

# **ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН**

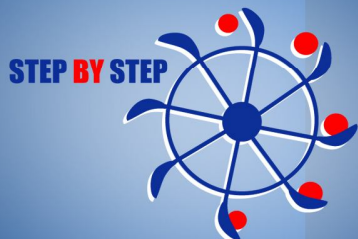
## **ПАРФЮМЕРНО- КОСМЕТИЧЕСКОГО МАГАЗИНА**

### **ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
ноябрь 2010 г.**

**г. Москва**



## Содержание

<b>Аннотация.....</b>	<b>5</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции .....</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта .....</i>	<i>7</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>8</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>11</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>12</i>
<i>Список приложений .....</i>	<i>12</i>
<b>Выдержки из исследования .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Описание товара .....</b>	<b>14</b>
<i>Определение товара.....</i>	<i>14</i>
<i>Сегментация товара.....</i>	<i>14</i>
<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования.....</i>	<i>14</i>
<i>Перспективы развития товара.....</i>	<i>14</i>
<b>3. Анализ рынка .....</b>	<b>15</b>
<i>Анализ положения дел в отрасли .....</i>	<i>15</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли .....</i>	<i>15</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>15</i>
<i>Объем рынка в натуральном выражении.....</i>	<i>15</i>
	<b>2</b>

Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении .....	15
Объем розничных продаж парфюмерно-косметических товаров .....	15
Темпы роста рынка .....	16
<b>Сегментация рынка.....</b>	<b>16</b>
Сегментирование продукции по виду.....	16
Сегментирование парфюмерии по основным наименованиям .....	16
Сегментирование продукции по назначению .....	16
Сегментирование косметической продукции по основным наименованиям.....	16
Сегментирование продукции по характеру потребления .....	17
<b>Ценообразование на рынке.....</b>	<b>17</b>
Ценовое сегментирование продукции .....	17
<b>Конкурентный анализ.....</b>	<b>17</b>
Количественная и качественная характеристика.....	17
Тенденции основных производителей продукции .....	17
<b>Анализ потребителей .....</b>	<b>17</b>
Описание потребителей.....	17
<b>4. Маркетинговый план.....</b>	<b>18</b>
Уникальные достоинства, позиционирование.....	18
Порядок осуществления продаж / оказания услуг.....	18
<b>5. План продаж .....</b>	<b>19</b>
Цены на конкретные виды товары.....	19
<b>6. Производственная часть .....</b>	<b>20</b>
Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги.....	20
Требования к поставщикам .....	20
Состав и стоимость основного оборудования.....	20
Оценка и обоснование необходимых ресурсов .....	21
Оценка постоянных и переменных затрат .....	21

Оценка доходов.....	22
6.1. Функциональное решение.....	26
Выбор и обоснование типа предприятия .....	26
<b>7. Организационно-управленческая структура.....</b>	<b>27</b>
Организационная структура.....	27
Основные формы финансовых расчетов (руб.) .....	27
Анализ чувствительности .....	32
Показатели эффективности проекта.....	32
<b>9. Организационный план осуществления проекта.....</b>	<b>33</b>
План-график реализации проекта.....	33
<b>10. Нормативная информация.....</b>	<b>34</b>
<b>Список приложений .....</b>	<b>35</b>

## АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие парфюмерно-косметического магазина

*К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).*

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес-план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

## СУТЬ ПРОЕКТА

Открытие парфюмерно-косметического магазина среднего ценового сегмента (мидл-класса).

Необходимая площадь – 145 м2.

Время работы – 12 часов в сутки.

## ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

**Краткосрочные цели** проекта: выход на рынок парфюмерии и косметики г. Москвы, создание положительного имиджа магазина, получение прибыли.

**Долгосрочные цели** проекта: максимизация товарооборота, расширение товарной номенклатуры, создание сети магазинов.

## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – ... года.

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

**Продукт** – Основной акцент будет сделан на компетентных консультациях (продавец-консультант с медицинским образованием) и бесплатных дополнительных услугах (подарочная упаковка).

**Цена** – Магазин рассчитан на аудиторию мидл-класса, соответственно, цены будут уровня среднего сегмента.

**Сбыт** будет осуществляться посредством прямых каналов реализации продукции.

**Продвижение** – Реклама будет размещаться на дорожных щитах (3х6 м) и на щитах сити- формата (1,2х1,8м).

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... РУБ.

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

### Выгоды:

- получение стабильной прибыли
- создание известного «имени» магазина
- создание сети магазинов

### Риски:

- неудачное позиционирование
- высокая конкуренция

- экономический кризис

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... USD/год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

**Кол-во страниц:** 95 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 14 диаграмм, 22 таблицы, 1 схема, 3 приложения

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	<b>Введение</b>		<b>6</b>
2	<b>1. Резюме проекта</b>		<b>7</b>
	2.1	<i>Суть проекта</i>	7
	2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7
	2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7
	2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7
	2.5	<i>Стоимость проекта</i>	8
	2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8
	2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8
	2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8
3	<b>2. Описание товара</b>		<b>9</b>
	3.1	<i>Определение товара</i>	9
	3.2	<i>Сегментация товара</i>	9
	3.3	<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	9
	3.4	<i>Перспективы развития товара</i>	10
	3.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	10
4	<b>3. Анализ рынка</b>		<b>11</b>
	4.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	11
		4.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	11
		4.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	11
	4.2	<i>Общие данные о рынке</i>	12
		4.2.1 <i>Объем рынка в натуральном выражении</i>	12
		4.2.2 <i>Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении</i>	14
		4.2.3 <i>Объем розничных продаж парфюмерно-косметических товаров</i>	14
		4.2.4 <i>Темпы роста рынка</i>	14
	4.3	<i>Сегментация рынка</i>	15
		4.3.1 <i>Сегментирование продукции по виду</i>	16
		4.3.2 <i>Сегментирование парфюмерии по основным наименованиям</i>	19
		4.3.3 <i>Сегментирование продукции по назначению</i>	22
		4.3.4 <i>Сегментирование косметической продукции по основным</i>	23

		наименованиям	
	4.3.5	Сегментирование продукции по характеру потребления	26
	4.4.	<i>Ценообразование на рынке</i>	28
	4.4.1	Ценовое сегментирование продукции	28
	4.5	<i>Конкурентный анализ</i>	32
	4.5.1	Количественная и качественная характеристика	32
	4.5.2	Тенденции основных производителей продукции	39
	4.6	<i>Анализ потребителей</i>	41
	4.6.1	Описание потребителей	41
	4.7	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	56
5	<b>4. Маркетинговый план</b>		<b>58</b>
	5.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	58
	5.2	<i>Ценовая политика</i>	58
	5.3	<i>Порядок осуществления продаж / оказания услуг</i>	58
	5.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	59
6	<b>5. План продаж</b>		<b>60</b>
	6.1	<i>Цены на конкретные виды товары.</i>	60
	6.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	60
	6.3	<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	61
7	<b>6. Производственная часть</b>		<b>62</b>
	7.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i>	62
	7.2	<i>Требования к поставщикам</i>	63
	7.3	<i>Состав и стоимость основного оборудования</i>	64
	7.3.1	Амортизация основных средств	64
	7.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	65
	7.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	66
	7.6	<i>Оценка доходов</i>	67
	7.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	71
	7.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	71
8	<b>7. Организационно-управленческая структура</b>		<b>72</b>
	8.1	<i>Организационная структура</i>	72
	8.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	72
	8.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	74
9	<b>8. Финансовый план</b>		<b>76</b>

	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	76
	9.2	<i>Объем финансирования</i>	76
	9.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	77
	9.4	<i>Анализ чувствительности</i>	83
	9.4.1	<i>Показатели эффективности проекта</i>	83
	9.4.2	<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	84
10	<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>		<b>86</b>
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	86
11	<b>10. Нормативная информация</b>		<b>87</b>
	11.1	<i>Нормативная база</i>	87
	11.2	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	87
12	<b>11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ</b>		<b>90</b>
13	<b>Список приложений</b>		<b>91</b>
	13.1	<i>Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции</i>	91
	13.2	<i>Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»</i>	92
	13.3	<i>Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески</i>	94

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Доли сегментов в объеме парфюмерно-косметического рынка, в денежном выражении, %

Диаграмма 2. Темпы роста парфюмерно-косметического рынка в денежном выражении, 2007-2010 (прогноз)

Диаграмма 3. Структура российского парфюмерно-косметического рынка, %

Диаграмма 4. Удельный вес каналов дистрибуции на российском парфюмерно-косметическом рынке, 2009 год, %.

- Диаграмма 5. Доли брендов на российском рынке, %
- Диаграмма 6. Доли различных типов клиентов, % от числа потребителей
- Диаграмма 7. Структура потребления косметики по брендам (голосов)
- Диаграмма 8. Предпочтения потребителей отечественной и импортной косметики, %
- Диаграмма 9. Предпочтения потребителей различных сегментов косметики, %
- Диаграмма 10. Места покупки люксовых марок декоративной косметики и средств для лица, %
- Диаграмма 11. Доли количества публикаций с упоминанием продуктов, %
- Диаграмма 12. Стоимость упоминаний в изданиях по сегментам косметического рынка, %
- Диаграмма 13. Суммарная площадь в изданиях, занимаемая сегментами косметического рынка, %
- Диаграмма 14. Доли охвата аудитории по сегментам косметического рынка, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль
- Таблица 2. Объем розничных продаж парфюмерно-косметической продукции, 2009-2010 гг., тыс. руб.
- Таблица 3. Сравнительная характеристика основных игроков розничного сегмента Рынка
- Таблица 4. Цены на конкретные товары
- Таблица 5. Схема работы магазина
- Таблица 6. Состав и стоимость оборудования для магазина
- Таблица 7. Распределение площади под различные помещения
- Таблица 8. Постоянные затраты в месяц, руб.
- Таблица 9. Переменные затраты в месяц, руб.
- Таблица 10. Ассортимент товаров, их количество и стоимость, руб.
- Таблица 11. План по доходам (часть 1), чел.
- Таблица 12. План по доходам (часть 2), чел.
- Таблица 13. Штатное расписание
- Таблица 14. Затраты на открытие

- Таблица 15. Затраты на установку сигнализаций, руб.
- Таблица 16. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 17. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.
- Таблица 18. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб.
- Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб.
- Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб.
- Таблица 21. График реализации проекта
- Таблица 22. Документы для регистрации вывески

## **СПИСОК СХЕМ**

- Схема 1. Организационная структура

## **СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ**

- Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции
- Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»
- Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## 2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА

Функциональной задачей магазина является **удовлетворение потребностей населения** в ароматических товарах (**парфюмерии**) и средствах по уходу за кожей и волосами, средствах для украшения лица и тела (**косметики**).

### СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА

Основные виды парфюмерии и косметики, которые будут представлены в магазине, можно разделить по следующим сегментам:

...

### СТОИМОСТЬ ТОВАРА. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Цена на продукцию будет устанавливаться с помощью смешанного метода ценообразования:...

...

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА

Специалисты считают, что в будущем успех рынку парфюмерии и косметики принесет специализированная продукция...

...

## 3. АНАЛИЗ РЫНКА

### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

#### ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Рынок парфюмерии и косметики считается одним из самых быстрорастущих в мире.

Высокий уровень жизни населения до недавнего времени позволял формировать производство высококачественной и дорогой косметики.

Лидирующие позиции на косметическом рынке удерживают богатейшие страны мира, такие как США, Япония, Франция, Германия, в том числе и Россия.

В настоящее время создание новой косметики идет по двум направлениям:

...

#### ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

##### ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

...

В соответствии со статистикой в 2009 году парфюмерно-косметическая отрасль в России достигла ... **долл.**

...

Самыми крупными секторами рынка являются:

...

##### ЕМКОСТЬ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Емкость рынка, по оценке, сделанной российской парфюмерно-косметической ассоциацией в 2008 г. на основании мониторинга розничного товарооборота должна вырасти к 2016 году до \$....

##### ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

Рассмотрим динамику розничных продаж парфюмерно-косметической продукции поквартально:...

...

**ТАБЛИЦА 1. ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, 2009-2010 ГГ., ТЫС. РУБ.**

	2009	2010
1 квартал		
2 квартал		
3 квартал		
4 квартал		
<b>Всего</b>		

...

## ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Российский рынок парфюмерии и косметики продемонстрировал умеренный рост показателей – ...% в год (для сравнения на западе – ...или даже -...% в год). По прогнозам специалистов в 2010 году данный показатель вырастет на ...%.

...

## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Традиционно парфюмерно-косметический рынок делится на три части:

- Косметика
- Парфюмерия
- Средства личной гигиены

...

## СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДУ

...

## СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПАРФЮМЕРИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

...

## СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО НАЗНАЧЕНИЮ

...

## СЕГМЕНТИРОВАНИЕ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

...

## СЕКМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ХАРАКТЕРУ ПОТРЕБЛЕНИЯ

...

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Цены на рынке парфюмерии и косметики в основном складываются по принципу: **цена производителя, оптовая наценка и наценка розницы...**

...

## ЦЕНОВОЕ СЕКМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Косметическую продукцию в соответствии с международной классификацией делят на три основных ценовых сегмента:...

...

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

### КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

В последние несколько лет российский рынок парфюмерно-косметической продукции характеризовался экспансией сетевого ритейла...

...

### ТЕНДЕНЦИИ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ

Отечественным лидером в сегменте косметика является...

...

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Главными потребителями страны являются Москва, Санкт-Петербург и близлежащие регионы...

...

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Магазин будет специализироваться на продаже парфюмерии и косметики среднего ценового сегмента (мидл-класс)...

...

### ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Продажи начнутся с четвертого месяца реализации бизнес-плана. Предполагается, что сбыт продукции в первые месяцы будет обеспечен **рекламной компанией**, которая начнется за месяц до открытия магазина.

...



## 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

### ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ / ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ

Работа магазина будет состоять из следующих этапов (Таблица 5):

...

### ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

К поставщикам будут предъявляться следующие основные требования: наличие **сертификата качества** на товары, **рекомендации** от клиентов, **скорость и точность поставок, умеренные цены...**

...

### СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

В таблице 6 представлен перечень необходимой мебели и оборудования.

**Таблица 3. Состав и стоимость оборудования для магазина**

№	Наименование	Количество, ед.	Цена, руб.	Сумма, руб.
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				

...

## ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Основные средства: оборудование, здания под офис, складские помещения.

...

## ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ

К накладным (постоянным) расходам магазина относятся:

1. Аренда помещения,
2. Фонд оплаты труда,
3. Коммуникации и инфраструктура (расходы на свет, телефон, Internet и т.д.)
4. Реклама и продвижение,
5. Обязательное пенсионное страхование (26% от ФОТ)
6. Амортизация
7. Другие расходы (канцелярские принадлежности, расходные материалы и т.д.)

ТАБЛИЦА 4. ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, РУБ.

№	Статья затрат	Сумма, руб.
Постоянные затраты		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

...

ТАБЛИЦА 5. ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, РУБ.

№	Статья затрат	Сумма, руб.
Переменные расходы		

1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		

...

## ОЦЕНКА ДОХОДОВ

Доходы магазина парфюмерии и косметики будут зависеть от количества реализованного товара.

ТАБЛИЦА 6. АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ, ИХ КОЛИЧЕСТВО И СТОИМОСТЬ, РУБ.

Товар	Сумма, руб.	Наценка, руб.	Доля в объеме продаж

Товар	Сумма, руб.	Наценка, руб.	Доля в объеме продаж





## 6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

### ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

...









Таблица 11. План движения денежных средств (CASH FLOW) (часть 2), руб.

Показатели	3 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	
1	12	13	14	15	16	17
<b>Операционная деятельность</b>						
<b>Инвестиционная деятельность</b>						





## 9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

### ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Таблица 14. График реализации проекта

...

№ п/п	Наименование работ	Месяцы			
		1	2	3	4, 5...
1					
2					
3					
4					
5					

...

## 10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

...

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88