

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

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

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1.	Динамика и прогноз розничных продаж парфюмерно-косметических средств в России, 2007-2011 гг., млрд. руб. и %
Диаграмма 2.	Структура продаж парфюмерно-косметических средств по федеральным округам в 2010 г., % и млн. руб.
Диаграмма 3.	Динамика структуры розничных продаж парфюмерно-косметических средств по федеральным округам в 2009-9М 2011 г., %
Диаграмма 4.	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%
Итого	***	***	100%

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.	***

ДЕМОВЕРСИЯ

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: ***

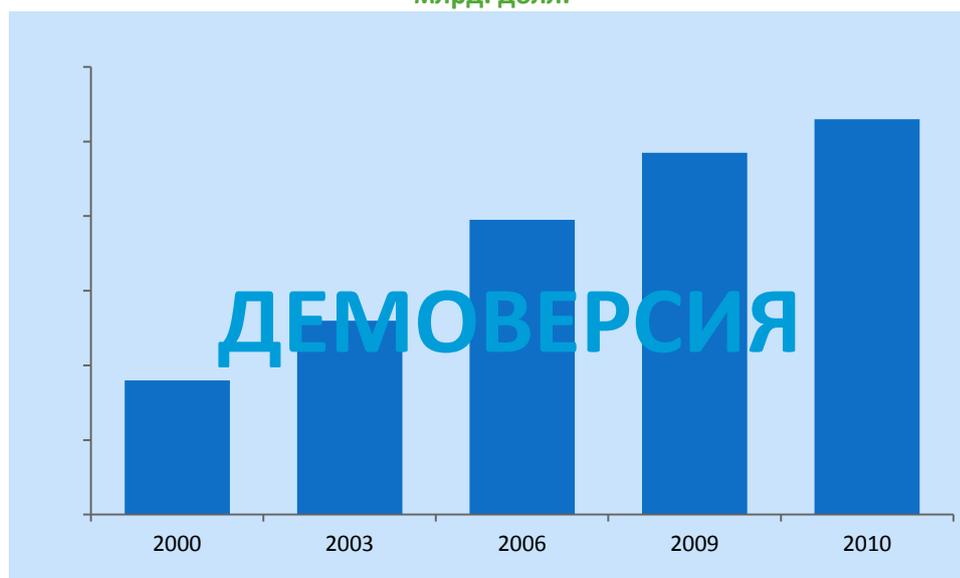
Динамика структуры розничных продаж парфюмерно-косметических средств показывает, что постепенно доля *** федерального округа сокращается.

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.

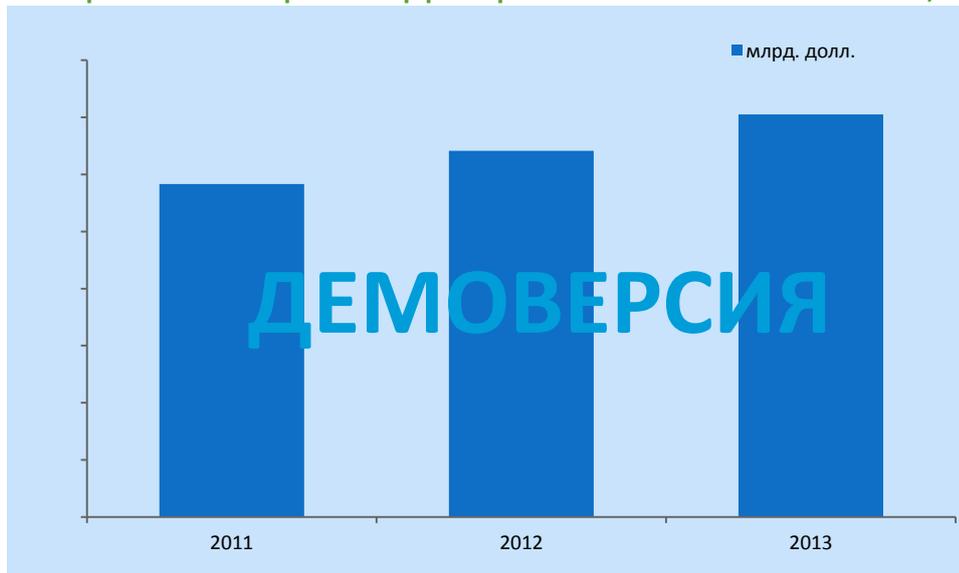


Источник: ***

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.



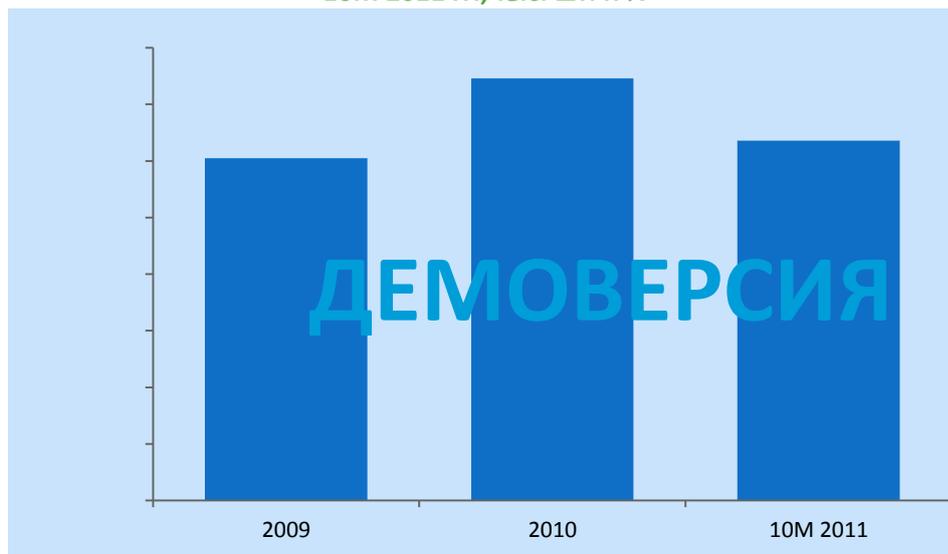
Источник: ***

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).

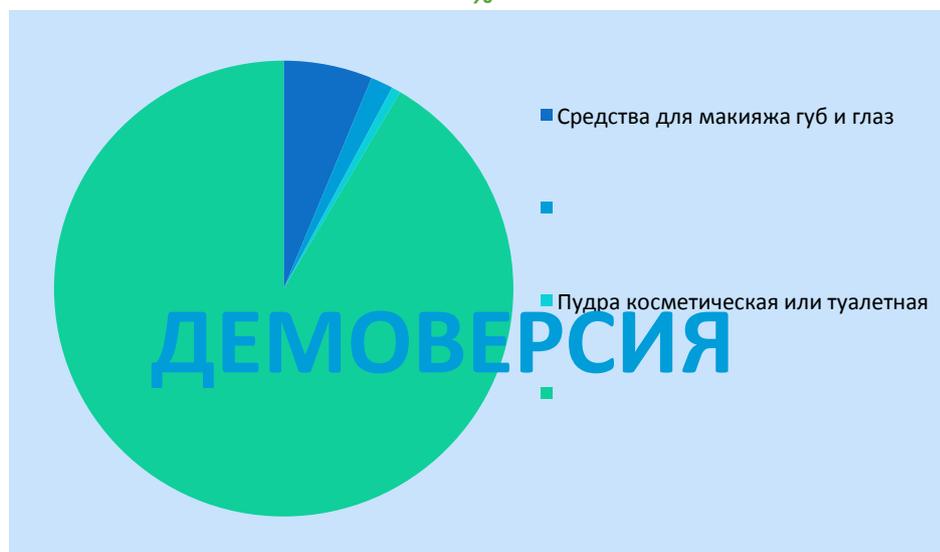
Диаграмма 9. Динамика производства косметической продукции в России в 2009 - 10М 2011 гг., тыс. шт. и %



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., %

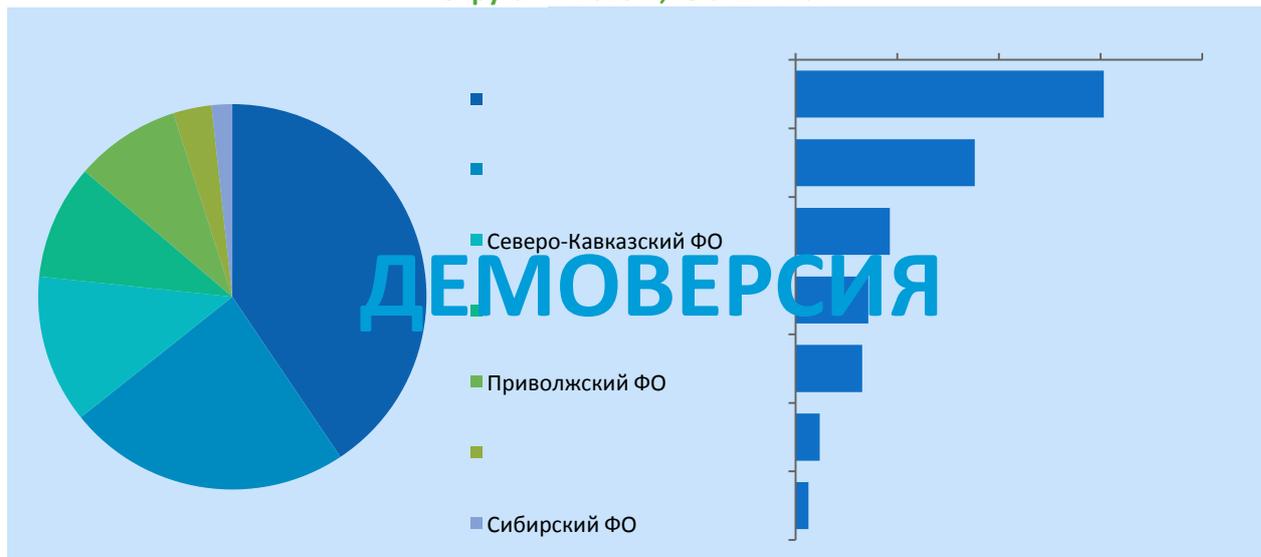


Источник: ***

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	***	***	***	***	***	***
Итого	***	***	***	***	***	***

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. тонн¹, 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: ***

¹ 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	***	***	***	***	***
Итого		***	***	***	***	***

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



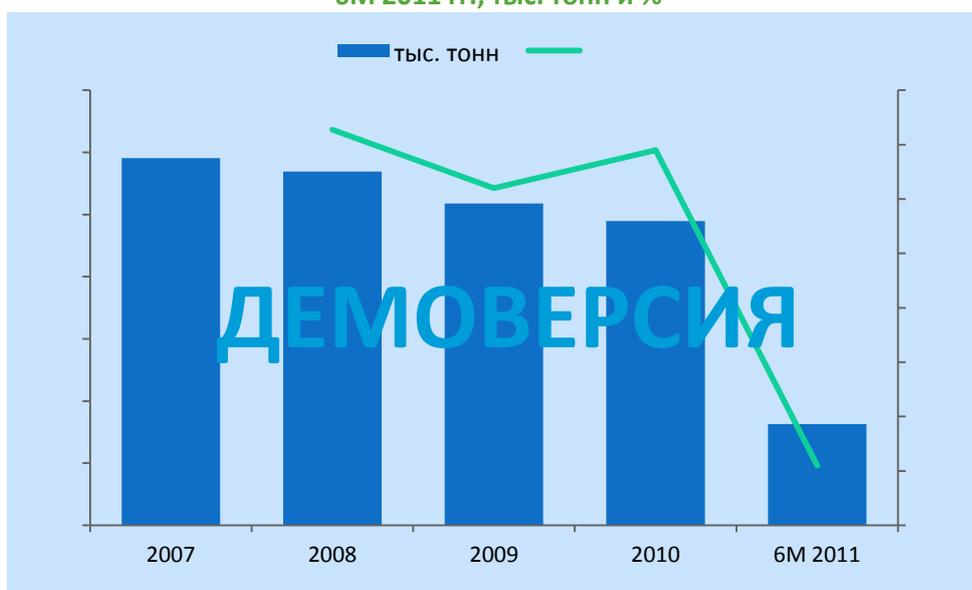
Источник: ***

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 косметики² (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: ***

² Здесь и далее данные за 2011 год представлены без учета экспорта косметики в Белоруссии

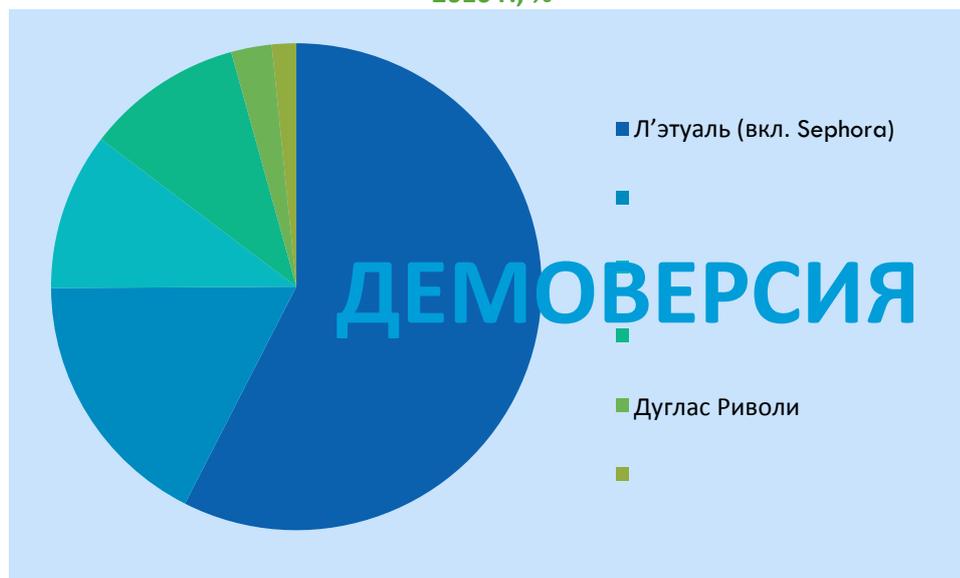
4.5. Каналы продаж косметики и парфюмерии в России

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:	***	***	***	***	***	***	***

ДЕМОНСТРАЦИЯ

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

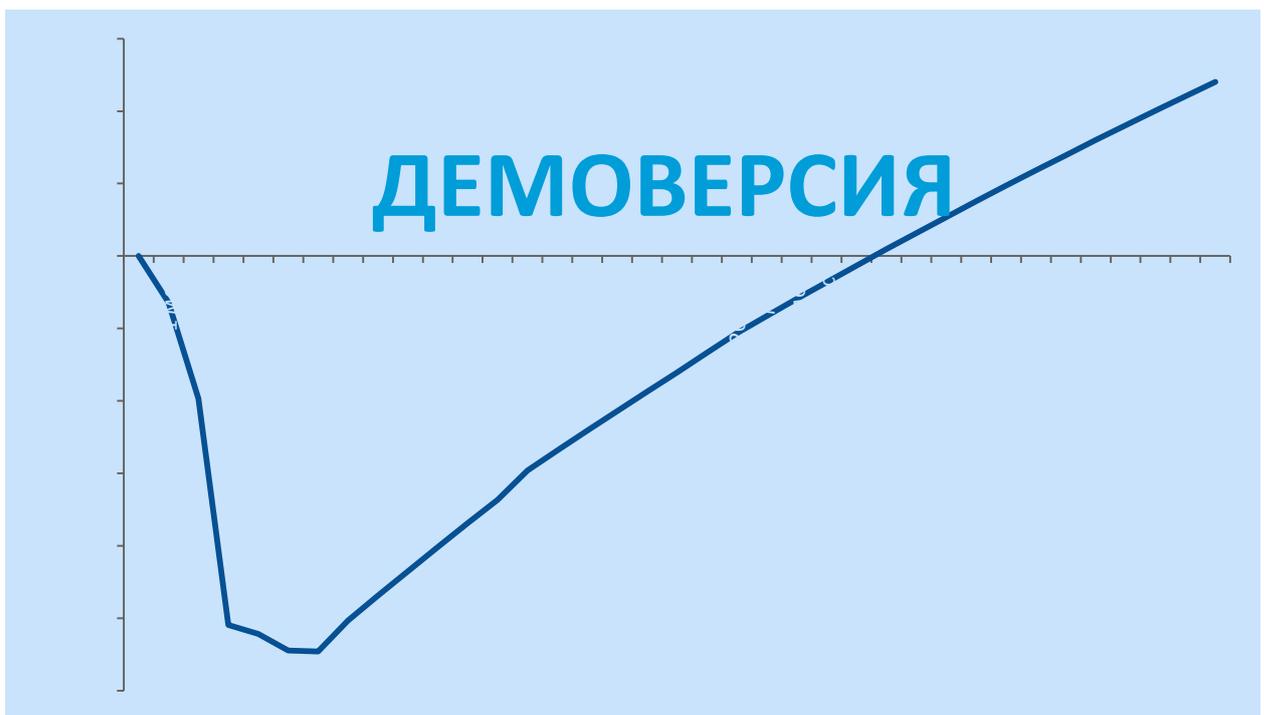
9.1. Анализ эффективности проекта

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:

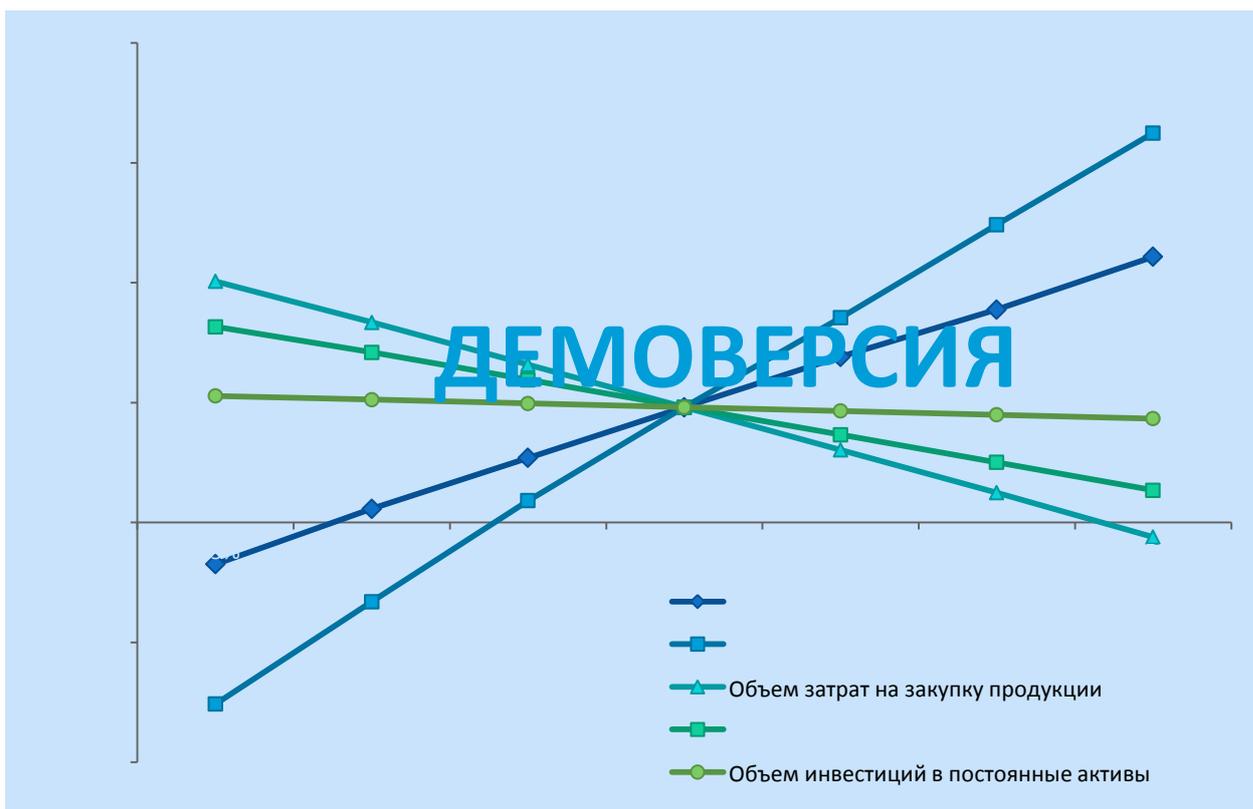
- NPV (Net Present Value) – чистая приведенная стоимость проекта;
- IRR (Internal Rate of Return) – внутренняя норма доходности проекта;
- DPB (Discounted Payback Period) – дисконтированного периода окупаемости проекта.

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**.

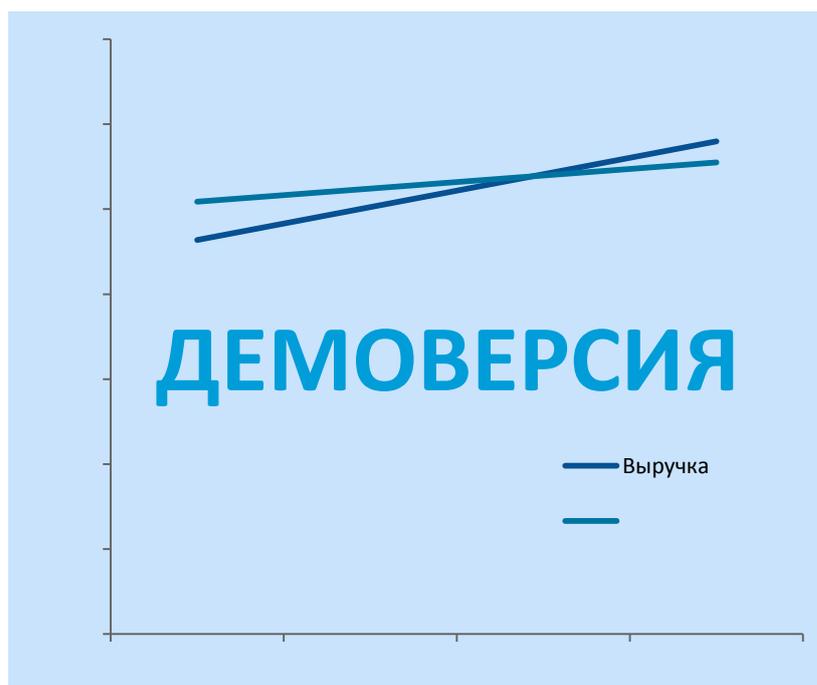
Таблица 43. Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

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

ДЕМОВЕРСИЯ

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!