

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЯ ЮВЕЛИРНОГО 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:  
Март 2010 г.**

**STEP BY STEP**



**г. Москва**

## **Содержание**

<b>Аннотация.....</b>	<b>3</b>
<i>Суть проекта .....</i>	3
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта.....</i>	3
<i>Расчетные сроки проекта.....</i>	3
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции.....</i>	4
<i>Стоимость проекта.....</i>	4
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	4
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	4
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	4
<b>Полное содержание исследования.....</b>	<b>6</b>
<i>Список диаграмм.....</i>	8
<i>Список таблиц.....</i>	8
<i>Список схем.....</i>	8
<i>Список приложений.....</i>	8
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>

## **АННОТАЦИЯ**

Цель БП: **открытия ювелирного 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**

Создание ювелирного магазина, ориентированного на людей со средними доходами и традиционными предпочтениями. Магазин будет располагаться в центральной части города (или в центральной части отдельного района), рядом в метро.

Необходимая площадь – 73 м<sup>2</sup>.

Время работы – 11 часов в сутки.

## **ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА**

Краткосрочная цель: выход на розничный рынок ювелирных изделий, создание узнаваемого имени, получение прибыли.

Долгосрочная цель: расширение ассортимента, развитие спектра дополнительных услуг, закрепление на рынке в среднеценовом сегменте

## **РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА**

Расчетный срок проекта – 3 года.

## **РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ**

- ✓ Торговля ювелирными изделиями высокого качества, широкий ассортимент продукции,
- ✓ Вся продукция представлена в среднем ценовом сегменте;
- ✓ Стимулирование сбыта за счет оказания дополнительных услуг, а также повышения качества, проведение акций, направленных на увеличение лояльности клиентов, политика стимулирования постоянных клиентов, наружная реклама для привлечения новых клиентов;
- ✓ Удобное расположение ювелирного магазина (в местах большой проходимости: торговые центры, около метро, первые этажи жилых или нежилых зданий в крупных «спальных» районах города).

## **СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА**

Необходимый объем инвестиций – ... USD.

## **ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА**

Собственные средства.

## **ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА**

Риски связаны с неудачным выбором места и позиционированием, а также с высокой конкуренцией на рынке. В случае удачного выбора местоположения магазина проект предполагает получение стабильно высокой прибыли, закрепление на столичном рынке розничной торговли ювелирными изделиями и дальнейшее развитие одноименной сети ювелирных магазинов.

## **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:** 66 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 2 диаграммы, 12 таблиц, 1 схема, 4 приложения

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<b>Введение</b>		<b>6</b>
<b>1. Резюме проекта</b>		<b>7</b>
1.1	<i>Суть проекта</i>	7
1.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7
1.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7
1.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7
1.5	<i>Стоимость проекта</i>	8
1.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8
1.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8
1.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8
<b>2. Описание товара</b>		<b>9</b>
2.2	<i>Определение товара/услуги</i>	9
2.3	<i>Сегментация товара</i>	9
2.4	<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	10
2.5	<i>Требования к контролю качества</i>	10
2.6	<i>Перспективы развития</i>	11
2.7	<i>Лицензии, патенты на ювелирные изделия</i>	11
<b>3. Анализ рынка</b>		<b>12</b>
3.1	<i>Сегментация рынка</i>	12
	3.1.1 <i>Ценовое сегментирование</i>	12
3.2	<i>Основные показатели</i>	13
	3.2.1 <i>Объемы рынка</i>	13
	3.2.2 <i>Емкость рынка</i>	13
	3.2.3 <i>Темпы роста</i>	14
	3.2.4 <i>Импорт - Экспорт</i>	14
	3.2.5 <i>Сезонность рынка</i>	14
3.3	<i>Ценообразование на рынке</i>	15
3.4	<i>Конкурентный анализ</i>	15
	3.4.1 <i>«Ювелирная сеть 585»</i>	16
	3.4.2 <i>Сеть «яшма золото»</i>	16
	3.4.3 <i>«Алмаз-Холдинг»</i>	17
	3.4.4 <i>ООО «Адамас»</i>	18
	3.4.5 <i>«МЮЗ»</i>	18
	3.4.6 <i>Тенденции основных игроков ювелирного рынка</i>	19
3.5	<i>Анализ потребителей</i>	20
	3.5.1 <i>Описание потребителей</i>	20
	3.5.2 <i>Основные факторы выбора ювелирной продукции</i>	20
	3.5.3 <i>Основные причины покупки ювелирного украшения</i>	21
	3.5.4 <i>Потребительские предпочтения</i>	21
3.6	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	23
	3.6.1 <i>Прогноз развития рынка</i>	23

	3.6.2	Факторы, влияющие на отрасль	24
<b>4. Маркетинговый план</b>			<b>25</b>
4.1	<i>Уникальное достоинство продукта, позиционирование</i>		25
4.2	<i>Цены, ценовая политика</i>		25
	4.2.1	Выбор и обоснование стратегии ценообразования	25
	4.2.2	Цены на конкретные позиции продукции	26
4.3	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>		27
4.4	<i>Мерчендайзинг</i>		29
<b>5. План продаж</b>			<b>30</b>
5.1	<i>Организация сбыта, каналы сбыта</i>		30
5.2	<i>План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса)</i>		30
<b>6. Производственная часть</b>			<b>32</b>
6.1	<i>Технологическая схема продажи ювелирной продукции</i>		32
6.2	<i>Требования к поставщикам/подрядчикам</i>		32
6.3	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>		33
	6.3.1	Выбор помещения	33
	6.3.2	Выбор офисного оборудования	33
	6.3.3	Выбор торгового оборудования	34
6.4	<i>Организация охраны</i>		36
	6.4.1	Состав и стоимость систем безопасности	36
6.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции/оказании услуг</i>		37
6.6	<i>Амортизация</i>		38
6.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>		38
	6.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	38
<b>7. Организационно-управленческая структура</b>			<b>40</b>
	<i>Организационная структура</i>		40
	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>		40
	<i>Затраты на оплату труда</i>		41
<b>8. Финансовый план</b>			<b>42</b>
8.1	<i>Основные параметры расчетов</i>		42
8.2	<i>Объем финансирования</i>		42
8.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>		43
8.4	<i>Показатели эффективности проекта</i>		43
8.5	<i>План движения денежных средств (Cash Flow)</i>		44
8.6	<i>Анализ чувствительности</i>		47
	8.6.1	Показатели эффективности проекта	47
	8.6.2	Основные параметры бизнес-плана:	47
<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>			<b>49</b>
9.1	<i>План-график реализации проекта</i>		49
9.2	<i>необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта.</i>		49
<b>10. Нормативная информация</b>			<b>50</b>
10.1	<i>Нормативная база:</i>		50

10.2	<i>Необходимые разрешения для выполнения проекта</i>	51
	<b>Приложение 1. « Постановление Правительства РФ Об утверждении Правил продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней»</b>	<b>53</b>
	<b>Приложение 2. « Выдержки из Инструкции О порядке ведения специального учета организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями»</b>	<b>58</b>
	<b>Приложение 3. «Выдержки из Федерального закона РФ от 30 декабря 2008 г. N 312-ФЗ Об Обществах с ограниченной ответственностью, касающиеся учредительных документов общества»</b>	<b>61</b>
	<b>Приложение 4. «Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью»</b>	<b>65</b>

## **СПИСОК ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Сегментация рынка ювелирных украшений по виду изделия, % от объема продаж.

Диаграмма 2. Сегментация рынка ювелирных украшений по наличию вставки, % от реализации

## **СПИСОК ТАБЛИЦ**

Таблица 1. Факторы, влияющие на рынок ювелирных изделий

Таблица 2. Средние цены на ювелирные украшения

Таблица 3. План продаж ювелирных изделий по кварталам

Таблица 4. Состав и стоимость основного оборудования

Таблица 5. Состав и стоимость систем безопасности

Таблица 6. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 7. Штатное расписание

Таблица 8. Затраты на открытие

Таблица 9. План движения денежных средств, у.е.

Таблица 10. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

Таблица 11. Отчет о прибылях и убытках

Таблица 12. Календарный план

## **СПИСОК СХЕМ**

Схема 1. Организационная структура предприятия

## **СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ**

Приложение 1. « Постановление Правительства РФ Об утверждении Правил продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней»

Приложение 2. « Выдержки из Инструкции О порядке ведения специального учета организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями»

Приложение 3. «Выдержки из Федерального закона РФ от 30 декабря 2008 г. N 312-ФЗ Об Обществах с ограниченной ответственностью, касающиеся учредительных документов общества»

Приложение 4. «Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью»

## **ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА**

#### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ**

**Ювелирные изделия** - это изделия, произведенные с использованием драгоценных металлов (золото, серебро, платина) и их сплавов и/или драгоценных камней.

Основная функция ювелирных изделий – декоративная. Правильно подобранные украшения могут быть объектом для инвестиций. А отдельные виды продукции (обручальные кольца, талисманы, кресты и т.д.) могут осуществлять и другие функции (символическую, магическую).

....

#### **СТОИМОСТЬ ТОВАРА. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

Концепция ценообразования будет принята идентичная концепции конкурентов на рынке. Т.е. цена будет складываться из оптовой цены товара и наценки.

Наценка также будет принята равной наценки конкурентов.

...

#### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

При успешном развитии бизнеса возможно дальнейшее его расширение путем предоставления услуг по ремонту и скупке ювелирных изделий у частных лиц, а также путем развития сети ювелирных магазинов.

#### **ЛИЦЕНЗИИ, ПАТЕНТЫ НА ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ**

Продажа ювелирных изделий не требует обязательного государственного лицензирования.

### **3. АНАЛИЗ РЫНКА**

#### **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА**

На ювелирном рынке можно выделить два основных сегмента

- рынок «массового» производства ювелирных изделий
- рынок мелкосерийной эксклюзивной продукции

Сегмент массового ювелирного продукта практически сформирован. Почти в каждом ювелирном магазине города покупателю могут предложить выбор ювелирных изделий в данном сегменте. Сегмент эксклюзивных ювелирных изделий сформирован в меньшей степени и имеет значительно больший потенциал роста в ближайшей перспективе.

....

#### **ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

##### **ОБЪЕМЫ РЫНКА**

В 2009 году было апробировано ... миллионов штук золотых изделий российского производства, .... миллион штук российских изделий из серебра, ... и .... тысячи штук российских изделий из платины и палладия соответственно.

....

##### **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

Наиболее распространенная бизнес-модель, используемая в российском ювелирном ритейле – это создание ювелирной сети "от производителя" на базе отдельного предприятия или производственного холдинга. Процесс консолидации крупных розничных операторов и ведущих компаний-производителей в сегменте "масс-маркет" и "мидл-маркет" ведет к постепенному вытеснению с рынка мелких игроков. Высокая концентрация игроков наблюдается в Москве и Санкт-Петербурге. Однако по оценке самих операторов, российский рынок торговли ювелирными изделиями пока недостаточно консолидирован и крупных игроков, четко позиционирующих себя в том или ином ценовом сегменте пока мало. Большинство ювелирных компаний (в основном аффилированных с предприятиями) работают с широким ассортиментом продукции, представленной в различных ценовых категориях. Стратегия жесткого позиционирования пока воспринимается ювелирными операторами скептически, т.к. ведет к сужению потребительской аудитории и ограничению роста продаж. Выход в регионы является

перспективным направлением развития для игроков, работающих в массовом ценовом сегменте.

По данным исследования РБК "Розничные **ювелирные сети**", к пятерке лидеров ювелирного ритейла принадлежат российские торговые сети:

- "Ювелирная сеть "585"
- "Яшма Золото"
- "Алмаз-Холдинг"
- "Адамас"
- "МЮЗ".

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Потребителей ювелирных изделий можно сегментировать в зависимости от возраста, дохода, по половому признаку.

....

## **ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПОКУПКИ ЮВЕЛИРНОГО УКРАШЕНИЯ**

Рынок ювелирных украшений является классическим частным случаем "Рынка Эмоций". В зависимости от мотива покупки, людей, приобретающих ювелирные украшения, можно сегментировать на восемь основных категорий.

....

## **АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ**

Ювелирный рынок является одним из самых динамичных рынков в России. С 1999 по 2007 год темпы роста составляли 10-20% в год. Высокие темпы развития российского рынка ювелирных украшений были обусловлены, прежде всего, общим подъемом экономики, давними традициями потребления ювелирных украшений и исторически сложившейся инфраструктурой промышленного производства. Кризис 2008-2009 гг. оказал негативное влияние на отрасль, в результате чего произошел спад объемов производства.

## **ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА**

....

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ**

....

**ТАБЛИЦА 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ**

<b>Положительное влияние</b>	<b>Отрицательное влияние</b>

*Источник: аналитический отдел «Step by Step»*

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО ПРОДУКТА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Ювелирный магазин будет специализироваться на продаже ювелирных изделий нижнего и среднего ценовых сегментов, так как в настоящее время они пользуются наибольшим спросом у «массового» потребителя. (Люди со средними доходами и традиционными предпочтениями).

...

### ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Ценовая политика ювелирного магазина должна способствовать достижению следующих целей:

- ...
- 

....

### ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ ПРОДУКЦИИ

Цена на все ювелирные изделия, кроме изделий с бриллиантами и другими драгоценными камнями будет рассчитываться исходя из веса изделия и его цены за грамм. Так как магазин будет ориентирован на покупателя со средними доходами, 80% ассортимента будут составлять легковесные изделия:

- Кольца, подвески до 4 грамм
- Серьги до 6 грамм
- Цепи, браслеты до 6 грамм

ТАБЛИЦА 2. СРЕДНИЕ ЦЕНЫ НА ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ

товар	Цена оптовая, у.е. за грамм	Вес изделия	Наценка	Цена розничная, у.е.
изделия без камня низкий ценовой сегмент				
изделия без камня средний ценовой сегмент				
изделия с фианитами низкий ценовой сегмент				
изделия с фианитами средний ценовой сегмент				
изделия с полудрагоценными камнями				

....



## 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

### ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Технологическая схема реализации продукции будет строиться в два этапа:

- оптовая закупка продукции,
- ее реализация непосредственно в магазине.

.....

### ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

#### ВЫБОР ПОМЕЩЕНИЯ

Огромное значение имеет местоположение магазина. Он должен быть расположен на одной из главных улиц, вблизи метро, где наиболее высокая степень проходимости. Т.е. он, по сути, должен быть хорошо заметен с тем, чтобы клиентам не составило труда его найти. Закладывая арендную ставку, мы учли этот фактор. Проектируемый магазин будет расположен на центральной улице города или в центре отдельного района, рядом с метро.

Рекомендуемая общая площадь – ... м<sup>2</sup>.

Рекомендуемая площадь торгового зала – ... м<sup>2</sup>.

#### СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

Данные приведены в таблице.

ТАБЛИЦА 4. СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

№, п/п	Наименование	Количество, шт.	Цена, у.е.	Сумма
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				

<b>Итого</b>				
--------------	--	--	--	--

Стоимость основного оборудования составляет 7 950 долларов.

## ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ/ОКАЗАНИИ УСЛУГ

....

**Таблица 5. Постоянные затраты в месяц, руб.**

Текущие затраты в месяц		
№	Статья затрат	Сумма, у.е.
<b>Постоянные затраты</b>		
1	Аренда	
2	ФОТ	
3	Пенсионный фонд	
4	Оплата ЧОП	
5	Коммуникации, инфраструктура	
6	Оплата интернет	
7	Канцелярские и хозяйственные товары	
8	Обслуживание системы сигнализации	
9	Реклама и продвижение	
10	Амортизация	
	Итого постоянных затрат	
<b>Переменные затраты</b>		
11	Закупка товара/приобретение расходных материалов и сырья	
	<b>Всего затрат в мес.</b>	

### 6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

#### ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве организационно-правовой формы для ювелирного магазина рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

- ....
- .....

.....

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

### ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

Ввиду небольшой численности персонала вполне подойдет линейная организационная структура предприятия.

...

### ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

ТАБЛИЦА 6. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Должность	Кол-во	З.п., у.е.	Сумма, руб.	ЕСН	Итого
Директор магазина					
главный бухгалтер					
продавец консультант					
<b>Итого</b>					

## 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РАСЧЕТОВ

- Курс доллара – 30 руб.
- Ставка налога на прибыль – 20%
- Ставка ЕСН – 26%
- Норма дисконтирования (годовая) – ....%
- Средний счет – ..... доллара в день
- Среднее количество покупок в день – .... покупок в день

### ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания ювелирного магазина необходимы средства на аренду помещений, их ремонт и оснащение, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

Затраты на открытие составят .... у.е.. Данная сумма складывается из инвестиционных затрат (покупка оборудования и инвентаря, ремонт и оснащение помещений, создание веб-сайта и др.) и операционных затрат до начала продаж (аренда, ФОТ, маркетинг, товарный запас).

ТАБЛИЦА 7. ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19	Прочие расходы	5 523

## ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ (USD)

### ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Ставка дисконтирования ...%
- Срок окупаемости проекта: - .... месяцев
- Внутренняя норма рентабельности IRR, год. - .... % для срока жизни проекта 36 месяца.
- Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – .....% для срока жизни проекта 36 месяца.
- Чистый приведенный доход NPV за 36 месяцев – .... долл.







## **АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

### **ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

- .....

### **ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ БИЗНЕС-ПЛАНА:**

.....

**При увеличении стоимости аренды на 1 %** основные показатели эффективности проекта изменятся:

- ...
- .....

.....

**При увеличении ФОТ персонала на 1%** основные показатели эффективности проекта изменятся:

- ...
- .....

.....

**При уменьшении средней стоимости товара/услуги на 1 %** основные показатели эффективности проекта:

- ...
- .....

.....

Таким образом, **проект более чувствителен к изменению .....**

.....

**По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA 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**