

# БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА КОСМЕТИКИ И ПАРФЮМЕРИИ

2012

Выпуск 2 (Демо-версия)



## КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О БИЗНЕС-ПЛАНЕ

### Полное наименование проекта:

«Создание магазина по продаже парфюмерии и декоративной косметики»

### Цель составления бизнес-плана:

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств для организации магазина парфюмерии и косметики, а также оценки эффективности его деятельности.

### Объем и формат исследования

Количество страниц – 147 стр.

Язык отчета – русский

Исследование содержит: 43 таблицы, 48 диаграмм, 11 графиков, 1 схему

Дата выхода исследования: 16 июля 2012 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА**
- 2. ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ**
  - 2.1. Регистрация компании**
  - 2.2. Заключение на помещение**
    - 2.2.1. Заключение СЭС
    - 2.2.2. Заключение УГПС МЧС
  - 2.3. Разрешение на торговлю**
- 3. СУЩНОСТЬ ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА**
  - 3.1. Основные параметры**
  - 3.2. Интерьер магазина**
  - 3.3. Световое оформление**
  - 3.4. Кассовый узел**
  - 3.5. Продукция проекта**
  - 3.6. Месторасположение и площадь**
  - 3.7. Техническое оснащение проекта**
    - 3.7.1. Оборудование
- 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ**
  - 4.1. Российский косметический рынок**
    - 4.1.1. Розничные продажи парфюмерно-косметических средств
    - 4.1.2. Объем российского косметического рынка
    - 4.1.3. Прогноз развития косметического рынка до 2013 г.
    - 4.1.4. Рейтинг брендов косметических средств
    - 4.1.5. Основные тенденции
  - 4.2. Производство косметической продукции в России**
    - 4.2.1. Объем и динамика производства
    - 4.2.2. География производства
    - 4.2.3. Крупнейшие производители
  - 4.3. Импорт косметической продукции**
    - 4.3.1. Объем и динамика импорта
    - 4.3.2. Структура импорта по видам косметики
    - 4.3.3. География импорта
  - 4.4. Экспорт косметической продукции**
    - 4.4.1. Объем и динамика экспорта
    - 4.4.2. Структура экспорта по видам продукции
    - 4.4.3. География экспорта
  - 4.5. Каналы продаж косметики и парфюмерии в России**

- 4.5.1. Каналы продаж косметики
- 4.5.2. Конкурентный анализ крупнейших розничных сетей

**4.6. Потребительские предпочтения**

**5. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

- 5.1. Презентация магазина
- 5.2. Реклама и стимулирование сбыта

**6. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН**

- 6.1. Объем инвестиций
- 6.2. Оборотные средства
- 6.3. Источники финансирования

**7. ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН**

- 7.1. Загрузка и план продаж
- 7.2. Стоимость услуг
- 7.3. Персонал проекта
  - 7.3.1. Штатное расписание
- 7.4. Нормы текущих затрат

**8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

- 8.1. Общие сведения
- 8.2. Налоговое окружение и бюджет
- 8.3. Расчет выручки
- 8.4. Отчет о движении денежных средств
- 8.5. Отчет о прибылях и убытках
- 8.6. Бухгалтерский баланс

**9. АНАЛИЗ ПРОЕКТА**

- 9.1. Анализ эффективности проекта
  - 9.1.1. Эффективность инвестиций
  - 9.1.2. Основные показатели эффективности
  - 9.1.3. Финансовая состоятельность проекта
- 9.2. Анализ рисков
  - 9.2.1. Общая характеристика методов оценки рисков
  - 9.2.2. Качественный анализ рисков
  - 9.2.3. Количественный анализ рисков
- 9.3. Анализ безубыточности

**О КОМПАНИИ GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)**

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1.	Основные параметры проектируемого салона красоты
Таблица 2.	Структура внутренних площадей проектируемого магазина
Таблица 3.	Перечень и стоимость оборудования для торгового зала по проекту
Таблица 4.	Динамика розничных продаж парфюмерно-косметических средств по регионам России в 2009 – 9М 2011 гг., тыс. руб.
Таблица 5.	Рейтинги наиболее популярных брендов парфюмерии и косметики в России в 2009-2011 гг., %
Таблица 6.	Рейтинги наиболее популярных брендов средств по уходу за телом в России в 2009-2011 гг., %
Таблица 7.	Динамика производства косметической продукции по видам в России в 2009 – 10М 2011 гг., тыс. шт.
Таблица 8.	Динамика производства косметической продукции по регионам России в 2009 – 10М 2011 гг., тыс. шт.
Таблица 9.	Динамика выручки от продажи косметических средства по предприятиям в 2005-2010 гг., тыс. руб.
Таблица 10.	Объем импорта косметики в натуральном и стоимостном выражении по видам в 2010 г., тонн и тыс. долл.
Таблица 11.	Динамика импорта косметики по видам в натуральном выражении в 2007 - 6М 2011 гг., тонн
Таблица 12.	Динамика импорта косметики по видам в стоимостном выражении в 2007- 6М 2011 гг., тыс. долл.
Таблица 13.	Динамика импорта косметики по странам происхождения в натуральном выражении в 2007- 6М 2011 гг., тонн
Таблица 14.	Динамика импорта косметики по странам происхождения в стоимостном выражении в 2007-6М 2011 гг., тыс. долл.
Таблица 15.	Объем экспорта косметики в натуральном и стоимостном выражении по видам в 2010 г., тонн и тыс. долл.
Таблица 16.	Динамика экспорта косметики по видам в натуральном выражении в 2007- 6М 2011 гг., тонн
Таблица 17.	Динамика экспорта косметики по видам в стоимостном выражении в 2007- 6М 2011 гг., тыс. долл.
Таблица 18.	Динамика экспорта косметики по странам назначения в натуральном выражении в 2007-6М 2011 гг., тонн
Таблица 19.	Динамика экспорта косметики по странам назначения в стоимостном выражении в 2007-6М 2010 гг., тыс. долл.
Таблица 20.	Характеристика каналов продаж косметической продукции в России

<b>Таблица 21.</b>	Выручка крупнейших продавцов парфюмерно-косметической продукции в 2009-2010 гг., млрд. руб.
<b>Таблица 22.</b>	Количество торговых точек в крупных розничных сетях парфюмерии и косметики, 2010 г., шт.
<b>Таблица 22.</b>	Конкурентные преимущества и прогноз каналов сбыта косметической и парфюмерной продукции
<b>Таблица 23.</b>	Инвестиционные издержки по проекту, тыс. руб.
<b>Таблица 23.</b>	Сравнительный анализ форматов организации бизнеса крупных сетевых магазинов парфюмерии и косметики
<b>Таблица 24.</b>	Структура стоимости проекта
<b>Таблица 25.</b>	Ассортимент продукции по проекту и максимальный объем сбыта
<b>Таблица 26.</b>	Запланированное количество клиентов магазина, чел.
<b>Таблица 27.</b>	Цены на продукцию проекта, руб.
<b>Таблица 28.</b>	Максимальный объем поступлений по проекту
<b>Таблица 29.</b>	Штатное расписание по проекту
<b>Таблица 30.</b>	Расчет текущих расходов по проекту
<b>Таблица 31.</b>	Ставки налогов и суммы выплат за период планирования
<b>Таблица 32.</b>	Расчет выручки проекта, тыс. руб.
<b>Таблица 33.</b>	Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.
<b>Таблица 34.</b>	Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
<b>Таблица 35.</b>	Бухгалтерский баланс, тыс. руб.
<b>Таблица 36.</b>	Показатели эффективности по проекту
<b>Таблица 37.</b>	Показатели финансовой состоятельности по проекту
<b>Таблица 38.</b>	Характеристика методов оценки рисков проектов
<b>Таблица 39.</b>	Качественный анализ рисков
<b>Таблица 40.</b>	Анализ чувствительности проекта
<b>Таблица 41.</b>	Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

### **СПИСОК ДИАГРАММ**

<b>Диаграмма 1.</b>	Динамика и прогноз розничных продаж парфюмерно-косметических средств в России, 2007-2011 гг., млрд. руб. и %
<b>Диаграмма 2.</b>	Структура продаж парфюмерно-косметических средств по федеральным округам в 2010 г., % и млн. руб.
<b>Диаграмма 3.</b>	Динамика структуры розничных продаж парфюмерно-косметических средств по федеральным округам в 2009-9М 2011 г., %
<b>Диаграмма 4.</b>	Структура продаж парфюмерно-косметических средств по регионам России в 2010 г., % и тыс. руб.

- Диаграмма 5.** Динамика объема российского рынка парфюмерии и косметики в 2000-2010 гг., млрд. долл.
- Диаграмма 6.** Прогноз объема рынка парфюмерии и косметики на 2011 -2013 гг., млрд. долл.
- Диаграмма 7.** Рейтинг наиболее популярных брендов парфюмерии и косметики в России в 2011 г., %
- Диаграмма 8.** Рейтинг наиболее популярных брендов средств по уходу за телом в России в 2011 г., %
- Диаграмма 9.** Динамика производства косметической продукции в России в 2009 -10М 2011 гг., тыс. шт. и %
- Диаграмма 10.** Динамика производства декоративной косметики и средств для ухода за кожей в России в 2009-10М 2011 гг., тыс. шт.
- Диаграмма 11.** Структура производства косметической продукции по видам в России в 2010 г., %
- Диаграмма 12.** Структура производства косметической продукции в России по федеральным округам в 2010 г., тыс. шт. и %
- Диаграмма 13.** Структура производства косметической продукции по регионам России в 2010 г., тыс. шт. и %
- Диаграмма 14.** Структура выручки от продажи косметических средств по предприятиям в 2010 году, %
- Диаграмма 15.** Динамика российского импорта косметики в натуральном выражении в 2007-6М 2011 гг., тыс. тонн и %
- Диаграмма 16.** Динамика российского импорта косметики в стоимостном выражении в 2007-6М 2011 гг., млн. долл. и %
- Диаграмма 17.** Структура российского импорта косметики по видам в натуральном и стоимостном выражении в 2010 г., %
- Диаграмма 18.** Средние цены импорта косметики по видам в 2010 г., долл. за кг косметики
- Диаграмма 19.** Динамика импорта косметики по крупнейшим странам-поставщикам в натуральном выражении в 2007-2010 гг., тонн
- Диаграмма 20.** Структура российского импорта косметики в натуральном и стоимостном выражении по странам в 2010 г., %
- Диаграмма 21.** Динамика структуры импорта косметики в натуральном выражении по странам происхождения в 2007-6М 2011 гг., %
- Диаграмма 22.** Динамика структуры импорта косметики в стоимостном выражении по странам происхождения в 2007-6М 2011 гг., %
- Диаграмма 23.** Структура российского импорта косметики в натуральном выражении по

- странам отправления в 2010 г., % и тонн
- Диаграмма 24.** Структура российского импорта косметики в стоимостном выражении по странам отправления в 2010 г., % и тыс. долл.
- Диаграмма 25.** Динамика российского экспорта косметики в натуральном выражении в 2007-6М 2011 гг., тыс. тонн и %
- Диаграмма 26.** Динамика российского экспорта косметики в стоимостном выражении в 2007-6М 2011 гг., млн. долл. и %
- Диаграмма 27.** Структура российского экспорта косметики по странам происхождения в натуральном и стоимостном выражении в 2010 г., %
- Диаграмма 28.** Структура российского экспорта косметики по видам в натуральном и стоимостном выражении в 2010 г., %
- Диаграмма 29.** Средние цены экспорта косметики по видам в 2010 г., долл. за кг косметики
- Диаграмма 30.** Динамика экспорта косметики по крупнейшим странам-получателям в натуральном выражении в 2007-2010 гг., тонн
- Диаграмма 31.** Структура российского экспорта косметики в натуральном и стоимостном выражении по странам-получателям в 2010 г., %
- Диаграмма 32.** Динамика структуры экспорта косметики в натуральном выражении по странам назначения в 2007-2010 гг., %
- Диаграмма 33.** Динамика структуры экспорта косметики в стоимостном выражении по странам назначения в 2007-2010 гг., %
- Диаграмма 34.** Рейтинг интернет-заказов, %
- Диаграмма 35.** Доли крупных магазинов косметики в сетевой рознице по количеству магазинов, 2010 г., %
- Диаграмма 36.** Количество представленных марок в крупных розничных сетях, шт.
- Диаграмма 37.** Средняя площадь магазинов сетевых магазинов
- Диаграмма 38.** Изменение потребления парфюмерии и косметики в условиях кризиса на рынке г. Москвы, %
- Диаграмма 39.** Предпочтения в приобретении косметики в разрезе сегментов на рынке г. Москвы, % респондентов
- Диаграмма 40.** Месячный объем затрат на приобретение косметики на рынке г. Москвы, %
- Диаграмма 41.** Места приобретения косметики и парфюмерии на рынке г. Москвы, %
- Диаграмма 42.** Структура инвестиционных издержек по проекту, %
- Диаграмма 43.** План загрузки по проекту, % от запланированной
- Диаграмма 44.** Структура выручки проекта, %
- Диаграмма 45.** Движение денежных средств по проекту, тыс. руб.

- Диаграмма 46.** Динамика чистой прибыли по проекту, тыс. руб.  
**Диаграмма 47.** Динамика рентабельности продаж по проекту, %  
**Диаграмма 48.** Динамика чистого оборотного капитала по проекту, тыс. руб.

### **СПИСОК ГРАФИКОВ**

- График 1.** Поквартальная динамика розничных продаж парфюмерно-косметических средств в России в 2008 – 9М 2011 гг., тыс. руб.  
**График 2.** Динамика инвестиционных затрат по проекту, тыс. руб.  
**График 3.** Динамика оборотных средств по проекту, тыс. руб.  
**График 4.** Динамика выручки проекта, тыс. руб.  
**График 5.** Остаток денежных средств по проекту, тыс. руб.  
**График 6.** Динамика выручки (нетто), валовой прибыли и прибыли до налогообложения по проекту, тыс. руб.  
**График 7.** Окупаемость проекта, тыс. руб.  
**График 8.** Динамика коэффициентов ликвидность по проекту  
**График 9.** Динамика рентабельности активов по проекту  
**График 10.** Анализ чувствительности по проекту (NPV, тыс. руб.)  
**График 11.** Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.

### **СПИСОК СХЕМ**

- Схема 1.** Таможенная классификация косметики по кодам ТН ВЭД

## 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

### Полное наименование проекта:

«Создание магазина по продаже парфюмерии и декоративной косметики»

### Цель проекта:

Удовлетворение непокрытого спроса на парфюмерную и косметическую продукцию и создание рабочих мест в районе реализации проекта, извлечение прибыли.

### Реализация данного проекта позволит:

- Создать бизнес, стоимость которого на конец периода планирования составит \*\*\* млн. руб. в текущих ценах и постоянно приносящий чистую прибыль в размере \*\*\* тыс. руб. ежемесячно;
- Получить гарантированный доход в размере \*\*\* тыс. руб. по истечении периода планирования в текущих ценах;
- Создать новые рабочие места в регионе реализации проекта;
- Удовлетворить спрос на парфюмерную и косметическую продукцию в районе реализации проекта.

### Услуги проекта:

Ассортимент магазина будет включать в себя основные бренды парфюмерии и декоративной косметики в разных сегментах рынка.

Позиционирование магазина будет осуществляться в следующих сегментах:

- Парфюмерия – средний и верхний ценовой сегмент;
- Декоративная косметика – средний ценовой сегмент.

Магазин в основном будет работать с зарубежными производителями парфюмерии и косметики, а также с предприятиями, которые производят парфюмерию и косметику в России под известными мировыми брендами.

### Инвестиции:

Объем инвестиций в создание магазина по продаже парфюмерии и косметики составит \*\*\* тыс. рублей. Срок инвестиционного периода – 6 месяцев.

\*\*\*

### Финансирование проекта:

ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА	тыс. руб.	тыс. евро	Доля в общей сумме инвестиций
Собственные средства	***	***	100%
Кредитные средства	***	***	0%
<b>Итого</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>100%</b>

### Предпосылки для успешной реализации проекта:

- Российский парфюмерно-косметический рынок является одним из крупнейших потребительских рынков в Европе и продолжает динамично развиваться. В последние несколько лет объемы российского рынка достигли цифр, сопоставимых с объемами европейских стран.
- По прогнозам в будущем кардинальных скачков в динамике рынка ожидать не стоит. Ожидается, что в 2012 году рынок достигнет \*\*\* млрд. долл., а в 2013 – \*\*\* млрд. долл.
- По итогам 10 месяцев 2011 г. объем производства косметических средств составил \*\*\* млрд. шт.
- \*\*\*
- \*\*\*
- В 2011 году практически во всех регионах России объем розничных продаж парфюмерно-косметической продукции увеличился в сравнении с уровнем 2010 года. Из числа лидирующих по продажам парфюмерно-косметических средств регионов наиболее высокие темпы роста продаж в 2011 г. отмечались в \*\*\* области (+\*\*\*%), \*\*\* области (+\*\*\*%) и Свердловской области (+\*\*\*%).
- \*\*\*

**Показатели эффективности:**

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	***
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	***
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), лет	***
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	***
Модифицированная IRR (MIRR), %	***
Средняя оценка стоимости бизнеса, тыс. руб.	***
Чистый приведенный доход для бюджета (за счет налогов), тыс. руб.	***

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

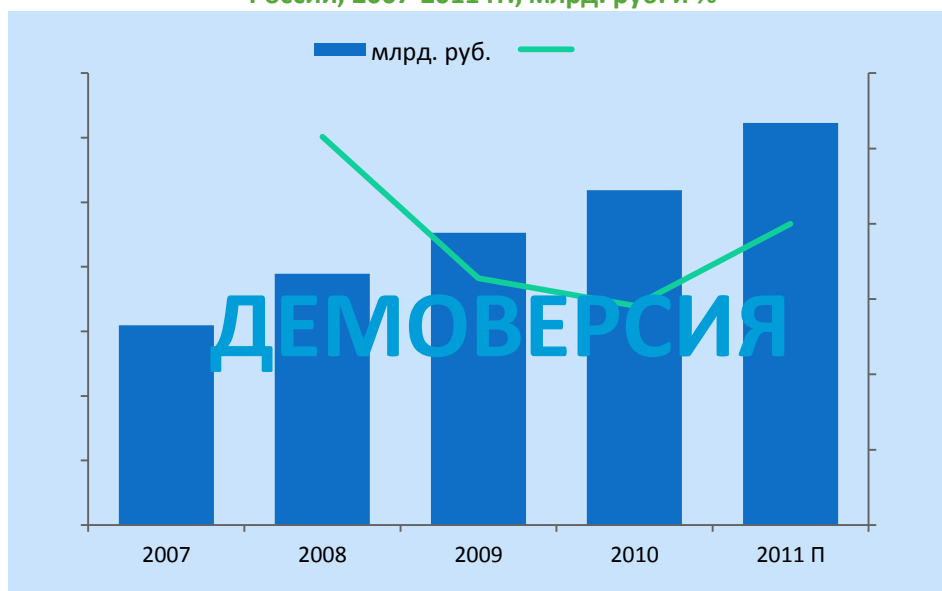
### 4.1. Российский косметический рынок

#### 4.1.1. Розничные продажи парфюмерно-косметических средств

##### *Объем и динамика продаж*

Объем розничных продаж парфюмерно-косметических средств в стоимостном выражении за 3 квартала 2011 г. составил \*\*\* млрд. руб., что на \*\*\*% больше, чем за аналогичный период 2010 г.

**Диаграмма 1. Динамика и прогноз розничных продаж парфюмерно-косметических средств в России, 2007-2011 гг., млрд. руб. и %**



Источник: \*\*\*

Розничные продажи парфюмерно-косметических средств подвержены влиянию фактора сезонности. В среднем розничные продажи в 4 квартале в \*\*\* и более раз выше, чем в 1-3 кварталах.

### География продаж

Наибольший объем продаж парфюмерно-косметических средств приходится на \*\*\* федеральный округ. Его доля в структуре розничных продаж в стоимостном выражении составляет \*\*\*, по итогам 2010 г. продажи здесь составили \*\*\* млрд. руб.

**Диаграмма 2. Структура продаж парфюмерно-косметических средств по федеральным округам в 2010 г., % и млн. руб.**



Источник: \*\*\*

Динамика структуры розничных продаж парфюмерно-косметических средств показывает, что постепенно доля \*\*\* федерального округа сокращается.

\*\*\*

Вместе с тем, в структуре продаж парфюмерно-косметических средств растут доли \*\*\* федерального округа и \*\*\* федерального округа.

#### 4.1.2. Объем российского косметического рынка

Российский парфюмерно-косметический рынок является одним из крупнейших потребительских рынков в Европе и продолжает динамично развиваться. В последние несколько лет объемы российского рынка достигли цифр, сопоставимых с объемами европейских стран.

Диаграмма 5. Динамика объема российского рынка парфюмерии и косметики в 2000-2010 гг., млрд. долл.

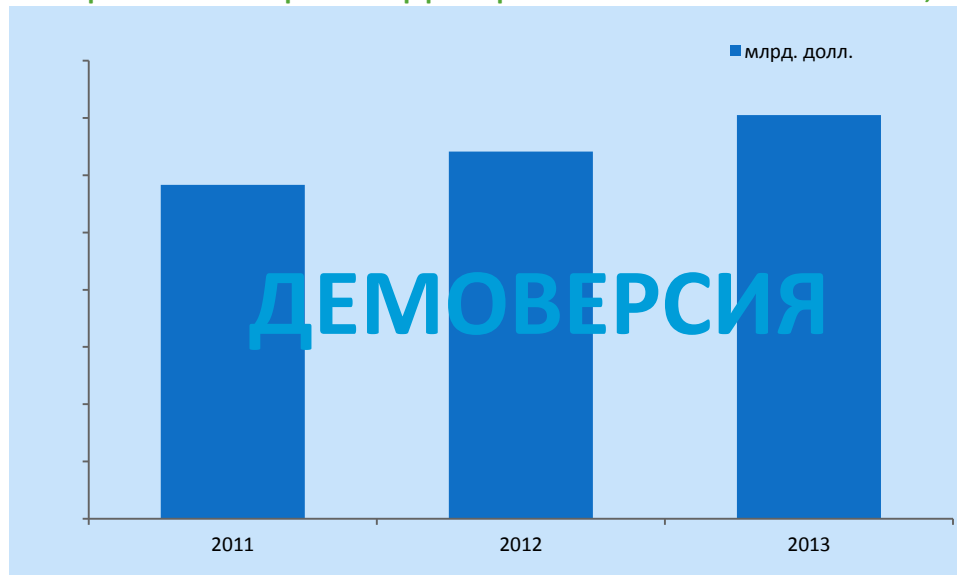


Источник: \*\*\*

#### 4.1.3. Прогноз развития косметического рынка до 2013 г.

По прогнозам в будущем кардинальных скачков в динамике рынка ожидать не стоит. Ожидается, что в 2012 году рынок достигнет \*\*\* млрд. долл., а в 2013 – \*\*\* млрд. долл.

Диаграмма 6. Прогноз объема рынка парфюмерии и косметики на 2011 -2013 гг., млрд. долл.



Источник: \*\*\*

## 4.2. Производство косметической продукции в России

### 4.2.1. Объем и динамика производства

По итогам **10 месяцев 2011 г.** объем производства косметических средств составил **\*\*\* млрд. шт.** (это на **\*\*\*%** меньше, чем за аналогичный период 2010 года).

Диаграмма 9. Динамика производства косметической продукции в России в 2009 - 10М 2011 гг., тыс. шт. и %



Источник: \*\*\*

\*\*\*

Большую часть произведенной косметики составляют средства для ухода за кожей, доля этой продукции в структуре производства косметики составляет около **\*\*\*%**.

Диаграмма 11. Структура производства косметической продукции по видам в России в 2010 г., %

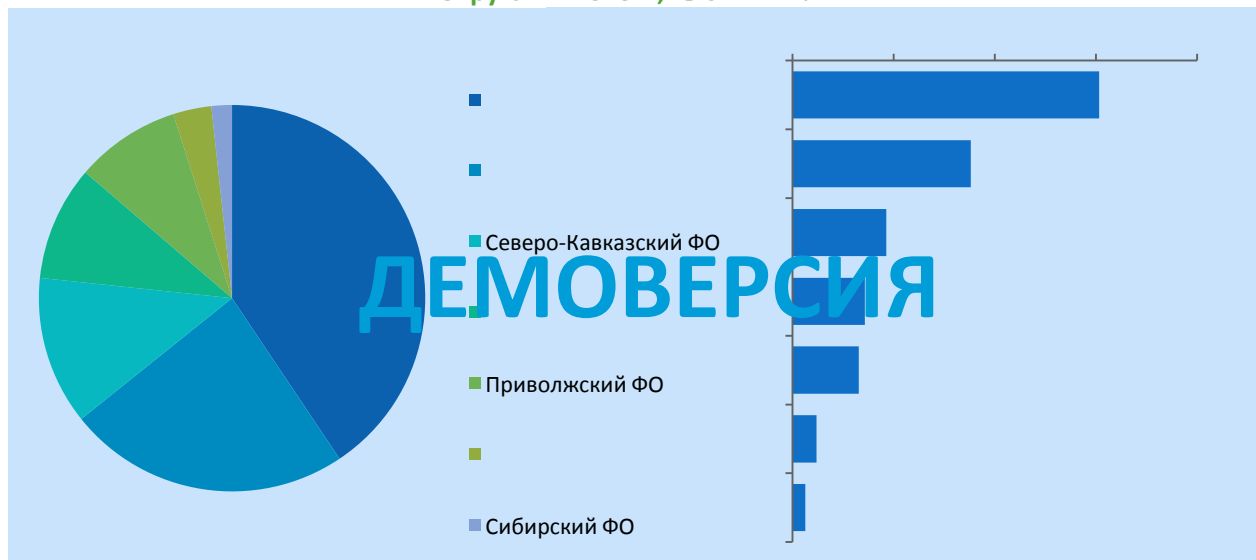


Источник: \*\*\*

#### 4.2.2. География производства

Основной объем производства косметической продукции приходится на \*\*\* и \*\*\* федеральные округа. Доля первого из указанных округов в структуре производства за 2010 г. составила почти \*\*\*, что соответствует объему в \*\*\* млн. шт.

**Диаграмма 12. Структура производства косметической продукции в России по федеральным округам в 2010 г., тыс. шт. и %**



Источник: \*\*\*

Главными производящими регионами являются \*\*\*, Свердловская область и \*\*\*. Доли данных регионов в структуре российского производства косметической продукции составляют \*\*\*, \*\*% и \*\*% соответственно.

### 4.2.3. Крупнейшие производители

Самым крупным производителем косметических средств в России является \*\*\*. Доля компании в структуре выручки от продажи произведенных косметических средств по данным Росстат за 2010 г. составляет \*\*\*% (\*\*\* млрд. руб.).

**Таблица 9. Динамика выручки от продажи косметических средства по предприятиям в 2005-2010 гг., тыс. руб.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
***	***	***	***	***	***	***
"НЕВСКАЯ КОСМЕТИКА", ОАО	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***
"ФАБЕРЛИК", ОАО	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***
"Весна", ОАО ПКК	***	***	***	***	***	***
"ЮНИКОСМЕТИК", ООО	***	***	***	***	***	***
"СПЛАТ-КОСМЕТИКА", ООО	***	***	***	***	***	***
"Капелла", ООО	***	***	***	***	***	***
Прочие	***	***	***	***	***	***
<b>Итого</b>	***	***	***	***	***	***

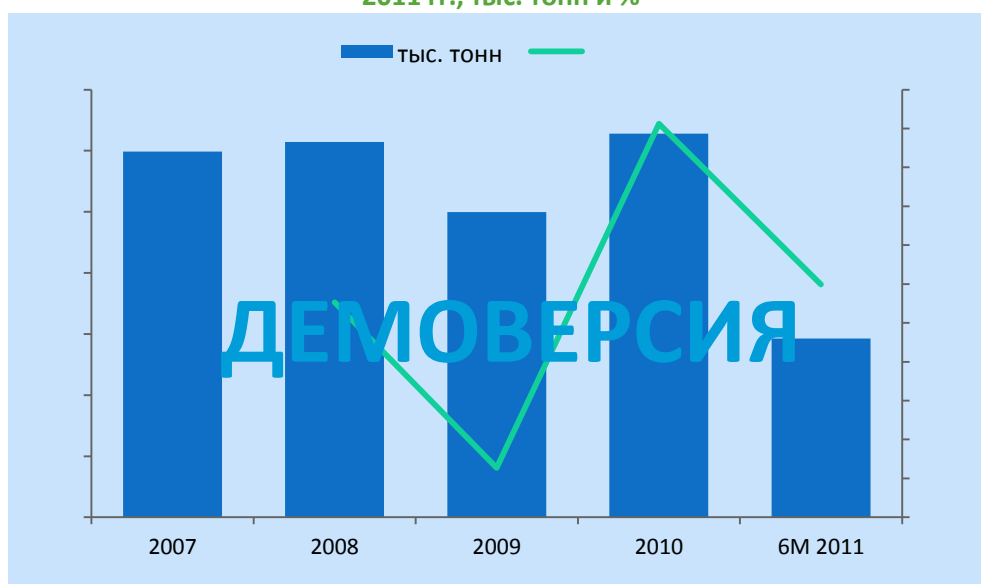
Источник: \*\*\*

### 4.3. Импорт косметической продукции

#### 4.3.1. Объем и динамика импорта

Темпы роста объемов импорта в 2011 году заметно снизились. По итогам 1 полугодия 2011 года импорт косметики в натуральном выражении составил \*\*\* тыс. тонн<sup>1</sup>, это на \*\*\*% больше, чем за аналогичный период 2010 года.

**Диаграмма 15. Динамика российского импорта косметики в натуральном выражении в 2007-6М 2011 гг., тыс. тонн и %**



Источник: \*\*\*

\*\*\*

<sup>1</sup> Здесь и далее данные за 2011 год представлены без учета импорта косметики из Белоруссии

#### 4.3.2. Структура импорта по видам косметики

Таблица 11. Динамика импорта косметики по видам в натуральном выражении в 2007 - 6М 2011 гг., тонн

Код ТН ВЭД	Название	2007	2008	2009	2010	6М 2011
03304100000	Средства для макияжа губ	***	***	***	***	***
03304200000	Средства для макияжа глаз	***	***	***	***	***
03304300000	Средства для маникюра и педикюра	***	***	***	***	***
03304910000	Пудра (включая компактную)	***	***	***	***	***
03304990000	Прочие косметические средства	***	***	***	***	***
<b>Итого</b>		***	***	***	***	***

Источник: \*\*\*

По стоимости импорта наибольшее \*\*\* отмечалось по группе средств для маникюра и педикюра – \*\*\* на \*\*\*%.

Диаграмма 18. Средние цены импорта косметики по видам в 2010 г., долл. за кг косметики



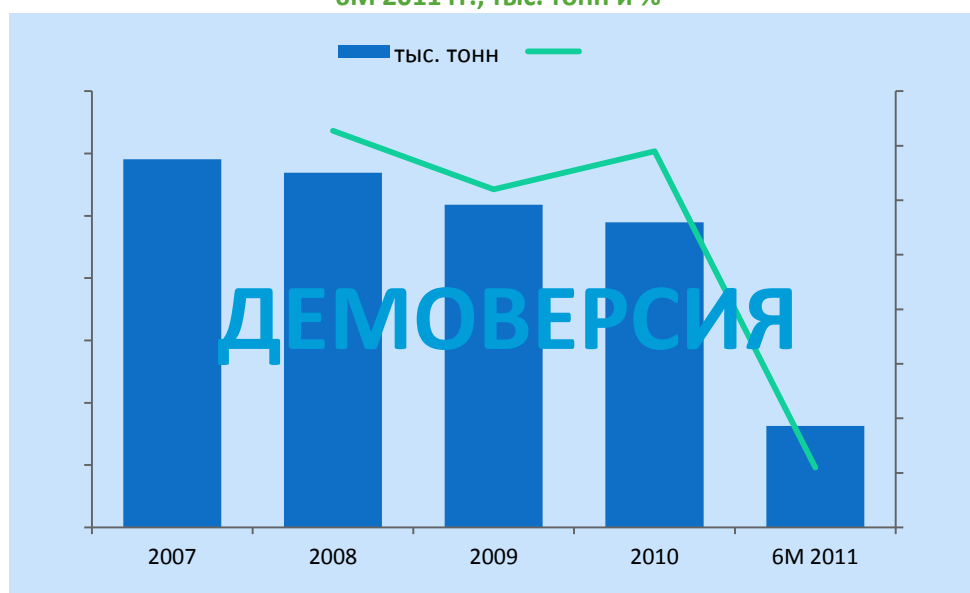
Источник: \*\*\*

## 4.4. Экспорт косметической продукции

### 4.4.1. Объем и динамика экспорта

Спад экспорта косметики продолжается и в текущем году. За 6 месяцев 2011 г. было экспортировано \*\*\* тыс. тонн косметики<sup>2</sup> (без учета экспорта в Белоруссию). В целом, этот показатель на \*\*\*% меньше, чем экспорт косметики за аналогичный период 2010 г.

**Диаграмма 25. Динамика российского экспорта косметики в натуральном выражении в 2007-6М 2011 гг., тыс. тонн и %**



Источник: \*\*\*

\*\*\*

<sup>2</sup> Здесь и далее данные за 2011 год представлены без учета экспорта косметики в Белоруссии

## 4.5. Каналы продаж косметики и парфюмерии в России

### 4.5.2. Конкурентный анализ крупнейших розничных сетей

#### Основные показатели развития крупнейших розничных сетей

Самую развитую сеть магазинов парфюмерии и косметики на данный момент имеет Л'Этуаль.

Диаграмма 35. Доли крупных магазинов косметики в сетевой рознице по количеству магазинов, 2010 г., %



Источник: \*\*\*

По количеству магазинов наиболее крупной специализированной сетью парфюмерии и косметики является Л'Этуаль. В данную сеть входит \*\*\* магазина, из которых \*\*\* находится в московском регионе. Далее следует \*\*\*, который имеет \*\*\* магазинов по всей России, \*\*\* из которых находится в Москве.

## 6. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

### 6.1. Объем инвестиций

Объем инвестиций в создание магазина по продаже парфюмерии и косметики составит \*\*\* тыс. рублей. Срок инвестиционного периода – 6 месяцев.

Таблица 25. Инвестиционные издержки по проекту, тыс. руб.

№ п.п.	Наименование этапа	Стоимость этапа, тыс. руб. с НДС	Инвестиционный план, тыс. руб. с НДС					
			1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.
1	Юридические вопросы	***	***	***	***	***	***	***
-	***	***	***	***	***	***	***	***
2	Строительно-монтажные работы	***	***	***	***	***	***	***
-	***	***	***	***	***	***	***	***
3	Оборудование	***	***	***	***	***	***	***
-	Оборудование торгового зала	***	***	***	***	***	***	***
-	Освещение магазина	***	***	***	***	***	***	***
-	Пожарно-охранное оборудование	***	***	***	***	***	***	***
4	Оборотные средства	***	***	***	***	***	***	***
-	Итого:	***	***	***	***	***	***	***

## 7. ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН

### 7.4. Нормы текущих затрат

Нормы текущих затрат указаны в **Таблице 32**:

**Таблица 32. Расчет текущих расходов по проекту**

Наименование статьи расходов	Ед. изм.	Значение	Комментарии
Заработная плата	тыс. руб. в мес.	***	***
Арендная плата	тыс. руб. в мес.	***	***
Закупка продукции: парфюмерия	%	***	***
Закупка продукции: декоративная косметика	%	***	***
Административные расходы	тыс. руб. в мес.	***	***
Хозяйственные расходы	тыс. руб. в мес.	***	***
Коммерческие расходы	%	***	***
Первоначальная реклама магазина	тыс. руб.	***	***
Первоначальная закупка ассортимента	тыс. руб.	***	***

## 9. АНАЛИЗ ПРОЕКТА

### 9.1. Анализ эффективности проекта

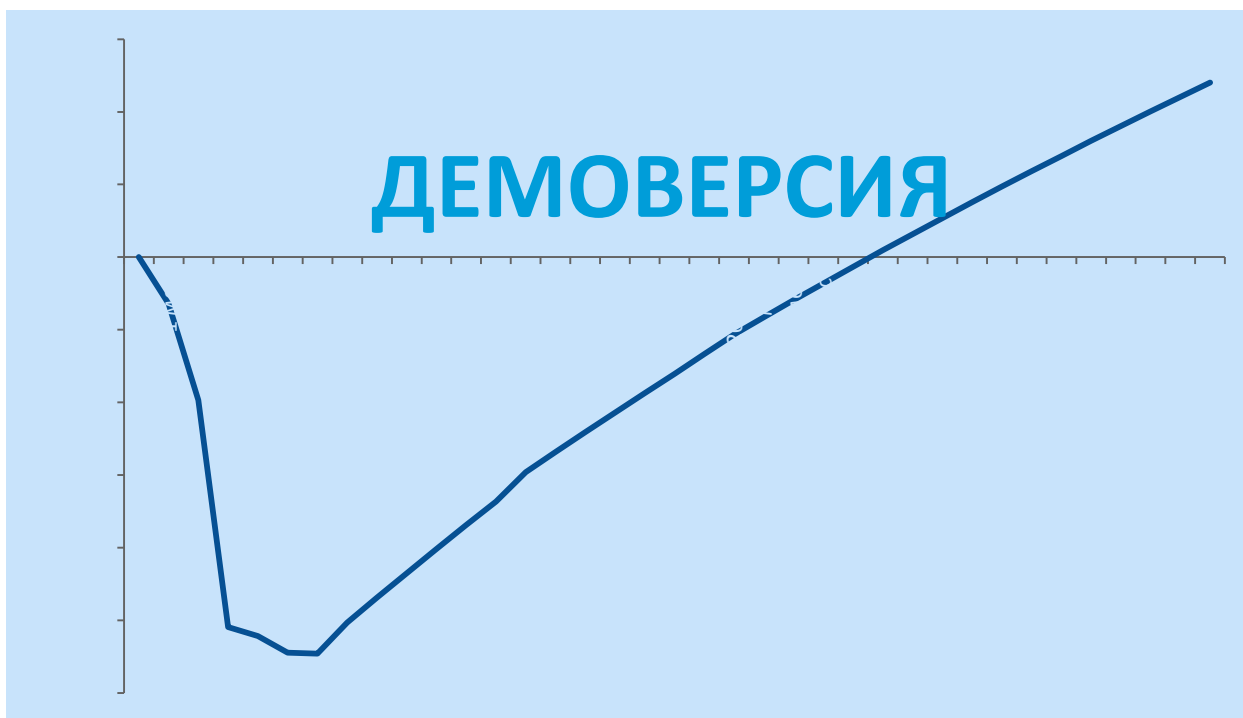
#### 9.1.2. Основные показатели эффективности

Приведенные в **Таблице 38** основные показатели говорят об эффективности и инвестиционной привлекательности рассматриваемого проекта.

\*\*\*

Далее представлен график окупаемости проекта.

График 7. Окупаемость проекта, тыс. руб.



## 9.2. Анализ рисков

### 9.2.3. Количественный анализ рисков

В качестве выходных параметров были взяты важнейшие показатели эффективности проекта:

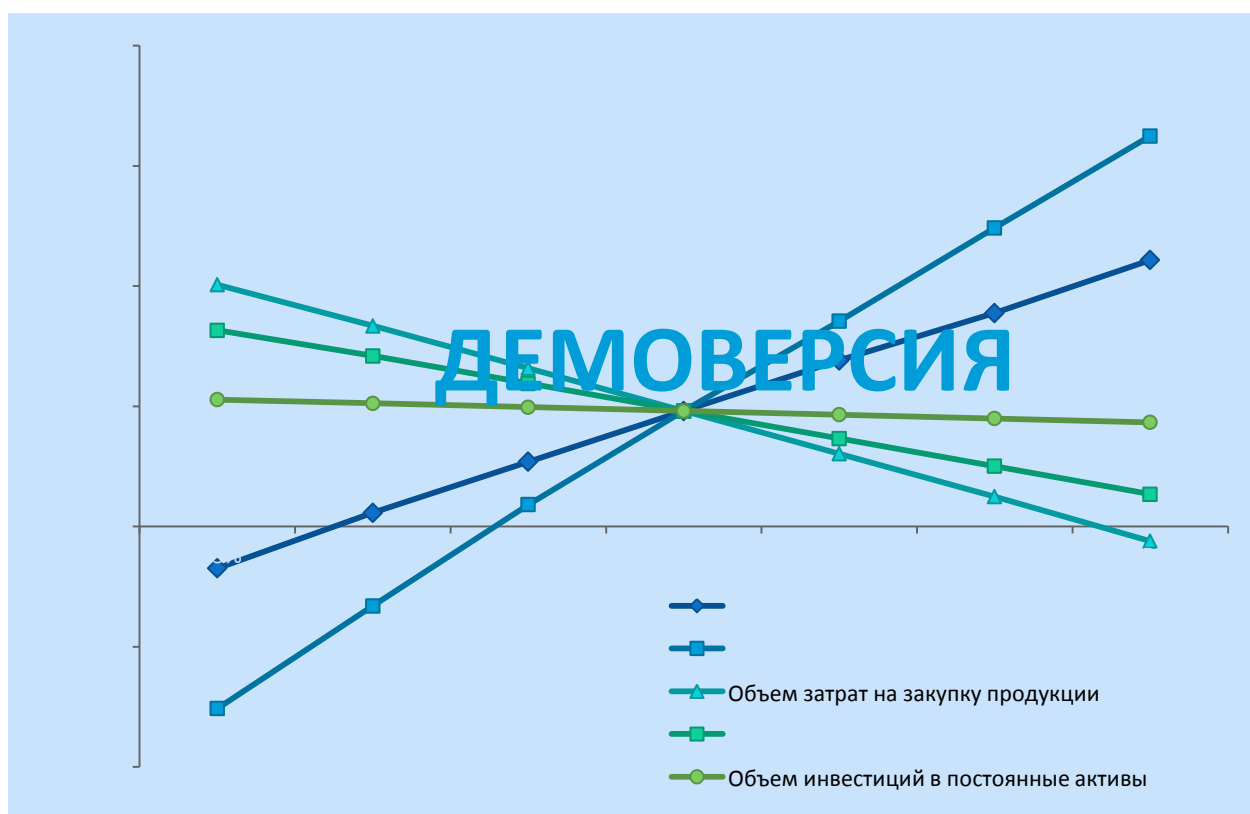
- NPV (Net Present Value) – чистая приведенная стоимость проекта;
- IRR (Internal Rate of Return) – внутренняя норма доходности проекта;
- DPB (Discounted Payback Period) – дисконтированного периода окупаемости проекта.

Таблица 42. Анализ чувствительности проекта

NPV, тыс. руб.	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем затрат на закупку продукции	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем инвестиций в постоянные активы	***	***	***	***	***	***	***
IRR, %	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем затрат на закупку продукции	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем инвестиций в постоянные активы	***	***	***	***	***	***	***
DPB, лет	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем затрат на закупку продукции	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***
Объем инвестиций в постоянные активы	***	***	***	***	***	***	***

Далее анализ чувствительности по проекту представлен графически.

График 10. Анализ чувствительности по проекту (NPV, тыс. руб.)



\*\*\*

### 9.3. Анализ безубыточности

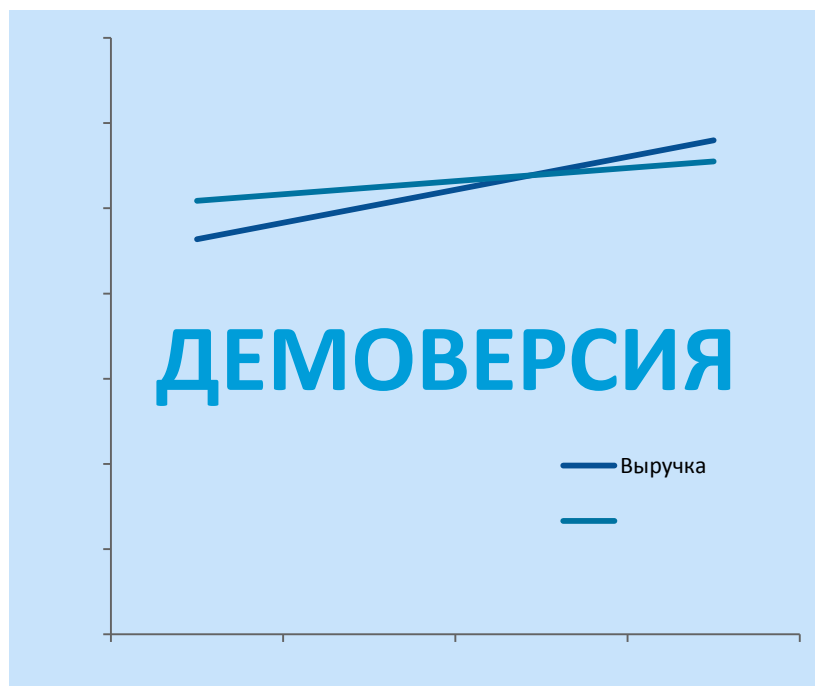
Для данного проекта был проведен анализ безубыточности, который представлен в **Таблице 43**.

**Таблица 43. Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.**

Процент загрузки	***	***	***	***
Выручка	***	***	***	***
Переменные затраты	***	***	***	***
Постоянные затраты	***	***	***	***
Полные затраты	***	***	***	***
Прибыль / Убыток	***	***	***	***

Как видно из **Графика 11** точка безубыточности равна \*\*\*% от максимального объема выручки.

**График 11. Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.**



Хорошие интегральные показатели эффективности, финансовая состоятельность, анализ рисков методом экспертных оценок, перечень мероприятий по минимизации существующих рисков, результаты анализа чувствительности, а также анализ безубыточности подтверждают высокую вероятность успешной реализации рассматриваемого проекта.

## О КОМПАНИИ GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)

**GLOBAL REACH CONSULTING** специализируется на разработке высококачественных **маркетинговых исследований рынков** и **бизнес-планов** в различных отраслях и регионах России и мира. Мы даем нашим клиентам практические пути достижения конкурентных преимуществ, предоставляя достоверные бизнес-данные, анализ и рекомендации, основанные на надежных научно-исследовательских методиках.

Среди наших клиентов российские и международные компании, правительственные организации, представители крупного, среднего и малого бизнеса, а также начинающие предприниматели и инвесторы. Клиентами **GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)** уже являются: Экономическая миссия при Посольстве Франции в РФ, ВТБ Капитал, Центр стратегических разработок «Северо-Запад», Русское Море, S7, Zurich, РЖД, Аладушкин Групп, ГК Русагро, Фанагория, ГУ Высшая Школа Экономики и многие другие.



Уникальные методы работы и сервис **GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)**, высокопрофессиональная команда, обширные знания рынков и большой проектный опыт позволяют нам работать на результат и полное удовлетворение наших клиентов.

**НАША ЦЕЛЬ – ВАШИ БОЛЬШИЕ ДОСТИЖЕНИЯ!**