

**Бизнес-план
предприятия по
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ ЦВЕТАМИ**

.....

.....

Учредитель:

.....

**Санкт-Петербург
август 2010 г.**

1. Резюме

Планируемое предприятие будет заниматься продажей цветов в розницу: цветы в срезке, букеты, комнатные цветы, искусственные цветы, семена, рассада, удобрения, сувениры и сопутствующий товар.

Целевыми клиентами магазина по продаже цветов будут потребители обоих полов и всех возрастов с любыми доходами, которые предпочтут приобрести букетик цветов рядом с местом проживания, т.е. в Невском р-не г.Санкт-Петербурга, ограниченном улицами Коллонтай, пр.Большевиков, Товарищеский пр. и ул.Чудновского.

Объем продаж (выручка от реализации) за первый год работы магазина составит

.....

Основные показатели проекта за первый год работы:

общая прибыль

В комплект материалов по бизнес-плану вошли:

Пояснительная записка на 14 страницах;

Приложение 1, представляющее собой финансовую часть проекта, подготовленную по реалистическому сценарию и Приложение 2, представляющее собой финансовую часть проекта, подготовленную по пессимистическому сценарию;

2. Основная идея проекта

Основной целью проекта будет создание рентабельного предприятия в сфере бизнеса, привлекательной для учредителя компании

Основные проблемы, которые могут препятствовать успешному решению перечисленных задач – это

-

При закупке цветов надо правильно рассчитать количество, ассортимент, понять, какие именно сорта и виды цветов будут пользоваться спросом в данном сезоне.

В успехе проекта я уверена, потому что могу предложить клиентам то, что будет отличаться от остальных организаций. Это оригинальные идеи.

SWOT-анализ проекта по результатам изучения его сильных и слабых сторон, угроз и возможностей рынка:

| | ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ | ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ |
|---|--------------------------|-----------------------------|
| + | СИЛЫ | ВОЗМОЖНОСТИ |
| - | СЛАБОСТИ | УГРОЗЫ |

3. План маркетинга

3.1. Виды товаров (услуг)

Покупателям будет предложен товар: свежесрезанные цветы, букеты из свежесрезанных цветов, букеты из сухоцветов, искусственные цветы, комнатные растения в горшках, рассада (овощные и цветочные культуры), семена, удобрения, земля.

Также будут предложены такие услуги, как

-

Мой бизнес открывается для того, чтобы создать в квартирах особый микроклимат, приятную атмосферу, улучшить настроение у клиентов, а также оформить интерьер на рабочих места и в офисах. Для этого нужно развить индивидуальный подход к каждому клиенту.

На первом этапе преимуществами и недостатками товара и услуг для покупателя станут:

| Товар (услуга) | ПРЕИМУЩЕСТВА | НЕДОСТАТКИ |
|---|--|--|
| Свежесрезанные цветы, букеты, цветочные композиции. | Доступные цены Близость к дому Высокий уровень обслуживания (консультации) Удобный график работы Повышение квалификации работников магазина (обучение) Продажа товара по образ- | Идеальное местоположение уже занимают конкуренты |

| | | |
|--|--|--|
| | цам Доставка в срок до клиента Будет задействовано новое оборудование | |
|--|--|--|

Для торговли цветами нужно уведомить Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия по городу Санкт-Петербургу и администрацию района расположения магазина.

Уникальность предлагаемой магазином услуги будут обеспечивать:

-

3.2. Спрос

Выбор целевых сегментов (групп потенциальных покупателей моего товара (услуги)) диктуется следующими соображениями:

-

Потенциальные клиенты – это клиенты, которые живут в месте нахождения магазина. Наши будущие клиенты проживают в Невском районе Санкт-Петербурга.

Цены на товар – средние, а на первом этапе становления бизнеса с учетом необходимости завоевания клиента от

Спрос на цветочный товар стабилен, но имеет сезонный характер, исходя из подтвержденных данных статистики, характеризует следующие коэффициенты сезонности (в % от максимально возможного месячного спроса):

.....

Спрос на цветы зависит от:

-

Несмотря на то, что магазин планирует продавать цветы всем слоям населения, в своей рыночной деятельности я собираюсь учитывать особенности покупки цветов разными группами потребителей, а также особенности потребления разных групп товара.

Например, цветочные композиции заказывают, как правило, заранее, с учётом индивидуальных вкусов. Поэтому достаточно держать в магазине пару образцов, а также фотографии ранее сделанных композиций.

Букеты чаще покупают достаточно обеспеченные мужчины, не затрудняющие себя долгими поисками. Эта категория наименее чувствительна к цене, поэтому в этом товарном сегменте не обязательно ориентироваться на цены конкурентов.

А вот комнатные растения выбирают, как правило, тщательно, сравнивая предложения разных магазинов. Кроме того, для торговли этой категорией товара продавец должен быть специально подготовлен: знать, как ухаживать за растением, как растение влияет на микроклимат комнаты.

3.3. Конкуренция

Основными конкурентами, создаваемого мною магазина являются такие организации как:

.....

Конкуренты находят своих покупателей за счёт удачного расположения и с помощью рекла-

мы.
Наиболее сильный конкурент -

В таблице приведены результаты сравнительного анализа с основным конкурентом:

| | Сильные стороны | Слабые стороны | Выводы |
|-----------------------|-----------------|----------------|--------|
| «Оранж. Салон цветов» | | | |
| Наше предприятие | | | |

3.4. Прогноз продаж

При формировании прогноза продаж использовались следующие данные о статистике продаж цветочных магазинов:

1.
3. Учитывая ценовую политику Компании, средние цены выбраны следующие:
-
4. К концу первого года работы магазин планирует привлекать до

Прогноз объема продаж на первый год (с помесечной разбивкой) работы магазина представлен на Листе «Маркетинг» в Приложении 1 к бизнес-плану:

Прогноз продаж (реалистический сценарий)
.....

Пессимистический сценарий продаж основан на предположении, что магазину не удастся так успешно работать в период пика сезона (февраль-март) и выйти на 900 покупателей в месяц к концу первого года деятельности. Прогноз объема продаж в пессимистическом сценарии представлен на Листе «Маркетинг» в Приложении 2 к бизнес-плану:

.....

3.5. План маркетинга

Программа маркетинга состоит из следующих составляющих:

| | |
|----------------------------|-------|
| Ассортимент товара и услуг | |
| Цены | |
| Каналы сбыта | |
| Продвижение и реклама | |

Как видно из представленной ниже таблицы, в первый год работы общие расходы на маркетинг составят

Бюджет маркетинга

.....

4. Обоснование ресурсов

4.1. Производственные мощности

Выбор месторасположения предприятия диктуется следующими соображениями

-

Для нормальной работы предприятия потребуются следующие производственные мощности:

Информация по производственным мощностям

| Производственные мощности | Состояние мощностей, меры по увеличению | У кого, по каким ценам будут приобретаться | Месяц и год приобретения |
|--|---|--|---|
| Помещения: Аренда магазина | Помещение требует небольшого косметического ремонта | | 1-й месяц 1-й платеж перед ремонтом (1-й период) |
| Оборудование: Холодильные камеры, кондиционер, витрины стеллажи, столы, стулья, подставки и стойки под цветы и т.д. | Требуется приобретение начального комплекта оборудования для магазина | | 1-й месяц |

Кооперация с другими предприятиями на первом этапе работы не предполагается.
Режим работы магазина в 2 смены, без перерыва на обед и выходных.

4.2. Капитальные затраты

Укрупненный перечень необходимого оборудования приведен в таблице:

Информация по капитальным затратам

.....

*) – включая цену приобретения, затраты на доставку и пуско-наладочные работы

Полная стоимость основных средств списывается сразу на затраты.

4.3. Затраты на расходные материалы

Для успешной работы магазина понадобятся следующие расходные материалы:

.....

4.4. Затраты на закупку товаров

Затраты на закупку товаров в зависимости от продаж товара и средней торговой наценки рассчитаны в строке Себестоимость на Листе Маркетинг Приложения 1.

Выбор поставщика сырья и материалов, в роли которого будет выступать ООО «Аалсмеер», исходит из следующих соображений:

-

4.5. Персонал и расходы на оплату труда

Штатное расписание

.....

4.6. Текущие затраты

Сводные данные о текущих затратах

.....

4.7. Сводный календарный план

Сводный календарный план-график реализации проекта представлен в таблице:

.....

Комментарии к сводному календарному план-графику реализации проекта:

.....

5. Юридический план

5.1. Выбор организационно-правовой формы предприятия

| |
|---|
| Юридическим статусом для магазина избран индивидуальный предприниматель |
| Изменения формы предприятия в будущем не рассматривается. |
| Для регистрации предприятия потребуется начальные затраты в размере 1200 рублей, отраженные в составе сметы капитальных затрат – см. Раздел 4.2 . |
| Сделки с поставщиками и потребителями, а также трудовые отношения с наемным персоналом будут оформляться через составление договоров, имеющие юридическую силу. |
| Предприятия будут работать по системе налогообложения |

ЕНВД = 15%

.....

5.2. Организационный план

На предприятии предполагается следующее распределение обязанностей и ответственности:

-.....

6. Финансовый план

Параметры избранного варианта финансирования отражены в следующей таблице:

Источники финансирования проекта

.....

В Приложении 1 к Бизнес-плану приведены таблицы финансового бюджета проекта, рассчитанные в электронных таблицах Excel, в том числе:

Маркетинг – расчёт плана продаж и себестоимости товара

Исходные данные

План финансовых результатов деятельности

План движения денежных средств

Оценка эффективности проекта

Показатели финансовой состоятельности и экономической эффективности проекта:

.....

Анализ рисков

Наиболее существенным фактором риска для будущего предприятия является невыполнение плана продаж. Последствия этого риска просчитаны в пессимистическом сценарии.

Показатели оценки проекта для различных сценариев

| Показатель | Реалистический сценарий | Пессимистический сценарий |
|--|-------------------------|---------------------------|
| Общая прибыль, руб. | | |
| Остаток денежных средств в конце первого года работы предприятия, руб. | | |
| Рентабельность продукции, % | | |
| Рентабельность вложений собственных средств, % | | |
| Рентабельность общих вложений, % | | |

Таким образом, проект приемлем, о чем свидетельствует допустимая величина его показателей для пессимистического сценария реализации.

Перечень приложений к бизнес-плану

Приложение 1. Финансовая часть проекта, подготовленная по реалистическому сценарию – на 5 листах

Приложение 2. Финансовая часть проекта, подготовленная по пессимистическому сценарию – на 5 листах