

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет Экономический
Кафедра Экономики и менеджмента организации
Направление подготовки 38.03.02- Менеджмент
Профиль: Управление малым бизнесом

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ А.В.Васильева
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Разработка бизнес-плана по открытию магазина кондитерских изделий
в г. Белогорске

Исполнитель
студент группы 372 об 2

(подпись, дата)

М. Г. Сучкова

Руководитель
доцент, к.т.н.

(подпись, дата)

Д. Б. Пеков

Консультант по эконо-
мической части
доцент, к.т.н.

(подпись, дата)

Д. Б. Пеков

Нормоконтроль
ассистент

(подпись, дата)

Е.О. Матеишена

Благовещенск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет _____
Кафедра _____

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

_____ И.О. Фамилия
подпись
« _____ » _____ 2017 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работестудента__372 ОБ 2_ Сучковой Мары Григорьевны _____

1. Тема бакалаврской работы_Разработка бизнес-плана по открытию магазина кондитерских изделий в г. Белогорске _____

(утверждено приказом от _____ № _____)

2. Срок сдачи студентом законченной работы __15.06.2017_____

3. Исходные данные к бакалаврской работе _____ Учебная литература, научные статьи и журналы _____

4. Содержание бакалаврской работы(перечень подлежащих к разработке вопросов): _____ Анализ рынка кондитерских изделий, анализ основных конкурентов, организационный план, финансовый план, эффективность и риски _____

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программный продуктов, иллюстративного материала и т. _____ Организация структура предприятия _____

6. Консультанты по бакалаврской работе (с указанием относящихся к ним разделов) __Пеков Денис Борисович _____

7. Дата выдачи задания __30.01.2017_____

Руководитель бакалаврской работы Пеков Д.Б. доцент к.т.н _____

Задание принял к исполнению (дата): __30.01.2017_____

Сучкова _____

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 63 страницы, 7 рисунков, 21 таблица, 9 приложений, 50 источников.

АМОРТИЗАЦИЯ, ВНУТРЕННЯЯ НОРМА ПРИБЫЛЬНОСТИ, ИНВЕСТИЦИИ, КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ, ИНВЕНТАРЬ, КОНДИТЕРСКИЙ РЫНОК, МУЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, БЕЛОГОРСК, СХАРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА, ПЛАН МАРКЕТИНГА, РИСКИ, СРОК ОКУПАЕМОСТИ, ЧИСТЫЙ ДИСКОНТИРУЕМЫЙ ДОХОД, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель бакалаврской работы – разработать бизнес-план открытия нового предприятия – магазина по розничные продажи кондитерских изделий «КондитерOFF».

Объектом исследования является магазин кондитерских изделий «КондитерOFF», открывающийся на в г. Белогорск.

Предмет исследования – продажа мучных и сахарных кондитерских изделий, хлебобулочной продукции и чая.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Сущность и организация бизнес планирования	7
1.1 Сущность бизнес плана	7
1.2 Цели и задачи БП	10
1.3 Этапы разработки БП	15
2 Анализ отрасли охватываемой бизнес-планом	19
2.1 Анализ отрасли розничной торговли кондитерскими изделиями	19
2.2 Анализ целевого рынка кондитерских изделий г. Белогорск	23
2.3 Анализ основных конкурентов	28
3 Разработка бизнес-плана по открытию магазина кондитерских изделий в г.Белогорске	31
3.1 Организационный план	31
3.2 Финансовый план	38
3.3 Прогноз экономической эффективности и риски	40
Заключение	45
Библиографический список	48
Приложение А Предварительный объем продаж	53
Приложение Б Потребность в ресурсах	54
Приложение В Калькуляция себестоимости	56
Приложение Г Прогноз продаж	57
Приложение Д Смета затрат (бюджет затрат)	58
Приложение Е Бюджет прибылей/убытков	59
Приложение Ж Налоговые отчисления	60
Приложение К Бюджет движения денежных средств	61
Приложение Л Расчет эффективности проекта	62

ВВЕДЕНИЕ

Каждое предприятие начиная свою деятельность должно представлять точно и ясно свою потребность в трудовых, финансовых ресурсах, в источниках их получения, а также уметь точно рассчитать эффективность использования уже имеющихся ресурсов в процессе работы предприятия.

Бизнес-план выступает основой бизнес-предложения при переговорах с возможными партнерами, инвесторами, используется при подписании контрактов с персоналом фирмы при приглашении ключевых сотрудников, используется при установлении контактов и является внутренним документом фирмы. Это предъявляет определенные требования к его оформлению, структуре и форме.

Бизнес-план должен быть представлен в форме, которая позволяет заинтересованному лицу получить четкое представление о существе дела и перспективах своего участия в нем. Поэтому не существует жестко регламентированной формы его представления и структуры.

Однако, как правило, в нем предусматриваются разделы, в которых раскрываются основные цели и идеи бизнеса, дается оценка рынка и устанавливается стратегия поведения фирмы на определенных рыночных сегментах, характеризуется специфика продукта фирмы и удовлетворение им потребностей рынка, формируется финансовый проект дела, описываются перспективы роста фирмы, определяются организационная и производственная структуры, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям. Объем и степень конкретизации разделов плана определяется областью ее деятельности и спецификой компании.

Бизнес-план позволяет без проведения реальных конкретных шагов просчитать все возможные варианты конечного результата и на основе этого выбрать оптимальный. Таким образом, бизнес-план не командует, а на базе его анализа принимаются решения, в то время как работа без плана на самом деле такого выбора лишает.

Бизнес-план помогает продумывать свою стратегию осознавать существующие ограничения, избежать такие опасные ошибки как недостаток капитала, неправильный выбор месторасположения предприятия, неверный подбор персонала.

Целью ВКР является разработка бизнес-плана открытия нового предприятия-магазина кондитерских изделий в городе Белогорск и оценка его эффективности.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- 1) провести анализ целевого рынка кондитерских изделий;
- 2) проанализировать основных конкурентов;
- 3) рассчитать производственную программу магазина на 2017 -2019 гг.;
- 4) составить график реализации проекта;
- 5) рассчитать потребность в инвестициях;
- 6) оценить эффективность проекта по открытию кондитерского магазина в г. Белогорск;
- 7) выявить основные риски проекта.

Объектом исследования является магазин кондитерских изделий «КондитерOFF», открывающийся в г. Белогорск.

Предмет исследования – продажа мучных и сахарных кондитерских изделий, хлебобулочной продукции и чая.

1 СУЩНОСТЬ И ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Сущность бизнес плана

Бизнес-план – это документ, описывающий основные цели бизнеса и условия их достижения. Бизнес-план должен доказать эффективность принятия инвестиционного решения для его потенциальных участников.

План- это программный документ, включающий комплекс показателей-заданий, сбалансированных по ресурсам срокам осуществления и исполнителям, ответственным за обеспечение системы финансовых, инвестиционных, производственных, коммерческих действий, направленных на достижение целей.

Бизнес-план создается при создании нового предприятия либо при расширении масштабов деятельности предприятия, для привлечения инвесторов.

Особенность бизнес-плана состоит в том, что он нацелен на получение прибыли. Это значит, что предпочтение отдастся проекту, который в будущем принесет наибольшую прибыль.

Разработка бизнес-плана позволяет прогнозировать разные варианты развития бизнеса, помогает выявить проблемы, с которыми может столкнуться предприятие.

Бизнес-план предприятия- программа эффективного управления бизнесом, которая направлена на обеспечение конкурентоспособности предприятия и устойчивого финансового положения. Есть разница между бизнес-планом создаваемого предприятия и существующим. Что касается первого случая, то предприятие опирается на оценочные и прогнозные данные, которые позволяют разработать маркетинговую, организационную и производственную структуру предприятия, помогая заинтересовать инвесторов в будущей успешности создания и прибыльности предприятия. Во втором случае бизнес-план опирается на результаты и опыт работы предприятия, позволяет определить возможности будущего развития, определить изменения, которые нужно осуществить, перераспределить инвестиции так, чтобы в будущем получить больший доход.

Наиболее общая цель бизнес-плана состоит в том, чтобы спрогнозировать хозяйственную деятельность предприятия на определенный момент времени, и так же возможность получения необходимых финансовых ресурсов.

Бизнес-план осуществляется на основе требований к его оформлению:

- 1) простота бизнес-плана;
- 2) достоверность, достаточность и надежность информации;
- 3) объективность и обоснованность;
- 4) достижимость поставленных целей;
- 5) перспективность;
- 6) оптимальность и гибкость;
- 7) контроль.

Содержание бизнес-плана зависит от следующих факторов:

- 1) размера предприятия;
- 2) отраслевой принадлежности предприятия;
- 3) стратегии предприятия (создание, расширение);
- 4) условий финансирования.

Бизнес-планирование решает следующие важные проблемы:

- конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей развития;
- определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности;
- привлекает внимание, обеспечивает интерес и поддержку со стороны потенциальных инвесторов фирмы;
- помогает получить ценный опыт планирования, развивает перспективный взгляд на организацию и ее рабочую среду.

Бизнес-планы составляют обычно по следующим причинам:

- 1) Для внешнего использования. Это нужно чтобы представить дело в наиболее выгодном свете людям извне в том числе инвесторам;
- 2) Для внутреннего пользования. Здесь дело представляется со всеми сильными и слабыми сторонами. Этот бизнес-план используется постоянно как

инструмент управления.

Разработка бизнес плана - это важное условие для начала организации бизнеса и его функционирования. В идеале каждое предприятие должно иметь разработанный набор целей и задач, продумать стратегию преобразования целей в действия. В маркетинге принято считать, что наличие бизнес плана является одним из инструментов повышения доходности предприятия и защищает от неоправданных рисков.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, обязана четко представить потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь точно рассчитывать эффективность использования имеющихся средств в процессе работы фирмы. В рыночной экономике предприниматели не могут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Можно достигнуть существенные преимущества, если начать с бизнес-плана для внутреннего использования. В процессе написания бизнес-плана рассматриваются многие вопросы, которые, может быть и не будут записаны во внешнем варианте бизнес-плана. Однако инвесторы могут задать подобные вопросы, чтобы "почувствовать" серьезность проработки. Те, кто не подготовлен к этим вопросам, окажутся в невыгодном положении. Все варианты и стратегия развития должны быть проработаны заранее, при написании внутреннего бизнес-плана. А если привлечение инвестора окажется оправданным, тогда и инвестор, и фирма будут иметь твердую основу для сделки. Таким образом, составление в первую очередь внутренне ориентированного бизнес-плана - в интересах обеих сторон. Бизнес-план обычно пишется на перспективу, и составляют его примерно на 3 года вперед, при этом для первого года основные показатели обычно делают в месячной разбивке, для второго – поквартально, и лишь начиная с 3-го года, ограничиваются годовыми показателями. К сожалению, такое

планирование в условиях нашей экономики пока не представляется возможным, поскольку экономическая ситуация очень быстро меняется. Планирование на время более года будет заведомо ошибочным. Многие сейчас ограничиваются написанием плана на год. Он является основным средством менеджмента. В нем определяются цели деятельности предприятия и пути их достижения.

Бизнес-план- это точное, краткое доступное и понятное описание предполагаемого предприятия, позволяющий наиболее перспективный и желаемый результат, определить средства по его осуществлению.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором показаны цели предприятия, определены пути достижения целей их обоснование.

Назначение бизнес-плана состоит в том, чтобы показать реальные шансы реализации бизнес идеи. Он дает оценку рисков и возможностей, показывает необходимость в привлечении инвестиций. Вообще бизнес-план показывает успешность управления предприятием и пути развития, для достижения поставленных целей.

1.2 Цели и задачи БП

Основной целью бизнес-планирования является планирование хозяйственной деятельности фирмы на краткосрочные и долгосрочные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностью получения необходимых ресурсов.

Бизнес-планирование помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

- Сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения. Определить лиц, ответственных за реализацию стратегии.

- Определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках.

- Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей.

- Выявит соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей.

- Выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям. Оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации.

- Определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, стимулированию продаж, рекламе, каналам сбыта, ценообразованию, и др..

- Предусмотреть трудности, которые могут помешать практическому выполнению бизнес-плана.

Основная задача бизнес-планирования заключается в том, чтобы дать картину перспективного развития фирмы т.е. ответить на самый важный для инвестора вопрос: стоит ли вкладывать деньги в это дело, принесет ли оно доходы, которые окупят все силы и затраты.

Бизнес-планирование определяет цели и задачи, которые необходимо решить предприятию, как в ближайшем будущем, так и на перспективу.

Ценность бизнес-планирования определяется тем, что оно:

- дает возможность определить жизнеспособность проекта в условиях конкуренции;

- содержит ориентир, как должен развиваться проект (предприятие);

- служит важным инструментом получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

В наше время бизнес-план становится для предпринимателя все более важным документом. Ни одна компания не сможет выразить цели своего существования или получить финансирование без грамотно разработанного бизнес-плана. Если вы не представите грамотный бизнес-план, никто не будет серьезно рассматривать вашу идею.

Инвесторы хотят увидеть бизнес-план который доказывает, что над идеей хорошо поработали и предприниматель хорошо продумал, спланировал все действия, которые необходимо предпринять для осуществления идеи и превращения

ее в успешно функционирующую программу.

Подробный и продуманный бизнес-план, возможно, является наилучшим инструментом, который поможет достичь долгосрочных целей.

Бизнес-планирование помогает:

- принимать важные деловые решения;
- подробно ознакомиться с финансовой стороной вашего дела;
- получать важную информацию по вашей индустрии и маркетингу;
- предвидеть и избегать препятствий, которые часто встречаются в схожем бизнесе;
- поставить конкретные задачи, осуществление которых будет свидетельствовать о сделанном прогрессе;
- расширяться в новых и перспективных отраслях;
- быть более убедительным при поиске финансирования.

Существует восемь различных причин, которые определяют характер бизнес-планирования в зависимости от того, для кого оно предназначено:

1) Бизнес-план для себя. Это своего рода самоконтроль: что необходимо для открытия дела? Достаточно ли реалистична идея?

2) Бизнес-план для получения кредита. До недавнего времени российский предприниматель для получения кредита в банке мог представить лишь двухстраничное ТЭО (Технико-экономическое обоснование), которое, впрочем, не являлось решающим для принятия банком или другой финансовой организацией решения о предоставлении кредита. Решающими же были личные связи, рекомендации, а также осведомленность банкиров о состоянии дел кредитополучателя (как правило, предприниматели брали кредиты в банках, клиентами которых они были). В последнее время все больше и больше российских банков требуют от предпринимателей бизнес-план для предприятия окончательного решения о выдаче (или не выдаче) кредита.

3) Бизнес-план для привлечения средств сторонних инвесторов. Инвесторами выступают: венчурные инвестиционные фонды, частные инвесторы или публичная эмиссия акций. Если вы привлекаете средства за счет публичной

эмиссии акций вашей компании, бизнес-план, содержащий сведения о фирме, о стратегии маркетинга, продаж, производства и о финансовых перспективах, поможет вам успешнее продать компанию инвесторам. По мере того, как российский фондовый рынок развивается и стабилизируется, бизнес-планы будут приобретать все большее значение для осуществления публичной эмиссии ценных бумаг (и во всей видимости, станут основой проспекта эмиссии). Российская практика имеет мало прецедентов создания и открытого распространения бизнес-планов в качестве вспомогательного инструмента публичной эмиссии.

4) Бизнес-план для совместного предприятия или стратегического альянса с иностранным партнером. Иностранные компании, пережив эйфорию первых лет перестройки, теперь с большей осторожностью подходят к оценке потенциального партнера по совместному предприятию. И грамотный бизнес-план дает уверенность иностранному партнеру в серьезности вашего дела.

5) Бизнес-план для заключения крупного контракта.

6) Бизнес-план для привлечения новых сотрудников. В наши годы трудно переманить профессионалов из других фирм, даже пообещав им более высокие заработки. Описание будущей деятельности фирмы дает потенциальному сотруднику информацию о перспективности и стабильности предлагаемой работы.

7) Бизнес-план для объединения с другой компанией. Он поможет увидеть выгодность сделки: положительные и отрицательные стороны совместной деятельности.

8) Бизнес-план для реорганизации дела и оптимизирования операций. По мере того, как небольшие компании растут, появляется необходимость создания стратегической (или тактической - в зависимости от ситуации) концепции развития. Бизнес-план, в разработке которого принимают участие ваши партнеры по бизнесу и ключевые сотрудники, поможет вам выработать эту концепцию и, что важнее, позволит вам выработать эту концепцию, позволит вашим партнерам более четко осознать цели и конкретные задачи, стоящие на пути реализации этой концепции.

Основные цели и задачи бизнес-плана состоят в следующем:

- В обосновании предполагаемого бизнеса. То есть проекту дается оценка его результативности на основе всестороннего анализа финансовых и управленческих показателей. Таким образом, бизнес-план можно рассматривать в качестве документа, способного предсказать степень достижения успеха или поражения хозяйственной деятельности.

- В определении курса действий. Для того чтобы эффективно управлять бизнесом, нужно наметить основные пути достижения цели. Именно поэтому эффективность бизнес-плана напрямую зависит от количества и качества стратегических элементов, являющихся руководством к действию при исполнении и контроле пунктов документа.

- В получении необходимых инвестиций. Бизнес-план зачастую необходим в качестве средства привлечения инвесторов, он как «наживка», становящаяся инструментом финансирования хозяйственной деятельности.

- В возможности эффективного внутреннего управления компанией. С этой точки зрения бизнес-план можно рассматривать в качестве постоянно обновляемого и отвечающего изменениям бизнес-среды документа, который делает организацию восприимчивей к различным техническим, информационным, экономическим, организационным и другим новшествам.

- В разработке эффективного инструмента рекламы. Многие цели и задачи бизнес-плана сводятся к созданию хорошей репутации компании, ее нового продукта или услуги. Обоснованный бизнес-план, который правильно и красиво оформлен, имеет лаконичное и одновременно содержательное информационное наполнение.

Эффективность бизнес-плана во многом зависит от лиц, которым поручено его составление. Человек, не имеющий понятия о нюансах бизнес-планирования, ни разу не разрабатывавший финансовые модели и не владеющий методами эффективного экономико-математического моделирования, никогда не сможет подготовить качественный бизнес-план.

Обращаясь к специалистам, вы, в первую очередь, делаете вклад в удач-

ный исход бизнес-мероприятия. Нужно понимать, что нет типовых документов и каждый бизнес-план разрабатывается исключительно под запросы заказчика. Наша компания может предложить вам именно такой подход к составлению проектной бизнес-документации.

1.3 Этапы разработки БП

При разработке бизнес-плана первоначально нужно осуществить сбор информации о потребностях в товаре или услуге.

После этого проводится маркетинговое исследование рынка сбыта для определения масштабов проекта.

Так же анализируется состояние и возможности организации, определяются потребности, и разрабатывается организационная структура.

Для составления бизнес-плана нужно изучить официальные документальные материалы законодательные акты, нормативные акты, все это обобщить в последовательности все собранные материалы и расчеты, которые проведены в связи с разработанным проектом.

Разработку бизнес-плана проводят в несколько этапов:

Подготовительный этап. На этом этапе определяют цели создания документа, его назначение, сроки, ответственных исполнителей разделов, необходимость привлечения специалистов из других организаций, график работы, бюджет.

Подготовительный этап можно разбить на ряд шагов:

- определение целей написания бизнес-плана;
- определение источников информации;
- точное определение целевых читателей;
- установление общей структуры документа.

Этап разработки бизнес-плана по разделам, их компоновка и сведение в единый взаимосвязанный документ. Второй этап также можно разбить на ряд шагов:

- сбор информации;
- непосредственное написание бизнес-плана.

Перед тем как заниматься составлением бизнес-плана, необходимо собрать всю нужную информацию. Имея необходимую информацию, руководитель проекта еще до составления делового плана может оценить жизнеспособность самой концепции нового проекта.

Нужные данные можно получить, обратившись в соответствующие организации, или провести собственные исследования. Источником информации могут быть публикации отраслевых ассоциаций, правительственные отчеты, статьи в научных журналах, интернет- информация.

Второй шаг рекомендуется выполнять при непосредственном участии будущих исполнителей проекта (инициаторов его написания). Это необходимо для того, чтобы предприниматель имел более системное и полное представление о слабых и сильных сторонах своей организации, основных направлениях ее деятельности, реальных шансах воплотить данный бизнес-план в жизнь.

Этап обсуждения бизнес-плана. Руководители, ведущие специалисты структурных подразделений предприятия, консультанты сторонних организаций и авторы разделов изучают и обобщают все отзывы и по каждому обоснованному замечанию, готовят аргументированное заключение. После совместного обсуждения проект бизнес-плана дорабатывают, обсуждают повторно и принимают решение о его дальнейшей корректировке, либо о разработке нового варианта.

Заключительный этап. На нем выполняют окончательную редакцию бизнес-плана, его утверждение у руководства предприятия и передачу всем заинтересованным организациям и лицам (акционерам, потенциальным инвесторам и др.).

Выделяют пять этапов:

На первом этапе подготовки бизнес-плана определяется миссия (философия, видение предприятия) – краткое описание хозяйственной единицы, ее основных целей, предназначения, сферы деятельности, норм поведения и роли в решении социальных задач региона, общества.

Второй этап – определение целей разработки бизнес-плана. Цель – это

будущее желаемое состояние предприятия, мотив или повелитель поведения и действий его работников.

В системе бизнеса цель выполняет пять функций:

- инициативы – сопоставления существующего и желаемого состояния фирмы, мотива действий;
- критерия принятия решения – оценки информации и выбора альтернатив, приоритетов в бизнесе;
- инструмента управления – руководящего требования к действиям, определения направлений бизнеса;
- координации – обеспечения бесконфликтных отношений лиц, принимающих решение, согласования работ специализированных подразделений;
- контроля – сопоставления оперативного состояния показателей хозяйственной деятельности с целевым их уровнем.

На третьем этапе после определения миссии, целей, стратегии предприятия, устанавливается общая структура самого бизнес-плана. На объем и структуру бизнес-плана влияют размеры предприятия и поставленные задачи. Для небольших фирм обычно составляют план упрощенной структуры – из двух частей: краткого описания проекта и основной части, содержащей более подробные расчеты и обоснования. Такая его структура вызвана тем, что резюме часто адресуется внешнему потребителю, к которому предприниматель обращается с предложением о партнерском участии или с просьбой о кредитах. В бизнес-плане можно выделить следующие разделы:

- 1) титульный лист;
- 2) меморандум о конфиденциальности;
- 3) резюме;
- 4) описание отрасли;
- 5) характеристика предприятия (фирмы);
- 6) выбор деятельности (товара, услуги, работы);
- 7) план маркетинга;
- 8) производственный план;

- 9) организационная структура предприятия;
- 10) финансовый план и бюджет предприятия;
- 11) анализ рисков;
- 12) организационный план;
- 13) приложения.

Четвертый этап бизнес-планирования состоит в сборе информации, необходимой для разработки каждого раздела плана. Это важная и весьма трудоемкая часть плановой работы. Источниками информации могут служить специализированные отраслевые справочники, нормативы проектных организаций, специализированные фирмы, материалы статистических органов, специальных исследований и наблюдений, знания высококвалифицированных экономистов, консультантов, а также работников предприятия, хорошо знающих внутреннюю среду фирмы и свое дело.

Пятый этап планирования – непосредственная разработка отдельных разделов и оформление всего бизнес-плана в виде единого документа. Выполняются окончательная редакция бизнес-плана и передача всем заинтересованным лицам (инвесторам, акционерам и др.)

2 АНАЛИЗ ОТРАСЛИ ОХВАТЫВАЕМОЙ БИЗНЕС- ПЛАНОМ

2.1 Анализ отрасли розничной торговли кондитерскими изделиями

Согласно государственному стандарту, *кондитерские изделия*– это сладкие продукты, которые отличаются приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, высокой пищевой ценностью и хорошей усвояемостью.

Основным сырьем для производства кондитерских изделий являются: сахар и другие сладкие продукты (мед, заменители сахара), патока, молоко, сливочное масло, различные фрукты и ягоды, мука, крахмал, какао-продукты (какао-масло, какао-порошок, какао тертое), орехи, различные жиры и масла (маргарин, растительные масла, заменители какао-масла, кондитерские жиры) и др. Так же, в кондитерском производстве используют различные пищевые красители (индиго-кармин, тартразин, кармин, куркуму), студнеобразователи (агар, агароид, фулцеллан, пектин), пенообразователи (яичные белки, кровяной альбумин, мыльный корень), ароматические вещества (эфирные масла, различные эссенции, ванилин), пищевые кислоты (лимонную, винную, яблочную), консерванты (бензойную кислоту, сернистую кислоту, сорбиновую кислоту) и др.

Согласно ГОСТу, кондитерские изделия бывают сахарные и мучные.

К *сахарным изделиям* относят: карамель, конфеты, шоколад, мармелад, пастила, зефир, халва, ирис, драже, восточные сладости.

К *мучным изделиям* - это печенье, пряники, торты, пирожные, кексы, рулеты, баба, вафли.

В настоящее время отечественный рынок кондитерских изделий занимает четвертое место в мире после Великобритании, Германии и США. Кондитерская отрасль развивается очень быстро, а жесткие рамки конкуренции на рынке побуждают создателей расширять свой ассортимент и создавать новую продукцию.

На протяжении последних лет в России наблюдается подъем производства кондитерских изделий. В 2015 году в России было произведено 3 495 686

тонн кондитерских изделий, что на 1,3% выше объема производства предыдущего года, по оценке «AltoConsultingGroup».

Лидером производства кондитерских изделий от общего произведенного объема за 2015 год стал Центральный федеральный округ с долей около 38,5%.

Импорт всех видов кондитерских изделий в 2015 году сократился практически вдвое, в 2016 года эта тенденция продолжилась. Так, по оценке Центра исследований кондитерского рынка, поставки мучных кондитерских изделий снизились по сравнению с 2015 г. на 6,8%, до 5,5 тыс. тонн, шоколадных - на 26,2%, до 3,1 тыс. тонн.

В то же время отмечается существенный рост экспорта. Поставки мучных изделий в 2016 г. выросли на 11,2%, до 9,9 тыс. тонн, шоколадных - на 14,1%, до 8,1 тыс. тонн. Как поясняют в центре, успехам российских кондитеров на внешних рынках способствует как низкий курс рубля, которые делает их продукцию конкурентной, так и освоение новых рынков.

В Амурской области в настоящее время насчитывается более 100 компаний, осуществляющих непосредственное производство, оптовую и розничную продажу кондитерских изделий и около 300 организаций, осуществляющих розничную продажу пищевых продуктов, данный показатель ежегодно растет (рисунок 1).

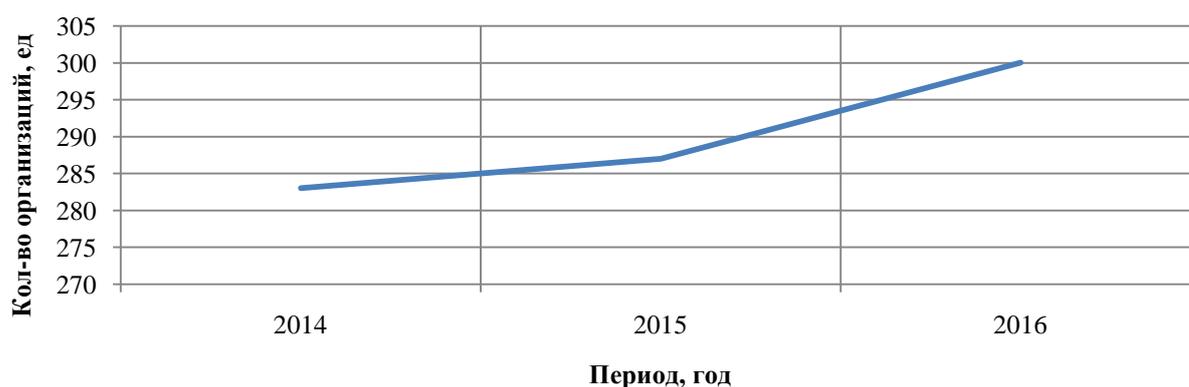


Рисунок 1 – Динамика числа предприятий розничной торговли пищевыми продуктами за 2014 – 2016 гг.

Не смотря на ежегодный рост предприятий розничной торговли, оборот розничной торговли носит нестабильный характер. В 2015 г. зафиксирован су-

щественный рост оборота торговли с 39 508,7 млн. рублей в 2014 г. до 41 853,8 млн. рублей (рисунок 2).

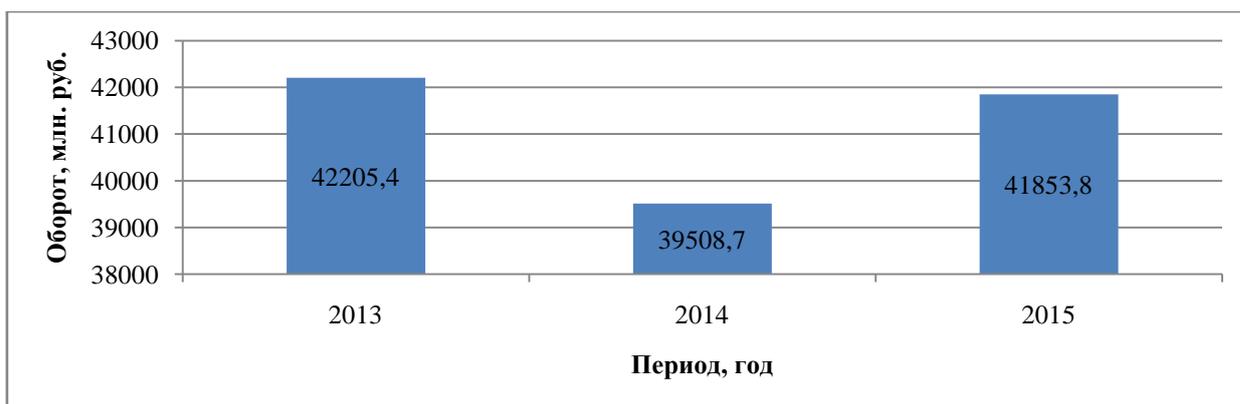


Рисунок 2 – Динамика оборота розничной торговли в 2013 – 2015 гг

При этом индивидуальными предпринимателями в 2015 г. было произведено 6,4 % кондитерских изделий, что на 0,6 % меньше по сравнению с 2014 г.

Кондитерские изделия являются продукцией ежедневного спроса: в среднем, каждый житель России потребляет 23 кг сладостей, из которых 12 кг являются сахаристыми, а 11 кг – мучными изделиями. Таким образом, кондитерские изделия входят в ежедневный рацион среднестатистического человека. Согласно статистике, в 2015 г. доля продаж кондитерских изделий в общем объеме реализации продуктов питания Амурской области составила 10,56 % (рисунок 3).

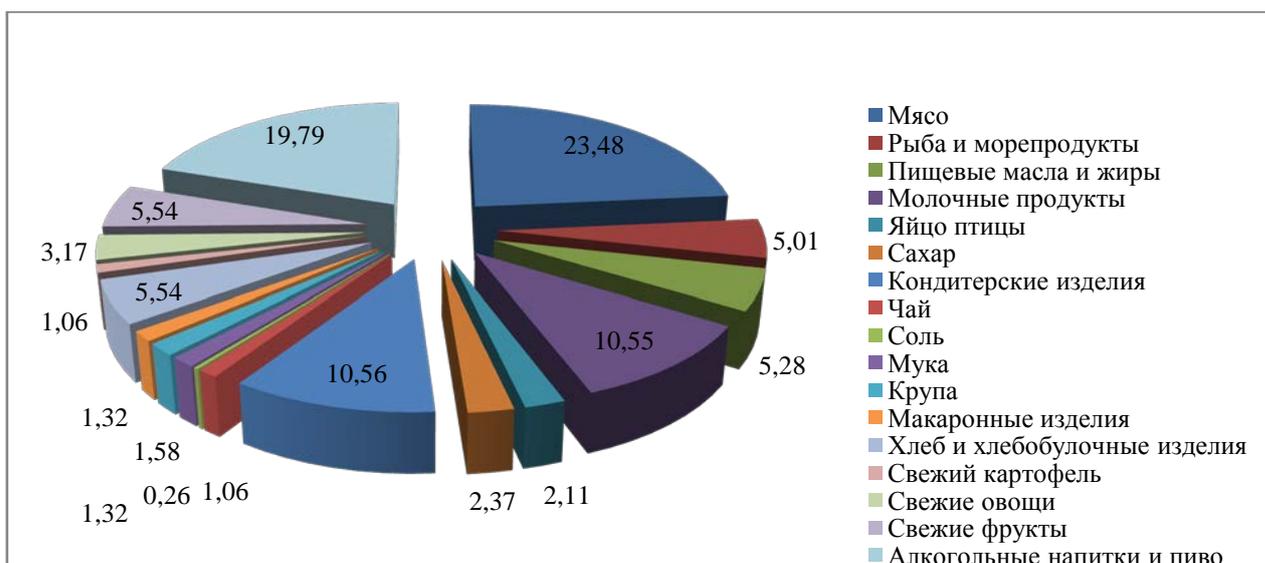


Рисунок 3 – Структура продаж пищевых продуктов в 2015 г.

Из анализа диаграммы на рисунке 3 видно, что потребление кондитерских изделий находится на втором месте после потребления мяса.

Для рынка кондитерских изделий характерна сегментация (рисунок 4).

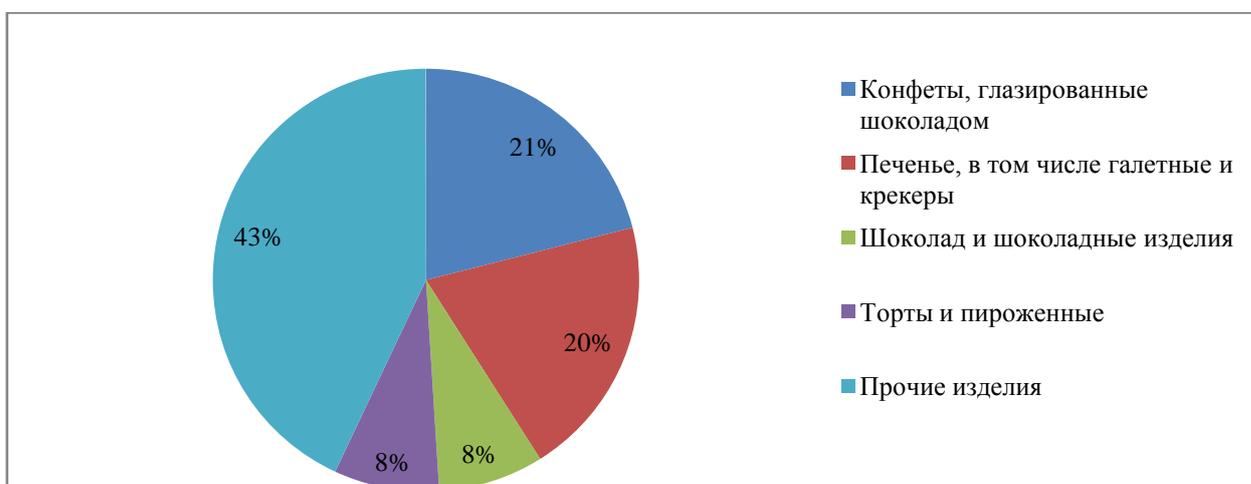


Рисунок 4 – Сегментация рынка кондитерских изделий

Анализируя рисунок 4, можно выделить крупнейшие сегменты кондитерских изделий на отечественном рынке:

- шоколадные конфеты – 21%;
- все виды печенья (в т.ч. крекеры) – 20%;
- кремовые изделия (торты, пирожные) – 8%;
- плиточный и фигурный шоколад – 8%.

Ключевыми особенностями отечественного рынка кондитерских изделий являются:

- небольшой срок реализации продукции;
- широкий ассортимент;
- прямую зависимость производителя (продавца) от качества сырья поставщика;
- традицию потребления выпечки домашнего происхождения;
- большой выбор местного сырья, используемого в качестве наполнителя (ягоды, орехи, фрукты);
- плотную конкуренцию среди недорогой продукции и низкую конкуренцию в части натурального, высококачественного, дорогого товара;
- количественное преимущество малого бизнеса среди свежей выпечки.

Помимо ключевых особенностей, существуют и определенные барьеры входа на рынок кондитерских изделий, а также риски деятельности в данной сфере. Среди барьеров «входа» на рынок можно выделить:

- высокий уровень нестабильности покупательской способности;
- высокий уровень появления новых конкурентов;
- изменение потребительских предпочтений;
- высокий уровень капитализации инвестиций.

Основными рисками деятельности являются:

- отраслевые риски, связанные с возможным ростом цен на потребляемое сырье и услуги и риск изменения цен на выпускаемую продукцию;
- страновые и региональные риски, связанные с общей нестабильностью политической и экономической ситуации в стране, нестабильностью налогового и корпоративного законодательства;
- финансовые риски: валютный риск; инфляционный риск; инвестиционный риск; кредитный риск и другие.

Среди разнообразных тенденций развития рынка кондитерских изделий особенно можно выделить: широкое применение безналичной оплаты, предоставление свободного доступа к интернету и разработку специализированных мобильных приложений (поиск магазинов, учитывая местонахождение потребителя, его вкусовые предпочтения; онлайн-заказ продукции, доставка продукции до места заказа; просмотр отзывов и т.д.).

2.2 Анализ целевого рынка кондитерских изделий г. Белогорск

Рынок кондитерских изделий г. Белогорск представлен как местной и региональной продукцией отечественного производства, так и импортной продукцией. Основная доля рынка приходится на российских производителей и составляет около 90%.

Целевой потребитель продукции «КондитерOFF» - это жители и гости г. Белогорск любого возраста и любого социального статуса, не страдающие такими недугами, как сахарный диабет, целиакия и другими заболеваниями, связанными с непереносимостью сахара, глютена (белка) и злаков. Большая ставка

при открытии магазина делается на детей и семьи с детьми.

Так как магазин будет специализированным на кондитерских изделиях, предлагающий сопутствующие продукты (хлеб, чай), то, предположительно, средний чек составит около 200 рублей.

Уровень цен в магазине будет находиться на уровне среднерыночных (таблица 1) и ниже средних.

Таблица 1 – Средние потребительские цены на кондитерские изделия и чай на конец года

Наименование изделия	Ед.измерения	Период		
		2014	2015	2016
Хлеб и хлебобулочные изделия	руб./кг	39,4	41,86	45,96
Чай	руб./кг	360,8	397,23	547,05
Карамель	руб./кг	147,14	169,47	221,95
Печенье	руб./кг	119,15	140,93	165,4
Пряники	руб./кг	121,63	127	155,44
Батончик шоколадный	руб./Батончик	12,8	25,5	35,4
Шоколад	руб./кг	247,1	274,5	310,67

В виду того, что кондитерская продукция преимущественно является скоропортящимся товаром, то в приоритете большая часть товара будет поставляться от местных производителей: Благовещенская кондитерская фабрика «Зея», ПК «Серышевский», хлебобулочные изделия местных производителей (ООО «Пекарня», ООО «Комбинат Восточный-М» и другие, включая местные оптовые базы), часть сахарных изделий – приморский производитель.

Основными видами чая будут: классический зеленый, индийские черные чай, каркадеи фруктовый чай. Основная точка закупок чая – оптовая база «Амурский Регион» (г. Белогорск).

Можно увеличить рентабельность магазина, предлагая к продаже молочную продукцию.

Успех магазина во многом определяет месторасположение и помещение, где он находится.

Идеальным вариантом является помещение, находящееся недалеко от детских или учебных заведений (школы, детские клубы, техникумы и т.п.), а также вблизи жилых домов, вдали от супермаркетов, продовольственных баз и

прочих крупных магазинов, специализирующихся на оптовых и розничных продажах продуктов питания с широким ассортиментом. Именно таким местом является помещение, находящееся по адресу Белогорск, Товарный пер, 4 (рисунок 5).



Рисунок 5 – Предполагаемое местоположение магазина кондитерских изделий «КондитерOFF»

Собственником здания является Ким Александр Сергеевич. Данное помещение находится в 2-этажном жилом доме, в шаговой доступности две общеобразовательные школы, пенсионный фонд, суд, аптечный пункт, а также ряд жилых многоэтажных домов. В 100 – 200 метрах по ул. Ленина находятся Сбербанк и налоговая инспекция.

Общая площадь помещения составляет 60 кв. м., включая санузел и подсобку. Этой площади достаточно для организации просторного торгового зала.

Стоимость арендной платы 30 000 рублей в месяц.

Магазин будет работать с 08:00 до 20:00 часов без выходных.

Кондитерские магазины посещают люди всех возрастов. С учетом местоположения магазина, условно можно выделить следующие основные группы потенциальных покупателей:

- жители расположенных близлежащих домов;

- ученики и учителя;
- работники и посетители Пенсионного фонда, суда;
- работники и посетители прочих близлежащих структур и организаций.

Численность постоянного населения г. Белогорск 67 300 человек. Из них 1400 человек больны диабетом, то есть частота болезни диабетом составляет 1:48 человек. На каждую 1000 здоровых людей приходится 1 человек, страдающей целиакией (непереносимостью глютена и злаковых). Таким образом, 66 человек в г. Белогорск живут с таким недугом, как целиакия. Общая численность населения города, способная употреблять хлебобулочную и кондитерскую продукцию составляет 65834 человека.

Средняя посещаемость суда и пенсионного фонда в будни дни составляет около 1000 – 1500 человек в день для каждой структуры. Полная посещаемость школы составляет 1159 человек, в том числе учеников – 1088 человек в возрасте от 7 до 17 лет, педагогов и работников школы – 71 человек. Численность жителей, постоянно проживающих в близлежащих жилых домах, составляет более 500 человек.

С учетом статистических данных, предположительная проходимость улицы, где находится кондитерский магазин, в составит 1000 – 1500 человек в сутки в будние дни, из них 1 человек, согласно статистики, болен целиакией и 31 человека больны сахарным диабетом и до 500 человек в выходные дни (из них 10 человек больны диабетом). Таким образом, среди всего потока населения, лишь 1468 человек могут употреблять продукцию магазина «КондитерOFF» в будние дни и 490 в выходные дни. Таким образом, средняя проходимость на неделе составляет 979 человек в день.

Спрогнозируем предварительный объем продаж в магазине «КондитерOFF».

Как уже было отмечено, проходимость улицы составляет до 3000 человек, из которых 2935 человек могут употреблять продукцию магазина «КондитерOFF».

По рекомендациям Института питания РАМН существуют следующие

нормы потребления (таблица 2).

Таблица 2 – Нормы потребления кондитерских и хлебобулочных изделий, чая

Наименование	Нормы потребления		
	в сутки	в месяц	в год
Хлеб и хлебобулочные изделия	300 гр	9 кг	108 кг
Сахарные кондитерские изделия	36 гр	1,08 кг	12,96 кг
Мучные кондитерские изделия	31 гр	0,93 кг	11,16 кг
Чай	12 гр	0,36 кг	4,32 кг

При этом следует учитывать сезонность продаж кондитерских изделий, которая приходится на декабрь – март. Спрос в магазинах на кондитерские изделия увеличивается на 15 – 18 %.

Предварительный прогноз возможных продаж, исходя из максимального спроса, И ежегодным ростом рынка на 1,3 %, представлен в приложении А.

Несмотря на то что конкуренция в этой нише рынка достаточно большая, пространство для развития очень велико. Это дело перспективное, сулящее не только возврат всех капиталовложений, но и получение прибыли. Но надо понимать, что бизнес этот не простой, у него свои особенности, поэтому нужно учесть все нюансы.

Ассортимент кондитерской должен отличаться разнообразием и свежестью. Первоначально надо будет отслеживать движение ассортимента, чтобы оставлять тот, который лучше раскупается и приносит прибыль. На это уйдет несколько месяцев.

Кондитерская - это хороший бизнес. Он стабилен и приносит неплохую прибыль. Но открыть кондитерский магазин - дело непростое. Необходим разумный подход, позитивный настрой и огромное желание.

Сладкий» бизнес приносит своему владельцу и прибыль, и удовольствие. Продавать выпечку, сладости, конфеты всегда очень приятно, а главное – собственник такого предприятия всегда будет уверен в притоке покупателей.

Реализация сладостей – занятие не только прибыльное, но и «вкусное». Организовать подобную бизнес-идею так же легко, как и открыть продуктовый

магазин. Разница состоит в типе предоставляемых товаров. Так, в магазине будет продаваться продукты кондитерской направленности – шоколад, пастила, вафли, леденцы, пироги, торты и прочие сладости.

2.3 Анализ основных конкурентов

В близости 300 – 500 метров от «КондитерOFF» по смежным улицам находятся такие магазины продовольственных товаров, как «Премьер», «Добрый», а также киоск по продаже продуктов «Июминка». Сравнительная характеристика основных конкурентов представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика конкурентов

Показатели	Основные конкуренты			Остальные фирмы	Характеристика кондитерского магазина «КондитерOFF»
	Прод. м-н «Премьер»	Киоск «Июминка»	Прод. м-н «Добрый»		
Цена	Средняя	Ниже среднего	Средняя	Средняя/Выше среднего	Средняя/ниже среднего
Качество обслуживания	Высокое	Среднее	Среднее	Среднее	Высокое
Ассортимент	Кондитерские изделия, полуфабрикаты, мороженное, газ. Напитки, крупы, молочная продукция	Хлебобулочные и кондитерские изделия, газ.напитки	Кондитерские, хлебобулочные изделия, полуфабрикаты, мороженное, газ.напитки, крупы	Кондитерские, хлебобулочные изделия, полуфабрикаты, мороженное, газ.напитки, крупы, молочная продукция,быт.химия	Широкий сортимент кондитерских изделий, хлебобулочные изделия
Режим работы	С 9:00 до 21:00	С 9:00 до 18:00	С 9:00 до 21:00	С 8:00 до 22:00	С 8:00 до 20:00
Специфика	Розничная продажа продуктов питания в торговом павильоне	Розничная продажа мелких продуктов питания и напитков через «окно»		Розничная продажа продуктов питания в торговом павильоне	Розничная продажа продуктов питания в торговом павильоне
Способ оплаты	Наличный	Наличный	Безналичный / наличный	Безналичный/наличный	Безналичный/наличный

По анализируемым параметрам создаваемый магазин не будет уступать действующим в данном районе магазинам, так как упор делается на специализацию магазина, высокий уровень обслуживания, ценовую политику на отдельные группы товара.

Основная цель открытия магазина заключается в получении прибыли и ее максимизации, что будет возможно при спланированном проникновении на рынок кондитерских изделий и дальнейшем расширении рыночной доли.

Безопасность и экологичность — продажа кондитерской продукции является безвредной для окружающей среды и не требует применения дополнительных мер для работников и посетителей. А с целью сохранения чистоты у прилегающей территории на входе в магазин уже установлены две небольшие мусорки.

Сильными сторонами магазина будут не только специализация и широкий ассортимент кондитерских изделий, но и акцентирование внимание на внутреннем убранстве магазина: чистоте, опрятности. Ведь реализация кондитерских изделий – это достаточно специфическая область, в которой весомое значение имеют такие факторы, как чистоплотность продавца и уровень чистоты в самом помещении. Кондитерская продукция содержит в себе много сахара, что очень привлекательно для различных насекомых, присутствие которых отпугивает покупателей.

Учитывая, что изделия относятся к скоропортящейся продукции, можно сказать о том, что халатность по отношению к уборке способна значительно снизить доходность заведения.

Индекс роста цен по прогнозу Министерства экономического развития Российской Федерации составят в 2017 году – 1,049; в 2018 году – 1,045; в 2019 году – 1,040.

Целевая стратегия магазина «КондитерOFF» основана на методе анализе цен конкурентов, предприятие устанавливает цену на продукт, покрывающую все затраты, с учетом конкурентной цены и способную обеспечить максимально возможную прибыль.

Успешное открытие и эффективное функционирование магазина требует первоначальных маркетинговых затрат.

Большая ставка делается на завоевание и удержание клиента не только путем предложения свежей качественной кондитерской продукции, но и созданием благоприятной атмосферы в торговом помещении, формированием положительного имиджа «КондитерOFF».

Стратегия реализуется посредством ряда подготовительных и организационных маркетинговых мероприятий (таблица 4).

Таблица 4 – Маркетинговые расходы «КондитерOFF»

Наименование мероприятия	Стоимость, руб.
Разработка логотипа	15000
Наружная вывеска	30000
Косметический ремонт торгового зала	50000
Рекламный штендер для установки при входной двери	15000
Изготовление ценников и POS-материалов	5000
Изготовление и раздача флаеров	10000
Шарики, рекламные баннеры для открытия	10000
Прочие дополнительные расходы	10000
Итого	145000

Преимущество открытия магазина в виде торговой точки кондитерскими изделиями по сравнению с другими видами бизнес заключается в том, что на рекламу достаточно потратиться при открытии. Капитальные затраты на рекламу в первый месяц открытия составляют 145 000 рублей, данных мероприятий хватит до конца первого года. Раздача флаеров предполагается проводить в месте, где максимально много проходит потенциальных покупателей, а также раскладку флаеров по почтовым ящикам. Затем при добросовестной торговле вкусным и свежим товаром свое дело сделает сарафанное радио. Дальнейшие затраты на рекламу предполагают изготовление фирменных пакетов, периодическое обновление штендеров, POS-материалов на сумму до 50 000 рублей в год.

Доход от предприятия самым главным образом будет зависеть от места, в котором оборудуется магазин по реализации сладостей. Самым лучшим местом для открытия торговой точки является место с большой проходимостью людей и детей. Именно детей, так как они больше всех любят шоколадки и пирожные. Не исключение и взрослые, которые к различным мероприятиям приобретают по несколько тортов и до двух килограммов конфет.

По проведенному анализу видно, что продажа кондитерских изделий достаточно прибыльное дело. При правильном подходе эта идея будет рентабельной с высокой окупаемостью. Принято решение открыть магазин кондитерских изделий в городе Белогорске, по адресу пер. Товарный 4.

3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ МАГАЗИНА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В Г. БЕЛОГОРСКЕ

3.1 Организационный план

Магазин кондитерских изделий «КондитерOFF» будет находиться по адресу: г. Белогорск, Товарный переулок, 4. Собственник помещения Ким Александр Сергеевич. Помещение, где будет находиться магазин, расположено в 80 метрах от одной из самых оживленных улиц города (ул. Ленина), где рядом находятся такие коммерческие структуры, как офис Сбербанка, налоговая инспекция, магазин материалов для дома, магазин детского питания, магазин бытовой техники «Все для холода», салон связи «Мегафон», туристическое агентство «Пегас», магазин парфюмерии и бытовой химии «Любимый», агентство недвижимости. В окружении магазина находятся две общеобразовательные школы.

Следует отметить, что главный вход, автомобильные стоянки школ, суда и пенсионного фонда, находятся со стороны Товарного переулка, так что, поток работающих и посетителей этих заведений будет проходить через магазин.

Помещение для магазина используется на основании договора аренды, стоимость которого составляет 30 000 рублей в месяц без учета коммунальных платежей за воду и электричество.

Схема технологического процесса.

Процесс розничной реализации кондитерских изделий можно представить в виде линейной схемы (рисунок 6).

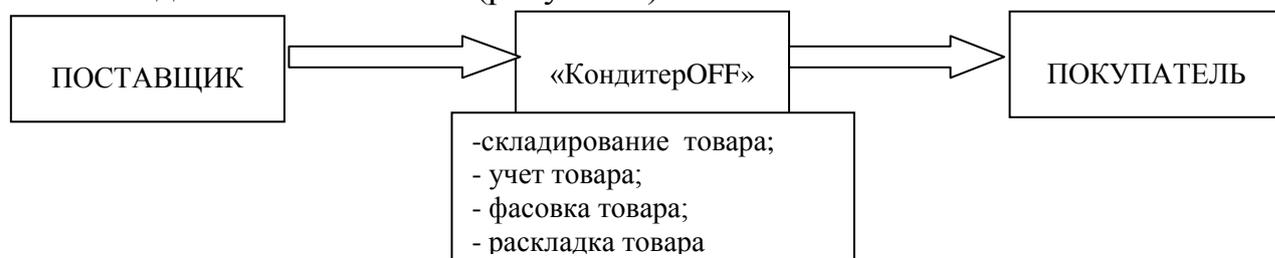


Рисунок 6 – Схема движения товара «КондитерOFF»

Продажа осуществляется как упакованных изделий, так и развесных. При этом с учетом специфики торговли кондитерскими изделиями: поставка

хлеба будет осуществляться каждый день в утренние часы до 11:00, пополнение ассортимента свежей продукцией – еженедельно.

Особенность магазина – возможность оплаты покупок не только наличными, но и безналичным путем по банковской карте.

Рассчитаем объем продаж магазина на 2017 -2019 гг. при условии, что магазин будут посещать 5 % населения от ежедневного потока прохожих и роста рынка на 1,3 % ежегодно (таблица 5).

Таблица 5 – Объем продаж

Виды про- дукта	Е д. и з м.	Объем продаж											
		2017 г.							2018 г. (поквартально)				2019 г.
		июн ь	июл ь	ав- густ	сент .	ок- тябр ь	но- ябрь	де- кабр ь	I	II	III	IV	
Хлеб, хлебо- булочные изделия	кг	264 330	264 330	264 330	264 330	264 330	264 330	3039 80	9237 95	803 299	803 299	843 464	3417 717
Мучные кондитер- ские изделия	кг	273 14	273 14	273 14	273 14	273 14	273 14	3141 1	9545 8	830 07	830 07	871 58	3531 62
Сахарные кондитер- ские изделия	кг	317 20	317 20	317 20	317 20	317 20	317 20	3647 8	1108 57	963 97	963 97	101 217	4101 31
Чай	кг	105 73	105 73	105 73	105 73	105 73	105 73	1215 9	3695 1	321 31	321 31	337 38	1367 05

Программа реализации способна показать, во сколько увеличивается или снижается объем продаж каждый год, и как меняется выручка в зависимости от цены. В данном случае программа реализации не превышает максимальный спрос магазина.

Для осуществления розничной торговли кондитерскими изделиями необходимо помещение с торговым залом и складским подсобным помещением.

Основная потребность в производственной площади и помещениях, также их стоимость представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Производственные площади и помещения

Наименование, характеристика	Общее количество, кв.м.	Обеспечение, источник	Готовность	Затраты, руб./мес.	Затраты, руб./год
Основное помещение	40	Аренда	Заключение договора аренды	30 000	360 000
Подсобное помещение	20	Аренда	Заключение договора аренды		
ИТОГО	60			30 000	360 000

Потребность в производственных площадях, где будет проходить розничная продажа кондитерских изделий, удовлетворена. Помещение магазина используется на основании договора аренды с ежемесячной платой 30 000 рублей.

Потребность в оборудовании.

Качество обслуживания покупателей, создание оптимальных условий труда торговых работников и обеспечение высоких экономических показателей работы магазина во многом зависят от того, насколько рационально он оснащен торговым оборудованием. При решении вопросов технического оснащения магазинов особое внимание должно быть уделено выбору типов и моделей торгового оборудования и определению его оптимального набора.

Основным показателем при выборе мебели является демонстрационная площадь мебели, т.е. площадь, предназначенная непосредственно для выкладки и демонстрации товаров.

Оборудование для торгового зала играет огромную роль в правильной организации работы магазина, ведь от него во многом зависит впечатление покупателей о торговом объекте и их желание или нежелание делать покупки.

Мебель для торговых предприятий играет важную роль в рациональной организации торгового процесса в магазине.

Для открытия магазина требуется закупить все необходимое торговое оборудование (таблица 8).

Таблица 8 – Оборудование, оснастка, инструменты

Наименование, характеристика	Цена, тыс.руб.	Количество		Поставщик, условия	Затраты на проект, тыс. руб.
		Имеется	Дополнительно		
1	2	3	4	5	6
Стеллаж кондитерский "Купец"	6	0	5	100 % оплата	30
Стеллаж хлебный	5	0	1	100 % оплата	5
Стеллаж складской	3	3	0	-	0
Витрина	13	0	2	100 % оплата	26
Прилавок глухой	7	0	1		7
Настольная холодильная витрина ВХС-1,0 Арго XL ТЕХНО	15	0	2	100 % оплата	30
Холодильный шкаф	30	1	1	-	30
Ценникодержатели	0,055	0	100	100 % оплата	5,5
Торговые весы	6,4	1	0	-	0
Кассовый аппарат ККМ Касби 02К	25	0	1	100 % оплата	25
Компьютер	30	1	0	100 % оплата	0
Сканер Metrologic MS9540	6,5	0	1	100 % оплата	6,5
Дисплей покупателя "Меркурий ДП-04"	3,2	0	1	100 % оплата	3,2
Принтер документов FPrint-02 для ЕНВД. Черный RS+USB	10	0	1	100 % оплата	10
Сейф	15	0	1	100 % оплата	15
Шкаф	10	1	0	-	0
Вешалка	1,5	1	0	-	0
Итого		6	116		193,2

Для открытия магазина меньшая часть оборудования уже имеется, однако необходимо приобрести витрины, кассовое, весовое оборудование и прочее. Общая сумма, требующаяся на приобретение всего необходимого оборудования, составляет 193 200 рублей. Все оборудование приобретается на основе 100-процентной оплате.

Часть продукции будет завозить дистрибьюторами и поставщиками.

А остальная часть продукции будет завозиться своими усилиями. Для этого требуется транспортное средство. В собственности имеется грузовик MitsubishiCanter 2001г. в., техническая характеристика представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Техническая характеристика транспортного средства

	Mitsubishi Canter 2001 г. в.
	<ul style="list-style-type: none"> - грузоподъемность 2 тонны - модель двигателя 4M40, дизель - количество посадочных мест 3 - мощность, 94/4000л.с/об.мин - объем двигателя 2835 куб. см. <p>- стоимость на начало года – 800 000 рублей</p>

Общая потребность в основных фондах для осуществления проекта представлена в таблице 10.

Рассчитанная потребность в ресурсах оборотных фондов представлена в приложении Б.

Потребность общая в ресурсах в 2017 году составила 8 099,94 тысяч рублей; в 2018 году – 15119,59 тысяч рублей; в 2019 году – 15868,72 тысяч рублей. С ростом объема производства увеличивается потребность в закупке кондитерских изделий.

Потребность в персонале и фонд оплаты труда.

Основной персона магазина состоит из двух продавцов, работающих по-сменно, и уборщицы. На каждого сотрудника происходит ежемесячное начисление заработной платы. Потребность в трудовых ресурсах и расчет фонда оплаты труда представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Потребность в трудовых ресурсах

Специальность	Число работников	Размер з/п	Затраты на заработную плату		
			2017	2018	2019
Основной производственный	2		350	627	652
Продавец	2	25	350	627	652
Вспомогательный производственный	1		70	125	130
Уборщица	1	10	70	125	130
Итого	3		420	752	782

Общая потребность в персонале составляет 3 человек: два продавца, уборщица. В 2017 году общий фонд заработной платы за 7 месяцев работы магазин составляет 665 тысяч рублей.

Для осуществления бухгалтерской деятельности будет заключаться договор возмездного оказания услуг, поэтому такая производственная единица, как «бухгалтер», не входит в штатный список работников магазина.

Заработная плата директора не учитывается, так как функции директора будет выполнять сам ИП, а, как известно, ИП – это физическое лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью, поэтому Индивидуальный предприниматель не может платить себе зарплату.

Индивидуальный предприниматель обязан производить фиксированные социальные выплаты за себя и своих работников, при этом страховые взносы «за себя» индивидуальные предприниматели уплачивают независимо от получения дохода.

Перечислять их необходимо даже в том случае, если деятельность не ведётся.

В таблице 12 представлены тарифы социальных отчислений за себя и работников магазина.

Таблица 12 – Тарифы социальных выплат

Наименование фонда	«За себя»	За работников магазина
Пенсионные отчисления (ПФР)	$МРОТ \times 26 \% \times \text{кол-во месяцев}$	22 %
Федеральный фонд обязательного медицинского страхования	$МРОТ \times 5,1 \% \times \text{кол-во месяцев}$	5,1 %
Фонд социального страхования	-	2,9 %

В 2017 г. минимальный размер оплаты труда (МРОТ) составляет 7800 рублей.

Уплату фиксированных взносов можно перечислять единовременно, либо частями; при этом перечисление всей суммы страховых взносов должно быть произведено не позднее 31 декабря текущего года.

Если доходы ИП по итогам календарного года превысили 300 тыс. рублей, то предприниматель обязан дополнительно уплатить 1% от суммы дохода, превышающего указанную сумму не позднее 1 апреля, следующего года.

Оплата взносов за работников осуществляется на ежемесячной основе.

В таблице 13 представлены общие начисления на заработную плату с учетом выплаты фиксированных взносов.

Таблица 13 – Начисления на заработную плату

Категории работников	2017				2018		2019	
	Потребность, чел	Средне- довая з/п, тыс.руб.	Затраты на з/п, тыс.руб.	Начисления на з/п, тыс.руб.	Затра- ты на з/п, тыс.руб	Начис- ления на з/п, тыс.руб.	Затра- ты на з/п, тыс.ру б.	Начис- ления на з/п, тыс.руб.
1 Основной производственный	2	175,00	350	105	627	188	652	196
2 Вспомогательный производственный	1	70,00	70	21	125	38	130	39
«На себя»	-	-	-	24,258	-	29,588	-	30,772
ИТОГО	3		420	150,258	752	255,588	782	265,772

Общая сумма начислений за 2017 г. составила 150 258 рублей, в том числе фиксированных отчислений 24 258 рублей.

Калькуляция себестоимости.

В договор приобретаемого в аренду помещения не входит плата за пользование электроэнергией и водой. Расчет данных затрат производится по следующим тарифам:

- электроэнергия: 5,53 рублей за 1 кВт;
- холодная вода: 48,39 рублей за 1 куб. м.;
- горячая вода: 119,83 рублей за 1 куб. м.

При этом потребление электроэнергии, по данным предприятий подобного типа, составляет около 6000 кВт в месяц, горячей воды – 2 куб. м. и холодной воды – 5 куб. м.

Сумма амортизационных отчислений составляет 20 % от балансовой стоимости приобретаемого инвентаря и оборудования для магазина.

В сумму прочих затрат входят затраты:

- 1) на униформу персонала (халаты, фартуки, перчатки, головные уборы, рабочая футболка, головной убор) – 5000 на человека;
- 2) на пакеты контейнеры для фасовки продукции (20 000 рублей в год), моющие средства (10 000 рублей в год);
- 3) на бухгалтерские услуги (40000 рублей в год).

На основании всех имеющихся данных рассчитаем калькуляцию себестоимости открытия кондитерского магазина (приложение В).

Согласно произведенной калькуляции, в первый год открытия магазина себестоимость продажи одного килограмма хлебобулочных изделий составит 38 рублей, одного килограмма мучных изделий – 133 рубля, 1 килограмма сахарных изделий – 305 рублей, одного килограмма чая – 311 рублей (или 27 рублей 99 копеек за 1 пачку чая 90 г.).

Конечная цена продукцию устанавливается путем начисления средней торговой наценки на калькулированную стоимость продуктов в размере 40 %.

3.2 Финансовый план

Среднеотраслевая рентабельность розничной торговли колеблется от 8 % до 15 %. В таблице 14 произведен расчет предварительной потребности в инвестициях для реализации данного проекта.

Таблица 14 – Предварительная оценка потребности в инвестициях

в тысячах рублях

Категории инвестиций	На 3 месяца работы
1. Основной капитал	193
1.1 Здания, сооружения производственного назначения	0
1.2 Рабочие машины и оборудование	193
1.3 Транспортные средства	0
2.оборотный капитал	4202
2.1 Запасы и затраты	3471
2.2 Денежные средства	731
ИТОГО	4395

Предварительная потребность в инвестициях для первых трех месяцев работы составляет 4 395 тысяч рублей.

Инвестиции необходимы для приобретения производственных зданий, оборудования, а также для формирования оборотных средств.

Общая потребность в инвестициях для работы в 2017 г. составляет 9278 тысяч рублей (таблица 15).

Таблица 15 – Общая потребность в инвестициях

в тысячах рублях

Категория инвестиций	Значение			Итого
	2017	2018	2019	
1. Основной капитал	193	0	0	193
1.1 Здания, сооружения производственного назначения	0	0	0	
1.2 Рабочие машины и оборудование	193	0	0	193
1.3 Транспортные средства	0	0	0	0
2.оборотный капитал	9085	16554	35295	60934
2.1 Запасы и затраты	8100	15120	15869	39089
2.2 Денежные средства	985	1434	19426	21845
Итого	9278	16554	35295	61127

Для открытия магазина кондитерской продукции требуется 4 395 тысяч рублей инвестиций для того, чтобы обеспечить бесперебойную работу магазина в первые три месяца деятельности «КондитерOFF». Данные средства необходимы для выплаты заработной платы, покупки товара, выплаты аренды за пользование помещением и так далее. Часть денежных средств, в размере 2895 тысяч рублей являются заемными, а часть (1 500 тысяч рублей) собственными.

Рассчитаем прогноз продаж магазина на ближайшие три года (приложение Г). В первый месяц работы магазин получит выручку в размере 1 861,92 тысяч рублей.

Для успешного производства необходимы первоначальные финансовые ресурсы в размере 2 895 тысяч рублей. Данные денежные средства предоставляются посредством кредитования в ПАО «Сбербанк» по 16,5 % на 36 месяцев (3 года). Расчет графика погашения кредита представлен в таблице 16.

Таблица 16 – График погашения кредиторской задолженности

Год	Начальный баланс долга	Погашение долга	Проценты (20 %)	Годовая выплата	Конечный баланс долга
1	2895,00	965,00	477,68	1442,68	1930,00
2	1930,00	965,00	318,45	1283,45	965,00
3	965,00	965,00	159,23	1124,23	0,00
Итого			2895,00	955,36	

Сумма процентов по кредиту за три года составят 955,36 тысяч рублей. Имея данные по погашению кредита, рассчитаем смету затрат на открытие ма-

газина «КондитерOFF» (приложение Д).

Рассчитаем бюджет прибылей/убытков (приложение Е). Согласно бюджету прибылей и убытков, при открытии магазина в июне, чистая прибыль по итогу 2017 года составит 2 288 тысяч рублей.

Налоговые отчисления индивидуального предпринимателя.

Магазин «КондитерOFF», являясь по форме собственности индивидуальным предпринимательством, будет использовать упрощенную систему налогообложения со ставкой налога 15 % с налоговой базой - доходы, уменьшенные на величину расходов.

Кроме того, в собственности индивидуального предпринимателя находится транспортное средство, а его годовой доход превысил сумму 300 000 рублей, поэтому, кроме налога на прибыль, оплате подлежат следующие налоги:

- дополнительный налог 1 % от дохода, превышающего 300 000 рублей;
- транспортный налог по ставке 24 рубля за 1 лошадиную силу.

Расчет всех налогов представлен в приложении Ж. Итоговый расчет бюджета движения денежных средств представлен в приложении К. Произведенный расчет бюджета движения денежных средств показал, что на протяжении всего периода реализации проекта с учетом всех необходимых платежей и расходов дефицит финансов отсутствует.

3.3 Прогноз экономической эффективности и риски

Эффективность проекта.

На основании данных бюджета движения денежных средств произведен расчет эффективности проекта по открытию кондитерского магазина в г. Белогорск. Для расчета в качестве ставки дисконта принята ставка рефинансирования Центрального Банка РФ на начало 2017 года (10 %) + 3 – 5 %. В расчетах применяется ставка дисконта 14 % (все расчеты представлены в приложении Л, таблице Л.1).

Абсолютным результатом проекта в данном случае является показатель NPV (кумулятивный дисконтированный денежный поток) равный 6 536 тысяч

рублей. Значение данного показателя больше 0, следовательно, открытие магазина будет эффективным, данный проект стоит реализовать.

Чтобы определить момент, когда инвестиции начнут окупаться, рассчитаем дисконтированный период окупаемости проекта (DPV) (приложение Л, таблица Л.1). Дисконтируемый срок окупаемости проекта произойдет во втором квартале 2018 года и срок окупаемости проекта составит 3,14 квартала.

С использованием метода последовательного приближения рассчитаем значение показателя внутренней нормы прибыльности (IRR). Суть метода заключается в подборе подходящих барьерных ставок (для данного проекта 10 % и 80 %). Расчет данного показателя представлен в таблице 17.

Таблица 17 – Расчет внутренней нормы доходности

PV1	1959	PV1	1197
PV2	5045	PV2	1884
PV3	4965	PV3	1133
NPV (10 %)	7574	NPV (80 %)	-181
IRR	336,95		

Полученное значение IRR равно 336,95 %, что больше барьерной ставки 10 % и меньше 80 %, что полностью подтверждает адекватность расчетов. Полученная величина внутренней нормы доходности означает, что при вложении инвестиций в открытие магазина кондитерских изделий, будет получен доход от проекта в размере 336,95 % от вложений, то есть, на 1000 вложенных рублей получим 3369,5 рублей дохода.

Определим рентабельность проекта (SRR), как отношение значения показателя NPV к вложенным инвестициям.

Проектное значение SRR равно 1,49 %, данное значение больше единицы, следовательно, проект является рентабельным: доход от проекта больше вложенных инвестиций в 1,49 раз.

Целесообразно произвести расчет точки безубыточности для их продаж (таблица 18).

Таблица 18 – Расчет точки безубыточности мучных кондитерских изделий

Наименование показателя	Значение показателя		
	2017	2018	2019
Постоянные затраты, тыс.руб.	269,500	278,000	289,500
Переменные затраты на ед. продукции, тыс.руб.	0,119	0,122	0,126
Общие затраты, тыс. руб.	269,619	278,122	289,626
Выручка от реализации, тыс.руб.	1816,31	3155,19	3319,89
Цена за единицу, тыс.руб.	0,186	0,181	0,188
Точка безубыточности в стоимостном выражении, тыс.руб.	269,518	278,011	289,511
Точка безубыточности в натуральном выражении, тонн	4022,388	4711,864	4669,355

Точка безубыточности в стоимостном выражении в 2017 году достигается при значении 269 518 рублей, что составляет 4 022,388 реализованных килограммов мучных изделий при доли постоянных затрат (аренда помещения, реклама, амортизация, прочие расходы) 50 % .

Таблица 19 – Расчет точки безубыточности сахарных кондитерских изделий

Наименование показателя	Значение показателя		
	2017	2018	2019
Постоянные затраты, тыс.руб.	269,500	278,000	289,500
Переменные затраты на ед. продукции, тыс.руб.	0,293	0,304	0,316
Общие затраты, тыс. руб.	269,793	278,304	289,816
Выручка от реализации, тыс.руб.	4842,17	8805,71	9268,71
Цена за единицу, тыс.руб.	0,427	0,435	0,452
Точка безубыточности в стоимостном выражении, тыс.руб.	269,516	278,010	289,510
Точка безубыточности в натуральном выражении, тонн	2011,194	2122,137	2128,676

Для достижения точки безубыточности реализации сахарной продукции, необходимо продать 2 011,194 килограмма сахарных кондитерских изделий.

Риски проекта.

Среди основных рисков ситуаций, которые могут препятствовать реализации данного бизнес-плана можно выделить следующие:

- с нестабильные поставкой продукции;
- неустойчивый спрос;
- появление новых конкурентов;
- рост цен на электричество, аренду;
- нестабильная политико-экономическая обстановка (забастовка, война, экономический кризис, инфляция);
- стихийные бедствия (землетрясение, наводнение, ураган и тому подобное).

Оценка влияния данных рисков с использованием экспертного метода представлена в таблице 20.

Таблица 20 – Влияние рисков

Эксперт	Нестабильные поставки продукции	Неустойчивый спрос	Появление новых конкурентов	Рост цен на электричество, аренду	Нестабильная политико-экономическая обстановка	Стихийные бедствия
Директор	60	80	70	50	30	10
Бухгалтер	60	70	50	40	20	10
Независимый эксперт 1	70	60	80	30	20	10
Независимый эксперт 2	60	40	50	20	10	5
Независимый эксперт 3	60	70	80	20	30	10
Сумма оценок	310	320	330	160	110	45
Средняя оценка	62	64	66	32	22	9

Анализ таблицы 22 показал, что наиболее вероятны риски, связанные с появлением конкурентов и формированием неустойчивого спроса на продукцию магазина.

Проведем расчет величины каждого риска (таблица 21).

Таблица 21 – Количественная оценка величины простых рисков

Наименование простых рисков	Приоритеты		Вес	Средняя оценка экспертов	Величина рисков
	Места	Ранги			
Нестабильные поставки продукции	3	3	0,14	62	8,68
Неустойчивый спрос	2	2	0,20	64	12,8
Появление новых конкурентов	1	1	0,41	66	27,06
Рост цен на электричество, аренду	4	4	0,10	32	3,2
Нестабильная политико-экономическая обстановка	5	5	0,08	22	1,76
Стихийные бедствия	6	6	0,07	9	0,63

Анализ таблицы показал, что есть риски, превышающие 10 %, а значит данные риски являются существенный. Среди существенных рисков можно выделить риск возникновения новых конкурентов (27,06 %) и риск формирования

неустойчивого спроса на кондитерскую продукцию магазина (12,8 %).

Выявленные риски могут возникнуть вследствие одной из причин:

- 1) поверхностное недостаточное исследование рынка;
- 2) недооценка существующих конкурентов и возможности появления новых;
- 3) резкий спад спроса на кондитерские изделия.

В свою очередь, снизить вероятность проявления рисков можно посредством: более детального изучения рынка кондитерских изделий; сотрудничества с известными надежными поставщиками и минимизации контактов с неизвестными; страхования имущества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в данной работе были изучены основные теоретические и практические аспекты создания бизнес-плана.

Исследованы главные вопросы, возникающие при составлении бизнес-плана. Изучена структура бизнес-плана, порядок учета расходов на его разработку. Был составлен бизнес-план магазина "КондитерOFF" и проанализированы основные финансовые показатели его деятельности за первый год работы.

Прежде всего, необходимо отметить, что разработка бизнес - плана ни в коем случае не должна носить формального характера. К сожалению, не только потенциальные получатели инвестиций, но и многие инвесторы подходят к данному вопросу достаточно формально: бизнес - план рассматривают как оправдательный документ для выделения средств. На самом деле бизнес - план должен быть "настольной книгой" в процессе реализации проекта для всех заинтересованных сторон; отклонение от прогноза является показателем некомпетентности его разработчиков.

Краткое описание планируемого бизнеса является одной из наиболее важных частей бизнес - плана. Оно должно быть составлено таким образом, чтобы потенциальный инвестор был заинтересован продолжить более детальное знакомство с предприятием, желающим привлечь инвестиции. Необходимо учитывать тот факт, что потенциальные инвесторы, как правило, ограничены во времени для изучения новых инвестиционных возможностей, следовательно, более вероятно, что они прочтут только резюме краткого описания.

К сожалению, в российских компаниях несерьезно подходят к планированию своей деятельности. С одной стороны, это связано с отсутствием соответствующей квалификации у менеджеров, с другой - с нашим "авось", т.е. начнем с того, что имеем, а дальше время покажет. Если даже бизнес - план готовится, то в нем практически отсутствует аргументация получения тех или иных исходных экономических показателей, финансовых расчетов и результатов.

Бизнес - план должен разрабатываться при:

- производстве новой продукции;
- расширении или модернизации производства;
- осуществлении капитальных затрат на приобретение основных фондов;
- выходе на новые рынки;
- слиянии и поглощении предприятий;
- получении кредита и т.д.

Важно также учитывать, кто является потребителем бизнес - плана. Если это банк, предоставляющий кредит, то в бизнес-плане необходимо выделить, насколько баланс предприятия будет ликвиден, каковы потоки движения денежных средств и показатели финансовой зависимости.

Открытие магазина всегда считалось прибыльным делом, но в современной России уже велика конкуренция между подобными бизнесами. Поэтому, планируя открытие магазина, каждый предприниматель стремится завоевать клиентов безупречным качеством оказываемых услуг. Потребители также достаточно требовательны к соответствию товара магазина их запросам.. В связи с этим, вопрос как открыть магазин, должен рассматриваться серьезно и ответственно.

Многие представители магазинного бизнеса не только не получают прибыль от бизнеса, но и влезают в огромные долги, а иногда и вовсе разоряются. Видимо, они не до конца поняли всю необходимость тщательной проработки того, как открыть магазин. Для успеха предприятия необходимо руководство к действию, составленное грамотно, понятно, четко. Таким руководством является готовый бизнес-план магазина. Примечательно, что этот документ рассчитан на все этапы функционирования магазина - от подготовительных работ по организации, до непосредственно, деятельности, приносящей доход. Любой предприниматель, невзирая на степень его опыта в магазинном бизнесе, почерпнет в данном документе всю необходимую для грамотной организации дела, информацию. С течением времени россияне стали более разборчивы и гораздо притязательнее. Именно поэтому магазинам стоит уделить особое внимание специфике товара, что бы удивить и привлечь людей.

В независимости от вида бизнеса любой бизнес стремится к получению и увеличению прибыли, что изначально заложено в бизнес плане. Увеличение прибыли достигается обычно двумя способами - уменьшением расходной части и повышением оборота за счет покупок. Для магазинов самым ценным является покупатель и месторасположение.

В данной работе был представлен бизнес-план магазина "КондитерOFF". Цель проекта - получение прибыли от инвестиций посредством организации эффективной деятельности магазина.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Административно-управленческий портал. AUP.RU. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m205/12_3.htm. - 28.03.2017.
- 2 Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: учебно-методическое пособие/ Алексеева М.М.- М.: Финансы и статистика, 2014. – 248 с.
- 3 Амурская область в цифрах: Краткий статистический сборник/Амурстат-Б., 2016.– 369 с.
- 4 Амурский статистический ежегодник 2013: Статистический сборник/Амурстат.-Б., 2016.-602с.
- 5 Бесстремянная, Г. Анализ административных барьеров в сфере общественного питания / Г. Бесстремянная, О. Бондаренко, М. Карцева // Аналитические отчеты ЦЭФИР. – 2014. - № 34. – С. 2 – 23
- 6 Библиотека учебной и научной литературы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive/fathutdinov_strat/01.htm. - 02.03.2017.
- 7 Бизнес – план: учебно – практическое пособие / Т. П. Любанова, Л.В.Мясоедова ,Т.А Грамотенко,Ю.А. Олейникова.-М.: « Издательство ПРИОР»,2014.-96 с.
- 8 Веснин, В.Р. Стратегическое управление / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2015. - 328 с.
- 9 Волков, О.И. Экономика предприятия / О.И. Волков. - М.: ИНФРА, 2013. - 237 с.
- 10 Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань. - М.: Феникс, 2013. - 320 с.
- 11 Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2013. - 432 с.
- 12 Зайцев, Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием: учебник для вузов / Н.Л. Зайцев. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 454 с.

13 Записки маркетолога. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/strategicheskie_tseii.html. - 22.04.2017.

14 Зингер, М. Презентация бизнес-плана: пример подготовки презентации / М. Зингер. - М.: ИНФРА, 2014. - 156 с.

15 Латфуллин, Г.Р. Теория организации / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. - Спб.: Питер, 2014. - 395 с.

16 Лапыгин, Ю.Н. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. – М., 2012. – 310 с.

17 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: практическое пособие / И.А. Липсиц. – М., 2012. – 112 с.

18 Маркова, В.Д. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.- М., 2009. – 216 с.

19 Максицов, М.М. Менеджмент: учебник для вузов / М.М. Максимцов, А.В. Игнатьева. - М.: ЮНИТИ, 2014. - 343 с.

20 Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М.: Вильямс, 2015. - 672 с.

21 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. - М.: ФОРУМ, 2012. - 256 с.

22 Мочалова, Б.М. Экономия и нормирование материальных ресурсов / Б.М. Молчанова. - М.: Высшая школа, 2015. - 374 с.

23 Мыльник, В.В. Исследование систем управления: учебное пособие / В.В. Мыльник. - М.: Академический Проект, 2014. - 352 с.

24 Неганова, В.П. Состояние и тенденции развития рынка общественного питания региона / В.П. Неганова, А.В. Чирков // Экономика региона. – 2014. - № 1. – С. 133 – 145.

25 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании: учебное пособие / Е.Р. Орлова. – М., 2012. – 152 с.

26 Показатели социально-экономического развития Амурской области: паспорт/ Амурстат.- Б., 2014. - 118с.

- 27 Попов В.М. Бизнес-планирование: учебник / Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова. – М., 2012. – 816 с.
- 28 Попов, В.Н. Бизнес – планирование: учебное пособие / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М., 2009. – 246 с.
- 29 Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. – М., 2008. – 255 с.
- 30 Романова, М.В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
- 31 Румянцева, З.П. Менеджмент организации / З.П. Румянцева, Н.А. Саломатин, Р.З. Акбердин. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 103 с.
- 32 Сафронов, Н.А. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Н.А. Сафронов. - М.: Магистр, 2014. - 256 с.
- 33 Семененко, А.И. Предпринимательская логистика / А.И. Семененко. - СПб.: Политехника, 2014. - 280 с.
- 34 Станиславская, М.В. Малый и средний бизнес Амурской области / М.В. Станиславская // Российское предпринимательство. – 2010. - № 6. – С. 171-175.
- 35 Стратегическое управление и планирование. STPLAN.RU. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stplan.ru/about.htm>. - 09.03.2017.
- 36 Уткин, Э.А. Бизнес-план компании: учебное пособие/ Э.А Уткин.- М., 2012. – 102 с.
- 37 Черняк, В.З. Бизнес планирование: учебник для вузов / В.З. Черняк. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 470 с.
- 38 Шевчук, Д.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Д А. Шевчук. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. - 208 с.
- 39 Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие для студентов экономических факультетов и вузов / Г.И. Шепеленко. - Ростов-на-Дону: МарТ, 2012. - 544 с.
- 40 Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Д. А. Шевчук. – Ростов н/Д., 2010. – 208 с.

41 Авито[Электронныйресурс].URL:https://www.avito.ru/amurskaya_oblast_belogorsk/kommercheskaya_nedvizhimost/pomeschenie_svobodnogo_naznacheniya_60_m_891541261 (дата обращения: 26.01.2017).

42 Кондитерская промышленность: перспективы развития рынка [Электронныйресурс].URL:http://er.cons.ru/publ/ehkspertnoe_mnenie_v_smi/konditerskaja_promyshlennost_perspektivy_razvitija_rynka/1-1-0-29 (дата обращения: 25.01.2017).

43 Круглова, Н.Ю. Стратегический менеджмент: учебник / Н.Ю. Круглова, М.И. Круглов. - М.: Высшее образование, 2014. - 492 с.

44 Продажаоптом [Электронныйресурс]. URL:[http://foodretail.ru/offers/list?category=&search=%D1%87%D0%B0%D0%B9&archived=&sort\[region\]=desc](http://foodretail.ru/offers/list?category=&search=%D1%87%D0%B0%D0%B9&archived=&sort[region]=desc) (датаобращения: 05.02.2017).

45 Производство кондитерских изделий в РФ выросло рынка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/russia/501141>(дата обращения: 25.01.2017).

46 Сценарные условия, основные параметры прогноза социально-экономического развития российской федерации и предельные уровни цен (тарифов) на услуги компаний инфраструктурного сектора на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов / Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/d8297656-48da-4d60-aec3-1d3d27ee908e/%D0%A1%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F2017_2019.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d8297656-48da-4d60-aec3-1d3d27ee908e (дата обращения: 27.01.2017).

47 Цены-на.ру рынка [Электронный ресурс]. URL: <http://ceny-na.ru/city-belogorsk-119/produkty/> (дата обращения: 26.01.2017).

48 Экономический портал. ALLENDY.RU. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.economicportal.ru/index.htm>. - 10.04.2017.

49 Энциклопедия экономиста. www.Grandars.ru. [Электронный ресурс]. -

Режим доступа: <http://www.grandars.ru/index.htm>. - 09.03.2017.

50 Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:
<http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/infowave/03.htm>. - 25.04.2017.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Предварительный объем продаж

Таблица А.1 – Предварительный объем продаж

Виды продукта	Ед. изм.	Объем продаж											
		2017 г.							2018 г. (поквартально)				2019 г.
		июнь	июль	август	сент.	октябрь	ноябрь	декабрь	I	II	III	IV	
Хлеб, хлебобулочные изделия	кг	264330	264330	264330	264330	264330	264330	303980	923795	803299	803299	843464	3417717
Мучные кондитерские изделия	кг	27314	27314	27314	27314	27314	27314	31411	95458	83007	83007	87158	353162
Сахарные кондитерские изделия	кг	31720	31720	31720	31720	31720	31720	36478	110857	96397	96397	101217	410131
Чай	кг	10573	10573	10573	10573	10573	10573	12159	36951	32131	32131	33738	136705

ПРИЛОЖЕНИЕ Б
Потребность в ресурсах

Таблица Б.1 – Потребность в ресурсах

Вид и наименование сырья и материалов	2017 (на 7 месяцев)			2018					2019				
	Кол-во, кг	Цена, тыс.руб	Стоимость, тыс.руб.	Кэф-т роста объемов выпуска	Кол-во с учетом коэф-та роста и сезонности	Индекс цен роста цен	Цена с учетом индекса цен, тыс.руб.	Стоимость, тыс.руб.	Кэф-т роста объемов выпуска	Кол-во с учетом коэф-та роста и сезонности	Индекс цен	Цена с учетом индекса цен, тыс.руб.	Стоимость, тыс.руб
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Хлеб и батоны	37800	0,029	1096,20	1,013	67477	1,045	0,030	2024,31	1,013	68354	1,040	0,031	2118,97
Булочки и сдоба	45358	0,034	1542,17	1,013	80973	1,045	0,036	2915,03	1,013	82025	1,040	0,037	3034,93
Лаваш и прочее	11340	0,052	589,68	1,013	20243	1,045	0,054	1093,12	1,013	20507	1,040	0,056	1148,39
Бисквиты и кексы	1465	0,054	79,11	1,013	2615	1,045	0,056	146,44	1,013	2649,00	1,040	0,058	153,64
Вафли	1172	0,087	101,96	1,013	2092	1,045	0,091	190,37	1,013	2119,20	1,040	0,095	201,32
Печенье и крекеры	2930	0,076	223	1,013	5230	1,045	0,079	413,17	1,013	5297,99	1,040	0,082	434,44
Круассаны	977	0,102	99,65	1,013	1743	1,045	0,107	186,50	1,013	1765,66	1,040	0,111	195,99
Пряники	1 465	0,070	102,55	1,013	2615	1,045	0,073	190,90	1,013	2649,00	1,040	0,076	201,32
Пироги и рулеты	975	0,122	118,95	1,013	1742	1,045	0,127	221,23	1,013	1764,65	1,040	0,132	232,93
Торты и пирожные	781	0,280	218,68	1,013	1395	1,045	0,293	408,74	1,013	1413,14	1,040	0,305	431,01
Баточкики шоколадные, шоколад	2608	0,320	834,56	1,013	4656	1,045	0,334	1555,10	1,013	4717	1,040	0,347	1636,80
Шоколадные конфеты	3402	0,389	1323,38	1,013	6073	1,045	0,407	2471,71	1,013	6152	1,040	0,423	2602,30
Карамель	1361	0,130	176,93	1,013	2429	1,045	0,136	330,34	1,013	2461	1,040	0,141	347,00
Зефир, пастила, мармелад	1134	0,058	65,77	1,013	2024	1,045	0,061	123,46	1,013	2050	1,040	0,063	129,15

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Потребность в ресурсах

Продолжение таблицы Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Наборы шоколадных конфеты	907	0,501	454,41	1,013	1619	1,045	0,524	848,36	1,013	1640	1,040	0,545	893,80
Прочие сладости	1928	0,130	250,64	1,013	3442	1,045	0,136	468,11	1,013	3487	1,040	0,141	491,67
Чай черный	1890	0,21	396,90	1,013	3374	1,045	0,219	738,91	1,013	3418	1,040	0,228	779,30
Чай зеленый	945	0,20	189,00	1,013	1687	1,045	0,209	352,58	1,013	1709	1,040	0,217	370,85
Чай фруктовый	474	0,30	142,20	1,013	844	1,045	0,314	265,02	1,013	855	1,040	0,327	279,59
Прочие виды чая	471	0,20	94,20	1,013	843	1,045	0,209	176,19	1,013	854	1,040	0,217	185,32
Итого			8099,94					15119,59					15868,72

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Калькуляция себестоимости

Таблица В.1 – Калькуляция себестоимости

в тысячах рублей

Показатели	2017 при объеме					2018 при объеме					2019 при объеме				
	на 1 кг хлеб. изд.	на 1 кг муч- ных изд.	на 1 кг сах. изд.	на 1 кг чая	всего	на 1 кг хлеб. изд.	на 1 кг муч- ных изд.	на 1 кг сах.изд	на 1 кг чая	всего	на 1 кг хлеб. изд.	на 1 кг муч- ных изд.	на 1 кг сах.изд	на 1 кг чая	всего
Сырье и материалы	0,0342	0,097	0,274	0,218	8100	0,0358	0,101	0,286	0,2271	15120	0,0369	0,1048	0,2975	0,2363	15869
Водо- и электроснаб- жение	0,0008	0,0078	0,0067	0,0200	303	0,0006	0,0061	0,0052	0,0156	422	0,0006	0,0062	0,0054	0,0161	439
Затраты на з/плату	0,0011	0,0108	0,0093	0,0278	420	0,0011	0,0108	0,0093	0,0279	752	0,0011	0,0111	0,0095	0,0286	782
Начисления на з/плату	0,0004	0,0038	0,0033	0,0099	150	0,0004	0,0037	0,0032	0,0095	256	0,0004	0,0038	0,0032	0,0097	266
Амортизационные отчисления	0,0001	0,0010	0,0009	0,0026	39	0,0001	0,0006	0,0005	0,0015	41	0,0001	0,0006	0,0005	0,0016	43
Расходы на рекламу	0,0004	0,0037	0,0032	0,0096	145	0,0001	0,0007	0,0006	0,0019	50	0,0001	0,0007	0,0006	0,0019	52
Арендная плата	0,0007	0,0069	0,0060	0,0179	270	0,0006	0,0054	0,0046	0,0139	376	0,0006	0,0055	0,0048	0,0143	391
Прочие расходы	0,0002	0,0022	0,0019	0,0056	85	0,0001	0,0013	0,0011	0,0033	89	0,0001	0,0013	0,0011	0,0034	93
Итого	0,038	0,133	0,305	0,311	9512	0,0388	0,1296	0,3105	0,3007	17106	0,0399	0,1340	0,3226	0,3119	17935

ПРИЛОЖЕНИЕ Г
Прогноз продаж

Таблица Г.1 – Прогноз продаж

Наименование продукта	Показатели	2017 г.							2018 г. (поквартально)		3	4	2019 г.
		6	7	8	9	10	11	12	1	2			
Хлеб, хлебобулочные изделия	Объем продаж в натуральном выражении, кг	13217	13217	13217	13217	13217	13217	15196	46190	40165	40165	42173	170886
	Цена за 1 кг	0,053	0,053	0,053	0,053	0,053	0,053	0,053	0,054	0,054	0,054	0,054	0,056
	Выручка от реализации	700,50	700,50	700,50	700,50	700,50	700,50	805,39	2494,26	2168,91	2168,91	2277,34	9569,62
Мучные кондитерские изделия	Объем продаж в натуральном выражении, кг	1366	1366	1366	1366	1366	1366	1569	4773	4150	4150	4359	17659
	Цена за 1 кг	0,186	0,186	0,186	0,186	0,186	0,186	0,186	0,181	0,181	0,181	0,181	0,188
	Выручка от реализации	254,08	254,08	254,08	254,08	254,08	254,08	291,83	863,91	751,15	751,15	788,98	3319,89
Сахарные кондитерские изделия	Объем продаж в натуральном выражении, кг	1586	1586	1586	1586	1586	1586	1824	5543	4820	4820	5060	20506
	Цена за 1 кг	0,427	0,427	0,427	0,427	0,427	0,427	0,427	0,435	0,435	0,435	0,435	0,452
	Выручка от реализации	677,22	677,22	677,22	677,22	677,22	677,22	778,85	2411,21	2096,70	2096,70	2201,10	9268,71
Чай	Объем продаж в натуральном выражении, кг	529	529	529	529	529	529	606	1848	1607	1607	1686	6836
	Цена за 1 кг	0,435	0,435	0,435	0,435	0,435	0,435	0,435	0,421	0,421	0,421	0,421	0,437
	Выручка от реализации	230,12	230,12	230,12	230,12	230,12	230,12	263,61	778,01	676,55	676,55	709,81	2987,33
ИТОГО общее поступление		1861,92	1861,92	1861,92	1861,92	1861,92	1861,92	2139,68	6547,39	5693,31	5693,31	5977,23	25145,55

ПРИЛОЖЕНИЕ Д
Смета затрат

Таблица Д.1 – Смета затрат (бюджет затрат)

в тысячах рублей

Показатели	2017 г. (помесячно)							2018 г. (поквартально)				2019 г.
	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	
Сырье и материалы	1157,1	1157,1	1157,1	1157,1	1157,1	1157,1	1157,1	3779,9	3779,9	3779,9	3779,9	15868,7
Заработная плата	60	60	60	60	60	60	60	188	188	188	188	782,000
Начисления на заработную плату	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	42,258	63,897	63,897	63,897	63,897	265,772
Амортизация	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	10,3	10,3	10,3	10,3	43,0
Полная себестоимость	1240,7	1240,7	1240,7	1240,7	1240,7	1240,7	1265,0	4042,1	4042,1	4042,1	4042,1	16959,5
Функционально-административные издержки	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1259,4	4031,8	4031,8	4031,8	4031,8	16916,5
Финансовые издержки (% по кредиту)	278,647	278,647	278,647	278,647	278,647	278,647	278,647	80	80	80	80	159
Общие текущие издержки	1513,7	1513,7	1513,7	1513,7	1513,7	1513,7	1538,0	4111,8	4111,8	4111,8	4111,8	17075,5

ПРИЛОЖЕНИЕ Е
Бюджет прибылей

Таблица Е.1 – Бюджет прибылей/убытков

в тысячах рублей

Показатели	2017 г.							2018 г.				2019 г.
	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Нбр.	Дек.	I кв	II кв	III кв	IV кв	
Общие поступления	1862	1862	1862	1862	1862	1862	2140	6547	5693	5693	5977	25146
Общие текущие затраты	1514	1514	1514	1514	1514	1514	1538	4112	4112	4112	4112	17076
Прибыль от реализации	348	348	348	348	348	348	602	2435	1581	1581	1865	8070
Прочие доходы	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Балансовая прибыль	348	348	348	348	348	348	602	2435	1581	1581	1865	8070
Налог на прибыль	52	52	52	52	52	52	90	365	237	237	280	1211
Чистая прибыль/убыток	296	296	296	296	296	296	512	2070	1344	1344	1585	6859
Чистая прибыль нарастающим итогом	296	592	888	1184	1480	1776	2288	4358	5702	7046	8631	15490

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Налоговые отчисления

Таблица Ж.1 – Налоговые отчисления

Налог	Ставка	База н/о	Периодичность уплаты	2017 г.							2018 г.				2019 г.
				июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек	I кв	II кв	III кв	IV кв	
УСН	15%	Доходы, уменьшенные на величину расходов	Ежемесячно	52,2	52,2	52,2	52,2	52,2	52,2	90,3	365,25	237,15	237,15	279,75	1 210,5
Транспортный налог	24 руб. за 1 л.с.	Лошадиные силы	До дек.	0	0	0	0	0	0	2,26				2,36	2,45
Доп. налог ИП	1%	Сумма дохода за минусом 300 000 руб.	До 1 апреля	0	0	0	0	0	0	130,12	0	0	0	236,1	248,46
Итого				52	52	52	52	52	52	223	365	237	237	518	1461

ПРИЛОЖЕНИЕ К
Бюджет движения денежных средств

Таблица К.1 – Бюджет движения денежных средств

в тысячах рублей

Показатели	0 пер.	2017 г.							2018 г.				2019 г.
		июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек	I кв	II кв	III кв	IV кв	
ПРИТОК													
Источники финансирования	4395	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Общие поступления	0	1862	1862	1862	1862	1862	1862	2140	6547	5693	5693	5977	25146
Итого приток	4395	1862	1862	1862	1862	1862	1862	2140	6547	5693	5693	5977	25146
ОТТОК													
Инвестиции в проект	4395	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Функционально-административные издержки	0	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1259	4032	4032	4032	4032	16917
Возврат кредита	0	138	138	138	138	138	138	138	241	241	241	241	965
Финансовые издержки	0	279	279	279	279	279	279	279	80	80	80	80	159
Платежи в бюджет	0	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	223,00	365,00	237,00	237,00	518,00	1461,00
Итоговый отток	4395	1704	1704	1704	1704	1704	1704	1899	4718	4590	4590	4871	19502
Превышение / дефицит денежных средств	0	158	158	158	158	158	158	241	1829	1103	1103	1106	5644
Кумулятивный денежный поток	0	158	316	474	632	790	948	1189	3018	4121	5224	6330	11974

ПРИЛОЖЕНИЕ Л
Расчет эффективности проекта

Таблица Л.1 – Расчет эффективности проекта

Показатели	0 пери- од	2017 (помесячно)							2018 (поквартально)				2019
		июнь	июль	август	сентяб	октяб	ноябр	декабр	I	II	III	IV	
ПРИТОК													
1. Общие поступления	0	1862	1862	1862	1862	1862	1862	2140	6547	5693	5693	5977	25146
2. Ликвидационная стоимость	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Итого приток	0	1862	1862	1862	1862	1862	1862	2140	6547	5693	5693	5977	25146
ОТТОК													
4. Инвестиции в проект	4395	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Функционально-административные издержки	0	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1259	4032	4032	4032	4032	16917
6. Финансовые издержки	0	279	279	279	279	279	279	279	80	80	80	80	159
7. Платежи в бюджет (налоги)	0	52	52	52	52	52	52	223	365	237	237	518	1461
8. Итого отток	4395	1566	1566	1566	1566	1566	1566	1761	4477	4349	4349	4630	18537
9. Чистый денежный поток	-4395	296	296	296	296	296	296	379	2070	1344	1344	1347	6609
10. Куммулятивный чистый денеж- ный поток	-4395	-4099	-3803	-3507	-3211	-2915	-2619	-2240	-170	1174	2518	3865	10474
11. Ставка (норма) дисконта	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14	0,14
12. Коэффициент дисконтирования	0,88	0,99	0,96	0,95	0,93	0,91	0,89	0,88	0,83	0,78	0,74	0,70	0,56
13. Дисконтированный денежный поток	-3868	293	284	281	275	269	263	334	1718	1048	995	943	3701
14. Куммулятивный дисконтирован- ный денежный поток	-3868	-3575	-3291	-3010	-2735	-2466	-2203	-1869	-151	897	1892	2835	6536

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Л
Расчет эффективности проекта

Таблица Л.2 – Дисконтированный срок окупаемости

Показатель	О период	2017 г.							2018 г.				2019 г.
		июнь	июль	август	сентяб	октяб	ноябр	декабр	I	II	III	IV	
9. Чистый денежный поток	-4395	296	296	296	296	296	296	379	2070	1344	1344	1347	6609
13. Дисконтированный денежный поток	-3868	293	284	281	275	269	263	334	1718	1048	995	943	3701
Накопленный дисконтированный денежный поток	-3868	-3575	-3291	-3010	-2735	-2466	-2203	-1869	-151	897	1892	2835	6536