

# Бизнес-плана

## кондитерского производства

### 1. Резюме для высшего руководства

Компания «Снеговик» планирует продажи сладкого снега в дополнение к прохладительным напиткам и замороженным фруктовым сокам. Сладкий снег — это новый вид десерта, популярность которого затмила даже замороженный йогурт. Эксперты из ассоциации производителей мороженого утверждают, что спрос на этот десерт быстро растет и нет никаких признаков его снижения.

Сладкий снег был изобретен в Азии, а затем появился в Гавайях, США, Европе и России. Его особенностью является очень простое производство. По этой причине технология создания сладкого снега не могла долго оставаться в секрете.

Сладкий снег отличается от остальных видов мороженого тем, что для его производства нужна лишь очень небольшая установка, создающая эффект снега. Этот снег можно смешивать с напитками или обкладывать им фрукты. Он обладает очень мягкой консистенцией и не хрустит на зубах. Поскольку составной частью сладкого снега является сироп, его можно есть как соломку.

Благодаря возможности смешивать снег с разными сиропами, ему можно придавать вкусы самых разных фруктов. Благодаря этому сладкий снег пользуется спросом у детей и взрослых всех возрастов и национальностей.

Компания «Снеговик» представляет собой частное коммерческое предприятие, зарегистрированное в Эрске. Предметом ее производства являются прохладительные напитки, замороженные фруктовые и ягодные соки, а также сладкий снег.

#### 1.1. Цели

На ближайшие три года компания установила следующие цели.

- Построить здание для размещения производства.
- К концу третьего года довести уровень чистой прибыли до 1,250 млн руб.
- Расширить диапазон сиропов до 20 разновидностей.
- Не снижать объем производства и продажи прохладительных напитков и замороженных фруктовых и ягодных соков.

## 1.2. Миссия

Компания «Снеговик» должна производить около 20 разновидностей сиропов, прохладительных напитков, а также замороженных фруктовых и ягодных соков. Потребителями ее продукции являются дети и взрослые всех возрастов и национальностей.

## 1.3. Ключи к успеху

Для достижения успеха компания должна делать следующее.

- Занимать лидирующее место на рынке прохладительных напитков и замороженных десертов в Энске.
- Компания должна сосредоточить свой бизнес поблизости от национального шоссе, проходящего через город, в жилых кварталах, местах отдыха, возле школ и детских садов, а также вблизи ресторанов и мотелей.
- Продукция компании должна быть разнообразной и качественной.
- Следует планировать расширение бизнеса на всю Энскую область.
- Одним из факторов успеха является жаркая погода, которая устанавливается в Энске с мая по сентябрь.
- По шоссе, проходящему через Энск, за один день в обоих направлениях проезжает более 50 тыс. автомобилей.

## 1.4. Риски

- Ограниченные наличные средства.

- Небольшой опыт работы с местными органами власти.

## 2. Краткое описание компании

Компания «Снеговик» получила известность, производя и продавая разнообразные фруктовые и ягодные соки, а также прохладительные напитки. Компания зарегистрирована в г. Энск 1 января 2007 года. Производственный цех и офис компании расположены на окраине г. Энск возле национального шоссе.

### 2.1. Владельцы компании

Компания «Снеговик» является частным коммерческим предприятием. Ее единственным владельцем является Леопольд Ирискин.

### 2.2. План создания компании

Расширение производства и розничной торговли предусматривают строительство нового цеха, парковки и склада, а также открытие новых торговых точек. Для этого необходимо сделать заем.

**Таблица 1. Затраты на создание компании**

| Начальные затраты                          |                        |
|--|------------------------|
| Страховка                                  | 200 000,00р.           |
| Аренда                                     | 300 000,00р.           |
| Производственная установка                 | 500 000,00р.           |
| Оборудование торговых точек                | 400 000,00р.           |
| Строительство нового цеха                  | 1 000 000,00р.         |
| Строительство парковки                     | 500 000,00р.           |
| Обучение персонала                         | 500 000,00р.           |
| <b>Общие затраты</b>                       | <b>3 400 000,00р.</b>  |
|  |                        |
| Активы                                     |                        |
| Денежные средства                          | 500 000,00р.           |
| Ценные бумаги                              | 300 000,00р.           |
| Дебиторская задолженность                  | 300 000,00р.           |
| Товарно-материальные запасы                | 500 000,00р.           |
| Другие текущие активы                      | 100 000,00р.           |
| <b>Общие активы</b>                        | <b>1 700 000,00р.</b>  |
|  |                        |
| <b>Нехватка капитала для начала работы</b> | <b>-1 700 000,00р.</b> |

### 2.3. Местоположение и возможности компании

Производственный цех и офис компании расположены на окраине г. Энск возле национального шоссе. В соответствии с данными маркетингового

исследования ассоциации автомобильных перевозчиков, по национальному шоссе, проходящему через г. Энгс за один день в обоих направлениях проезжают около 50 000 автомобилей. Большинство из них проходит через центр города.

Компания планирует построить двухэтажное здание для производственного цеха площадью 200 кв. м в центре города. Кроме того, возле цеха будет построена автомобильная парковка, кафе и развлекательный аттракцион. Другие цеха будут по-прежнему будут расположены на выезде из города вблизи от национального шоссе, а торговые точки — возле наиболее популярных ресторанов города *Маяк*, *Чайка*, *Альбатрос* и *Буревестник*.

### 3. Услуги

Компания *«Снеговик»* производит и продает прохладительные напитки трех видов: лимонад, оранжад и квас, а также 20 видов замороженных фруктовых и ягодных соков, а также сладкий снег в трех видах упаковки: малой, средней и крупной.

#### 3.1. Описание услуг

Основным видом продукции для компании *«Снеговик»* являются прохладительные напитки, замороженные фруктовые и ягодные соки, а также сладкий снег.

Ассортимент напитков включает себя лимонад *Пьеро* со вкусом клубники, оранжад *Артемон* со вкусом банана и квас *Змей Горыныч*.

Компания выпускает 20 видов замороженных фруктовых и ягодных соков: яблочный, грушевый, дынный, лимонный, апельсиновый, гранатовый, клубничный, земляничный, брусничный, клюквенный, ежевичный, шелковичный, малиновый, смородинный, вишневый, сливовый, манго, банановый, костяничный, черничный.

#### 3.2. Конкуренция

Конкуренция на местном рынке мороженого десерта отсутствует. Ожидается, что цены, устанавливаемые компанией *«Снеговик»*, будут относительно низкими.

### 3.3. Выпуск информационных материалов

Реализуя стратегию продвижения на рынок, компания «Снеговик» планирует выпуск рекламных листовок, а также размещение рекламных объявлений в местных средствах массовой информации.

### 3.4. Технология

Производство сладкого снега и замороженных фруктовых и ягодных соков основано на использовании морозильных камер для глубокой заморозки. Все оборудование компания приобретает у фирмы *Мороз*, предоставляющей 100%-ную гарантию на протяжении трех лет.

### 3.5. Будущие услуги

В будущем компания планирует расширить ассортимент выпускаемых фруктовых и ягодных соков на 10–15 наименований за счет использования эссенции экзотических тропических фруктов.

## 4. Краткое описание рынка

По данным маркетинговой фирмы *Маркет*, жители Энска в прошлом году потратили на приобретение прохладительных напитков и мороженого около 100 млн руб.

Благоприятным фактором для бизнеса компании «Снеговик» является территориальная близость к национальному шоссе и центру г. Энск, а также расположение торговых точек в основных центрах отдыха.

### 4.1. Сегментация рынка

По данным компании *Демос*, потребление мороженого и других видов замороженных молочных продуктов постепенно снижается. За последние пять лет потребление этих товаров снизилось в два раза.

Исходя из этих соображений, рынок прохладительных десертов можно разделить на два сегмента. Первый сегмент состоит из высококачественных видов мороженого и замороженных молочных продуктов. Второй сегмент, естественно, состоит из альтернативных замороженных продуктов: фруктовых соков. Эти продукты выгодно отличаются от молочных десертов отсутствием жиров, низкой калорийностью и экзотическим вкусом.

Компания «Снеговик» считает, что ее продукция будет пользоваться спросом у всех категорий населения Энска. Однако с учетом демографического состава населения города следует увеличить долю кваса.

**Таблица 2. Анализ целевого рынка**

| Анализ рынка       |                |                |                |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|
| Рыночные сегменты  | 2007           | 2008           | 2009           |
| Молочные продукты  | 700 000,00р.   | 800 000,00р.   | 900 000,00р.   |
| Фруктовые продукты | 600 000,00р.   | 500 000,00р.   | 400 000,00р.   |
| Всего              | 1 300 000,00р. | 1 300 000,00р. | 1 300 000,00р. |

## 4.2. Стратегия сегментации целевого рынка

Компания «Снеговик» нацелена на сегменты потребителей с низким и средним доходом, которые хотели бы получить высококачественный десерт по умеренным ценам.

### 4.2.1. Потребности рынка

У жителей г. Энск, желающих отдохнуть в жаркое время года, есть выбор — купить мороженое или замороженный фруктовый сок или прохладительные напитки. Компания «Снеговик» пытается освоить сегмент потребителей, которые поддерживают диету, избегая жирных и высококалорийных продуктов.

### 4.2.2. Тенденции рынка

Рыночная ситуация является благоприятной для компании «Снеговик». Основная тенденция рынка заключается в постепенном отказе людей от потребления жирных высококалорийных продуктов, таких как молочное мороженое. Вовремя предложенная альтернатива в виде замороженных фруктовых соков и сладкого снега может принести большой доход.

## 4.3. Состояние индустрии

Одним из наиболее крупных производителей сладкого снега является фирма *Снежинка*, дочерняя компания корпорации *Ледник*. Опыт работы этой компании демонстрирует большую выгодность этого вида бизнеса. Кроме того, компания *Снежинка* продает продукты, созданные на основе сиропов.

Потенциальный успех производства сладкого снега объясняется следующими факторами.

- По сравнению с другими видами продуктов и услуг производство сладкого снега не требует больших вложений и является достаточно простым.
- Сладкий снег напоминает широко распространенную сладкую вату, но отличается от нее низкой температурой.
- Сладкий снег недорог и прост в изготовлении. Это позволяет достичь оптимального отношения цена/качества и максимальной скорости производства.
- Управление компанией «Снеговик» не требует особых усилий.
- Сладкий снег приносит прибыль уже при себестоимости производства ниже 10 руб. за порцию.
- Сладкий снег не вредит здоровью потребителей.

#### 4.3.1. Участники рынка

В настоящее время в г. Энск у компании «Снеговик» нет конкурентов, кроме общенациональных компаний, интересы которых находятся в другой сфере.

#### 4.3.2. Виды распределения

Распределение товаров и предоставление услуг будет производиться компанией «Снеговик» самостоятельно через собственные торговые точки.

#### 4.3.3. Основные конкуренты и поведение клиентов

Продажа сладкого снега является новым видом бизнеса. Потенциальные конкуренты из числа местных фирм сосредоточены на продаже прохладительных напитков и мороженого и не уделяют ниже замороженных сиропов и соков должного внимания. Это открывает перед компанией «Снеговик» широкие перспективы.

Основным конкурентом компании «Снеговик» следует считать фирму *Снежинка*, дочернюю компания корпорации *Ледник*. Слабой стороной этой компании является слабое представительство в г. Энск. Таким образом, в ближайшее время она не сможет резко увеличить объем продаж в Энске.

Поведение клиентов, стимулирующее предложение, заключается в стремлении вести здоровый образ жизни. Это приводит их к отказу от мороженого и молочных продуктов и привлекает их внимание к замороженным сиропам и сладкому снегу, которые не отличаются высокой калорийностью и не содержат жиры.

## **5. Стратегия и реализация**

Стратегия компании «Снеговик» предусматривает постепенный рост прибыли на 20–30% в течение ближайших трех лет. Кроме того, компания планирует значительное расширение ассортимента своей продукции.

### **5.1. Стратегия**

Маркетинговая стратегия компании «Снеговик» направлена на создание положительного имиджа фирмы, производящей высококачественную продукцию. Производство и торговые точки компании расположены в выгодных местах города: в окрестности национального шоссе, в центре города, возле основных ресторанов и в главных местах отдыха.

Кроме того, компания разрабатывает специальную маркетинговую программу, направленную на стимулирование спроса. Она будет предусматривать распространение рекламных объявлений в окрестностях ресторанов, мотелей, в местах отдыха, в кондитерских магазинах и на автомобильных заправках.

#### **5.1.1. Обслуживание местного населения**

Местные жители являются постоянными клиентами компании «Снеговик». Они не стремятся к экзотике и не сорят деньгами. Следовательно, им необходимо предоставить качественные и здоровые продукты по оптимальной цене.

#### **5.1.2. Обслуживание туристов**

Туристы, проводящие в г. Энгельс свой отпуск, как правило, не стеснены в средствах, но очень требовательны к качеству товаров и услуг. Им необходимо обеспечить высокий уровень обслуживания и экзотические виды сиропов. Отдыхающие стремятся к новым впечатлениям, поэтому компания должна обеспечить широкий выбор замороженных соков.

## 5.2. Предложение

Компания «Снеговик» производит и продает прохладительные напитки трех видов: лимонад, оранжад и квас, а также 20 видов замороженных фруктовых и ягодных соков, а также сладкий снег в трех видах упаковки — малой, средней и крупной.

## 5.3. Маркетинговая стратегия

Для продвижения на рынок компания «Снеговик» планирует размещать рекламные объявления в средствах массовой информации и в течение первых трех месяцев разбрасывать рекламные листовки.

### 5.3.1. Себестоимость

Данные о себестоимости товаров и услуг приведены в табл. 3.

**Таблица 3. Себестоимость товаров и услуг**

| Себестоимость              |                 |                 |                 |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Товар                      | 2007            | 2008            | 2009            |
| Замороженный сок           | 50,00р.         | 70,00р.         | 90,00р.         |
| Сладкий снег               | 10,00р.         | 15,00р.         | 25,00р.         |
| Напитки                    | 150,00р.        | 250,00р.        | 350,00р.        |
| <b>Общая себестоимость</b> | <b>210,00р.</b> | <b>335,00р.</b> | <b>465,00р.</b> |

### 5.3.2. Ценообразование

Сладкий снег будет продаваться по следующим ценам.

- Малая порция: 25 руб.
- Средняя порция: 40 руб.
- Крупная порция: 60 руб.

Прохладительные напитки будут продаваться на следующим ценам.

- Обычная бутылка: 30 руб.
- Большая бутылка: 50 руб.

Все товары будут продаваться только за наличные.

### 5.3.3. Стратегия продвижения

Компания «Снеговик» планирует реализовать целенаправленную стратегию продвижения сладкого снега на рынок. Для этого она собирается сделать следующее.

- Распространять рекламные объявления в жилых кварталах.
- Размещать рекламные объявления в средствах массовой информации.
- Организовать благотворительную программу, финансирующую спортивные и развлекательные мероприятия для взрослых и детей.
- Организовать торговую презентацию.
- Пропагандировать здоровый образ жизни и подчеркивать полезность сладкого снега для здоровья потребителей.

### 5.4. Стратегия продаж

Для привлечения клиентов компания планирует организовывать спортивные и развлекательные мероприятия, а также распространять рекламную информацию в средствах массовой информации.

#### 5.4.1. Прогноз продаж

Прогноз ежемесячных продаж приводится в табл. 4.

**Таблица 4. План продаж**

| План продаж                     |                       |                       |                       |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                                 | 2007                  | 2008                  | 2009                  |
| Замороженный сок                | 500 000,00р.          | 1 000 000,00р.        | 2 500 000,00р.        |
| Сладкий снег                    | 750 000,00р.          | 1 500 000,00р.        | 2 250 000,00р.        |
| Напитки                         | 1 500 000,00р.        | 3 000 000,00р.        | 4 500 000,00р.        |
| <b>Совокупный объем продаж</b>  | <b>2 750 000,00р.</b> | <b>5 500 000,00р.</b> | <b>9 250 000,00р.</b> |
| Затраты на продажи              |                       |                       |                       |
|                                 | 2007                  | 2008                  | 2009                  |
| Замороженный сок                | 250 000,00р.          | 350 000,00р.          | 450 000,00р.          |
| Сладкий снег                    | 250 000,00р.          | 300 000,00р.          | 400 000,00р.          |
| Напитки                         | 500 000,00р.          | 500 000,00р.          | 500 000,00р.          |
| <b>Общие затраты на продажи</b> | <b>1 000 000,00р.</b> | <b>1 150 000,00р.</b> | <b>1 350 000,00р.</b> |

## 5.5. Календарный план

Контрольные отметки указаны в табл. 5. Ответственность за выполнение мероприятий лежит на Леопольде Ирискине.

**Таблица 5. Контрольные отметки**

| Контрольные отметки                            | План |        |         |             |          |                  |
|--|------|--------|---------|-------------|----------|------------------|
|  |      | Начало | Конец   | Смета, руб. | Менеджер | Отдел            |
| Разработка бизнес-плана                        |      | 1.1.07 | 1.2.07  | 100 000     | Ирискин  | Административный |
| Разработка документации для строительства цеха |      | 1.2.07 | 1.5.07  | 500 000     | Ирискин  | Административный |
| Строительства цеха                             |      | 1.5.07 | 1.9.07  | 1 000 000   | Ирискин  | Административный |
| Открытие новых торговых точек                  |      | 1.2.07 | 10.2.07 | 100 000     | Ирискин  | Административный |
| Всего, руб.                                    |      |        |         | 1 000 000   |          |                  |

## 6. Резюме менеджмента

Компания «Снеговик» принадлежит Леопольду Ирискину. Он же осуществляет управление компанией. Поскольку компания невелика, она имеет весьма простую организационную структуру.

### 6.1. Организационная структура

В компании есть административный и торговые отделы, а также производственный цех. Штат компании состоит из президента, технического консультанта, товароведа, продавцов и менеджеров. В разгар отпускного сезона будет осуществляться набор временных сотрудников.

**Таблица 6. Штатное расписание**

| Штатное расписание      |                     |                     |                     |
|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                         | 2007                | 2008                | 2009                |
|                         | Затраты на штат     | Затраты на штат     | Затраты на штат     |
| Президент               | 30 000,00р.         | 35 000,00р.         | 40 000,00р.         |
| Технический консультант | 25 000,00р.         | 28 000,00р.         | 30 000,00р.         |
| Товаровед               | 20 000,00р.         | 24 000,00р.         | 25 000,00р.         |
| Продавец                | 75 000,00р.         | 80 000,00р.         | 100 000,00р.        |
| Менеджеры               | 100 000,00р.        | 110 000,00р.        | 125 000,00р.        |
| <b>Всего:</b>           | <b>250 000,00р.</b> | <b>277 000,00р.</b> | <b>320 000,00р.</b> |

## 6.2. Менеджмент

Леопольд Ирискин: основатель и президент компании.

Леопольд закончил Энский институт пищевой промышленности и шесть лет работал администратором на кондитерской фабрике. Он имеет большой опыт работы и доказал свою способность достигать намеченных целей.

## 7. Финансовый план

- Планируется рост доходов компании в пять раз за три года.
- Затраты на маркетинг составляют не более 20% объема продаж.
- Остаточная прибыль будут инвестироваться в расширение компании и выплачиваться в виде вознаграждения сотрудникам.

### 7.1. Плановый баланс

Плановый баланс продемонстрирован в табл. 7.

Таблица 7. Плановый баланс

| <b>Плановый баланс</b>                       |                       |                       |                       |                      |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| <b>Активы</b>                                |                       |                       |                       |                      |
|  | 2007                  | 2008                  | 2009                  | Изменение в значении |
| Денежные средства                            | 500 000,00р.          | 700 000,00р.          | 1 000 000,00р.        | 500 000,00р.         |
| Ценные бумаги                                | 300 000,00р.          | 400 000,00р.          | 500 000,00р.          | 200 000,00р.         |
| Дебиторская задолженность                    | 300 000,00р.          | 500 000,00р.          | 600 000,00р.          | 300 000,00р.         |
| Товарно-материальные запасы                  | 500 000,00р.          | 750 000,00р.          | 950 000,00р.          | 450 000,00р.         |
| Другие текущие активы                        | 100 000,00р.          | 150 000,00р.          | 200 000,00р.          | 100 000,00р.         |
| <b>Общие текущие активы</b>                  | <b>1 700 000,00р.</b> | <b>2 500 000,00р.</b> | <b>3 250 000,00р.</b> |                      |
| Недвижимость и оборудование                  | 550 000,00р.          | 670 000,00р.          | 850 000,00р.          | 300 000,00р.         |
| Минус накопленные амортизационные отчисления | 100 000,00р.          | 200 000,00р.          | 300 000,00р.          | 200 000,00р.         |
| <b>Чистая недвижимость и оборудование</b>    | <b>450 000,00р.</b>   | <b>470 000,00р.</b>   | <b>550 000,00р.</b>   | 100 000,00р.         |
| Нематериальные активы                        | 100 000,00р.          | 200 000,00р.          | 300 000,00р.          | 200 000,00р.         |
| Другие активы                                | 10 000,00р.           | 20 000,00р.           | 20 000,00р.           | 10 000,00р.          |
| <b>Общие активы</b>                          | <b>2 260 000,00р.</b> | <b>3 190 905,00р.</b> | <b>4 120 905,00р.</b> |                      |
| <b>Обязательства и капитал акционеров</b>    |                       |                       |                       |                      |
| Краткосрочные обязательства                  | 700 000,00р.          | 800 000,00р.          | 900 000,00р.          | 200 000,00р.         |
| Кредиторская задолженность                   | 500 000,00р.          | 750 000,00р.          | 950 000,00р.          | 450 000,00р.         |
| Налог на прибыль к уплате                    | 100 000,00р.          | 150 000,00р.          | 200 000,00р.          | 100 000,00р.         |
| Начисленные расходы                          | 100 000,00р.          | 120 000,00р.          | 150 000,00р.          | 50 000,00р.          |
| Другие текущие обязательства                 | 300 000,00р.          | 300 000,00р.          | 300 000,00р.          | 0,00р.               |

|   |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Общие текущие обязательства</b>              | <b>1 700 000,00р.</b> | <b>2 120 000,00р.</b> | <b>2 500 000,00р.</b> |                       |
| Долгосрочные обязательства                      | 600 000,00р.          | 700 000,00р.          | 800 000,00р.          | 200 000,00р.          |
| Другие долгосрочные обязательства               | 300 000,00р.          | 500 000,00р.          | 700 000,00р.          | 400 000,00р.          |
| <b>Общие обязательства</b>                      | <b>2 600 000,00р.</b> | <b>1 200 000,00р.</b> | <b>1 500 000,00р.</b> |                       |
| Обычные акции                                   | 0,00р.                | 0,00р.                | 0,00р.                | 0,00р.                |
| Займы   | 1 000 000,00р.        | 2 000 000,00р.        | 3 000 000,00р.        | 2 000 000,00р.        |
| <b>Общий капитал акционеров</b>                 | <b>1 000 000,00р.</b> | <b>2 000 000,00р.</b> | <b>3 000 000,00р.</b> | <b>2 000 000,00р.</b> |
| <b>Общие обязательства и капитал акционеров</b> | <b>3 600 000,00р.</b> | <b>5 320 000,00р.</b> | <b>7 000 000,00р.</b> | <b>3 400 000,00р.</b> |

## 7.2. Прогноз прибылей и убытков

В следующем году мы ожидаем значительного увеличения доходности благодаря освоению новых каналов сбыта. Мы надеемся в 2007 году достичь прибыльности на уровне 50% от общего объема продаж и поддерживать ее в дальнейшем.

**Таблица 8. План прибылей и убытков**

| <b>План прибылей и убытков</b>             |                        |                        |                        |
|--|------------------------|------------------------|------------------------|
|  | <b>2007</b>            | <b>2008</b>            | <b>2009</b>            |
| Чистая выручка от реализации продукции     | 17 750 000,00р.        | 35 500 000,00р.        | 49 250 000,00р.        |
| Себестоимость реализованной продукции      | 760 000,00р.           | 1 200 000,00р.         | 1 500 000,00р.         |
| <b>Валовая прибыль</b>                     | <b>16 990 000,00р.</b> | <b>34 300 000,00р.</b> | <b>47 750 000,00р.</b> |
| Общие расходы                              | 6 127 000,00р.         | 7 277 000,00р.         | 8 427 000,00р.         |
| Амортизация                                | 20 000,00р.            | 30 000,00р.            | 40 000,00р.            |
| Общие операционные расходы                 | 6 147 000,00р.         | 7 307 000,00р.         | 8 467 000,00р.         |
| <b>Операционная прибыль</b>                | <b>10 843 000,00р.</b> | <b>26 993 000,00р.</b> | <b>39 283 000,00р.</b> |
| Расходы на уплату процентов                | 135 000,00р.           | 165 000,00р.           | 195 000,00р.           |
| Другие неоперационные расходы              | 20 000,00р.            | 40 000,00р.            | 20 000,00р.            |
| Общие неоперационные расходы               | 155 000,00р.           | 205 000,00р.           | 215 000,00р.           |
| <b>Прибыль до уплаты налога на прибыль</b> | <b>10 688 000,00р.</b> | <b>26 788 000,00р.</b> | <b>39 068 000,00р.</b> |
| Налог на прибыль                           | 5 097 000,00р.         | 10 290 000,00р.        | 14 325 000,00р.        |
| <b>Чистая прибыль</b>                      | <b>5 591 000,00р.</b>  | <b>16 498 000,00р.</b> | <b>24 743 000,00р.</b> |

## 7.3. Денежные потоки

План движения денежных потоков представлен в табл. 9.

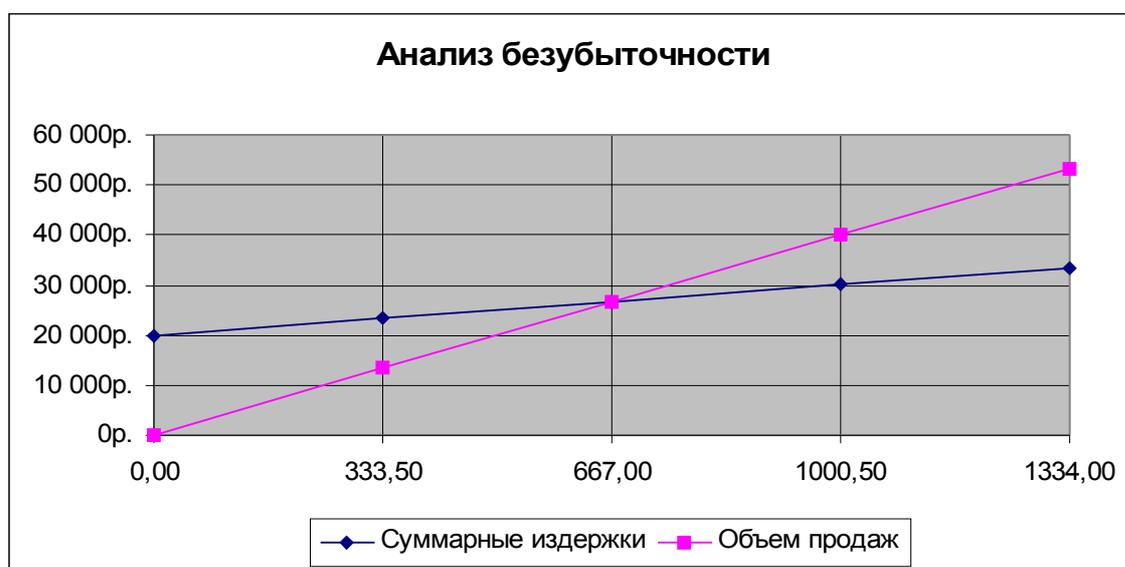
**Таблица 9. План движения денежных потоков**

| <b>План прибылей и убытков</b>         |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | <b>2007</b>           | <b>2008</b>           | <b>2009</b>           |
| Чистая выручка от реализации продукции | 2 750 000,00р.        | 5 500 000,00р.        | 9 250 000,00р.        |
| Себестоимость реализованной продукции  | 210,00р.              | 335,00р.              | 465,00р.              |
| <b>Валовая прибыль</b>                 | <b>2 749 790,00р.</b> | <b>5 499 665,00р.</b> | <b>9 249 535,00р.</b> |
| Общие расходы                          | 1 250 000,00р.        | 1 427 000,00р.        | 1 670 000,00р.        |
| Амортизация                            | 20 000,00р.           | 30 000,00р.           | 40 000,00р.           |

|  |                            |                              |                              |
|--|----------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Общие операционные расходы                 | 1 270 000,00р.             | 1 457 000,00р.               | 1 710 000,00р.               |
| <i>Операционная прибыль</i>                | <i>1 479 790,00р.</i>      | <i>4 042 665,00р.</i>        | <i>7 539 535,00р.</i>        |
| Расходы на уплату процентов                | 180 000,00р.               | 232 500,00р.                 | 277 500,00р.                 |
| Другие неоперационные расходы              | 20 000,00р.                | 40 000,00р.                  | 20 000,00р.                  |
| Общие неоперационные расходы               | 200 000,00р.               | 272 500,00р.                 | 297 500,00р.                 |
| <i>Прибыль до уплаты налога на прибыль</i> | <i>1 279 790,00р.</i>      | <i>3 770 165,00р.</i>        | <i>7 242 035,00р.</i>        |
| Налог на прибыль                           | 824 937,00р.               | 1 649 899,50р.               | 2 774 860,50р.               |
| <b><i>Чистая прибыль</i></b>               | <b><i>454 853,00р.</i></b> | <b><i>2 120 265,50р.</i></b> | <b><i>4 467 174,50р.</i></b> |

## 7.4. Анализ безубыточности

Результаты анализа, включая ежемесячный объем производства сладкого снега (в упаковках среднего размера) обеспечивающие безубыточность, приведены в табл. 10.



**Таблица 10. Анализ безубыточности**

| Анализ безубыточности           |             |
|---------------------------------|-------------|
| Безубыточный объем продаж, шт.  | 667         |
| Безубыточный объем продаж, руб. | 26 667р.    |
| <b>Предположения:</b>           |             |
| Отпускная цена                  | 40,00р.     |
| Переменные затраты              | 10,00р.     |
| Фиксированные затраты           | 20 000,00р. |

## 7.5. Финансовые показатели

Финансовые показатели перечислены в табл. 11

**Таблица 1.11. Основные показатели**

| Название | Как считать | Результат |
|----------|-------------|-----------|
|----------|-------------|-----------|

|   |  |            |
|---|--|------------|
| Рентабельность собственного капитала                  | Чистая прибыль/Общий капитал акционеров  | 148,91%    |
| Рентабельность продаж                                 | Чистая прибыль/Чистая выручка от реализации продукции                            | 48,29%     |
| Рентабельность активов                                | Рентабельность продаж X Оборачиваемость активов ИЛИ Чистая прибыль/Общие активы  | 108,40%    |
| Валовая маржа   | Валовая прибыль/Чистая выручка от реализации продукции                           | 99,99%     |
| Оборачиваемость товарно-материальных запасов          | Себестоимость реализованной продукции/Товарно-материальные запасы на конец года  | 0,00       |
| Средний период инкассирования                         | (Дебиторская задолженность/Чистая выручка от реализации продукции)*365           | 23,68      |
| Оборачиваемость кредиторской задолженности            | (Кредиторская задолженность/Себестоимость реализованной продукции)*365           | 745 698,92 |
| Оборачиваемость основных активов                      | Чистая выручка от реализации продукции/Чистая недвижимость и оборудование        | 16,82      |
| Отношение задолженности к активам                     | Суммарные обязательства/Общие активы   | 36,40%     |
| Коэффициент текущей ликвидности                       | Общие текущие активы/Общие текущие обязательства                                 | 1,30       |
| Коэффициент мгновенной ликвидности ("кислотный тест") | (Общие текущие активы - Товарно-материальные запасы)/Общие текущие обязательства | 0,92       |

Бизнес-план взят с: <https://business-plan.iiba.ru>