**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение](#_Toc134523875)

[Теоретическая часть](#_Toc134523876)

[1. Торговый план](#_Toc134523877)

[2. Программа маркетинга](#_Toc134523878)

[3. План по труду и заработной плате](#_Toc134523879)

[4. План издержек обращения](#_Toc134523880)

[5. Расчет основных экономических показателей](#_Toc134523881)

[Практическая часть](#_Toc134523882)

[Резюме](#_Toc134523883)

[1. Торговый план](#_Toc134523884)

[2. План маркетинга](#_Toc134523885)

[3. План по труду и заработной плате](#_Toc134523886)

[4. План издержек обращения](#_Toc134523887)

[5. Расчет основных экономических показателей](#_Toc134523888)

[Заключение](#_Toc134523889)

[Список используемой литературы](#_Toc134523890)

**ВВЕДЕНИЕ**

В самом общем случае план – это образ чего-либо, модель желаемого будущего или система мер, направленная на достижение поставленных целей и задач. Бизнес-план, как один из наиболее распространенных в настоящее время видов планов, представляет собой:

* + рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы;
	+ развернутую программу (рационально организованных мер, действий) осуществления бизнес-проекта, предусматривающую оценку расходов и доходов;
	+ документ, характеризующий основные стороны деятельности и развития предприятия;
	+ результат исследования и обоснования конкретного направления деятельности фирмы на определенном рынке.

Предприятие может иметь одновременно несколько бизнес-планов, в которых степень детализации обоснований может быть различной. В малом предпринимательстве бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему и по содержанию.

Любой бизнес-план должен давать убедительные ответы для самого предпринимателя и его возможных партнеров, по крайней мере, на пять основных вопросов.

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

#

# 1. Торговый план

**Розничным товарооборотом** называется выраженный в денежной форме объем продаж товаров населению для удовлетворения его личных потребностей, а также реализация товаров в порядке мелкого опта различным учреждениям, организациям, предприятиям (больницы, детские сады, дома отдыха и санатории и т. д.) для обслуживаемых ими контингентов.

Экономическая сущность розничного товарооборота выражается отношениями, связанными с обменом денежных средств на товары. Розничный товарооборот передает товары конечным потребителям и характеризует завершение процесса обращения. Товары из сферы обращения поступают в сферу потребления, становятся собственностью потребителя, используются илиобразуют потребительский фонд, т. е. перестают быть товарами.

Розничный товарооборот имеет качественную и количественную характеристики. Качественная связана со структурой товарооборота, т. е. ассортиментным составом, количественная характеристика товарооборота — с объемом реализации в денежном исчислении. Состав розничного товарооборота включает:

• выручку от реализации продовольственных и непродовольственных товаров через розничную торговую сеть (магазины, ларьки, палатки), через сеть торговых автоматов или использования развозной или разносной торговли;

• продажу товаров населению в кредит с рассрочкой платежа;

• товарооборот предприятий внедомашнего питания, реализующих полуфабрикаты, продукцию собственного производства, покупные товары, включая наценку;

• продажу печатных изданий (книг, газет, журналов), в том числе и по подписке;

• выручку от реализации медикаментов в аптеках;

• продажу товаров различным организациям, учреждениям, предприятиям для их непроизводственного потребления и другие виды продаж.

Следует четко различать понятия «величина» и «состав» товарооборота: величина — это совокупность сумм торговой выручки, сданной в кассу или банк, объема мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), расходов, произведенных за счет кассовой выручки (по документам), а состав товарооборота складывается из различных видов продаж.

Структура товарооборота включает в себя продовольственные и непродовольственные товары, реализуемые конкретным торговым предприятием. Эти товары делят на ассортиментные группы и подгруппы и при дальнейшей детализации рассматривают виды, сорта, модели, размеры.

Товарная структура непродовольственных товаров состоит из следующих ассортиментных групп:

• хозяйственное мыло и синтетические моющие средства;

• туалетное мыло и парфюмерия;

• галантерея и нитки;

• товары культурно-бытового и хозяйственного назначения;

• трикотажные и чулочно-носочные изделия;

• одежда, белье, головные уборы и меха;

• ткани;

• обувь;

• другие непродовольственные товары.

Структура продовольственных товаров состоит из следующих ассортиментных групп:

• хлеб и хлебобулочные товары;

• мука, крупа, макаронные изделия и пищевые концентраты;

• картофель, овощи, плоды, грибы;

• мясо и мясные товары;

• рыба и рыбные товары;

• молоко и молочные товары;

• яйца куриные и пищевые жиры;

• сахар и кондитерские изделия;

• соль;

• вкусовые товары;

• другие продовольственные товары.

Товарная структура розничного товарооборота характеризует материальный и культурный уровень жизни населения определенного региона и страны в целом.

К показателям, характеризующим товарооборот торгового предприятия, относят: объем товарооборота в стоимостном выражении в текущих и сопоставимых ценах, ассортиментную структуру по отдельным товарным группам (в рублях и процентах), однодневный товарооборот, товарооборот в расчете на одного работника, в том числе на работника прилавка (торговой группы), время обращения товаров в днях и скорость товарооборота (число оборотов).

#

# 2. Программа маркетинга

**Ценообразование**

Цена – экономическая категория, позволяющая косвенно измерить затраченное на производство товара общественно необходимое рабочее время. При товарных отношениях цена выступает как связующее звено между производителем и потребителем, то есть является механизмом, обеспечивающим равновесие между спросом и предложением, а, следовательно, между ценой и стоимостью.

Ценообразование — процесс формирования цен на товары и услуги. Характерны две основные системы ценообразования: рыночное ценообразование, функционирующее на базе взаимодействия спроса и предложения, и централизованное государственное ценообразование — формирование цен государственными органами. При этом в рамках затратного ценообразования в основу формирования цены закладываются издержки производства и обращения.

**Виды цен**

Система цен характеризует взаимосвязь и взаимоотношение различных видов цен, состоит из блоков, в качестве которых рассматриваются как конкретные цены, так и определенные группы цен.

Первым и важнейшим признаком классификации цен является их дифференциация в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения.

В зависимости от этого признака цены подразделяются на следующие основные виды:

* оптовые цены на продукцию промышленности подразделяются на 2 подвида: оптовая цена предприятия - цена, по которой предприятие реализует произведенную продукцию другим предприятиям; оптовая цена промышленности – цена, по которой предприятие оплачивают продукцию снабженческо-сбытовым организациям;
* цены на строительную продукцию.
* закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию – цены (оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственная продукция фермерами;
* тарифы грузового и пассажирского транспорта – плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения;
* розничные цены – цены, по которым торговые организации реализуют продукцию населению;
* тарифы на коммунальные и бытовые услуги, оказываемые населению;
* цены, обслуживающие внешнеторговый оборот (экспортные и импортные цены).

В зависимости от сферы регулирования различают:

* свободные цены, которые устанавливаются производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения;
* договорно-контрактные цены, устанавливаемые по соглашению сторон;
* цены в условиях частичной или полной монополизации рынка, которые вынуждают одну или обе стороны принимать какие-то принудительные условия;
* регулируемые цены - цены, устанавливаемые под контролем государств или отдельных субъектов Федерации.

В зависимости от территории действия различают:

* + цены, единые по стране или поясные;
	+ цены региональные (зональные, местные).

По способу установления фиксации выделяют:

* свободные цены устанавливаются производителями продукции на основе спроса и предложения;
* регулируемые цены: предельные, цены выше которых предприятия не могут устанавливать оплату своей продукции и услуг, фиксированные цены;
* контрактные;
* трансфертные применяются при реализации продукции между подразделениями одной фирмы;
* биржевые, устанавливаются на товары, реализованные посредством биржевой торговли;
* цены торгов.

По способу получения информации об уровне цены:

* справочные – используются в качестве ориентировочной информации при установлении цен на аналогичную продукцию, при анализе уровня цен;
* прейскурантные – вид справочной цены, публикуемой в прейскурантах фирм-продавцов;
* расчетные – применяются в договорах контрактах на нестандартное оборудование, производимое по индивидуальным заказам.

По времени действия цены подразделяются на:

* твердые, которые не меняются в течение всего срока действия контракта;
* текущие, меняющиеся в рамках одного контракта;
* сезонные, действующие в пределах определенного периода времени;
* скользящие, устанавливаемые на изделия с длительным сроком изготовления.

С учетом фактора времени:

* + постоянная цена – цена, срок действия которой заранее не определен;
	+ сезонная цена-вид розничных или оптовых цен носящих сезонный характер;
	+ ступенчатая – ряд последовательно снижающихся цен в заранее обусловленные моменты времени по определенной шкале.

**Факторы влияющие на цену**

Основными из этих факторов являются следующие:

***Спрос на продукцию.***

Чем выше цена товара, тем меньше предлагаемых по этой цене изделий могут приобрести покупатели. Зависимость между ценой и спросом на него описывается кривой спроса, которая показывает обратно пропорциональную зависимость между ценой товара и спросом на него.

***Государственное регулирование цен.***

Государство путем установления регулируемых цен целенаправленно создает новые условия равновесия.

***Издержки по производству и реализации продукции.***

Основу цены изделия составляют издержки, связанный с его производством и реализацией, поэтому их размер во многом определяет уровень цены.

***Ценовая конкуренция.***

Конкуренция подталкивает фирмы к совершенствованию своей продукции, детальному обоснованию цены на нее.

Ценовая конкуренция воздействует на цену товара через такие факторы, как отраслевые особенности производства; жизненный цикл товара; тип продукции; имидж фирмы; объем поставок; взаимоотношения между продавцом и покупателем; условия платежа.

***Состояние финансовой системы***, а именно: уровень и тенденции доходов населения, покупательская способность денежной единицы, уровень и динамика инфляции, изменение паритета национальной валюты и др.

***Участники каналов товаропродвижения.***

Все они стремятся увеличить объем реализации и прибыли и установить больший контроль за ценами.

***Потребители*** - важный фактор, оказывающий значительное влияние на цены. Любой предприниматель должен видеть глубокую взаимосвязь между ценой и восприятием ее различными потребителями.

Из всех перечисленных ранее факторов основное воздействие на движение цен оказывает динамика цены производства товара. Рост производительности труда, снижение затрат орудий труда и сырья на единицу продукции вызывают снижение цены производства, и наоборот. Поэтому можно было бы ожидать, что с ускорением темпов научно-технического прогресса произойдет снижение рыночных цен. Однако практика показывает, что в развитых странах достижения научно-технического прогресса не приводят в ряде отраслей к снижению стоимости товаров. Это объясняется тем, что действие других факторов, таких как политика монополий и инфляция, оказывается более сильным.

**Ценообразование на различных рынках**

Ценовая политика существенным образом зависит от того, на каком типе рынка продвигается товар. Можно выделить четыре типа рынков, в каждом из которых стоят свои проблемы в области ценообразования.

Первый рынок представляет «чистую конкуренцию». Рынок чистой конкуренции состоит из множества продавцов и покупателей какого-либо схожего товара. Ни отдельный покупатель или продавец не оказывает здесь особого влияния на уровень текущих рыночных цен товара. Продавец не в состоянии запросить цену выше рыночной, поскольку покупатели могут свободно приобрести любое необходимое им количество товара по этой рыночной цене.

Весьма специфичен рынок монополистической конкуренции, состоящий из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широкой гамме цен. Наличие большого диапазона цен объясняется способностью продавцов предложить покупателям разные варианты товаров. Чтобы выделить чем-то, помимо цены товара, продавцы стремятся разработать многообразие предложений для отдельных потребительских сегментов. Широко используют практику присвоения товарам марочных названий, рекламируют товары, используют метод личной продажи.

Фирмам необходимо иметь методику расчета исходных цен на свои товары. Методика расчета цен, состоит из следующих этапов:

* Постановка задач ценообразования
* Определение спроса
* Оценка издержек
* Анализ цен и товаров конкурентов
* Выбор метода ценообразования
* Установление окончательной цены

#

# 3. План по труду и заработной плате

Определение порядка оплаты труда работников зависит от организационно-правовой формы торгового предприятия. Более самостоятельны в хозяйственной деятельности предприятия частной, кооперативной формы собственности. Они сами определяют порядок оплаты труда работников, численность работающих на предприятии, размер их заработной платы.

В основу организации заработной платы работников торговли ложатся три основных принципа.

Материальная заинтересованность работников в результатах своего труда обеспечивается построением такой системы оплаты труда, при которой размеры заработков ориентируют и стимулируют работников на качественное выполнение своих обязанностей и достижение высоких конечных результатов.

Дифференциация размеров заработной платы зависит от квалификации работников, сложности выполняемых ими функций, условий их труда, разных климатических условий регионов России, удаленности отдельных районов.

В качестве основы организации заработной платы на предприятиях торговли используется тарифная система. Торговые предприятия самостоятельно разрабатывают размеры ставок и окладов, которые зависят от квалификации работника. Система дифференциации размеров оплаты труда включает в себя тарифно-квалификационные справочники, тарифные ставки и тарифные сетки.

Тарифная ставка (должностной оклад) — это выраженная в денежной форме нормативная величина уровня оплаты труда. В штатных расписаниях предприятий и приказах руководства по кадрам фиксируются размеры тарифных ставок (должностных окладов). Тарифные сетки устанавливают соотношения в оплате труда в зависимости от квалификационного уровня работников. В них выделено число тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов, показывающих, во сколько раз оплата труда работника данного разряда выше оплаты труда, отнесенного к первому разряду.

Руководящим работникам, служащим и инженерно-техническому персоналу торговых предприятий устанавливаются должностные оклады. Размер окладов заместителей на 10—20% ниже окладов руководителей.

Для отдельных категорий работников условиями оплаты труда предусмотрены надбавки и доплаты к установленным им окладам и ставкам заработной платы.

В розничной торговле основной категорией работников являются продавцы. Оплату их труда следует устанавливать в зависимости от фактического товарооборота, обеспечивая материальную заинтересованность в увеличении количественных и улучшении качественных показателей работы.

Дополнительная часть заработной платы — это переменная величина, включающая в себя поощрительные, премиальные и прочие выплаты.

Повременная оплата труда применяется для всех категорий работников и зависит от отработанного времени и квалификации работника. Заработная плата начисляется в соответствии с тарифной ставкой (должностным окладом) за фактически отработанное время. Повременную оплату труда целесообразно использовать для тех работников, которые занимаются реализацией товара, сбыт которых нет надобности стимулировать.

Сдельная оплата труда предусматривает оплату по установленным расценкам объема выполненных работ.

Коллективная (бригадная) сдельная оплата труда учитывает выполнение объема работ коллективом по установленным расценкам в целом. Внутри бригады работники производят индивидуальное распределение заработка самостоятельно, используя коэффициент трудового участия или коэффициент распределения заработка.

Повременная и сдельная формы оплаты труда используются в розничной торговле в сочетании с различными премиальными выплатами.

Руководитель торгового предприятия утверждает премиальное положение, где оговорены все вопросы премирования.

Согласно порядку, установленному на предприятии, заработная плата выплачивается еженедельно, два раза в месяц, ежемесячно. В день выплаты заработной платы в банк предоставляются платежные поручения на перечисление подоходного налога и платежей в пенсионный фонд, в фонды медицинского, социального страхования и занятости.

#

# 4. План издержек обращения

**Издержки обращения** — это выраженные в денежной форме расходы, затраты торгового предприятия по доведению товаров от производителя к потребителю. Издержки обращения связаны с товарным обращением и являются категорией товарного хозяйства. Для предприятий торговли очень важно обеспечить своевременный, достоверный и полный анализ фактических расходов и контроль за использованием финансовых, материальных и трудовых ресурсов.

***Классификация издержек обращения***

Издержки обращения торговых предприятий классифицируются по следующим признакам.

***1. По экономической природе издержки обращения делят на чистые и дополнительные.***

Чистые издержки — это расходы, связанные с процессом доведения товаров до потребителя путем купли-продажи и смены форм стоимости. Эти затраты не увеличивают стоимость товара, являются непроизводительными по своей сути и возмещаются за счет чистого дохода, созданного в сфере материального производства.

Дополнительные издержки — это затраты торговых предприятий, связанные с продолжением и завершением процесса производства в сфере обращения.

2. ***По характеру выполняемых задач*** издержки подразделяют на операционные (прямые) и административно-управленческие. Операционные издержки обращения — это расходы, связанные с выполнением основных функций торгового предприятия. Административно-управленческие издержки — это расходы торговых предприятий, обусловленные организацией их хозяйственной деятельности и деятельности аппарата управления.

3. ***По звеньям торговли*** выделяют издержки обращения розничных торговых предприятий, оптовых торговых предприятий и предприятий внедомашнего питания.

**4. *По отношению к товарообороту*** все издержки обращения делятся на условно-постоянные и условно-переменные.

Условно-постоянные издержки обращения — это затраты торговых предприятий, абсолютная сумма которых остается постоянной при изменении объема товарооборота.

Условно-переменные издержки обращения — это затраты торгового предприятия, абсолютная сумма которых изменяется с изменением товарооборота.

**5. *По товарным группам*** выделяют издержки обращения продовольственных товаров и издержки обращения по реализации непродовольственных товаров. Наиболее высокие издержки **у** продовольственной товарной группы.

6. ***По способу распределения по товарным группам*** все издержки торговых предприятий делятся на прямые и косвенные (распределительные). Прямые издержки — это расходы торгового предприятия, отнесенные к определенной товарной группе без дополнительных расчетов, согласно имеющимся документам.

Распределительные (косвенные) издержки — это расходы торгового предприятия, распределенные между товарными группами после предварительных расчетов.

7. ***По видам затрат*** издержки обращения подразделяются на следующие группы: оплата труда работников торговых предприятий; оплата услуг других отраслей экономики (связь, коммунальное хозяйство, транспорт); материальное потребление в торговых предприятиях (расход упаковочных материалов, топлива, электроэнергии, износ основных фондов, санспецодежды и т. п.); материальные потери (потери товаров нормируемые и ненормируемые); другие расходы (охрана труда, социальное страхование, подготовка кадров). Признак классификации издержек обращения по видам затрат является основным.

***Номенклатура и состав издержек обращения по видам затрат***

Номенклатура статей и состав расходов, включаемых в издержки обращения и производства предприятий торговли, разработаны в соответствии с классификацией по видам затрат для учета, анализа и планирования. Эта номенклатура утверждается централизованно и обязательна к применению всеми торговыми предприятиями независимо от организационно-правовой формы собственности. Наиболее важные виды расходов выделены в 14 основных комплексных статей:

1. Транспортные расходы.

2. Расходы на оплату труда.

3. Отчисления на социальные нужды.

4. Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря.

5. Амортизация основных средств.

6. Расходы на ремонт основных средств.

7. Износ санитарной и специальной одежды, столового белья, посуды, приборов, других малоценных быстроизнашивающихся предметов.

8. Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд.

9. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров.

10. Расходы на рекламу.

11. Затраты по оплате процентов за пользование займом.

12. Потери товаров и технологические отходы.

13. Расходы на тару.

14. Прочие расходы.

Торговым предприятиям предоставляется право сокращать или расширять перечень статей издержек обращения в пределах затрат, предусмотренных типовым Положением о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли.

В структуре издержек обращения большой удельный вес занимают транспортные расходы. В зависимости от вида транспорта, используемого торговыми предприятиями, различают расходы по перевозкам железнодорожным, воздушным, водным и автомобильным транспортом, которые расчитываются отдельно.

Затраты, связанные с основной хозяйственной деятельностью предприятия, включаются в издержки обращения. За счет прибыли торгового предприятия производятся затраты непроизводственного характера, и в составе издержек обращения они не учитываются.

***Показатели издержек обращения***

К показателям издержек обращения относят их абсолютную сумму и уровень.

Абсолютная сумма издержек обращения определяется путем суммирования расходов по всем статьям. Этот показатель характеризует, во что обходится конкретному предприятию товародвижение.

Абсолютная сумма издержек обращения тесно связана и зависит от абсолютной суммы товарооборота. Поэтому анализ расходов торгового предприятия необходимо увязывать с изучением товарооборота.

Уровень издержек обращения рассчитывается как процентное отношение суммы издержек к объему товарооборота. Этот показатель является одним из важнейших оценочных показателей результатов хозяйственной деятельности торгового предприятия.

В зависимости от типа торгового предприятия и места его нахождения, уровень издержек изменяется. Так, для предприятий, значительно удаленных от поставщиков товаров, характерен наиболее высокий уровень торговых затрат. Это обусловлено повышенными расходами на перевозку, оплату труда работников, замедленной товарооборачиваемостью и высокой стоимостью услуг.

Различия уровней издержек обращения торговых предприятий в зависимости от их товарной специализации и ассортиментной структуры определяются тем, что расходы на реализацию продовольственных товаров выше, чем расходы на реализацию непродовольственных товаров. В продовольственной торговле высокие расходы по транспортировке, хранению, естественной убыли товаров, расфасовке. В непродовольственной торговле большинство товаров завозится крупными партиями, что обусловливает более низкий уровень расходов по транспортированию, как правило, непродовольственные товары не требуют особых условий хранения, что также снижает расходы по этим операциям.

На уровень затрат торгового предприятия оказывает влияние и ряд других факторов. Так, физико-химические свойства некоторых товаров обусловливают определенные требования к перевозке, хранению и реализации, что увеличивает отдельные статьи затрат («Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров», «Потери товаров и технологические отходы»). Из-за сезонности производства и потребления ряда товаров приходится создавать запасы, что соответственно увеличивает расходы на хранение.

Факторы, влияющие на уровень издержек обращения, можно подразделить на зависящие и независящие от торгового предприятия.

Состояние коммерческой деятельности и экономической работы, использование собственного и заемного капиталов, торгово-технологического оборудования, торговой площади, условия организации и оплаты труда работников, товарооборачиваемость — основные факторы, которые непосредственно связаны с деятельностью предприятия.

Изменение тарифов на перевозки товаров различными видами транспорта, процентных ставок за пользование банковским кредитом, изменения розничных цен, арендной платы — это факторы, не зависящие от предприятия.

Факторы, зависящие и не зависящие от торгового предприятия, в совокупности определяются эффективностью затрат в торговле.

Под влиянием величины каждого вида затрат, учитываемого в действующей номенклатуре издержек обращения, сказывается средний уровень издержек.

Анализ издержек обращения торгового предприятия может проводиться как в целом, так и по отдельным статьям.

**Абсолютная сумма издержек** обращения в ее изменении и динамике. В документах первичного бухгалтерского учета содержатся абсолютные значения издержек обращения. Разница между абсолютными значениями величины издержек обращения в динамике называется показателем абсолютного перерасхода (или экономии) издержек.

Относительный уровень издержек обращения, выраженный в процентах к товарообороту, показывает долю издержек обращения в объеме товарооборота торгового предприятия. Отклонение относительного уровня издержек обращения от планового (или предыдущего) периода называется размером снижения (или повышения) уровня издержек обращения.

**Относительная экономия (перерасход) издержек обращения** рассчитывается, чтобы сравнить величину издержек, полученную фактически, с величиной издержек, которая наблюдалась бы при фактическом товарообороте и сохранении их базового уровня.

Экономия **издержек обращения** имеет важное значение для каждого отдельного торгового предприятия. Она выступает источником повышения доходности, роста фонда оплаты труда и т. д. Однако резервы экономии издержек нужно искать по статьям, не связанным с культурой обслуживания.

Товарные потери можно сократить и уменьшить путем улучшения условий транспортирования, хранения товаров, увеличения доли фасованных товаров.

Для сокращения расходов по таре необходимо осуществлять мелкий ремонт тары, обеспечивать своевременный возврат и правильность хранение тары, контролировать правильность маркировки тары. Статью издержек «Затраты по оплате процентов за пользование займом» уменьшает нормализация товарных запасов, ускорение товарооборачиваемости, своевременный возврат банковских кредитов.

Каждое торговое предприятие должно постоянно изыскивать резервы экономии издержек обращения при одновременном повышении качества обслуживания покупателей.

#

# 5. Расчет основных экономических показателей

***Валовый доход***

**Валовой доход** — это выручка от реализации товаров и услуг за минусом их покупной стоимости.

Валовой доход образуется за счет торговых надбавок, поступлений за оказанные услуги и выполненные работы (доставка товаров на дом, раскрой тканей, сборка и установка мебели и др.), прочих доходов от не основной деятельности (реализация излишков оборудования, сдача в аренду помещений и объектов мелкорозничной сети, доходы от долевого участия в деятельности других предприятий от ценных бумаг, принадлежащих предприятию, сальдо доходов и расходов от внереализационных операций и др.).

Валовой доход рассчитывается по следующей формуле:

**ВД = Н + Су + Пд,**

где ВД— валовой доход;

Н — сумма торговой надбавки;

Су — стоимость оказанных услуг;

Пд — прочие доходы.

Валовой доход исчисляется двумя основными показателями: абсолютная сумма (в рублях) и уровень (%).

Уровень валового дохода исчисляют как отношение суммы валового дохода к абсолютной сумме розничного товарооборота, умноженного на 100%.

***Прибыль***

**Прибыль от торговой деятельности** — это разность между валовым доходом и издержками обращения. Прибыль является основным показателем хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Прибыль измеряется двумя основными показателями — суммой и уровнем. Если сумма прибыли меньше абсолютной суммы издержек обращения, то финансовым результатом хозяйственной деятельности предприятия будет выступать убыток.

Бухгалтерская (валовая) прибыль — это разность между валовым доходом и издержками обращения. Известно, что не все затраты торгового предприятия включаются в издержки обращения. Часть затрат, осуществляемых предприятием за счет прибыли, не относится к издержкам обращения. Сумма затрат предприятия, учитываемых в составе издержек обращения и относимых на прибыль, образует экономические издержки (все действительные расходы торгового предприятия).

Экономическая прибыль — это разность между валовым доходом и экономическими издержками. По этому показателю можно судить о величине предпринимательского дохода, свидетельствующего об окупаемости расходов, торгового предприятия (предпринимателя) и способности его к саморазвитию.

Прибыль (убыток) от реализации товаров и услуг представляет собой разность между валовым доходом от реализации товаров и услуг (без учета НДС) и издержками обращения.

Прибыль от реализации основных фондов и иного имущества рассчитывается как разница между продажной ценой и первоначальной или остаточной стоимостью этих фондов и имущества, увеличенной на индекс инфляции.

В состав доходов (расходов) от внереализационных операций включаются: доходы, получаемые от долевого участия в деятельности других предприятий, дивиденды по акциям, проценты по облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим предприятию, доходы от сдачи имущества в аренду и др. В составе внереализационных расходов учитываются налоговые платежи, относимые на финансовые результаты деятельности предприятия (налог на имущество, транспортный налог и пр.).

Валовая (балансовая) прибыль является конечным результатом хозяйственно-финансовой деятельности предприятия и рассчитывается как сумма прибыли (убытка) от реализации товаров, основных фондов, иного имущества и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Валовая (балансовая) прибыль подлежит распределению между предприятием и государственным бюджетом.

Чистая прибыль представляет собой ту часть валовой (балансовой) прибыли, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль.

Налогооблагаемая прибыль — это часть валовой прибыли, облагаемая налогом. При исчислении налогооблагаемой прибыли из валовой прибыли исключаются суммы, облагаемые налогом по установленным ставкам у источника их выплаты. Это доходы от аренды, проката видео- и аудиокассет, дивиденды по акциям, проценты по облигациям и другим ценным бумагам, принадлежащим торговому предприятию, доходы от долевого участия в деятельности других предприятий, прибыль от посреднических операций и сделок.

Из вышеизложенного следует, что прибыль в торговле выполняет следующие основные функции: оценочный показатель деятельности предприятия, выступает в качестве источника материального поощрения труда работников, вознаграждения владельцев секций, паев в уставном капитале предприятия, а также служит источником самофинансирования предприятия и пополнения государственного бюджета.

***Факторы, влияющие на прибыль***

Абсолютная величина и относительный уровень прибыли существенно изменяются под воздействием внешних и внутренних условий хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Совокупность факторов, влияющих на прибыль, представляет собой систему, состоящую из нескольких элементов. Валовой доход от торговой деятельности, прибыль (убыток) от реализации основных фондов и иного имущества, сальдо доходов и расходов по внереализационным операциям представляют собой подсистему образующих факторов, от которых зависит формирование валовой прибыли.

Объем и уровень прибыли находятся в обратной зависимости от величины и уровня издержек обращения и в прямой зависимости от абсолютной величины и уровня валового дохода.

Размер чистой прибыли зависит от суммы затрат, относимых на прибыль, а суммы налога на прибыль уменьшают или увеличивают прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия.

Объем реализации товаров, издержки обращения, оборачиваемость и состав оборотного капитала, налогооблагаемость предприятия, фондовооруженность и численность работников, розничные цены на реализуемые товары являются основными взаимовлияющими факторами на прибыль. В систему этих факторов входят элементы, которые традиционно не включаются при исчислении валовой (балансовой) прибыли, но на практике являются тактическими составляющими экономической прибыли. Эта группа расходов предприятия относится на прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия. Одним из факторов, снижающих величину экономической прибыли, является изъятие средств у предприятия за допущенные нарушения налогового законодательства. Величину экономической прибыли могут снизить убытки от списания дебиторской задолженности, задолженности по недостачам, растратам и хищениям в связи с истечением сроков исковой давности, а также уплаченные штрафы, пенни и неустойки.

***Рентабельность***

Отношение прибыли к товарообороту, выраженное в процентах, определяет уровень рентабельности. Рентабельность обобщает состояние доходов, оборачиваемости товаров, издержек обращения, использование собственного и заемного капиталов, основных средств и рабочей силы. В условиях рыночной экономики рентабельность является важнейшим качественным показателем работы торгового предприятия, свидетельствующим о прибыльности хозяйственной деятельности и о возможностях его дальнейшего функционирования. Показатель рентабельности в деятельности торговых предприятий характеризует относительный размер прибыли.

Рентабельность торгового предприятия определяют посредством процентного отношения прибыли к следующим показателям; товарооборот, издержки обращения, средства на оплату труда, собственный капитал, основные и оборотные средства, совокупный капитал предприятия, включающий собственные и заемные средства.

Процентное отношение суммы чистой прибыли к объему товарооборота (без НДС) называется нормой прибыли, или общей экономической рентабельностью торгового предприятия.

Рентабельность товарооборота показывает величину прибыли, полученную с единицы проданного товара, т. е. отражает зависимость между прибылью и товарооборотом. Чем выше прибыль, тем выше рентабельность.

Коэффициент прибыльности продаж характеризует долю прибыли в товарообороте.

Рентабельность продаж и оборачиваемость капитала являются составляющими общей экономической рентабельности.

Показатель рентабельности собственного капитала служит критерием оценки уровня котировки акций акционерного торгового предприятия. На основе этого показателя можно определить число лет, в течении которых полностью окупаются средства; вложенные в акционерное торговое предприятие. Отношение прибыли к средней величине собственного капитала определяет эффективность использования собственного капитала.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

#

# Резюме

Предпринимательство – это процесс принятия решений, их реализация и оценки результатов принятых действий. Создание нового магазина – это ответственный шаг, совершая который необходимо учитывать многие факторы: емкость рынка, потребности покупателей и их предпочтения, конкуренцию.

Цель данного исследования – создать проект магазина, в процессе разработки которого научиться основам предпринимательской деятельности.

Мы организуем торговое предприятие ООО «Одежда» с уставным капиталом 2 млн. руб., который внесут четыре учредителя равными долями. Представителем данного предприятия будет магазин «Зима-Лето». Название магазина будет стимулировать продажу товара т.к. является брендовым названием благодаря телесериалу «Не родись красивой».

Магазин «Зима-Лето» - это магазин фирменной одежды, в котором представлены несколько ассортиментных групп: костюмы, платья, сорочки, галстуки, трикотаж, джинса и т.д.

Рынок одежды в г. Бийска насыщен. В условиях жесткой конкуренции, магазин «Зима-Лето» предлагает своим клиентам регулярное обновление ассортимента, систему накопительных скидок, возможность приобретения товаров с рассрочкой платежа.

Магазин «Зима-Лето» будет расположен по адресу: г. Бийск, пер. Коммунарский в здании торгового комплекса «Мария-Ра».

Магазин «Зима-Лето» предлагает своим клиентам следующие услуги, которые позволяют выделить именно этот магазин из множества конкурентов:

1. Возможность приобретения товаров с рассрочкой платежа, в кредит. Данная услуга широко используется на рынках бытовой техники, мебели, однако на рынке одежды является новинкой. Приобретение товара в кредит позволяет покупателю совершать покупки на более крупные суммы, а также большое значение имеет доверие магазина к своему клиенту.
2. Система накопительных скидок. При покупке от 5000 рублей, клиент получает карту клиента Silver Diskont со скидкой 3 %. Далее по накопительной системе, при объеме покупок на 10000 рублей выдается карта Gold Diskont со скидкой 6%, при объеме покупок на 15000 рублей – карта Platinum Diskont со скидкой 9%. При покупке товара в кредит система скидок не учитывается.

Здание торгового центра – двухэтажное здание, выполненное по всем современным требованиям. У здания комплекса предусмотрена специализированная парковка для легковых автомобилей.

Магазин «Зима-Лето» будет располагается на первом этаже здания в центре торгового зала с яркой вывеской представленной выше, что позволяет человеку быстро сориентироваться и найти магазин. Помещение магазина имеет площадь 100 м2, в котором 20 м2 занимает подсобное помещение, выполняющее также функции и складского. Торговый зал имеет площадь 80 м2, он разграничен небольшой стеной, что визуально разделяет магазин на две зоны: в одной зоне располагаются примерочные кабинки, а также весь ассортимент товаров, в другой зоне находится касса.

# 1. Торговый план

План товарооборота

|  |  |
| --- | --- |
| ***Товарная группа*** | ***Товарооборот*** |
| ***Однодневный*** | ***Годовой*** |
| Непродовольственные товары | 88166,76 | 31122865,00 |

Структура товарооборота

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Товарная группа*** | ***Т/о*** | ***Торговая надбавка*** | ***Доход*** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** |
| 1 | Свитера | 2 150 369,00р. | 32,00% | 688 118,08р. |
| 2 | Джемпера | 1 523 698,00р. | 31,00% | 472 346,38р. |
| 3 | Пиджаки | 1 896 354,00р. | 33,00% | 625 796,82р. |
| 4 | Костюм мужской | 2 986 542,00р. | 30,00% | 895 962,60р. |
| 5 | Костюм женский | 2 503 963,00р. | 31,00% | 776 228,53р. |
| 6 | Рубашки | 2 563 852,00р. | 32,00% | 820 432,64р. |
| 7 | Блузки | 2 703 654,00р. | 33,00% | 892 205,82р. |
| 8 | Галстуки | 895 236,00р. | 34,00% | 304 380,24р. |
| 9 | Юбки | 1 253 698,00р. | 31,00% | 388 646,38р. |
| 10 | Платья | 1 932 698,00р. | 30,00% | 579 809,40р. |
| 11 | Спортивная одежда | 3 265 789,00р. | 31,00% | 1 012 394,59р. |
| 12 | Джинсовые изделия | 4 598 326,00р. | 29,00% | 1 333 514,54р. |
| 13 | Брюки | 1 952 365,00р. | 27,00% | 527 138,55р. |
| 14 | Аксессуары | 896 321,00р. | 29,00% | 259 933,09р. |
|   | **ИТОГ:** | **31 122 865,00р.** |  | **9 576 907,66р.** |

# 2. План маркетинга

Выбор месторасположения магазина определяется следующими факторами:

1. Близость к покупателю.

Переулок Коммунарский один из центральных и старейших переулков города. Он является основной транспортной артерией города Бийска за день по нему проезжает несколько тысяч автомобилей. Здание торгового комплекса располагается в центральной части переулка перед коммунальным мостом, т.е. находится наиболее приближенно к людским потокам, направленным в центральную часть города, в заречную часть города и по пути следования на Горный Алтай и Новосибирск.

2) Характеристики торговой площади.

Огромное здание торгового комплекса фасадом выходит на красную линию улицы. Магазин «Зима-Лето» будет располагаться на первом этаже комплекс в центре прохода. Над входом в павильон будет расположена вывеска магазина, хорошо известная зрителям телесериала «Не родись красивой», что зрительно сразу привлекает к нему внимание.

Здание является новопостроенным, удовлетворяет европейским стандартам.

3) Транспортные потоки в области торговли.

Транспортное сообщение на пер. Коммунарском насыщенно. Основными транспортными потоками являются направления в заречную часть города и обратно, в направлении Старого центра и обратно, в направлении Горного Алтая и Новосибирска. Остановки общественного транспорта находятся в 150-250м от торгового комплекса.

4) Расположение других объектов в области торговли.

В районе торгового комплекса располагаются школа №12, торгово-экономическое отделение Профессионального лицея №22, Музей, памятник Ленину, отделение Сбербанка России, здание Гороно и т.д.

Характеристика месторасположения объекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Проектируемый магазин | Ближайшие остановки транспорта | Ближайшие предприятия, учреждения | Ближайшие учебные заведения | Другие объекты |
|
|
| ер. Коммунарский, здание торгового комплекса «Мария-Ра» | Ост. "Айсберг"Ост. «Музей»Ост. «Дом книги»Ост. «Гилева» | ГороноОтделение Сбербанка РоссииДиагностический центр «Мать и Дитя» | Школа № 12Торгово-экономическое отделение Профессионального лицея №22 | МузейПарк «Победы» |

Выбор конкретного рынка определяет и круг конкурентов фирмы, и возможности ее позиционирования. Изучение позиций конкурентов позволяет фирме решить вопрос: Занять ли место близкое к позиции одного из конкурентов, или попытаться заполнить выявленную на рынке «брешь»?

По близости расположения магазина «Зима-Лето» имеет конкурентов находящихся в ЦУМе, торговый центр «Разноторг», вещевой Центральный рынок. Поскольку магазин «Зима-Лето» занимает позицию рядом с конкурентами, то необходимо предпринять попытку дифференцировать свое предложение за счет товара, его цены и качественных отличий.

Однако покупатель в поиске необходимой ему вещи может поехать в любую часть города для удовлетворения своих потребностей, поэтому следует рассматривать не только близлежащих конкурентов, но и позиции конкурентов в целом по городу.

Сильной стороной конкурентов является также и регулярная, профессиональная реклама своих магазинов и своей продукции.

Слабой стороной конкурентов является то, что ассортимент товаров в основном производства Китай. Магазин «Зима-Лето» предлагает своим покупателям широкий выбор качественной, недорогой, стильной одежды от ведущих производителей, что делает его конкурентоспособным.

Используя каталог «Товары и Цены», были найдены поставщики для всех ассортиментных групп товара. В основном закупки выполняются в Новосибирске.

Для доставки товаров из Новосибирска мы приобрели собственный транспорт, машину «Газель». Таким образом, стратегии закупки товаров у нас будет как транзитная, так и складская. Доставка товаров будет осуществляться по мере необходимости, примерно 1 раз в 1-2 недели, т.е. у нас будет действовать децентрализованный завоз товаров.

Форма продажи – продажа с открытой выкладкой.

Торговое оборудование.

Пользуясь, справочным каталогом «Товары и цены» было выбрано следующее оборудование:

1. Манекены, 4шт., цена: 550р.
2. Вешало напольное хром, 5 шт. цена: 1100р.
3. Зеркало напольное, 3 шт. цена: 1050р. Зеркало настенное, 4 шт. цена: 600р.
4. Стеллаж СТУ-900, 2 шт. цена: 950р.
5. Скамейка, 3 шт. цена: 350р.
6. Стол, 1 шт. цена: 3050р.
7. Стул, 1 шт., цена: 300р.
8. ККМ АМС – 100Ф ,Цена: 9500 р.

#

# 3. План по труду и заработной плате

Отбор сотрудников является важным моментом деятельности любой организации, поскольку каждый из них является представителем фирмы.

Штат сотрудников магазина «Зима-Лето» состоит из 8 человек: директор, бухгалтер, 3 продавца-консультанта, 2 грузчика, водитель.

При отборе каждого из сотрудников учитываются следующие требования:

*Директор* – обязательно высшее образование, желательно по специальности «Менеджмент»; опыт управления персоналом не менее 1 года; коммуникабельность; порядочность; адаптивность к ситуации; знание компьютера. Ограничение по возрасту: не моложе 30 лет.

*Бухгалтер* – наличие высшего образования; опыт работы не менее 3 лет; знание общей системы налогообложения; знание программы 1С: Бухгалтерия, версия 8.0; возраст до 40 лет.

*Продавец-консультант* – опыт работы в сфере торговли; образование; коммуникабельность; внешняя привлекательность. Возраст– от 20 до 40 лет.

При отборе каждого из сотрудников учитывается уровень образования, предыдущие места работы, длительность работы на каждом из предыдущих мест работы.

Услуги охранника, уборщицы включены в стоимость арендной платы и предоставляются торговым центром. Арендная плата составляет 500,00 р. за квадратный метр в месяц.

Штатное расписание магазина «Зима-Лето»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Профессия*** | ***Среднегодовая численность работников*** | ***Должностной оклад в месяц*** | ***Районный коэффициент 15%*** | ***Сумма з\п в месяц*** | ***Сумма з\п в год*** |
| Директор | 1 | 10 000,00  | 1 500,00  | 11 500,00  | 138 000,00  |
| Бухгалтер | 1 | 9 000,00  | 1 350,00  | 10 350,00  | 124 200,00  |
| Продавец-консультант | 3 | 4 500,00  | 675,00  | 15 525,00  | 186 300,00  |
| Грузчик | 2 | 4 200,00  | 630,00  | 9 660,00  | 115 920,00  |
| Водитель | 1 | 4 500,00  | 675,00  | 5 175,00  | 62 100,00  |
| **ИТОГО:** | 8 | 32 200,00  |   |   | 626 520,00  |

Сводный план по труду и з/п

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Показатели*** | ***Ед. изм.*** | ***Годовой план*** |
| 1 | Розничный товарооборот | Тыс. руб. | 31 122,86500  |
| 2 | Фонд оплаты труда | Тыс. руб. | 626,52000  |
| 3 | Фонд оплаты труда в % к т/о | % | 2,01% |
| 4 | Численность работников | Человек | 8 |
| 5 | Производительность труда | Тыс. руб. | 78,32  |
| 6 | Средняя з\п одного работника в месяц | руб. | 6 526,25  |

# 4. План издержек обращения

**1.Транспортные расходы.**

Доставка товаров осуществляется из Новосибирска собственным транспортом 1 раз в неделю.

Протяженность дороги Бийск-Новосибирск и обратно равна примерно 800 км. Расход топлива автомобиля «Газель» на 100 км. составляет 15 л. Стоимость 1 л. бензина 15 руб/л. Рассчитаем транспортные расходы за год.

1\*52\*800/100\*15\*15=93600,00 руб.

**2 Расходы на оплату труда**

626520,00 руб.

**3. Отчисления на социальные нужды**

Ставка единого социального налога равна 26 % от фонда оплаты

162895,20 руб.

**4. Расходы на аренду и содержание здании, сооружений помещений, оборудования и инвентаря**

*4.1 Аренда помещений*

Здание нашего магазина мы арендуем, стоимость 1 кв. м. аренды составляет 500,00 руб./кв.м. В арендную плату входят услуга охраны, уборщицы, коммунальные услуги, электроэнергия.

Размер магазина – 100 кв.м.

Стоимость аренды в год: 500\*100\*12 = 600000,00 руб.

*4.2 Расходы на содержание в чистоте помещений, уборку*

*территории, вывоз мусора*

Данный вид расходов включен в арендную плату.

*4.3 Расходы на отопление, канализацию водоснабжение и другие коммунальные услуги*

Расходы не планируются, т.к их стоимость входит в арендную плату

*4.4 Стоимость электроэнергии, потребленной на приведение в движение подъемников, лифтов, транспортеров, торговых автоматов, контрольно-кассовых машин и т.п.*

Стоимость включена в арендную плату.

*4.5. Расходы на проверку и клеймение весов, водомеров, электрогазовых счетчиков и других приборов*. Данный вид расходов в нашем магазине отсутствует.

***Общая сумма затрат составляет:***

***600000,00 руб.***

**5. Амортизация основных средств**

Амортизационные отчисления по собственным основным средствам на полное восстановление рассчитываются в % к балансовой стоимости.

Расчет амортизации основных средств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Основное средство*** | ***Стоимость ОС т. Руб.*** | ***Удельный вес общей стоимости %*** | ***Норма амортизационных отчислений*** | ***Сумма амортизационных отчислений*** |
| Механическое оборудование | 4 800,00р. | 1,40% | 16,70% | 801,60р. |
| ККМ | 9 500,00р. | 2,78% | 11,00% | 1 045,00р. |
| Мебель | 19 550,00р. | 5,72% | 10,00% | 1 955,00р. |
| Транспортное средство | 308 000,00р. | 90,10% | 12,50% | 38 500,00р. |
| **ВСЕГО:** | **341 850,00р.** |  | **42 301,60р.** |

**6. Расходы на ремонт основных средств**

Расходы на текущий ремонт основных средств примем из расчета 0,1% к товарообороту

31122,87 руб.

**7. Износ санитарной и специальной одежды, столового белья, посуды, приборов, других малоценных и быстроизнашивающихся предметов.**

*7 .1. Износ форменной одежды торговых работников*

Расходы на износ форменной одежды принимаются в расчёте 50% oт ее стоимости:

Одежда продавцов-консультантов – 960,00 руб.

Одежда грузчиков – 800,00 руб.

Износ: (960,00 + 800,00) \* 50% = 880,00 руб.

*7 .2. Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов*

Сумма расходов на эти цели примем 0,2% к товарообороту:

62245,73 руб.

**Всего расходов: 880,00 + 62245,73 = 63125,73 руб.**

**8. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров**

*8.1. Расходы на подсортировку, подработку, упаковку товаров.*

Уровень затрат на подработку, подсортировку упаковку товаров примем из расчета 0,05 % к товарообороту:

15561,43 руб.

**9. Расходы на рекламу**

Расходы на рекламу примем из расчета 1% к
товарообороту:

248982,90 руб.

**10. Потери товаров и технологические отходы**

Потери товаров, продуктов при перевозке, хранении и реализации примем из расчета 0,2 % к товарообороту:

62245,73 руб.

**11. Расходы на тару**

Расходы на тару исчисляются в размере 0,15% товарообороту:

46684,30 руб.

**12. Прочие расходы**

*12.1 Расходы на охрану труда и технику безопасности*

Расходы на охрану труда и технику безопасности планируем в размере 0,03% к товарообороту:

9336,86 руб.

*12.2 Расходы на санитарно - профилактические мероприятия*

Медицинский осмотр всех работников производится 1 paз в квартал, стоимость осмотра одного работника стоит 250,00 руб.

Общая сумма осмотра в год: 8\*250\*4 = 8000,00 руб.

*12.3 Расходы на приобретение канцелярских принадлежностей*

Данный вид расходов запланируем в размере 0.05% к товарообороту:

15561,43 руб.

*12.4 Остальные расходы*

Сумму остальных расходов примем из расчёта 0,4 % к товарообороту:

124491,50 руб.

*Итого затрат:*

**9336,86 + 8000,00 + 15561,43 + 124491,50 = 150189,80 руб.**

Общая сумма издержек обращения равна: **2143229,53 руб.**

Итог по расчету издержек обращения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Наименование статей*** | ***Сумма, тыс руб*** | ***Удельный вес, %*** |
| 1 | Транспортные расходы | 93,60000 | 4,37% |
| 2 | Расходы на оплату труда | 626,52000 | 29,23% |
| 3 | Расходы на социальное страхование | 162,89520 | 7,60% |
| 4 | Расходы на аренду и содержание здания | 600,00000 | 28,00% |
| 5 | Амортизация ОС | 42,30160 | 1,97% |
| 6 | Расходы на ремонт ОС | 31,12287 | 1,45% |
| 7 | Износ специальной одежды и МПЗ | 63,12573 | 2,95% |
| 8 | Расходы на хранение, подсортировку, подработку и упаковку | 15,56143 | 0,73% |
| 9 | Расходы на рекламу | 248,98292 | 11,62% |
| 10 | Потеря товаров и технологические отходы | 62,24573 | 2,90% |
| 11 | Расходы на тару | 46,68430 | 2,18% |
| 12 | Прочие расходы | 150,18975 | 7,01% |
|  | ***Всего ИО:*** | ***2 143,22953*** | ***6,89%*** |

# 5. Расчет основных экономических показателей

Товарооборот – 31122865,00 руб.

Валовый доход – 9576907,66 руб.

Издержки обращения – 2143229,53 руб.

Транспортные расходы – 93600,00 руб.

Расчеты:

Валовая прибыль=Вд-(Ио-Тр)

Валовая прибыль = 9576907,66 – (2143229,53-93600,00) = 7527278,13 руб.

Налог на прибыль = Вп\*24%

Нп = 7527278,13 \* 24% = 1806546,75 руб.

Чистая прибыль = Вп-Нп

Чистая прибыль = 7527278,13 - 1806546,75 = 5720731,38 руб.

R = Чп/т.о

R = 5720731,38/31122865,00 = 18,38%

Сводная таблица основных экономических показателей

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Ед. изм** | **План на первый год** |
| Годовой товарооборот | тыс. руб | 31 122,87 |
| Численность работников предприятия | человек | 8 |
| Валовый доход | тыс. руб | 9576,90766 |
| в процентах к товарообороту | % | 30,77% |
| Издержки производства и обращения | тыс. руб | 2 143,22953 |
| в процентах к товарообороту | % | 6,89% |
| Фонд оплаты труда | тыс. руб | 626,52000 |
| Фонд заработной платы одного работника в месяц | руб. | 5221,00 |
| Валовая прибыль | тыс. руб | 7 527,27813 |
| Чистая прибыль | тыс. руб | 5 720,73138 |
| Рентабельность | % к т/о | 18,38% |

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Создание магазина – сложный и кропотливый труд, в котором необходимо учитывать все мелочи для достижения поставленной цели – получения прибыли.

В данной работе я попыталась создать проект магазина одежды, который был бы прибыльным и конкурентоспособным. Я думаю, что из-за чрезмерной обширности данной темы невозможно подробно рассмотреть в одной работе все стороны этого вопроса, многие факторы нельзя теоретически учесть – они проявляются и корректируются в процессе работы магазина.

Я рассмотрела такие проблемы как: выбор месторасположения магазина, оценка конкурентных возможностей магазина, принципы отбора сотрудников, расчет финансового результата и многие другие.

Чистая прибыль магазина составила 5720731,38 р.. Далее полученную выручку можно направить на развитие магазина, расширение ассортимента, рекламу. На первоначальных этапах работы необходимо приложить все усилия для завоевания доверия покупателей, информирования их о новых поступлениях, новых условиях приобретения.

Развитие малого бизнеса является задачей любого государства. В Российской Федерации становление предпринимательской деятельности началось сравнительно недавно, и поэтому помощь и поддержка малого предпринимательства со стороны государства является необходимой.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бизнес-планирование: Полное руководство / Колин Барроу, Пол Барроу, Роберт Браун. - М.: ФАИР - ПРЕСС, 2003.
2. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова.- М.: Финансы и статистика, 2001.
3. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план: методика разработки 25 реальных образцов бизнес-плана. - М.: "Ось - 89", 2000.
4. Егоров Ю.Н., Варакута С.А. Планирование на предприятии. М.: ИНФРА-М, 2001.
5. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учебник. - М.: Новое знание, 2001.
6. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. - М.: КноРус, 1999.
7. Трубицин В.А. Успех и бизнес-план. - Ставрополь: ГП ИПФ "Ставрополье", 1997.
8. Эрик С. Зигель. Пособие по составлению бизнес-плана. М.: МТ-Пресс, Сирин, 2003.