



Целью данной работы является просчет затрат на открытие нового торгового центра в одном из районов Москвы, а также получение средств частных инвесторов и банковского кредита для финансирования проекта.

Краткое содержание бизнес плана:

- Резюме проекта
  - Суть проекта
  - Потенциал рынка
  - Концепция продукта
  - Стратегия продаж и организация продвижения
  - Организация проекта
  - Основные финансовые показатели проекта
- Производственный план
  - Описание наличия и требуемых производственных мощностей. Необходимое оборудование и его смета
  - Необходимое профессиональное оборудование
  - Критерии выбора поставщика
  - Ассортимент продукции
- Организационный план
  - Сведения о партнерах, трудовые ресурсы фирмы
  - Принципы оплаты труда персонала торгового центра
  - График работы персонала торгового центра
  - Процесс и критерии подбора персонала торгового центра
- Финансовый план
  - Инвестиционный план
  - План доходов и расходов
  - Отчет о прибылях и убытках
  - Отчет о движении денежных средств
  - Сводный баланс активов и пассивов фирмы
  - Выплаты на погашение займов (и выплаты на обслуживание займов)
  - Финансовый анализ
  - Инвестиционный анализ
  - Анализ точки безубыточности
  - Оценка рисков
- Выводы и рекомендации
  - Прогнозы по проекту
    - Пессимистический прогноз
    - Средний прогноз
    - Оптимистический прогноз
- Выводы
- Рекомендации

Результатом работ является бизнес план, оформленный в соответствии с требованиями заказчика или организации, в которую он подается, подкрепленный финансовой моделью со всеми необходимыми цифрами.

**План доходов и расходов**

Доходы компании будут формироваться в основном за счет продаж теплой зимней одежды. Чтобы диверсифицировать сезонность на рынке компания будет продавать и летнюю одежду – коллекции Лето.

Длительность каждого сезона следующий:

Таблица 14. Распределение продаж по сезонам, мес.

Длительность сезона	К-во мес.
Весенняя одежда	XX шт.
Аксессуары зимние	XX шт.
Демисезонная одежда	XX шт.
Белье	XX шт.
Летняя одежда	XX шт.
Уцененная весенняя одежда	XX шт.
Уцененные зимние аксессуары	XX шт.
Уцененная демисезонная одежда	XX шт.
Уцененная летняя одежда	XX шт.

Распродажа коллекций будет осуществляться после окончания сезона. Ее длительность – 1 месяц. На куртки будут более длительные распродажи – летом с июня по август. Всего 3 месяца. Распродажи продукции будут происходить с 50% скидкой на пуховики, и 30% на коллекции франчайзинговых партнеров.

Данное распределение продаж по сезонам будет обеспечивать следующие объемы продаж:

Таблица 15. Нормы продаж, ед., 2014 г.

Нормы продаж	К-во, ед./мес.	К-во, ед/сезон (в среднем)
Весенняя одежда	XX шт.	XX шт.
Аксессуары зимние	XX шт.	XX шт.
Демисезонная одежда	XX шт.	XX шт.
Белье	XX шт.	XX шт.
Летняя одежда	XX шт.	XX шт.

Выше представленные нормы продаж будут распределяться между розничными магазинами, Интернет-магазином компании. Пуховики будут также сбываться по каналу выполнения корпоративных заказов.

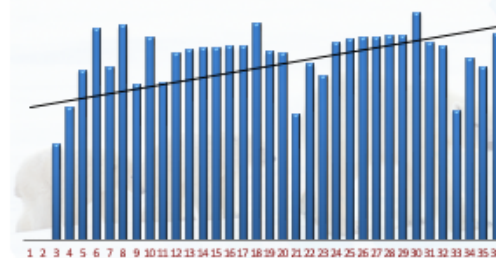
Таблица 16. Распределение продаж по каналам, %, 2014 г.

Дать продаж по каналам	% др. одежда	% кутин
Магазины	XX%	XX%
Интернет-магазины	XX%	XX%

Выполнение норм продаж обеспечит компании средний доход в XXX млн. руб. в мес. Суммарная выручка за три года, исходя из финансовых расчетов, составит XXX млн. руб.

Продажи уравновешиваются в течении года за счет удачно подобранного ассортимента продукции. Наиболее высокие продажи обеспечивают пуховики, в весенний период продажи поддерживаются демисезонным ассортиментом, в лето с помощью активных распродаж пуховиков и выходом в сезон коллекций одежды «Лето».

Диаграмма 4. Выручка от продаж, руб., 2014-17 гг.



Снижение доходов будет происходить в летние месяцы, что связано с сезонностью данного бизнеса.

Расходы проекта составляют в среднем XXX руб. При этом в основном расходы держатся на уровне XX - XXX млн. руб., когда не нужно оплачивать себестоимость продукции фабрикам.

