

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	2
ЦЕЛЬ ПРОЕКТА.....	2
ЗАДАЧИ ПРОЕКТА.....	2
МЕТОДИКА И ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ.....	2
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО ПРОЕКТУ.....	2
РЫНОК ФАСТ-ФУДА В РОССИИ. ТЕНДЕНЦИИ. ОСНОВНЫЕ УЧАСТНИКИ. ПОТРЕБИТЕЛИ	4
ОСНОВНЫЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА	5
ПОТРЕБИТЕЛИ (ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПОРТРЕТ)	6
ОПИСАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СЕТИ «XXX»	7
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА К/Т NNN	8
АНАЛИЗ ТРАФИКА К/Т NNN	8
АНАЛИЗ ПОСЕТИТЕЛЕЙ. ИЗУЧЕНИЕ ИХ ОТНОШЕНИЯ К РЕСТОРАНАМ FAST-FOOD	9
СЕГМЕНТАЦИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ	14
ЛОКАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ.....	17
ГЕОМАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ.....	19
ПРОГНОЗ ПРОДАЖ. ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ.....	20

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Обоснование экономической эффективности открытия на территории к/т «NNN» ресторана быстрого питания франчайзинговой сети «XXX».

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

1. Оценка существующего потенциала к/т «NNN» (анализ трафика кинотеатра, определение среднего чека посетителей).
2. Исследование потребителей/посетителей кинотеатра. Выявление их потребностей в отношении фастфуда. Сегментирование целевой аудитории.
3. Исследование конкурентов (представителей фастфуда) в шаговой доступности от к/т «NNN». Выявление конкурентных преимуществ «XXX».
4. Оценка потенциального внешнего трафика в шаговой доступности от к/т «NNN».
5. Прогнозирование продаж и составление финансовой модели проекта.

МЕТОДИКА И ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ

1. Сбор и анализ вторичной информации:
 - данные интернет ресурсов, в том числе объектов исследования.
2. Сбор первичной информации:
 - отчет к/т «NNN» за период _____. (посещаемость в динамике, средний чек, данные по общепиту);
 - наблюдение за посетителями к/т «NNN» (визуальная оценка аудитории, поведение);
 - анкетирование посетителей к/т «NNN» путем самозаполнения анкет (_ ед.) с целью выявления потребительских предпочтений в фаст фуде;
 - наблюдение за конкурентами (визуальная оценка аудитории, средний чек, посещаемость);
 - замер пешеходного трафика в районе локации к/т NNN.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО ПРОЕКТУ

Размещение ресторана быстрого питания XXX на территории к/т «NNN» экономически обосновано следующими факторами:

1. Лидирующие позиции сегмента fast food на рынке общественного питания в России, и в регионе в частности. На долю fast food в *****обл. (по офиц. данным) приходится более **** млрд. руб. с ежегодным ростом от XX%.
2. Наличие спроса на услуги fast food ресторана у подавляющего большинства посетителей кинопроката (**% опрошенных посещают рестораны быстрого питания; средняя частота посещений - **** **раза в неделю**; средняя затрачиваемая сумма за одно посещение на одного человека – **** **руб.**).
3. Конкурентные преимущества: *****; *****; большой вместительный зал; наличие лояльных посетителей; *****.
4. Благоприятная геомаркетинговая обстановка: особенности географической локации объекта (*****); наличие целевого пассажиропотока с минимально возможным показателем для такого объекта– *** **чел/час**.

Таким образом, при инвестиционных вложениях в проект (покупку франшизы XXX) в *** **млн. руб.** окупаемость составит ***** **мес.**

К проекту прилагается автоматизированная финансовая модель в формате Excel. Для того чтобы произвести перерасчеты, достаточно изменить базовые показатели в финансовой модели. Финансовая модель построена таким образом, что позволяет моментально наблюдать изменение показателей эффективности проекта.