

2010

# Бизнес-план цветочного магазина




Питер-Консалт

5.8.2010

## Оглавление

1. Резюме .....	3
2. Основная идея проекта.....	3
3. План маркетинга .....	4
3.2. Виды товаров (услуг) .....	4
3.3. Спрос .....	5
3.4. Конкуренция .....	5
3.5. Прогноз продаж .....	6
3.6. План маркетинга.....	6
4. Обоснование ресурсов.....	7
4.1. Производственные мощности .....	7
4.2. Капитальные затраты .....	7
4.3. Затраты на расходные материалы.....	8
4.4. Затраты на закупку товаров.....	8
4.5. Персонал и расходы на оплату труда .....	8
4.6. Текущие затраты.....	8
4.7. Сводный календарный план .....	8
5. Юридический план .....	8
5.1. Выбор организационно-правовой формы предприятия .....	8
5.2. Организационный план.....	9
6. Финансовый план .....	9

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост "[Стоимость разработки бизнес-плана](#)" на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

## 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.Большевикова, 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
--------------------	-----------------

+	<b>СИЛЫ</b> .....	<b>ВОЗМОЖНОСТИ</b> .....
-	<b>СЛАБОСТИ</b> .....	<b>УГРОЗЫ</b> .....

### 3.1.

## 3. План маркетинга

### 3.2. 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 развивать 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 образцам	Идеальное местоположение уже занимают конкуренты

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:

- .....

### 3.3. 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.

### 3.4. Конкуренция

Основными конкурентами, создаваемого мною магазина являются такие организации как:

.....

Конкуренты находят своих покупателей за счёт удачного расположения и с помощью рекламы.

Наиболее сильный конкурент - .....

В таблице приведены результаты сравнительного анализа с основным конкурентом:

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

### 3.5. 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:

.....

### 3.6. 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