Содержание

### Визитная карточка

Организационно-правовая структура

Общая характеристика товара

Потенциальные потребители товаров

Конкуренты

Схема распространения товара

Методы стимулирования сбыта

Описание товара

Риски

Определение спроса и возможностей рынка

Рекламная стратегия

Ценовая политика

Календарный план

Финансовый план

Расчёт коэффициентов финансовой оценки

Настоящий бизнес-план представляет ООО “Мир растений ” возможным инвесторам с целью финансирования деятельности предприятия в объеме 290 000 руб. на основании договора о предоставлении предприятию кредита.

Указанный кредит необходим для финансирования затрат на организацию предприятия по выращиванию и продаже посадочного материала декоративных растений.

Предприятие «Мир растений» отличается от существующих на рынке сбыта по продаже посадочного материала тем что призвано занять свободную на данный момент нишу в существующем бизнесе. Уже действующие предприятия продают посадочный материал овощных растений, срезанные цветы для составления букетов, семена, комнатные растения, сопутствующие товары. «Мир растений» будет выращивать и продавать новые, привезенные с лучших выставок образцы декоративных растений, цветов и луковиц предназначенные для ландшафтного дизайна, оформления цветников, альпийских горок.

Предприятие также собирается обеспечивать потребность городских хозяйственных организаций в сезонной посадке однолетних цветущих растений на улицах и в парках города. При имеющемся питомнике в с.Подстепки планируется открыть магазин по реализации посадочного материала. В весеннее- летний- осенний период на открытой площадке и на выездной торговле ( район рынка Автозаводского района) будет проводиться распродажа сезонной продукции. Зимой из-за отсутствия спроса на сезонную продукцию можно будет выращивать и продавать декоративные растения предназначенные для зимних садов (пальмы, фикусы, лианы) , землю, и др. сопутствующие товары.

Для успешного начала ре6ализации проекта необходим кредит в размере 290 000 рублей при наличии 200 000 рублей собственных средств организаторов проекта.

#### Визитная карточка

ООО”Мир растений”

Адрес: с. Подстепки, ул.Окраинная, д. 6

Телефон:34-23-45

Дата создания фирмы: 04.06.2007 г.

Где зарегистрирована: Торгово-промышленная Палата РФ, лицензия № 472971

Руководитель фирмы: Дмитриенко В.В.

Род деятельности: Продажа луковичных растений (тюльпанов, гиацинтов, крокусов), саженцев роз (плетистых, штамбовых, кустовых), саженцев вьющихся растений ( клематисов, китайского лимонника), сезонная продажа рассады однолетних цветущих растений и сопутствующих товаров (удобрений, семян и т.д.)

**Общая характеристика товара.**

Предприятие занимается разведением и реализацией луковиц многолетних растений, саженцев роз, рассады однолетних цветущих растений, семян и сопутствующих товаров.

Предприятие реализует только сертифицированную продукцию самых популярных сортовидов, выращенную в условиях нашего климатического пояса и адаптированную к местному климату. Разнообразие видов и качество продукции – наша торговая марка. Предприятие приобретает посадочный материал в основном импортного производства у ведущих производителей.

За качество и соответствие мировым стандартом фирма «Мир растений» несет ответственность перед своими покупателями.

#### Текущая маркетинговая ситуация

Проводился опрос владельцев 20 цветочных магазинов, расположенных в различных районах г.Тольятти и охватывающих 70% рынка продажи растений. Остальные 30% приходятся на продажу на рынках и с рук. Анкета содержала вопросы о количестве покупателей данного вида продукции , о темпах роста количества покупателей за последний год и о предпочтениях покупателей. Данные опроса представлены в виде таблицы.

|  |  |
| --- | --- |
| Среднее число покупателей в 20 магазинах( за 2006 г.) | 240 000 |
| Средние темпы роста числа покупателей ( за период с конца 2006г. по начало 2007) |  12 % |
| Объём продаж( руб) за 2006 г. | 72 млн |
| Средние темпы роста объёма продаж ( к.2006-н.2007) |  14 % |

**Целевой рынок**

Основными потребителями продукции являются люди со средними доходами.

Владельцы дачных участков, приусадебных хозяйств, коттеджей организации занимающиеся ландшафтным дизайном и озеленением территорий.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Признаки группы | Перспективные представители | Способы удовлетворения потребностей |
| Широкий ассортимент растений предназначенных для озеленения улиц и использования для ландшафтного дизайна  | Фирмы и организации предоставляющие услуги по созданию элементов оформления клумб ,цветников , альпийских горок и занимающихся оформлением парков и аллей города. | Поставка многолетних не требующих тщательного ухода растений а также однолетних красочных цветов для клумб и бордюров. |
| Редкие экзотические сорта роз, клематисов и луковичных растений | Искушенные любители цветов, частные коллекционеры, владельцы приусадебных хозяйств. | Поставка новинок, редких сортов растений требующих тщательного ухода и постоянного внимания. |
| Луковичные растения, семена и рассада однолетников. | Владельцы дач, коттеджей и просто покупатели желающие высадить и украсить цветущими растениями свой балкон или клумбу перед домом.  | Продажа не дорогих сортов тюльпанов, крокусов, гиацинтов, рассады однолетних цветов и семян. |

#### Конкуренты

Главным конкурентом является АО “АвтоВазАгро”, расположенный на Южном шоссе, а также магазин “Бизнес Букет”.

АО “АвтоВазАгро”\_ крупнейший в г. Тольятти производитель посадочного материала основой ассортимента которого является рассада овощных культур и декоративных растений, причем качество и разнообразие сортов не достаточно высокое . Предприятие в основном реализует продукцию местных сортовых видов не расширяя свой ассортимент и не приобретая для разведения новинок рынка. Наша же фирма продаёт преимущественно новые, недавно выведенные сорта растений, еще не поступавшие в продажу в России и в г. Тольятти в том числе.

Кроме того, наша фирма тщательно следит за всеми новыми течениями в декоративном цветоводстве и направляет своих представителей на все выставки- продажи интересующего нас направления, что помогает нам иметь и предоставлять нашим покупателям все новые и более интересные сорта.

Магазин “Бизнес-Букет” реализует срезанные цветы для букетов, комнатные растения и ряд сопутствующих товаров, но их цены ориентированы на покупателей с достатком выше среднего, и не всякий рядовой покупатель может позволить себе покупку именно в этом магазине.

Наша фирма опережает конкурентов по уровню цен и уровню предоставляемых услуг. Направление нашей деятельности не затрагивает интересы конкурирующих фирм а значит мы свободно можем выйти на рынок и занять пока свободную нишу на рынках сбыта. Новый магазин будет располагаться на сравнительно небольшом расстоянии от питомника ( выкуплена площадь размером 30 га) и складских помещений, что приводит к снижению транспортных расходов.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что у нашей фирмы есть довольно перспективная возможность сбыта своей продукции по относительно невысоким ценам.

Схема распространения товара.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Каналы сбыта продукции** | **Реализованы ли на фирме ( Да / Нет )** | **Преимущества / Недостатки**  |
| 1 Со складов фирмы | Да ( партии от 50шт.) | Только крупными партиями |
| 2Через магазины других фирм  | Нет |  |
| 3 Оптом ( от 10 шт) | Да (скидки 5 %) | Большое разнообразие сортов. Возможна доставка |
| 4 В розницу | Да |  |
| 5Заказы по почте | Нет | - |
| 6 Продажа фирмам и организациям | Да | По предварительным заявкам  |
| 7Заказы по телефонам  | Да | Необходимо наличие телефонной службы |
| 8.Выездная торговля на территории Рынка Автозаводского района | Да | Временный характер торговли |
| 9Сезонная торговля в весенне-летний период ( на открытой площадке возле питомника) | Да | Сезонный характер торговли |
| 10Индивидуальные заказы | Да | Небольшая доля объёма продаж |

Организация вывоза крупных партий товара со склада фирмы осуществляется транспортом заказчика.

###### Методы стимулирования сбыта

Фирма планирует реализовать следующие методы стимулирования сбыта:

1. Оптовые скидки 5 % при покупке от 5 единиц наименования товара
2. Скидки по дисконтным картам постоянным покупателям ( до 10 %)

Для всех покупателей (по желанию) будут проводиться бесплатные консультации флориста по уходу за растениями и их выращиванию.

Особое внимание планируется уделить качеству продукции и её оформлению, а также фирменной упаковке и маркировке.

Надо признать, что в общем качество продукции не очень сильно отличается от качества продукции фирм- конкурентов, поэтому одним из путей достижения увеличения объёма продаж может стать выход на новые рынки ( район ещё не застроен до конца, поэтому возможно открытие новых магазинов).

Для завоевания нового рынка необходимо проведение рекламной кампании.

Реклама нового магазина будет представлена в газетах « Презент», «Площадь свободы», на рекламных щитах возле крупных тоговых центров, будет проводиться также рассылка рекламных листовок .

**Описание товара.**

1. Луковичные растения. Предприятие закупает посадочный материал сортовых растений напрямую у Голландской фирмы

Предпочтение отдается новым сортам тюльпанов и гиацинтов получившим признание на Ежегодной Выставке луковичных растений в Гамбурге.

1. Саженцы роз. Все сорта роз, продаваемые предприятием,

выращиваются в питомнике предприятия, в наличии имеются более 10 видов различного назначения, вида и цветовой гаммы.

1. Вьющиеся растения-лианы. Несколько сортов клематиса и один сорт китайского лимонника , декоративной лианы, лечебные свойства которого применяются в китайской медицине не одно столетие.
2. Рассада однолетних цветов более 100 видов, предназначенных для украшения цветников и клумб.
3. Сопутствующие товары. Удобрения 5 видов для комнатных и садовых растений, препараты для борьбы с сорняками и вредными насекомыми, а также семена цветов и декоративных растений производства агрофирмы «Аэлита».

Цены на ассортимент представлены в таблице

Прейскурант цен:

|  |  |
| --- | --- |
|  Наименование товара | Цена за 1 шт., руб |
|  Роза плетистая | 90—120 |
|  Роза кустовая  | 110—130 |
|  Роза штамбовая | 50—90 |
|  Лимонник китайский  | 110—170 |
|  Гиацинты | 30—50 |
|  Крокусы | 50-70 |
|  Тюльпаны | 40—70 |
|  Клематисы | 50—170 |
| Семена | 15—80 |
| Средства для борьбы с вредителями и сорняками  | 10—50 |
| Удобрения, подкормки | 10—150 |
| Земля  | 30—70 |
| Рассада цветов  |  20—80 |

Цены на товар могут варьировать в зависимости от сорта, размера и сезона.

Фирма стремится к сотрудничеству с российскими производителями, такими, как “Белая дача”,”Альбина”,”Афродита” и т.д.

Спрос на часть нашего ассортимента носит сезонный характер ( максимальный спрос на рассаду , семена и др.посадочный материал наблюдается в весенний период, а увеличение спроса на луковицы цветов и саженцы приурочено к осеннему периоду).

Как видно из таблицы, цены на наши товары примерно на 10—14 % ниже, чем цены у основных конкурентов.

В магазине предполагается широкий выбор продукции, а также новые сорта и экзотические виды растений.

**Маркетинг-план.**

В торговле декоративными растениями норма прибыли сейчас составляет порядка 10-15 %.В данном новом районе ( котеджный поселок в районе с.Подстепки) есть незанятая ниша на рынке цветочной продукции , невелико число конкурентов и продолжается застройка и заселение новых домов, жильцы которых могли бы стать нашими клиентами.

**Рекламная стратегия**

Проведение рекламной кампании необходимо при открытии нового магазина. Она будет состоять из следующих мероприятий:

1)Заказ и размещение рекламного щита фирмы на улице Революционная возле цветочного магазина «Дикая Орхидея»;

2)Реклама в СМИ: в газете «Презент», 7 раз публикация в неделю. Тираж газеты—200 тыс. экз.

В газете « Площадь Свободы» , 2 публикации в неделю, тираж 100 тыс.экз., на рекламных перетягах на центральных улицах города ;

3)Изготовление и распространение листовок.

Примечание: Вариант рекламной листовки и оформление рекламного щита см. в главе «Приложение»

#### Ценовая политика

Перед нами стоит задача получить максимальную прибыль, но с тем расчётом, чтобы цена товара была приемлемой для наших потребителей, и они не ушли бы от нас к нашим конкурентам. Поэтому, учитывая поставленную задачу, мы будем определять цену методом "средней издержки плюс прибыль", но не будем также забывать об уровне текущих цен.

Реализацию своих товаров Предприятие планирует осуществлять через свой магазин, а также через точки выездной

 и сезонной торговли.

В таблице № представлен прогноз объёма продаж с учётом возможного расширения рынка (увеличение объёма продаж в среднем на 20 % после второго года работы за счёт открытия новых торговых точек).

Календарный план

1.Взятие кредита — 1.05.2007г.

2.Ремонт помещения – до 1.06.2007г.

3.Открытие магазина—10.06.2007г.

4. Возвращение кредита –01.05.2008г.

**Перечень рисков**

Финансово - экономические риски

|  |  |
| --- | --- |
| **Простые риски**  | **Веса Wi** |
| Неустойчивость спроса | 1/7 |
| Появление альтернативного продукта | 1/7 |
| Снижение цен конкурентами | 1/7 |
| Увеличение объёма продаж у конкурентов | 1/7 |
| Рост налогов | 1/7 |
| Неплатежеспособность потребителей | 1/7 |
| Рост цен на материалы и перевозки | 1/7 |

Социальные риски

|  |  |
| --- | --- |
| **Простые риски** | **Веса Wi** |
| Трудности с набором квалифицированной силы | 1/4 |
| Угроза забастовки | 1/4 |
| Недостаточный уровень зарплаты | 1/4 |
| Квалификация кадров | 1/4 |

**Оценка рисков**

Оценка проводилась по 100 бальной системе тремя экспертами нашей фирмы

( 0 - Риск несущественен 25 - риск скорее всего не реализуется 50 - о наступлении события ничего сказать нельзя 75 - риск скорее всего появиться 100 - риск наверняка реализуется)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Простые риски** |  **Эксперты** | **Vi средняя вероятность ( 1+2+3)/3** | **Балл Wi \* Vi** |
|  | **1** | **2** | **3** |  |  |
| Неустойчивость спроса | 0 | 0 | 25 | 8 | 2 |
| Появление альтернативного продукта | *50* | *75*  | *25* | *33* | *4.7* |
| **Снижение цен конкурентами** | **100** | **75** | **50** | **71** | **10** |
| **Увеличение объёма продаж у конкурентов** | **75** | **100** | **75** | **92** | **13.1** |
| **Рост налогов** | **50** | **75** | **50** | **58** | **8.2** |
| **Неплатежеспособность потребителей** | **25** | **0** | **0** | **8** | **2** |
| **Рост цен на материалы перевозки** | **75** | **50** | **75** | **66** | **9.4** |
| **Трудности с набором квалифицированной силы** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| **Угроза забастовки** | **25** | **0** | **0** | **8** | **2** |
| **Недостаточный уровень зарплаты** | **50** | **0** | **25** | **25** | **6.25** |
| **Квалификация кадров** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |

Поскольку владельцами фирмы являются люди с высшим биологическим образованием, то трудности с контролем компетентности персонала в различных вопросах сводятся к минимуму.

Для рисков, балл которых Wi\*Vi >10, необходимо разрабатывать мероприятия противодействия

 Мероприятия противодействия рискам

|  |  |
| --- | --- |
| **Простой риск** | **Мероприятия, снижающие отрицательное воздействие риска**  |
| Снижение цен конкурентами | Цены фирмы ниже, чем у конкурентов, поэтому уменьшение числа покупателей маловероятно.Но цены можно снизить |
| Увеличение объёма продаж у конкурентов | Увеличение рекламной кампании |

**Факторы микросреды, влияющие на сбыт**.

|  |  |
| --- | --- |
| *факторы* | *Отрицательное влияние риска на ожидаемую прибыль от проекта* |
| 1. Стабильность поставок | 1. Нестабильность поставок товара |
| 2. Приобретение новых потребителей | 2. Потеря существующих связей с потребителем |
| 3. Потребители удовлетворены качеством нашего товара | 3. Неудовлетворённость потребители качеством нашего товара |
| 4. Положительное отношение контактной аудитории | 4. Плохое отношение к фирме контактной аудитории |
| *факторы* | *Отрицательное влияние риска на ожидаемую прибыль от проекта* |
| 1. Спад инфляции | 1. Рост инфляции |
| 2. Повышение общего уровня покупательной способности | 2. Снижение общего уровня покупательной способности |

Уменьшить отрицательное влияние вышеперечисленных факторов можно следующим образом:

1. Создать запасы,

 Наладить контакты с новыми поставщиками;

2. Постоянный поиск нового рынка сбыта, но нужно учитывать, что всё - таки более надёжные это старые, проверенные связи;

3. Постоянный контроль за качеством;

4. Действовать по обстоятельствам.

Принять какие-либо меры, дабы избежать этих рисков, Предприятие фактически не в силах.

Кроме того, возможны следующие риски:

1. Порча продукции;
2. Невыполнение контрактов;
3. Потеря имущества (пожар, бедствие и т.д.);
4. Долги;
5. Кража;
6. Рэкет.

Для страхования рисков предусматривается создание страхового фонда в размере 1% от себестоимости продукции (для долгов), заключение договора страхования имущества и страхования контрактов.

#### Организационно-правовая форма

ООО “Мир растений”

 Предприятие будет носить статус Общества с Ограниченной Ответственностью. Именно такой вид правовой формы будет самым оптимальным для нашей организации, так как он имеет следующий ряд преимуществ:

1. может быть основан при малом капитале;
2. риск каждого из компаньонов ограничен основным вкладом;
3. компаньоны имеют широкие права по управлению. Это исключит различные ошибки, так как все решения по основным вопросам, связанные с управлением производства, будут приниматься общим собранием компаньонов;
4. гарантирует непрерывность управлением предприятия;
5. затраты на учреждение и управление ниже, чем в других обществах.

Организационно-правовая форма предприятия (далее—ОПФ) – общество с ограниченной ответственностью. Участники этого общества несут ответственность по его обязательствам в пределах стоимости внесенного вклада ( Дмитриенко В.В. —70 000 руб., Морозова И.В.—70 000 руб., Федорова В.И.—60 000 руб.). Т.е. в результате банкротства совладельцы фирмы ответственность в сумме, которую каждый партнёр внёс в уставный капитал.

Уставной капитал поделён на доли: Дмитриенко В.В.—35 %, Морозова И.В —35 %,. Федорова В.И —30 %.

 Участники общества не отвечают по его обязательствам лично принадлежащим им имуществом.

Для государственной регистрации требуется представить:

1. заявления учредителей;
2. учредительный договор и устав;
3. свидетельство об уплате государственной пошлины.

В учредительном договоре подробно регулируются взаимоотношения между участниками общества. В учредительных документах должны содержаться сведения о предмете и целях деятельности предприятия, а также о составе участников, наименовании фирмы, месте ее нахождения, размере уставного капитала и прочее.

Учредительные документы ООО имеют важное значение, так как законодательство регулирует эту ОПФ менее подробно, чем, например, АО, оставляя решение многих существенных вопросов на усмотрение участников общества.

Стоимость всех процедур, необходимых для регистрации предприятия, составит стоимость нематериальных активов:

1)регистрация в администрации (администрация выдает свидетельство; для этого требуется предоставить устав)

2)открытие счета в банке

3)подписи у нотариуса

4)регистрация счета

5)регистрация в статистическом управлении (выдается письмо о регистрации, о присвоении кодов по виду деятельности, формы собственности, адресу и прочее)

6)разработка учредительных документов (Устава, учредительного договора) в российской лиге адвокатов

7)заказ печати и штампа

Совет учредителей, являющийся главным органом управления ООО, определяет основные направления производственного и социального развития, утверждает планы и принимает отчёт об их выполнении.

Прибыль подлежит распределению между учредителями после осуществления обязательных платежей в бюджет.

Руководство деятельностью предприятия ведёт ген.директор, принимаемый по контракту Советом учредителей. Ген.директор несёт материальную и административную ответственность за достоверность данных статистического и бухгалтерского учётов.

Ген.директор назначает коммерческого директора, который должен организовывать маркетинговые исследования, рекламу и сбыт продукции. Бухгалтерия осуществляет все расчёты с поставщиками продукции, ведёт учёт по товарообороту, прибыли, издержкам, рассчитывает заработную плату и составляет отчёты.

Кадры или трудовые ресурсы - представляют собой совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав. Это очень важный ресурс каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Все работники предприятия в зависимости от отношения к производственным процессам подразделяются на 2 группы: производственный персонал и руководящий. На предприятии к производственному персоналу относятся 9 работников, к управляющему – бухгалтер и 2 директора.

Заработная плата – это вознаграждение, которое получает работник предприятия в зависимости от количества и качества затраченного им труда и результатов деятельности всего коллектива предприятия. Она является важным стимулом для работников предприятия, поскольку выполняет воспроизводственную и стимулирующую (мотивационную) функции. Существуют две формы оплаты труда – «сдельная» и «повременная». На предприятии для производственного персонала используется простая повременная оплата труда с учетом часовых тарифных ставок. Для оплаты труда директора и бухгалтера используется штатно-окладная система оплаты труда, так как их рабочий день ненормируемый.

При данном количестве работников возможно увеличение объёма продаж на 20 %.

Подбор персонала будет осуществляться с учетом следующих требований:

1. Наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности.
2. Наличие опыта работы в сфере торговли, знание психологии покупателей. Коммуникабельность, умение работать с клиентами.
3. Знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и изготовления продукции.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  | специальность | Количество человек | Размер заработной платы, Руб./мес. |
|  | Руководящий состав |  |  |
| 1 | Генеральный директор | 1 |  16 000 |
| 2 | Коммерческий директор | 1 |  14 000 |
| 3 | Бухгалтер | 1 |  11 000 |
|  | Производственный персонал |  |  |
| 1 | Флорист | 1 |  8 000 |
| 2 | Продавец | 2 |  4 000 \*2= 8 000 |
| 3 | Кассир | 1 |  5 000 |
| 4 | Секретарь | 1 |  6 000 |
| 5 | Уборщица | 1 |  2 500 |
| 6 | Водитель | 1 |  6 000 |
| 7 | Сторож | 1 |  4 000 |
| 8 | Разнорабочие | 1 |  3 000 |

 Итого: 83 500 руб./мес.

Сотрудники ООО “ Мир растений“ имеют опыт сбыта цветочной продукции и сопутствующих товаров путем создания аналогичных предприятий.

 На основе детально проработанных планов деятельности предприятия, установлено, что для успешного начала выпуска и реализации продукции, необходимо осуществить инвестиции в размере 290 000 руб.

Полученные деньги будут использованы:

* На подготовку и содержание торговых площадей и

 складских помещений,

* на закупку оборудования, товара и необходимых

 вспомогательных материалов,

 - на заработную плату сотрудников предприятия,

 - на прочие расходы путем образования оборотного капитала на

 период первого года производственной деятельности.

#####  Финансовый план

Уставной капитал - минимальный начальный капитал, необходимый для обеспечения нормального функционирования предприятия.

Уставной капитал имеет постоянную величину, зафиксированную в учредительных документах, а его увеличение или уменьшение может быть произведено лишь путем внесения изменений в устав. Таким образом, уставной капитал – это сумма затрат, которые необходимы для того, чтобы предприятие начало работать.

Для создания магазина необходимо 490 000 рублей. Из них:

1. Приобретение оборудования ( стеллажи—7 шт, стеллаж для семян—1 шт, кассовые аппараты— 3 шт, в т.ч. 1 мини-аппарат) , ремонт помещения и регистрация фирмы, закупка посадочного материала —

 450 000 руб.

 Данное торговое оборудование позволит фирме продавать более

 40 000 единиц продукции в год.

1. Рекламная кампания (публикации в прессе и изготовление рекламного щита и размещение перетягов )

 -40 000 руб.

Фирма обладает собственным торговым павильоном площадью 70 кв.м , зданием питомника площадью 250 кв.м. , складскими помещениями, автомобилем.

Источники финансирования:

200 000 рублей — собственные средства совладельцев

290 000 — кредит под 15 % годовых сроком на 1 год ( взятие кредита—01.05.2007, возвращение кредита—01.05.2008)

**Примерный план прибыли и убытков**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Июнь | Июль | Август | Итого за год |
| Доходы | 170000 | 150 000 | 178000 | 2.070.000 |
| Расходы | 136500 | 136500 | 136500 | 1.638.000 |
| Валовый доход | 33500 | 13500 | 41500 | 432.000 |
| Прибыль до налогообложения | 33500 | 13500 | 41500 | 432.000 |
| Налоги(НДС – 18%; На прибыль – 24%; в ФСС- 26,3% | 22880 | 9220 | 28344 | 300.157 |
| Чистая прибыль | 10620 | 4280 | 13156 | 131.843 |

В расходы входят затраты на себестоимость продукции, коммунальные платежи, заработная плата персоналу, ежемесячная выплата кредитору.

 Единовременные расходы необходимые для запуска предприятия.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Статья расходов | Сумма | Кол-во | Всего  |  |
| Оборудование:Стеллаж Стеллаж для семянКассовые аппаратыМини аппарат  | 120001000080005000 | 7 шт.1 шт.3 шт.1 шт. | 8400010000240005000 |  |
| Посадочный материал  | 200000 | 10000ед. | 200000 |  |
| реклама | 40000 | ---- | 40000 |  |
| Ремонт помещения и регистрация фирмы | 87000 | ---- | 87000 |  |

Для расчетов с инвесторами используется ставка дисконтирования 16 %, погашение кредита рассчитано на 12 месяцев. Итого ежемесячный платеж по кредиту составит 28033руб. (погашение основного долга + % банка)

 В сумму налогов вошли следующие:

НДС—18% от валового дохода,

ННП- 24% от валового дохода,

Отчисление в ФСС – 26,3% от валового дохода,

В расходах учитывались следующие расходы:

Заработная плата персонала, расчеты с инвесторами, реклама, изготовление дисконтных карт, себестоимость товара, стоимость упаковочных материалов, коммунальные платежи и содержание временных торговых точек.

**Расчёт коэффициентов финансовой оценки.**

Рентабельность продаж = Чистая прибыль / прибыль \*100%

 10620/170 000\* 100% =6,2 %

Попробуем рассчитать рентабельность реализации (РР) или норму прибыли.

РР= ПРИБЫЛЬ ОТ ПРОДАЖ/ ВЫРУЧКА\* 100%

РР= 33500/170000\*100%=19,7%

У конкурирующих фирм «АвтоВазАгро» норма прибыли на период май-июнь равнялась 16,3% ; у «БизнесБукета» - 17,5%.Полученный коэффициент рентабельности у предприятия «Мир Растений» выше значит рентабельность реализации у него будет выше а следовательно и прибыль будет расти.

Время окупаемости проекта 490000/141843=3года 4 месяца

Формулы расчетов :

Валовая прибыль за период = Выручка за период – Расход за период

Налог на прибыль за период = Валовая прибыль за период \* процент налога / 100

Чистая прибыль за период = Валовая прибыль за период – налог на прибыль за период

Доля валовой прибыли за период = Валовая прибыль за период / выручку за период

Постоянные издержки за период = Амортизация за период + аренда за период

Точка критического объема реализации за период = Постоянные издержки за период / Доля валовой прибыли за период

Время окупаемости проекта = Стоимость проекта / Чистая прибыль за 1 год.

Фирма способна выплатить сумму кредита + проценты по нему уже по результатам работы за 1-й год, оставшуюся сумму предприятие планирует вложить в расширение бизнеса.