты прогнозируют развитие семейных форматов развлечений и принципа комплексности предлагаемых услуг. К 2020 году прогнозируется, что место «якорей» в ТЦ займут не универмаги, продуктовые гипермаркеты и магазины бытовой техники, а операторы развлечений. Холдинговая компания «Остров Мечты», ссылаясь на совместное исследование с компанией Colliers International, оценивает увеличение посещаемости ритейла почти в 3 раза за счет создания тематического парка.

Целевая аудитория проекта

Исходя из особенностей, инфраструктуры и позиционирования проекта, ядром целевой

аудитории являются социально активные женщины и мужчины со средним специальным и высшим образованием от 30 до 55 лет, которые имеют детей до 18 лет и со средним и выше среднего уровнем дохода.

Диаграмма 12. Демографические характеристики клиента проекта, %

Таблица 3. Портрет клиента проекта

Диаграмма 13. Потребительские мотивы клиента проекта

Среднестатистический потребитель готов тратить в среднем до *** минут на дорогу до торгово-развлекательного комплекса. Наибольший поток посетителей наблюдается из первичной зоны транспортной доступности (5 минут) – ***% посетителей и из вторичной (10 минут) – ***%. Как правило первичная и вторичная зона охвата представляет собой жилые массивы с активной квартальной жилой застройкой, что обеспечивает устойчивый спрос не только на торговые площади, но и спрос на пользование перехватывающим паркингом в течение рабочей недели.

В качестве арендаторов выступают коммерческие арендаторы торговых площадей. Потенциального арендатора интересуют основные социально-экономические характеристики жителей района расположения объекта, городская и локальная конкурентная среда, прогнозируемый трафик покупателей и т. д. Главными требованиями является наличие удобных подъездных путей, парковки, складских помещений.

Типичный «якорь» для российского ритейла – это сетевой продовольственный супермаркет. Данные «Castle Development» свидетельствуют, что супермаркеты «якорят» в ***% объектов ритейла. В 30% объектов ритейла якорем является детский супермаркет или супермаркет техники для дома и офиса. Фуд-корты также относят к якорным арендаторам. Фуд-корты работают практически в ***% объектах ритейла. Обычно это *** ресторанов быстрого питания. Также на различных уровнях (зонах) могут располагаться несколько отдельно стоящих небольших кафе.

Функции мини-якорей практически везде выполняют магазины известных брендов, крупные торговые точки непродовольственных сетевых операторов. В условиях обострения конкуренции на рынке концептуальной доминантой все чаще выступают развлечения (особенно это касается периферийных объектов). Наибольшую часть арендаторов в отечественных объектах ритейла составляют магазины одежды и обуви – около **% по данным «Castle Development». Доля торговых точек остальных товарных категорий находится в пределах **%. Наиболее востребованы среди таких арендаторов модули

площадью в *** кв. м.

Прогноз состояния рынка

Учитывая основные тенденции и факторы развития, на диаграммах ниже представим прогноз количества ярмарок и числа торговых мест до 2029 г.

Диаграмма 14. Прогноз количества ярмарок, Россия, 2019-2029 гг., ед.

Диаграмма 15. Прогноз числа торговых мест на ярмарках, Россия, 2019-2029 гг., ед.

Таким образом, до 2029 г. количество ярмарок будет возрастать, так в 2029 г. будет организовано *** ярмарок, что на ***% больше в сравнении с 2019 г. Количество торговых мест на ярмарках будет иметь тенденцию к снижению и в 2029 году составит *** ед., что на ***% ниже в сравнении с 2019 г.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Содержание

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

РАЗДЕЛ 1. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

1.1. Описание проекта

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Анализ современного состояния рынка розничной торговли
2.2. Целевая аудитория проекта
2.3. Прогноз состояния рынка

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ

3.1. Сравнительный анализ основных характеристик аналогичных и конкурирующих (замещающих) ярмарок

РАЗДЕЛ 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

РАЗДЕЛ 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Основные характеристики ярмарочных комплексов
5.2. Основные существующие (потенциальные) поставщики и подрядчики
5.3. Требования к размещению ярмарочного комплекса
5.4. Затраты на строительство, реконструкцию либо приобретение зданий и сооружений
5.5. Характеристика ценообразования продукции (работ, услуг)
5.6. Доходы от продаж
5.7. Переменные и постоянные затраты
5.8. Численность, категории и функции работников организации, оценка возможностей его формирования за счет трудовых ресурсов региона
5.9. Система оплаты труда и фонд заработной платы

РАЗДЕЛ 6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

6.1. Основные исходные данные
6.2. Общая стоимость проекта. Календарный план освоения инвестиций
6.3. Источники финансирования (собственные, привлеченные средства)

6.4. График предоставления, обслуживания и возврата заемных средств
6.5. План прибылей и убытков при реализации проекта
6.6. Планируемый баланс при реализации проекта
6.7. Прогноз потоков денежных средств проекта: доходы и расходы от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности
6.8. Объем налоговых платежей в федеральный, региональный и местный бюджеты
6.9. Показатели экономической эффективности

РАЗДЕЛ 7. АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА

7.1. Анализ чувствительности
7.2. Определение точки безубыточности
7.3. Описание основных видов рисков и способов их минимизации

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

ИЛЛЮСТРАЦИИ

Диаграмма 1. Количество ярмарок, Россия, I квартал 2015-2019 гг., ед.
Диаграмма 2. Число торговых мест на ярмарках, Россия, I квартал 2015-2019 гг., ед.
Диаграмма 3. Структура ярмарок по типам, Россия, I квартал 2019 г., %
Диаграмма 4. Структура числа торговых мест на ярмарках по типам, Россия, I квартал 2019 г., %
Диаграмма 5. Количество ярмарок по федеральным округам, Россия, %
Диаграмма 6. Число торговых мест на ярмарках по федеральным округам, Россия, %
Диаграмма 7. Среднее число торговых мест на одну ярмарку «Универсальная (без ярмарок выходного дня» по федеральным округам, Россия, ед.
Диаграмма 8. Количество универсальных рынков по федеральным округам, Россия
Диаграмма 9. Количество торговых мест на универсальных рынках по федеральным округам, Россия
Диаграмма 10. Доли конкурентных проектов по количеству объектов, Россия, %
Диаграмма 11. Доли конкурентных проектов по количеству торговых мест, Россия, %
Диаграмма 12. Демографические характеристики клиента проекта, %
Диаграмма 13. Потребительские мотивы клиента проекта
Диаграмма 14. Прогноз количества ярмарок, Россия, 2019-2029 гг., ед.
Диаграмма 15. Прогноз числа торговых мест на ярмарках, Россия, 2019-2029 гг., ед.
Диаграмма 16. Стратегическая конкурентная канва проекта
Диаграмма 17. Динамика выручки проекта, тыс. руб. без НДС

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Среднее число торговых мест на одну ярмарку, в зависимости от типа, I квартал 2019 г.
Таблица 2. Основные показатели ярмарок по федеральным округам, Россия, I квартал 2019 г.
Таблица 3. Портрет клиента проекта
Таблица 4. Профиль конкурентного проекта круглогодичная универсальная ярмарка
Таблица 5. Профиль конкурентного проекта круглогодичная специализированная ярмарка
Таблица 6. Профиль конкурентного проекта специализированный торгово-ярмарочный комплекс
Таблица 7. Профиль конкурентного проекта универсальный торговый комплекс
Таблица 8. Профиль конкурентного проекта торгово-развлекательный центр
Таблица 9. Профиль конкурентного проекта тематический парк
Таблица 10. Сравнительный анализ проекта с конкурирующими проектами
Таблица 11. Расчет конкурентной силы проекта
Таблица 12. Эффективность событийного маркетинга
Таблица 13. Маркетинговые инструменты для проведения рекламной компании в сети интернет
Таблица 14. Бюджет на маркетинговые мероприятия
Таблица 15. Технико-экономические показатели ярмарочных комплексов
Таблица 16. Конструкция торгового павильона
Таблица 17. Расчёт ставки аренды в ярмарочном комплексе на 500 мест
Таблица 18. Расчёт ставки аренды в ярмарочном комплексе на 320 мест
Таблица 19. Распределение площадей, кв. м
Таблица 20. Зоны транспортной доступности
Таблица 21. Основные параметры объектов ритейла
Таблица 22. Статистика посещаемости объектов ритейла
Таблица 23. Коэффициенты для расчета посещаемости/потока посетителей для объектов проекта
Таблица 24. Транспортная доступность при проектировании ярмарки
Таблица 25. Характеристика и стоимость ярмарочных комплексов
Таблица 26. Цены
Таблица 27. Выручка от реализации услуг
Таблица 28. Штат персонала «Управляющая компания
Таблица 29. Штат персонала ярмарки на *** мест (в расчете на 1 комплекс)
Таблица 30. Штат персонала ярмарки на *** мест (в расчете на 1 комплекс)

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Таблица 31. ФОТ и налоги на ФОТ
Таблица 32. Макроиндексы
Таблица 33. Инвестиции
Таблица 34. График капитальных вложений
Таблица 35. Собственный оборотный капитал
Таблица 36. Условия по кредитованию
Таблица 37. Кредитный калькулятор, тыс. руб.
Таблица 38. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
Таблица 39. Баланс, тыс. руб.
Таблица 40. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.
Таблица 41. Объем налоговых платежей, тыс. руб.
Таблица 42. Анализ чувствительности к изменению стоимости продукции
Таблица 43. Анализ чувствительности к изменению затрат
Таблица 44. Анализ чувствительности к изменению ставки дисконтирования
Таблица 45. Расчёт точки безубыточности
Таблица 46. Анализ рисков проекта, планируемые меры по их предупреждению и устранению

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Product name: Бизнес-план создания круглогодичных ярмарочных комплексов

Product link: https://marketpublishers.ru/r/BC95072E8BE6EN.html

Цена: 40 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service: info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page https://marketpublishers.ru/r/BC95072E8BE6EN.html

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:

Фамилия:

Email:

Компания:

Адрес:

Город:

Zip code:

Страна:

Tel:

Факс:

Your message:

**All fields are required

Custumer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at https://marketpublishers.com/docs/terms.html

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970