

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

**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:  
август 2010 г.**

**г. Москва**





**Содержание**

<b>Аннотация.....</b>	<b>3</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>3</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>	<i>3</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>4</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции .....</i>	<i>4</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>4</i>
<i>Источники финансирования проекта .....</i>	<i>4</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>5</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>5</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>6</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>9</i>
<i>Список приложений .....</i>	<i>9</i>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>



## **АННОТАЦИЯ**

Цель БП: открытие магазина бытовой техники и электроники

*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 магазина, специализирующегося на продаже бытовой техники и электроники

Необходимая площадь магазина – 800 м<sup>2</sup>

Часы работы магазина – с 10:00-22:00 без выходных и перерыва на обед

## **ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА**

**Краткосрочные цели проекта:**

- выход на рынок бытовой техники и электроники,
- создание положительного образа магазина в глазах потребителей,
- получение стабильной прибыли.

**Долгосрочные цели проекта:**

- максимизация товарооборота,
- расширение товарной номенклатуры,



- создание интернет-магазина,
- развитие сети одноименных магазинов бытовой техники,
- обеспечение стабильного финансового и материального положения фирмы в отрасли и на целевых рынках

## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года.

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4Р) ПРОДУКЦИИ

**Продукт:** Магазин будет специализироваться на продаже крупной и мелкой бытовой техники; аудио- и видеотехники; цифровой, компьютерной и оргтехники.

**Цены:** Уровень цен планируется удерживать на уровне средних цен по рынку. Целевой группой будет являться сегмент масс маркет.

**Сбыт:** Регулярный сбыт продукции будет обеспечен широким ассортиментом товара, невысокими ценами, внимательным отношением продавцов, компетентными консультациями и дополнительными услугами, предлагаемыми магазином.

**Продвижение:** При продвижении будут использованы рекламные каналы: наружная реклама, реклама на ТВ, создание Интернет-сайта, реклама в периодических печатных изданиях

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... USD.

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.



## **ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА**

### **Выгоды:**

- высокая доходность бизнеса,
- возможность создания сети магазинов,
- динамичное развитие рынка

### **Риски:**

- неудачное позиционирование, непродуманная рекламная политика,
- усиление позиций конкурентов,
- высокая доля сетевых игроков.

## **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:** 85 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 6 диаграмм, 22 таблицы, 2 схема, 5 приложений



## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	<b>Содержание</b>		
2	<b>Введение</b>		<b>5</b>
3	<b>1. Резюме проекта</b>		<b>6</b>
	3.1	<i>Суть проекта</i>	6
	3.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	3.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	3.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	3.5	<i>Стоимость проекта</i>	7
	3.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	7
	3.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	7
	3.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	7
4	<b>2. Описание товара</b>		<b>9</b>
	4.1	<i>Определение товара</i>	9
	4.2	<i>Сегментация товара</i>	9
	4.3	<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	9
	4.4	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	10
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	10
5	<b>3. Анализ рынка</b>		<b>11</b>
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	11
		5.1.1 Текущая ситуация в отрасли	11
		5.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	11
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	11
		5.2.1 Объемы рынка	11
		5.2.2 Темпы роста Рынка	13
	5.3	<i>Сегментация рынка</i>	15
		5.3.1 Крупная бытовая техника	15
		5.3.2 Встраиваемая бытовая техника	16
		5.3.3 Мелкая бытовая техника	16
		5.3.4 Бытовая техника для дома	16
		5.3.5 Климатическая техника	17
		5.3.6 Аудио-видео и фототехника	17
		5.3.7 Компьютерная техника	17
		5.3.8 Другая техника	17



	5.4	<i>Ценообразование на рынке</i>		18
	5.5	<i>Конкурентный анализ</i>		19
	5.6	<i>Анализ потребителей</i>		23
		5.6.1	Описание потребителей	23
		5.6.2	Потребительские предпочтения	23
	5.7	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>		27
6	<b>4. Маркетинговый план</b>			<b>28</b>
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>		28
	6.2	<i>Ценовая политика</i>		28
	6.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>		28
	6.4	<i>Стимулирование сбыта</i>		29
	6.5	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>		32
7	<b>5. План продаж</b>			<b>33</b>
	7.1	<i>Цены на конкретные виды товара</i>		33
	7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i>		34
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>		34
8	<b>6. Производственная часть</b>			<b>36</b>
	8.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>		36
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>		37
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>		39
	8.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>		41
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>		41
	8.6	<i>Оценка доходов</i>		42
	8.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>		44
		8.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	44
9	<b>7. Организационно-управленческая структура</b>			<b>45</b>
	9.1	<i>Организационная структура</i>		45
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>		45
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>		46
10	<b>8. Финансовый план</b>			<b>48</b>
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>		48
	10.2	<i>Объем финансирования</i>		48
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ)</i>		49
		10.3.1	График окупаемости проекта	49
		10.3.2	План движения денежных средств	51



		10.3.3	Отчет о прибылях и убытках	52
	10.4		<i>Анализ чувствительности</i>	55
		10.4.1	Показатели эффективности проекта	55
		10.4.2	Основные параметры бизнес-плана:	55
11	<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>			<b>57</b>
	11.1		<i>План-график реализации проекта</i>	57
12	<b>10. Нормативная информация</b>			<b>58</b>
	12.1		<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	58
13	<b>Список приложений</b>			<b>61</b>
	13.1		<i>Приложение 1. Выдержки из «Правил продажи отдельных видов товаров»</i>	61
	13.2		<i>Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники</i>	62
	13.3		<i>Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества</i>	64
	13.4		<i>Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью</i>	65
	13.5		<i>Приложение 5. Закон о защите прав потребителей</i>	66

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика объемов рынка бытовой техники и электроники в РФ в 2008-2009 гг.

Диаграмма 2. Темпы роста отдельных товарных категорий в денежном выражении, 2009 г.

Диаграмма 3. Наиболее популярные виды техники, %

Диаграмма 4. Доля продаж БТЭ через интернет-магазины, %

Диаграмма 5. Доля продаж БТЭ по регионам через интернет-магазины, %

Диаграмма 6. Доля «М.Видео» по уровню лояльности в регионах, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль

Таблица 2. Динамика продаж бытовой техники в отдельных категориях товара, 2009г., млрд.руб.



- Таблица 3. Финансовые показатели «М.Видео», 2009г.
- Таблица 4. Сравнительная характеристика розничных сетей по основным параметрам
- Таблица 5. Цены на конкретные позиции товаров
- Таблица 6. План продаж на весь расчетный период, ед.
- Таблица 7. Список компаний-поставщиков бытовой техники
- Таблица 8. Состав и стоимость основного оборудования
- Таблица 9. Состав и стоимость установки систем сигнализации
- Таблица 10. Распределение площади магазина между помещениями
- Таблица 11. Постоянные затраты в месяц, руб.
- Таблица 12. Переменные затраты в месяц, руб.
- Таблица 13. План продаж, руб. (часть I)
- Таблица 14. План продаж, руб. (часть II)
- Таблица 15. Штатное расписание
- Таблица 16. Затраты на открытие
- Таблица 17. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 18. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть I
- Таблица 19. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть II
- Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках. Часть I
- Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках. Часть II
- Таблица 22. Документы, необходимые для регистрации ККТ

## **СПИСОК СХЕМ**

- Схема 1. Цепочка движения товара
- Схема 2. Организационная структура

## **СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ**

- Приложение 1. Выдержки из «Правил продажи отдельных видов товаров»
- Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники
- Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества
- Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью
- Приложение 5. Закон о защите прав потребителей



---

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ



## 2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА

Товаром магазина будет являться бытовая техника и электроника (БТЭ).

**Бытовая техника** — техника, используемая в быту. Предназначается для облегчения домашних работ, для создания комфорта в повседневной жизни человека. Классифицируется по значимости (необходима, желательна, можно обойтись), по размеру (малая бытовая техника и крупная бытовая техника), целевому назначению и т. п.

...

**Электроника** — электронные приборы и устройства, принцип действия которых основан на взаимодействии заряженных частиц с электромагнитными полями и используется для преобразования электромагнитной энергии (например, для передачи, обработки и хранения информации)....

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА

В магазине будет представлена техника следующих категорий:

- Крупная бытовая техника
- Встраиваемая бытовая техника
- Мелкая бытовая техника
- Бытовая техника для дома
- Аудио-видео и фототехника

...

### СТОИМОСТЬ ТОВАРА. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Стоимость реализуемой продукции определяется на основе анализа состояния конкурентной среды и устанавливается на уровне цен конкурентов...

...

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

В качестве направлений для дальнейшего развития бизнеса можно выделить следующие:...



...

**ЛИЦЕНЗИИ, ПАТЕНТЫ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА  
ТОВАРОВ/УСЛУГ**

...



### 3. АНАЛИЗ РЫНКА

#### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

##### ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Объем рынка бытовой техники составляет около ...0% рынка бытовой техники и электроники, рынок аудио- и видеотехники - около ...0% от общего объема...

...

##### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

ТАБЛИЦА 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Положительные факторы	Отрицательные факторы

...

#### ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

##### ОБЪЕМЫ РЫНКА

По данным исследования ..., IV квартал 2009-го стал наиболее успешным для рынка электроники и бытовой техники за весь минувший год, превысив показатели I квартала. Тем не менее, доходы рынка в конце 2009 года (...рублей) оказались на ...% ниже показателей конца 2008 года. Новогодние распродажи и акции помогли рознице, однако этот показатель всё ещё далёк от новогоднего пика 2008 года...

...

По расчетам ... объем рынка бытовой техники в России в 2008 году составил \$..., в 2009 г. - ....

...

Объем рынка аудио- и видеотехники в России в 2008 году составил \$..., в 2009 г. - \$.... Спад оказался более значительным, чем предполагалось, и составил ...% вместо предполагаемых ...%...

...

**Таблица 2. Динамика продаж бытовой техники в отдельных категориях товара, 2009г., млрд.руб.**

Категории товара	I кв. 2009	II кв. 2009	III кв. 2009	IV кв. 2009	Прирост, % (IV кв. 2008-2009гг.)	2009 год	Прирост, % (I-IV кв. 2008-2009 гг.)

...

**ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА**

Основными факторами роста оборота рынка бытовой техники в РФ в последние годы являлись...

...

**СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА**

Рынок бытовой техники и электроники можно сегментировать по следующим направлениям:

**Крупная бытовая техника**

...

**Встраиваемая бытовая техника**

...

**Мелкая бытовая техника**

...

**Бытовая техника для дома**

...

**Климатическая техника**

...



## **АУДИО-ВИДЕО И ФОТОТЕХНИКА**

...

## **КОМПЬЮТЕРНАЯ ТЕХНИКА**

...

## **ДРУГАЯ ТЕХНИКА**

...

## **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ**

На рынке БТЭ ценообразование происходит следующим образом:

...

## **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

В четверку крупнейших розничных сетей входят:

- «МИР»,
- «М.Видео»,
- «Эльдорадо»,
- «Техносила»

...

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ**

Рассмотрим данные компании в табличном виде.



Таблица 3. Сравнительная характеристика розничных сетей по основным параметрам

Название сети	География	Год создания	Кол-во точек	Ассортимент	Сильные стороны

Источник: МА Step by Step



## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Бытовая техника и электроника пользуется у населения устойчивым спросом. В связи с этим потребителей данного продукта можно разделить на две большие группы:...

...

### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ**

#### **По видам продукции**

По данным ... наибольшим спросом пользуется крупная аудио/видео техника, фотоаппараты, портативная аудио/видео техника, мелкая бытовая техника...

...

#### **По месту покупки**

По результатам интернет-опроса, проведенного ..., вне зависимости от региона проживания респонденты предпочитают приобретать технику в ...

...

### **ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ**

В качестве уникальных достоинств магазина будут рассматриваться:

...



## **4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

### **УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**

Магазин будет расположен в торговом центре, находящемся в оживленном районе, близ метро...

...

### **ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА**

Цены на товар будут складываться из оптовой цены и наценки. При этом уровень цен будет сохраняться на уровне конкурентов...

...

### **ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ**

Продажа бытовой техники осуществляется непосредственно напрямую клиенту. Перед покупкой потребитель может ознакомиться с выбранным товаром: проконсультироваться у продавца-консультанта, проверить исправность работы техники...

...

### **СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА**

Рассмотрим основные средства стимулирования продаж, направленные на покупателя: ...

...

### **КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ**

По оценкам специалистов рекламная кампания магазина бытовой техники обойдется не менее чем в .... в месяц. Средняя продолжительность рекламной кампании должна быть не менее трех-шести месяцев...

...





	Наименование	Средняя стоимость, руб.
	<b>Бытовая техника для дома</b>	
	<b>Аудио-видео и фототехника</b>	

...

### **ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА. КАНАЛЫ СБЫТА**

Весь товар будет реализовываться посредством прямых каналов товародвижения, т.е. от продавца потребителю. Звено персонала, работающее с клиентами, будет представлено менеджерами торгового зала и кассирами....

...

### **ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД**

По плану в ... месяце магазин выходит на 100% объем продаж – ...ед. продукции.



Таблица 5. План продаж на весь расчетный период, ед.

Ценовая категория	1 год				2 год				3 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV







## СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

Для каждого отдела магазина бытовой техники необходимо своё торговое оборудование, учитывающее специфику товара. Дешевле всего обойдется оборудование для отдела крупной бытовой техники:...

...

Стоимость основного оборудования составляет ... **рублей**.

**ТАБЛИЦА 7. СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ**

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма руб.

Важным аспектом в магазине является наличие систем сигнализаций, а также видеонаблюдение, которое избавит магазин от хищений.

**ТАБЛИЦА 8. СОСТАВ И СТОИМОСТЬ УСТАНОВКИ СИСТЕМ СИГНАЛИЗАЦИИ**

Установка сигнализаций	Кол-во	Цена, руб.	Сумма

## ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Торговый зал магазина будет разделен на несколько отделов. Помимо этого в магазине будет отведена зона для касс и столов для проверки товара, кабинета управляющего и бухгалтера, служебного помещения, а также складское помещение.

**ТАБЛИЦА 9. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДИ МАГАЗИНА МЕЖДУ ПОМЕЩЕНИЯМИ**

№ п/п	Наименование помещения	Площадь, м <sup>2</sup>
-------	------------------------	-------------------------



№ п/п	Наименование помещения	Площадь, м <sup>2</sup>

...

**ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ**

Накладные (постоянные) и переменные расходы в месяц при выходе на проектную мощность приведены ниже.

**Таблица 10. Постоянные затраты в месяц, руб.**

№	Статья затрат	Сумма, руб.

...

**Таблица 11. Переменные затраты в месяц, руб.**

	Наименование расходного материала	Цена ед. в мес., руб.

Всего затрат в месяц: ... руб.



## **ОЦЕНКА ДОХОДОВ**

На 100% план продаж магазин выходит в ... месяце. Объемы продаж будут составлять: ... руб. за квартал.



Таблица 12. План продаж, руб. (часть I)

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV

Таблица 13. План продаж, руб. (часть II)

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV



## **6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ**

### **ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ**

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

...









Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.

Окупаемость проекта наступает с ... месяца: совокупные доходы от деятельности за ... месяцев превышают совокупные расходы за этот период.









Показатели	3 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	



## **АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

...

## 9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

### ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 20. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

№	Наименование работ	Месяц						
		1	2	3	4	5, 6 и далее		

...

## 10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

...

**НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ИЛИ РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ  
ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА**

...

## 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