ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИНА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СЕРЕБРА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК 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. ГК 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 ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
Декабрь 2012 г.

г. Москва

Содержание

Аннотация.....3

Суть проекта.....3

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта.....3

Расчетные сроки проекта.....4

Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции.....4

Стоимость проекта.....4

Источники финансирования проекта.....4

Выгоды и риски проекта.....5

Ключевые экономические показатели эффективности проекта:.....5

Полное содержание исследования.....6

Список диаграмм.....9

Список таблиц.....9

Список схем.....10

Выдержки из исследования.....11

Аннотация

Цель БП**: открытия интернет магазина ювелирных изделий из серебра**

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 Интернет-магазина ювелирных изделий из серебра с обширным перечнем имущества, принимаемого под залог, на среднерыночных условиях.

Необходимая площадь – м^2.
Время работы:

- персонала - часов в сутки,
- интернет-сайта - круглосуточно.

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Краткосрочная цель: выход на рынок Интернет - продаж ювелирных украшений из серебра, создание положительного имиджа интернет-магазина, получение прибыли.

Долгосрочная цель: занятие своей ниши на рынке услуг ювелирных интернет-магазинов, расширение номенклатуры ювелирных украшений из серебра, расширение представленных в интернет – магазине драгоценных металлов.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на широкий перечень товаров, привязку стоимости изделия к стоимости сырья.

Цена - Уровень цен будет удерживаться на уровне средних цен конкурентов.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством интернет - продаж.

Продвижение – В качестве рекламы будут использоваться:

- контекстная реклама;
- реклама в специализированных интернет изданиях;
- реклама на тематических Интернет - форумах.

Главной целью рекламы на первом этапе будет являться формирование информационного поля Интернет - магазина.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций **руб.**

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды:

- Очень высокая рентабельность проекта;
- Постоянный спрос на драгоценные металлы;
- Обширные возможности для выхода на рынок.

Риски:

- Высокий уровень конкуренции;
- Неправильный выбор ПИАР - компании;
- Неправильная ценовая политика Интернет - магазина.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Чистый дисконтированный доход - руб.;
- Чистая доходность проекта –%;
- Чистая доходность проекта за год –%;
- Дисконтированный срок окупаемости проекта –лет.

Кол-во страниц: 60 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: **2** диаграммы, 37 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение……...5
Резюме проекта……6
Суть проекта……...6
Долгосрочные и краткосрочные цели проекта……..6
Расчетные сроки проекта……6
Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции……6
Стоимость проекта……..7
Источники финансирования проекта……..7
Выгоды и риски проекта……7
Ключевые экономические показатели эффективности проекта……7
Глоссарий……..8
Описание товара/услуги ……..……9
Определение товара/услуги……..……9
Сегментация товара/услуги……9
Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования……...10
Перспективы развития товара/услуги……10
Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг……..11
Анализ рынка……..……..14
Анализ положения дел в отрасли..……14
Текущая ситуация в отрасли……...……14
Факторы, влияющие на отрасль……..……14
Общие данные о рынке……..……..15
Объем Рынка в натуральном выражении..……...15
Динамика внешней торговли……15
Импорт……..……16
Экспорт……..……..……18
Основные тенденции в направлении импорта и экспорта……21
Сегментация рынка……22
Сегментирование объектов рынка по металлам……..……22
Сегментирование объектов рынка по принадлежности к сетевой структуре……..……22
Сегментирование объектов рынка по брендам……...22
Ценовое сегментирование……...22
Ценообразование на рынке……..24
Конкурентный анализ……25

Сравнительная характеристика игроков рынка……..26
Анализ потребителей……28
Описание потребителей……28
Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции……28
Место покупки……28
Предпочтения потребителей……29
Основные тенденции в потребительском сегменте……30
Маркетинговый план……31
Уникальные достоинства, позиционирование……31
Ценовая политика……31
Порядок осуществление продаж / оказания услуг……31
Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы……31
План продаж……32
Цены на конкретные виды товара……32
Организация сбыта. Каналы сбыта……33
План продаж на весь расчетный период……33
Производственная часть ……35
Описание основного бизнес процесса……35
Требования к поставщикам……37
Состав и стоимость оборудования……37
Технические характеристики……37
Основное оборудование……37
Оценка постоянных и переменных затрат……38
Оценка доходов……40
Функциональное решение……42
Выбор и обоснование типа предприятия……42
Организационно-управленческая структура……43
Организационная структура……43
Специализация, количество и состав сотрудников……43
Затраты на оплату труда……44
Финансовый план……45
Основные параметры расчетов……45
Объем финансирования……45
Основные формы финансовых расчетов……47
Доходы и расходы организации……47
Отчет о движении денежных средств (БДДС, Cash Flow)……52
Анализ чувствительности……55
Показатели эффективности проекта……55

Основные параметры бизнес-плана:……55
Организационный план осуществления проекта……57
План-график реализации проекта……57
Нормативная информация……58
Нормативная база:……58
Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта……59

Список диаграмм

Диаграмма 1. Структура предпочтений драгоценных металлов в 2012 году, %
Диаграмма 2. Частота приобретения ювелирных изделий в 2012 году, %

Список таблиц

Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль
Таблица 2. Оборот внешней торговли ювелирными украшениями из серебра в 2010 году
Таблица 3. Оборот внешней торговли ювелирными украшениями из серебра в 2011году
Таблица 4. Оборот внешней торговли ювелирными украшениями из серебра в 2012году
Таблица 5. импорт ювелирных украшений в Российскую федерацию в 20110-2012гг.
Таблица 6. Динамика экспорта ювелирных изделий из серебра, по товарным группам в натуральном выражении в 2010-2012гг., кг
Таблица 7. Динамика экспорта ювелирных изделий из серебра, по товарным группам в стоимостном выражении в 2010-2012гг., тыс. USD
Таблица 8. Динамика средних цен экспорта ювелирных изделий из серебра в 2010-2012гг., USD/кг
Таблица 9. Структура экспорта ювелирных украшений по странам в 2011 году
Таблица 10. Структура экспорта ювелирных украшений по странам в 2012 году
Таблица 11. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
Таблица 12. Структура предпочтения покупок товаров через Интернет,%
.... Таблица 13. Средняя цена закупки на одну единицу изделия по группам, RUR
Таблица 14. Структура цен на продукцию Интернет-магазина по видам из расчета на 1 грамм изделия
Таблица 15. Номенклатурная структура плана продаж ювелирных украшений из серебра
Таблица 16. План продаж на весь расчетный период, шт

Таблица 17. Состав и стоимость основного оборудования
Таблица 18. Постоянные затраты в месяц, руб.
Таблица 19. Первоначальные затраты на формирование товарного сортимента Интернет магазина ювелирных украшений из серебра, RUR.
Таблица 20. Плановая сумма ежемесячных расходов на приобретение товаров для перепродажи, RUR.
Таблица 21. Ежемесячный план по доходам Интернет магазина ювелирных украшений из серебра в заданных параметрах финансовой модели
Таблица 22. План по доходам, руб. Часть I
Таблица 23. Штатное расписание, тыс. руб
Таблица 24. Основные параметры финансовой модели ломбарда
Таблица 25. Структура расходов на финансирование единовременных затрат
Таблица 26. Объем и структура доходов и расходов организации 1 год, тыс. руб.
Таблица 27. Объем и структура доходов и расходов организации 2 год, тыс. руб.
Таблица 28. Объем и структура доходов и расходов организации 3 год, тыс. руб.
Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow), тыс. руб.. 1 год
Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 2 год
Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 3 год
Таблица 33. Результирующие показатели проекта
Таблица 34. Результирующие показатели проекта при снижении среднемесячной заработной платы на 1%
Таблица 35. Результирующие показатели проекта при снижении уровня цен продажи на 1%
Таблица 36. Результирующие показатели проекта при снижении средней процентной ставки за день на 1%
Таблица 37. График реализации проекта

Список схем

Схема 1. Модель работы ювелирного Интернет магазина
Схема 2. Организационная структура

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

Работа ювелирного интернет - магазина основана на купле продаже ювелирных изделий хранимых в удобном, специально-оборудованном месте. Клиент заказывает, понравившуюся вещь на сайте Интернет магазина оплачивает ее и получает ее от курьера по указанному адресу доставки. Ключевым аспектом легальной работы интернет магазина по доставке ювелирных украшений стала отмена обязательного инкассаторского сопровождения.

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

Ювелирные украшения из серебра могут быть сегментированы:

- По видам изделий:
  - .
- по содержанию серебра:
  - .
- по наличию вставок:
  - .
- по культовому назначению:
  -
  - .
- по стилю оформления:
  - ;
  - ;
  - .
- по способам обработки:
  - ;
    - ;
    - .

В целях настоящего бизнес плана в соответствии с выбранной финансовой моделью в качестве основных направлений деятельности предполагается

использовать все основные виды ювелирных украшений из серебра изделия кроме запонок.

СТОИМОСТЬ ТОВАРА/УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Цена на продукцию будет устанавливаться с помощью смешанного метода ценообразования: сочетание метода основанного на издержках и метода ориентации на конкурентов.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

В дальнейшем при удачном развитии бизнеса, возможно расширение географического присутствия в регионах.

ЛИЦЕНЗИИ, ПАТЕНТЫ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТОВАРОВ/УСЛУГ

Так как ювелирный интернет-магазин имеет дело непосредственно с ювелирными изделиями, в состав которых входят драгоценные металлы и камни, то это означает, что данная организация подлежит постановке на учет в ряде государственных служб, а именно:

- в Федеральной службе по финансовому мониторингу (ранее называлась Комитетом финансового мониторинга),
- в Государственной инспекции пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты.

Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) является федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным принимать меры по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Межрегиональные управления федеральной службы по финансовому мониторингу существуют в соответствии с территориальным делением Российской Федерации на федеральные округа.

Пробирный надзор действует в России как государственная система с 1700 года. Целью деятельности пробирного надзора является защита прав потребителей ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных

металлов и драгоценных камней, прав изготовителей указанных изделий от недобросовестной конкуренции, а также защита государственных интересов в сфере производства, использования и обращения драгоценных металлов и драгоценных камней. Государственных инспекций пробирного надзора несколько в соответствии с районами деятельности, объединяющими несколько субъектов РФ.

Постановка на специальный учет в Пробирной палате

Согласно инструкции о порядке ведения специального учета организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, организации перед осуществлением операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями встают на специальный учет в государственных инспекциях пробирного надзора Российской государственной пробирной палаты, в районе деятельности которых они прошли государственную регистрацию.

Документы, необходимые для постановки на учет:

- …

После постановки на учет Пробирная палата выдает следующие документы:

- …;
- ...

В случае изменений организации и ИП, поставленные на учет, обязаны в течение 20 дней уведомить госинспекцию. Одновременно должны быть предоставлены те из документов, данные которых изменились и новая карта спецучета в 2-х экземплярах. Необходимо приложить опись (в 2-х экземплярах) всех представленных в инспекцию документов с указанием количества страниц.

При выявлении организации или ИП, производящих операции с драгоценными металлами и камнями, не поставленных на учет, виновные должностные лица или ИП привлекаются к административной ответственности в соответствии с законодательством РФ.

Таким образом, постановка на учет в соответствующих структурах обязательна для полноценной деятельности интернет-магазина.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ:

В соответствии с Федеральным законом №128-ФЗ от 08 августа 2001 г, деятельность по продаже ювелирных изделий, драгметаллов и камней не подлежит лицензированию.

АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

- …

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

ТАБЛИЦА 1. ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Положительные факторы	Отрицательные факторы

Источник: ГК Step by Step

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Официальные статистические данные об оборотах рынка ювелирных украшений, изготовленных из серебра, отсутствуют.

В результате проведенных расчетов специалистами ГК Step by Step объем рынка … году оценивается примерно в … млрд. рублей или … млн. USD и составлял …% от общероссийского рынка, который составил не менее … млрд. рублей в 2012 году.

Доля импортной продукции на российском рынке ювелирных украшений из серебра оценивалась на уровне …%.

ДИНАМИКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

В 2010 году оборот внешней торговли в натуральном выражении составил … тонн, в стоимостном выражении – .. тыс. USD. Сальдо внешнеторгового баланса было положительным и составило – … тыс. USD.

ТАБЛИЦА 2. ОБОРОТ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНЫМИ УКРАШЕНИЯМИ ИЗ СЕРЕБРА В 2010 ГОДУ

Показатель	В стоимостном выражении		В натуральном выражении	
	тыс. USD	%	кг	%
Экспорт				
Импорт				
Сальдо				
Оборот внешней торговли				

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В 2011 году оборот внешней торговли в натуральном выражении составил тонн, в стоимостном выражении –млн.. USD. Сальдо внешнеторгового баланса было отрицательным и составило –млн. USD.

ТАБЛИЦА 3. ОБОРОТ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНЫМИ УКРАШЕНИЯМИ ИЗ СЕРЕБРА В 2011ГОДУ

Показатель	В стоимостном выражении		В натуральном выражении	
	тыс. USD	%	кг	%
Экспорт				
Импорт				
Сальдо				
Оборот внешней торговли				

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В 2012 году оборот внешней торговли в натуральном выражении составил … тонн, в стоимостном выражении – … млн.. USD. Сальдо внешнеторгового баланса было отрицательным и составило – … млн. USD.

ТАБЛИЦА 4. ОБОРОТ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ЮВЕЛИРНЫМИ УКРАШЕНИЯМИ ИЗ СЕРЕБРА В 2012ГОДУ

Показатель	В стоимостном выражении		В натуральном выражении	
	тыс. USD	%	кг	%
Экспорт	…	…	…	…
Импорт	…	…	…	…
Сальдо	…	…	…	…
Оборот внешней торговли	…	…	…	…

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

ИМПОРТ

По данным ФТС РФ в 2010 году импорт ювелирных украшений из серебра составил:

- 2011 год:
  - …
  - ….
- 2012 год:
  - …
  - …

В структуре импорта преобладали:

- 2011 год:
  - в натуральном выражении:

- …
- в стоимостном выражении:
  - …

- 2012 год:
  - в натуральном выражении:
    - (,76 кг);
    - (кг);
    - (кг).
  - в стоимостном выражении:
    - (тыс. USD);
    - (тыс. USD);
    - (тыс. USD).

Средняя цена импорта 1 кг серебряных изделий составила:

- 2011 –USD;
- 2012 –USD.

ТАБЛИЦА 5. ИМПОРТ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ В 20110-2012ГГ.

Наименование группы товаров	Импорт ювелирных украшений из серебра				Цена за 1 кг, USD	
	2011		2012		2011	2012
	тыс. USD	кг	тыс. USD	кг		
Ювелирные изделия и их части из серебра						
Изделия серебряных дел мастеров и их части из серебра						
Итого:						

Источник: http://stat.customs.ru

В 2012 году импорт ювелирных изделии осуществляли организаций и индивидуальных предпринимателя, из них зарегистрировано:

- в г. Москве –организации и 8 ИП;
- в Московской области –организации и 1 ИП.

Экспорт

.В натуральном выражении объем экспорта ювелирных украшений из серебра в 2011 году сократился на % по сравнению с 2010 годом и вырос в раза в 2012 году по сравнению с 2011 годом.

Таблица 6. Динамика экспорта ювелирных изделий из серебра, по товарным группам в натуральном выражении в 2010-2012гг., кг

Наименование группы товаров	2010	2011	2012	Темп прироста %	
				2011/ 2010	2012/2011
Ювелирные изделия и их части из серебра, кг					
Изделия серебряных дел мастеров и их части из серебра, кг					
Итого:					

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В стоимостном выражении объем экспорта ювелирных украшений из серебра в 2011 году вырос в семь раз по сравнению с 2010 годом и вырос на % в 2012 году по сравнению с 2011 годом.

Рост объемов экспорта обусловлен ростом стоимости вывозимых изделий серебряных дел мастеров и их частей из серебра.

Таблица 7. Динамика экспорта ювелирных изделий из серебра, по товарным группам в стоимостном выражении в 2010-2012гг., тыс. USD

Наименование группы товаров	2010	2011	2012	Темп прироста %	
				2011/ 2010	2012/2011
Ювелирные изделия и их части из серебра					
Изделия серебряных дел мастеров и их части из серебра					
Итого:					

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

Средняя стоимость 1 кг вывозимых изделий из серебра выросла в 8 раз в 2011 году по сравнению с 2010 и сократилась на 51,56% в 2012 году по сравнению с 2011 годом. Учитывая снижение стоимости серебра можно

сделать вывод о том, что ценообразование на ювелирные изделия из серебра российского производства художественной ценности не представляют и являются средством накопления, как и металл из которого они изготовлены.

ТАБЛИЦА 8. ДИНАМИКА СРЕДНИХ ЦЕН ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СЕРЕБРА В 2010-2012ГГ., USD/КГ

Наименование группы товаров	2010	2011	2012	Темп прироста %	
				2011/ 2010	2012/2011
Ювелирные изделия и их части из серебра					
Изделия серебряных дел мастеров и их части из серебра					
Итого:					

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В структуре экспорта российского экспорта преобладали:

- 2010 год –% Казахстан;
- 2011 год:
  - в натуральном выражении – (кг);
  - в стоимостном выражении - (тыс. USD).

ТАБЛИЦА 9. СТРУКТУРА ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ ПО СТРАНАМ В 2011 ГОДУ

Страна	В стоимостном выражении		В натуральном выражении	
	тыс. USD	%	кг	%
Казахстан				
Армения				
Украина				
Абхазия				
Молдова				
Азербайджан				
Туркмения				
ОАЭ				
Германия				
Прочие				
Итого:				

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В 2012 году наибольшая доля экспорта приходились на Гонконг (% в натуральном и % в стоимостном выражении) и Беларусь (% в натуральном и % в стоимостном выражении).

ТАБЛИЦА 10. СТРУКТУРА ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ ПО СТРАНАМ В 2012 ГОДУ

Страна	В стоимостном выражении		В натуральном выражении	
	тыс. USD	%	кг	%
Гонконг				
Беларусь				
Азербайджан				
Казахстан				
Украина				
Прочие				
Итого:				

Источник: ГК Step by Step, ФТС РФ

В 2012 году экспортом ювелирных изделий из серебра занималось 7 организаций:

- …

Три компании из компаний экспортеров являются фирмами производителями:

- …

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

В качестве основной тенденции в направлении импорта и экспорта можно выделить:

- .

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ РЫНКА ПО МЕТАЛЛАМ

- Интернет магазины украшений, специализирующиеся на ювелирных украшениях из одного металла:
  - ….
- Интернет магазины украшений с полиметаллическим ассортиментом:
  - ….

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ РЫНКА ПО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К СЕТЕВОЙ СТРУКТУРЕ

- …

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ РЫНКА ПО БРЕНДАМ

- ...

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

В структуре рынка можно выделить следующие основные ценовые сегменты:

- ***Нижний ценовой сегмент*** (до руб.):
  - ….
- ***Средне-нижний сегмент*** (руб.):
  - …
- ***Средне-высокий сегмент*** (руб.):
  - ….
- ***Высокий ценовой сегмент*** (руб.):
  - …;
  - …

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Цены на конкретные ювелирные изделия в интернет магазине складывается из двух показателей: **оптовой цены**, по которой изделия приобретаются у посредника или производителя, **и наценки**, которую делает магазин.

По оценкам экспертов минимальная наценка, обеспечивающая рентабельность розничной торговли, составляет % от закупочной стоимости продукции. На изделия с бриллиантами уровень наценки может достигать более %.

В зависимости от места покупки уровень наценки варьируется от до % (при перемещении ювелирных изделий из серебра государственной границы Российской Федерации).

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Конкурентный анализ интернет магазинов будет проведен с учетом рейтингов формируемых интернет ресурсом http://business-rating.net из данных ФСГС за 2011 год по следующим критериям:

- Капиталы и резервы (строка 490 «Баланс» Форма 1);
- Валюта баланса (строка 700 Пассив «Баланс» Форма 1);
- Прибыль от продаж (строка 050 «Отчет о прибылях и убытках» Форма 2);
- Выручка от продаж товаров, продукции, работ, услуг (строка 010 «Отчет о прибылях и убытках» Форма 2).

На основании данных 15 позиций рейтинга специалистами ГК Step by Step отобраны компании имеющие интернет магазины, торгующие серебром:

- ;
- .

Вне 15 позиций рейтинга нами отобраны:

- Интернет магазины крупнейших импортеров ювелирных изделий из серебра за январь-апрель 2012 года:
  -
- Интернет магазины торгующие серебром на основании выборочного контекстного поиска:
  -
  - .

Сравнительная характеристика игроков рынка

Таблица 11. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Компания / наименование Интернет – магазина	Год	Номенклатура изделий	Основные бренды, организации и страны производители
В числе первых 25 позиций рейтинга			
Вне первых 15 позиций рейтинга:			

Источник: ФНС РФ, сайты компаний, ГК Step by Step

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

На московском рынке ювелирных украшений из серебра можно выделить один сегмент потребителей:

- население – сегмент B2C

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ ПРОДУКЦИИ

МЕСТО ПОКУПКИ

Основным критерием выбора места покупок для большинства сейчас является цена продуктов в магазине и близость к дому.

По данным исследования проведенного ВЦИОМ % российских пользователей Интернета покупали какие-либо товары по Сети. Чаще всего заказы по Интернету осуществляют жители Москвы и Петербурга (%), молодые пользователи в возрасте от 25 до 34 лет. В структуре интернет покупок украшения занимают %.

ТАБЛИЦА 12. СТРУКТУРА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПОК ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ,%

Предпочтения Интернет покупателей	Процент, %
Одежда и обувь	
Электроника	
Мелкая бытовая техника	
Крупная бытовая техника	
Книги, журналы, аудио и видеопродукция	
Авиа и ж/д билеты и путевки	
Косметика	
Товары для дома	
Украшения	
Прочие	

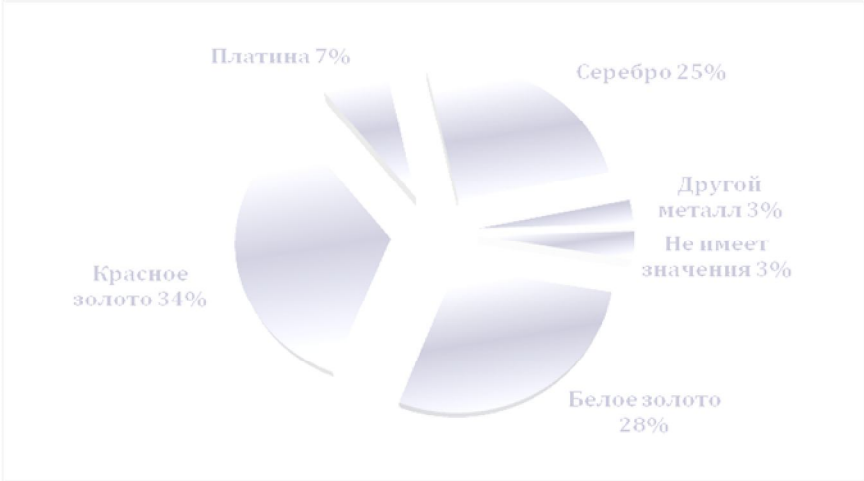
Источник: http://www.jewellerynews.ru

По расчетам, проведенным аналитиками ГК Step by Step, целевой сегмент Интернет - потребителей в городе Москве составит порядка человек в год или человек в месяц. При сумме покупке в среднем равной тыс. рублей минимальный объем фактического спроса Интернет - пользователей на ювелирные украшения из серебра мог составить в 2012 году млн. рублей или млн. USD.

Предпочтения потребителей

По данным Интернет портала «SaleOneНавигатор» по результатам опроса «Ювелирные изделия, из какого драгоценного металла Вы предпочитаете?», проведенного в 2012 году среди респондентов серебро предпочитает человек (%).

Диаграмма 1. Структура предпочтений драгоценных металлов в 2012 году, %



Источник: http://jewel.saleone.ru/opros.php?idd=6

Большинство респондентов опроса «Как часто вы балуете себя ювелирными украшениями?» принимают их в качестве подарка (32%).

Диаграмма 2. Частота приобретения ювелирных изделий в 2012 году, %

Источник: http://jewel.saleone.ru/opros.php?idd=2

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

В качестве основных тенденций в потребительском сегменте можно выделить:

- Укрепление позиций брендов транснациональных компаний;
- Рост объемов потребления импортной брендированной продукции;
- Переход к потреблению составных и моделируемых изделий.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Создаваемый в рамках проекта Интернет – магазин ювелирных украшений из серебра будет позиционироваться, как городской интернет магазин ювелирных изделий из серебра.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Наценка Интернет – магазина будет ниже наценки конкурентов, минимум на 20%, но не менее 40% от цены закупки.

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Осуществление продажи товаров и услуг гарантируется следующими факторами:

- агрессивной политикой продвижения;
- бесплатной доставкой в пределах городской черты;
- низкими сравнительными ценами.

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

Возможны следующие способы рекламы интернет - магазина:

1. Контекстная реклама;
2. Реклама в отраслевых интернет изданиях;
3. реклама на тематических Интернет - форумах.

План продаж

Цены на конкретные виды товара

Определим основные параметры получения доходов интернет - магазина. Планируется получение дохода от продажи ювелирных украшений из серебра.

Формирование цены мы будем осуществлять на основании учетной цены закупки изделия в привязке к стоимости одного грамма

Таблица 13. Средняя цена закупки на одну единицу изделия по группам, RUR

Наименование товарной позиции	Средняя масса изделия, г	Средняя стоимость одного грамма изделия, RUR	Средняя стоимость одного изделия, RUR
Кольца			
Серьги			
Цепочки			
Подвески			
Колье			
Браслеты			
Броши			

Источник: ГК Step by Step

Структура цены будет включать цену закупки и среднюю накрутку на 1 грамм изделия.

Таблица 14. Структура цен на продукцию Интернет-магазина по видам из расчета на 1 грамм изделия

Наименование товарной позиции	Средняя стоимость закупки одного грамма изделия, RUR	Стоимость продажи одного грамма изделия, RUR
Кольца		
Серьги		
Цепочки		
Подвески		
Колье		
Браслеты		
Броши		

Источник: ГК Step by Step

Организация сбыта. Каналы сбыта

Услуги будут оказываться **непосредственно конечному потребителю**..
Доставка продукции потребителю будет осуществляться сотрудниками интернет магазина (курьерами).
При планировании поступлений мы исходим из следующих допущений:

- Время работы сайта – круглосуточно, без ограничений;
- Время работы сотрудников – от 4 до 6 часов со свободным графиком.

План продаж на весь расчетный период

При расчете плана продаж учитывалась средняя структура товарного ассортимента интернет магазинов со смещением продаж, в сторону наиболее покупаемых ювелирных украшений из серебра.

Таблица 15. Номенклатурная структура плана продаж ювелирных украшений из серебра

Наименование товарной позиции	Количество изделий
Кольца	
Серьги	
Цепочки	
Подвески	
Колье	
Браслеты	
Броши	
Итого:	

Источник: ГК Step by Step

В соответствии с принятой концепцией расчетный план продаж в день.

Планируется поэтапный выход на плановые объемы деятельности:

- 1 месяц работы –% от планового объема деятельности;
- 2 месяц работы –% от планового объема деятельности;
- 3 месяц работы –% от планового объема деятельности;
- С 4 месяца работы –% от планового объема деятельности.

ТАБЛИЦА 16. ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД, ШТ.

Показатель	1 год				2 год				3 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Кольца												
Серьги												
Цепочки												
Подвески												
Колье												
Браслеты												
Броши												
Итого												

Источник: ГК Step by Step

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ОСНОВНОГО БИЗНЕС ПРОЦЕССА

Работа с клиентом будет состоять из следующих этапов:

1. Оператор интернет торговли осуществляет прием заявок от клиентов на украшения и осуществляет контроль платежей по заявкам;
2. После оплаты заявки клиентом оператор интернет торговли передает заявку заведующему складом, который подбирает товар и формирует пакет доставки,
3. Сформированный пакет доставки, заведующий складом, вручает курьеру, который доставляет его клиенту.

СХЕМА 1. МОДЕЛЬ РАБОТЫ ЮВЕЛИРНОГО ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА

Источник: ГК Step by Step

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

Требования к поставщикам услуг и товаров для внутреннего пользования будут следующими:

- .

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Оборудование Интернет магазина должно отвечать следующим качествам:

-

ОСНОВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Стоимость основного оборудования составит порядка рублей, в том числе:

- основное оборудование – рублей;
- офисное оборудование – рублей
- системы безопасности – рублей.

Амортизируемые затраты на оборудование составят рублей

ТАБЛИЦА 17. СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Наименование оборудования	Кол-во	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Основное оборудование:			
Кассовый аппарат			
Сервер для интернет сайта			
Программное обеспечение для интернет магазина			
Сейф для хранения ювелирных изделий			
Стеллаж большой с непробиваемым стеклом			
Итого:			
Компьютер			
МФУ (принтер, сканер, копир)			
Стол			
Шкаф-гардероб			
Шкаф для бумаг			
Стулья			
Итого:			
Пожарная сигнализация			

Наименование оборудования	Кол-во	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Охранная сигнализация			
Система видеонаблюдения:			
Сервер			
Вебкамера			
Итого:			

Источник: ГК Step by Step

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ

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

Основными условно постоянными затратами будут:

- .

ТАБЛИЦА 18. ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, РУБ.

Статья затрат	Сумма, руб.
Заработная плата, руб.	
Отчисления в фонды, руб.	
Амортизация	
Коммунальные платежи	
Арендные платежи	
Услуги сторонних организаций	
Итого постоянных затрат	

Источник: ГК Step by Step

К условно переменным затратам можно отнести:

- Материальные затраты (стоимость товаров для перепродажи), руб.
- НДС к уплате
- Налог на имущество;
- Налог на прибыль.

Расходы на приобретение товаров для перепродажи будут делиться на первоначальные и ежемесячные затраты.

Первоначально предполагается израсходовать порядка 4 495 504,52 RUR.

ТАБЛИЦА 19. ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНОГО СОРТИМЕНТА ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ ИЗ СЕРЕБРА, RUR

Наименование товарной позиции	Затраты на первичную закупку
Кольца	
Серьги	
Цепочки	
Подвески	
Колье	
Браслеты	
Броши	
Итого:	

Источник: ГК Step by Step

Сумма ежемесячных плановых затрат на приобретение товаров для перепродажи оценивается на уровне RUR.

ТАБЛИЦА 20. ПЛАНОВАЯ СУММА ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ РАСХОДОВ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ПЕРЕПРОДАЖИ, RUR.

Наименование товарной позиции	Количество изделий	Средняя масса изделия, г	Средняя стоимость закупки одного грамма изделия, RUR	Плановый объем закупок, RUR
Кольца				
Серьги				
Цепочки				
Подвески				
Колье				
Браслеты				
Броши				
Итого:				

Источник: ГК Step by Step

ОЦЕНКА ДОХОДОВ

В соответствии с моделью работы Интернет магазина ювелирных украшений из серебра предполагается получение дохода от реализации ювелирных украшений.

При выходе Интернет магазина ювелирных украшений из серебра на 100% мощность плановые доходы будут составлять порядка … рублей ежемесячно.

ТАБЛИЦА 21. ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ПЛАН ПО ДОХОДАМ ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ ИЗ СЕРЕБРА В ЗАДАННЫХ ПАРАМЕТРАХ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

Наименование товарной позиции	Кол-во изделий	Средняя масса одного изделия, гр.	Средняя цена за гр. одного изделия, руб.	Среднемесячный план продаж, руб.
Кольца				
Серьги				
Цепочки				
Подвески				
Колье				
Браслеты				
Броши				
Итого:				

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 22. ПЛАН ПО ДОХОДАМ, РУБ. ЧАСТЬ I

Товар	1 год				2 год				3 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Кольца												
Серьги												
Цепочки												
Подвески												
Колье												
Браслеты												
Броши												
Итого												

Источник: ГК Step by Step

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве организационно-правовой формы для Интернет-магазина ювелирных украшений из серебра рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с:

Выбор такой организационно-правовой формы обусловлен:

- возможностью выхода из состава участников;
- низкой степенью имущественной ответственности;
- отсутствием дополнительных функциональных обязанностей по бизнес-процессам не относящимся к основной деятельности и издержкам с ними связанным (ведение реестра акционеров ЗАО и т.д.);
- доминированием данной организационно-правовой формы среди предприятий отрасли.

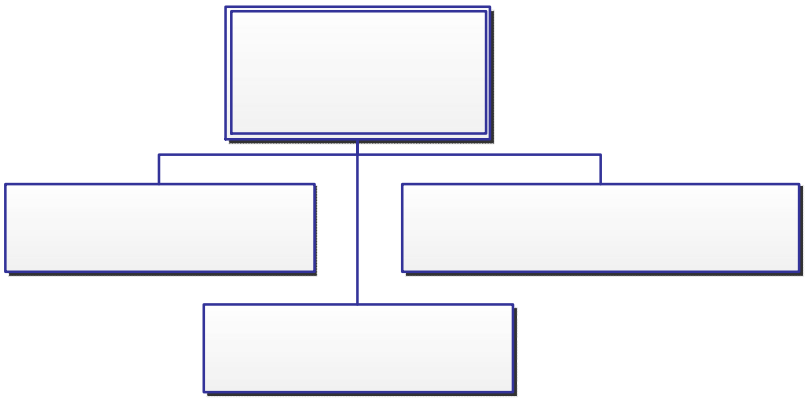
ООО можно зарегистрировать при одном участнике. Для регистрации ООО требуется: собрать необходимый пакет документов, создать уставный капитал в размере не менее десяти тысяч рублей, предоставить документы в налоговую инспекцию. Перечень документов указан в статье 12 Закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Создаваемое предприятие планирует работать на основе общей системы налогообложения.

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СХЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА



Источник: ГК Step by Step

Организационная структура интернет-магазина будет осуществляться линейным способом: у директора в подчинении будут находиться 2 курьера, оператор интернет торговли и заведующий складом.

Функции, связанные с ведением бухгалтерского учета, охраной и уборкой предлагается вынести на аутсорсинг.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

Главными требованиями к персоналу магазина будут являться:

Директор:

- Опыт работы
- Знание специфики ювелирной торговли

Оператор интернет торговли:

- Опыт работы;
- Навыки работы с интернет магазинами.

Заведующий складом:

- Опыт работы;
- Рекомендации с предыдущего места работы.

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Основными параметрами финансовой модели в части затрат на оплату труда будут выступать:

- Среднемесячная заработная плата заведующего складом – рублей;
- Коэффициент к среднемесячной заработной плате заведующего складом для директора – ;
- Коэффициент к среднемесячной заработной плате заведующего складом для оператора Интернет - торговли – ;
- Коэффициент к среднемесячной заработной плате заведующего складом для ку – ;
- Норма обязательных социальных отчислений – %.

Штат сотрудников насчитывает 5 человек. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять **руб.** в месяц (ФОТ), обязательные социальные отчисления (ОСО) в пенсионный фонд составят **руб**. в месяц. Таким образом, ФОТ с ОСО составит **руб.** в месяц.

ТАБЛИЦА 23. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ, ТЫС. РУБ.

Наименование должности	Кол-во штатных единиц	Должностной оклад, руб.	ФОТ без ОСО, руб.	ОСО с ФОТ, руб.	ФОТ с ОСО, руб.
Директор					
Курьер					
Оператор интернет-торговли					
Заведующий складом					
Итого:					

Источник: ГК Step by Step

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РАСЧЕТОВ

Основные расчетные параметры финансовой модели приведены ниже:

ТАБЛИЦА 24. ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

Наименование показателя	Значение показателя	Характеристика показателя
Площадь помещений, кв м.		
Арендная плата, руб. за кв. м		
Коммунальные расходы на 1 кв. м		
Стоимость ремонта, руб. за кв. м		
Среднемесячная заработная плата, руб.		
Время работы в день, час.		
Обязательные отчисления с заработной платы, %		
Ставка НДС, %		
Ставка налога на прибыль, %		
Ставка налога на имущество, %		
Ставка дисконтирования, %		

Источник: ГК Step by Step

ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания интернет - магазина ювелирных украшений из серебра необходимы средства на ведение деятельности, аренду помещений, их ремонт и оснащение, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

Общая сумма инвестиционных затрат в проект составит **руб.:**

на финансирование единовременных затрат -

645 750,00

 рублей;

на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта - рублей.

В структуре финансирования единовременных затрат основная доля расходов будет принадлежать расходам, связанным с приобретением оборудования.

ТАБЛИЦА 25. СТРУКТУРА РАСХОДОВ НА ФИНАНСИРОВАНИЕ ЕДИНОВРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ

Наименование статьи затрат	Сумма, руб.
Ремонт помещения	
Приобретение оборудования	
Затраты на регистрацию (открытие)	
Прочие инвестиционные расходы	
Итого:	

Источник: ГК Step by Step

Основные формы финансовых расчетов

Доходы и расходы организации

Таблица 26. Объем и структура доходов и расходов организации 1 год, тыс. руб.

Наименование показателя	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц	Итого за год:
Выручка от реализации, руб., в т.ч:													
Расходы, руб., в т.ч.													
Регистрация													
Неамортиризируемые затраты на приобретение оборудования													
Ремонт помещений													
Прочие инвестиционные затраты													
Формирование товарных запасов													
Материальные затраты													
Заработная плата, руб.													
Отчисления в фонды, руб.													
Амортизация													
Коммунальные платежи													
Арендные платежи													
Услуги сторонних организаций													
НДС к уплате													

Наименование показателя	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц	Итого за год:
Ставка налога на имущество													
Налог на имущество													
Налогооблагаемая прибыль													
Прибыль (убыток) нарастающим итогом:													
Ставка налога на прибыль, %													
Налог на прибыль, руб.													
Налог на прибыль нарастающим итогом:													
Чистая прибыль, руб.													
Чистая прибыль нарастающим итогом по году, руб.													
Ставка дисконтирования для расчетов													
Коэффициент дисконтирования													
Чистый дисконтируемый доход													

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 27. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ 2 ГОД, ТЫС. РУБ.

Наименование показателя	13 месяц	14 месяц	15 месяц	16 месяц	17 месяц	18 месяц	19 месяц	20 месяц	21 месяц	22 месяц	23 месяц	24 месяц	Итого за год:
Выручка от реализации, руб., в т.ч:													
Расходы, руб., в т.ч.													
Материальные затраты													
Заработная плата													
Отчисления в фонды,													
Амортизация													
Коммунальные платежи													
Арендные платежи													
Услуги сторонних организаций													
НДС к уплате													
Ставка налога на имущество													
Налог на имущество													
Налогооблагаемая прибыль													
Прибыль (убыток) нарастающим итогом:													
Ставка налога на прибыль, %													
Налог на прибыль,													
Налог на прибыль нарастающим итогом:													
Чистая прибыль,													
Чистая прибыль нарастающим итогом по году,													
Ставка дисконтирования для расчетов													
Коэффициент дисконтирования													
Чистый дисконтируемый доход													

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 28. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ 3 ГОД, ТЫС. РУБ.

Наименование показателя	25 месяц	26 месяц	27 месяц	28 месяц	29 месяц	30 месяц	31 месяц	32 месяц	33 месяц	34 месяц	35 месяц	36 месяц	**Итого за год:**
Выручка от реализации, руб., в т.ч:													
Расходы, руб., в т.ч.													
Материальные затраты													
Заработная плата, руб.													
Отчисления в фонды, руб.													
Амортизация													
Коммунальные платежи													
Арендные платежи													
Услуги сторонних организаций													
НДС к уплате													
Ставка налога на имущество													
Налог на имущество													
Налогооблагаемая прибыль													
Прибыль (убыток) нарастающим итогом:													
Ставка налога на прибыль, %													
Налог на прибыль, руб.													
Налог на прибыль нарастающим итогом:													
Чистая прибыль, руб.													
Чистая прибыль нарастающим итогом по году, руб.													
Ставка дисконтирования для расчетов													
Коэффициент дисконтирования													

Наименование показателя	25 месяц	26 месяц	27 месяц	28 месяц	29 месяц	30 месяц	31 месяц	32 месяц	33 месяц	34 месяц	35 месяц	36 месяц	**Итого за год:**
Чистый дисконтируемый доход													

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 29. ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ, ТЫС. РУБ.

Показатель	1 год	2 год	3 год
Выручка от реализации			
Себестоимость			
Прибыль от продаж			
Прочие расходы			
Налогооблагаемая прибыль			
Налог на прибыль			
Чистая прибыль			

Источник: ГК Step by Step

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (БДДС, CASH FLOW)

ТАБЛИЦА 30. ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (CASH FLOW), ТЫС. РУБ.. 1 ГОД

Наименование показателя	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц	Итого за год:
Инвестиционная деятельность:													
Поступление инвестиций:													
на финансирование единовременных затрат													
на покрытие убытков от операционной деятельности													
Расходы по инвестиционной деятельности													
Регистрация													
Оборудование													
Ремонт помещений													
Прочие инвестиционные затраты													
Сальдо на конец периода:													
Операционная деятельность:													
Доходы													
Расходы по операционной деятельности													
Заработная плата													
Отчисления в фонды													
Коммунальные платежи													
Услуги сторонних организаций													
Арендная плата													
НДС к уплате													
Налог на прибыль													
Налог на имущество													
Сальдо:													
САЛЬДО ПРОЕКТА:													

Источник: ГК Step by Step

Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow), тыс. руб. 2 год

Наименование показателя	13 месяц	14 месяц	15 месяц	16 месяц	17 месяц	18 месяц	19 месяц	20 месяц	21 месяц	22 месяц	23 месяц	24 месяц	Итого за год:
Операционная деятельность:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Доходы													
Расходы по операционной деятельности, в т.ч.													
Заработная плата													
Отчисления в фонды													
Коммунальные платежи													
Услуги сторонних организаций													
Арендная плата													
НДС к уплате													
Налог на прибыль													
Налог на имущество													
Сальдо:													
САЛЬДО ПРОЕКТА:													

Источник: ГК Step by Step

Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 3 год

Наименование показателя	25 месяц	26 месяц	27 месяц	28 месяц	29 месяц	30 месяц	31 месяц	32 месяц	33 месяц	34 месяц	35 месяц	36 месяц	Итого за год:
Операционная деятельность:													
Доходы, руб. в т.ч:													
Расходы по операционной деятельности, в т.ч.													
Заработная плата, руб.													
Отчисления в фонды, руб.													

Наименование показателя	25 месяц	26 месяц	27 месяц	28 месяц	29 месяц	30 месяц	31 месяц	32 месяц	33 месяц	34 месяц	35 месяц	36 месяц	Итого за год:
Коммунальные платежи													
Услуги сторонних организаций													
Арендная плата													
Убыток от невыкупа													
НДС к уплате													
Налог на прибыль													
Налог на имущество													
САЛЬДО ПРОЕКТА:													

Источник: ГК Step by Step

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Чистый дисконтированный доход - … руб.;
- Чистая доходность проекта – ..%;
- Чистая доходность проекта за год – …%;
- Дисконтированный срок окупаемости проекта – .. лет.

ТАБЛИЦА 33. РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

Показатель	Значение показателя
Общий объем инвестиций, руб.	
Чистый дисконтированный доход, руб.	
Чистая доходность проекта, %	
Чистая доходность проекта за год, %	
Дисконтируемый срок окупаемости проекта, лет	

Источник: ГК Step by Step

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ БИЗНЕС-ПЛАНА:

Из основных параметров модели бизнес плана для анализа чувствительности нами были отобраны:

- ...

При снижении среднемесячной заработной платы на один процент:

ТАБЛИЦА 34. РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА ПРИ СНИЖЕНИИ СРЕДНЕМЕСЯЧНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА 1%

Показатель	Значение показателя
Общий объем инвестиций, руб.	
Чистый дисконтированный доход, руб.	
Чистая доходность проекта, %	
Чистая доходность проекта за год, %	
Дисконтируемый срок окупаемости проекта, лет	

Источник: ГК Step by Step

При снижении уровня цен продажи на 1 %:

ТАБЛИЦА 35. РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА ПРИ СНИЖЕНИИ УРОВНЯ ЦЕН ПРОДАЖИ НА 1%

Показатель	Значение показателя

Общий объем инвестиций, руб.	
Чистый дисконтированный доход, руб.	
Чистая доходность проекта, %	
Чистая доходность проекта за год, %	
Дисконтируемый срок окупаемости проекта, лет	

Источник: ГК Step by Step

При снижении ставки налога на прибыль на 1 %:

ТАБЛИЦА 36. РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА ПРИ СНИЖЕНИИ СРЕДНЕЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ ЗА ДЕНЬ НА 1%

Показатель	Значение показателя
Общий объем инвестиций, руб.	
Чистый дисконтированный доход, руб.	
Чистая доходность проекта, %	
Чистая доходность проекта за год, %	
Дисконтируемый срок окупаемости проекта, лет	

Источник: ГК Step by Step

Таким образом, **проект более чувствителен к изменению уровня цен на продукцию.**

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 37. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Наименование работ	Месяц			
	1	2	3	

Источник: ГК Step by Step

НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

НОРМАТИВНАЯ БАЗА:

Порядок образования юридического лица и требования, которым должны удовлетворять действия учредителей, как и требования к учредительным документам, установлены законодательством об отдельных видах юридических лиц, их организационно-правовых формах.

При осуществлении предпринимательской деятельности необходимо учитывать следующие законы:

1. **Федеральные законы:**
   - ..
   - …

2. **Московские законы:**
   - …

НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ИЛИ РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА

Для того чтобы осуществлять предпринимательскую деятельность, в первую очередь, необходимо зарегистрировать юридическое лицо.

Создание юридического лица регламентируется главой 4 ГК РФ, а также соответствующими Федеральными законами, в зависимости от выбранной организационно-правовой формы.

Наиболее распространенными формами существования коммерческих предприятий являются:

- …

Порядок регистрации юридических лиц определен Федеральным законом от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Примерный перечень необходимых для регистрации документов:

- …

Примерный перечень необходимых для работы документов:

- …

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь по электронному адресу olga@step-by-step.ru или по телефонам (495)250-61-74, 760-50-73.