

PRO  
CONSULTING®  
MARKET ANALYSIS. FINANCIAL CONSULTING



# БІЗНЕС-ПЛАН

Создание цветочного салона

Данный документ был подготовлен специалистами компании Pro-Consulting и является конфиденциальным. Получатель данного документа обязуется соблюдать его конфиденциальность, которая распространяется на сотрудников Получателя, а также аффилированных лиц, кроме тех, которые заинтересованы в рассмотрении предложения изложенного в данном документе. Документ может быть раскрыт по требованию органов власти, в соответствии с действующим законодательством. Не является конфиденциальной та информация, которая уже публично доступна и является общеизвестной.

Данный документ был подготовлен компанией Pro-Consulting в апреле 2019 года, основываясь на доступной и предоставленной Заказчиком на данную дату информацией. Информация, на которой базируется данный документ, происходит из источников, которые, по мнению Pro-Consulting, можно считать надежными и адекватными.

В текущем бизнес-плане описан и проведен расчет концептуальных моментов и экономических показателей **при организации и ведении выбранного** вида бизнеса. При дальнейшей организации и реализации проекта соответствие и выход предприятия на прогнозируемые расчетные показатели, точно также как и конечная стоимость проекта, будут зависеть от сложившейся экономической ситуации в стране, выбранных контрагентов, в числе которых поставщики необходимого оборудования и материалов, подрядные компании, а также от выбранных методов построения взаимоотношений с клиентами, политики сотрудничества с поставщиками ресурсов, эффективного менеджмента и проводимой маркетинговой политики. Поэтому, при рассмотрении документа, необходимо принимать во внимание, что расчетные данные являются прогнозными и могут отличаться от достигнутых предприятием результатов. Ни компания Pro-Consulting, ни ее сотрудники, ни собственники не несут ответственности за эффективность реализации и внедрения проекта.

#### О финансовом консультанте

Компания **Pro-Consulting** – ведущий игрок на украинском рынке консалтинговых услуг. Мы - лидеры в проведении маркетинговых исследований, анализе товарных и финансовых рынков, подготовке бизнес-планов и других инвестиционных документов.

Мы работаем для Вас с 2004 года и за этот период подготовили более 700 аналитических обзоров и маркетинговых исследований по различным рыночным направлениям, разработали свыше 300 различных инвестиционных проектов по открытию бизнеса и развитию существующего, привлечению целевого финансирования, оценке стоимости компании. Более детальная информация по опыту подготовленных нами проектов находится у нас на сайте <http://pro-consulting.ua> в разделе реализованные проекты

С 2005 года компания **Pro-Consulting** – полномочный и постоянный член Украинской Ассоциации маркетинга; с 2010 года – член Ассоциации Консалтинговых фирм. По итогам 2011 года компанию признано победителем первого конкурса на получение Международной премии им. Габриеля Аль-Салем «За выдающиеся достижения в консалтинге». **Мы стали первой украинской компанией, которая получила статус «Консультант года».**

Среди наших клиентов – международные компании, лидеры рынков по своим направлениям, компании малого и среднего бизнеса, которые активно развиваются, предприниматели и начинающие бизнесмены. С информацией о наших клиентах, а также их рекомендациями Вы можете ознакомиться на сайте компании в разделе Клиенты.

По всем вопросам, касающимся данного документа, пожалуйста, обращайтесь:

ООО «Компания «Про-Консалтинг»  
www.pro-consulting.ua  
Украина, 03680, г. Киев,  
ул. Предславинская, 11, 5 этаж  
Тел./факс: +38(044) 591-52-53;  
+38(044) 591- 52- 63

Pro-Consulting, LLC  
www.pro-consulting.ua  
11 Predslavynska Str., 5 floor  
Kyiv - 03680, Ukraine  
Tel: +38(044) 591-52-53;  
+38(044) 591- 52- 63

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА .....</b>	<b>5</b>
<b>3. ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВОГО РЫНКА .....</b>	<b>6</b>
3.1. ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦВЕТОЧНОГО РЫНКА .....	6
3.2. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ЦВЕТОВ .....	9
3.3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОЕКТУ .....	12
3.4. ТРЕНДЫ ФЛОРИСТИКИ В 2019-2020 ГГ.....	16
<b>4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН .....</b>	<b>20</b>
4.1. МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ ПРОЕКТА. СХЕМА ПЛОЩАДИ.....	20
4.2. ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ И ПРОДУКЦИИ ПО ПРОЕКТУ .....	21
4.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦИИ.....	22
4.4. НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ПО ПРОЕКТУ .....	23
<b>5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.....</b>	<b>26</b>
5.1. ГРАФИК ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА .....	26
5.2. НЕОБХОДИМЫЙ ПЕРСОНАЛ И КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ПО ПРОЕКТУ .....	26
<b>6. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН .....</b>	<b>29</b>
<b>7. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН .....</b>	<b>30</b>
7.1. ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА. ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ .....	30
<b>8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА .....</b>	<b>32</b>
8.1. ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	32
8.2. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ РАСЧЕТОВ И ИХ АРГУМЕНТАЦИЯ.....	33
8.3. ПРОГНОЗ ПРОДАЖ ПО ПРОЕКТУ .....	34
8.4. ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ ПО ПРОЕКТУ .....	36
8.5. ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ .....	37
<b>9. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА.....</b>	<b>41</b>
9.1. АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРОЕКТА .....	41
9.2. ПОКАЗАТЕЛИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА: NPV, IRR, PI, DPP.....	43
<b>10. АНАЛИЗ РИСКОВ.....</b>	<b>47</b>
10.1. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РИСКОВ ПРОЕКТА .....	47
10.2. СТРАТЕГИЯ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ .....	49
10.3. SWOT-АНАЛИЗ .....	50
<b>11. ВЫВОДЫ .....</b>	<b>51</b>

## 1. Резюме проекта

<b>Концепция проекта</b>	Организация салона по продаже цветов, комнатных растений и элементов декора	
<b>График реализации проекта</b>	<b>Проектный период</b> Начало продаж по Проекту	<b>3 года</b> С 2-го проектного месяца
<b>Бюджет проекта</b>	<b>Стоимость проекта</b>	<b>\$...</b>
	В том числе:	
	<i>Собственные средства</i>	\$...
	<i>Инвестиционные средства</i>	\$...
<b>Прибыльность проекта</b>	Коэффициент автономии	...%
	Валовой доход	\$ ...
	<b>Капитализированная чистая прибыль</b>	<b>\$...</b>
<b>Инвестиционная привлекательность проекта</b>	Совокупный денежный поток	\$...
	Ставка дисконта	...%
	Дисконтированный период окупаемости (DPP), лет	...
	<b>Чистая текущая стоимость Проекта (NPV)</b>	<b>\$...</b>
	<b>Внутренняя ставка дохода (IRR)</b>	<b>...%</b>
	Индекс прибыльности вложений (PI)	...

## 2. Описание проекта

**Целью реализации проекта** является открытие цветочного салона в Киеве.

Основным товаром салона цветов являются цветы различных видов, а также комнатные растения и сопутствующие им товары (горшки для цветов, декор). Кроме того, данным бизнес планом заложена услуга доставки цветов, что также станет конкурентным преимуществом планируемого заведения.

Целью создания салона цветов является получение прибыли благодаря быстрому росту объемов продаж, высокому качеству обслуживания и низким производственным затратам.

Залогом успеха проекта является свежесть товара и уровень популярности приобретения цветов среди киевлян, а также правильный маркетинг, коллективизм сотрудников, высокое качество обслуживания и конкурентоспособные цены. Темпы развития розничной продажи цветов только доказывают, что сегодня открытие салона цветов – бизнес перспективный, способный принести владельцу значительный доход. Однако следует учитывать, что рынок характеризуется эластичностью, поэтому успешность этого бизнеса во многом зависит от платежеспособности украинских граждан.

Концепция проекта – салон цветов для людей любого уровня доходов (благодаря широте ассортимента), с удобным месторасположением, высококачественным товаром и приемлемыми ценами.

**Основными задачами проекта** являются:

- удовлетворение существующего потребительского спроса на услуги салона цветов среднего ценового сегмента;

- ...;
- ...;
- ...;
- ...;
- ...

Таким образом, **реализация проекта позволит:**

- получить прибыль от реализации проекта;
- ...;
- ....

## 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВОГО РЫНКА

### 3.1. Общие тенденции цветочного рынка

На нашей планете растет более 270 тыс. видов различных цветов.

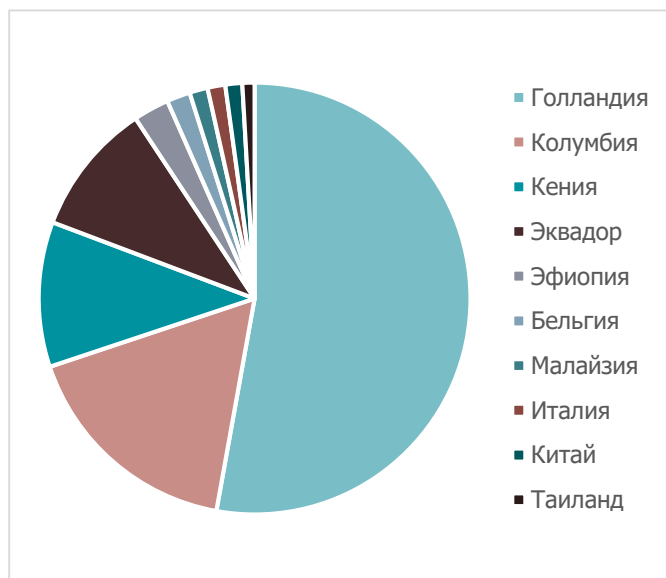
Объем мирового экспорта цветочных букетов на конец 2018 года составил \$..., что демонстрирует прирост относительно 2017 года на уровне ...%. В свою очередь, сравнительно с 2014 годом, этот показатель уменьшился на ...%.

Среди стран, которые лидируют в экспорте цветов, выделяются Нидерланды (доля в мировом экспорте – ...%), Колумбию (...%), Эквадор (...%) и Кению (...%). Объемы экспорта цветов в денежном эквиваленте среди 15 лидирующих стран представлены ниже.

**Таблица 1. Рейтинг топ 15 экспортеров цветов за 2018 г.**

	Страна	Объем экспорта цветов, млн. \$	Доля в мировом экспорте, %
1	Голландия	...	...%
2	Колумбия	...	...%
3	Кения	...	...%
4	Эквадор	...	...%
5	Эфиопия	...	...%
6	Бельгия	...	...%
7	Малайзия	...	...%
8	Италия	...	...%
9	Китай	...	...%
10	Таиланд	...	...%

**Рисунок 1. Доля стран в мировом экспорте цветов за 2018 г.**



*Систематизировано аналитиками Pro Consulting на основе сайта [www.trademap.org](http://www.trademap.org)*

Несмотря на то, что в Украине имеется несколько крупных производителей цветочной продукции, все же большинство цветов привозят из зарубежья.

Стоит отметить, что импорт цветочной продукции имеет специализацию по странам. Например, в Голландии украинские цветочники закупают орхидеи и хризантемы, розы привозят с Эквадора, а Турция поставляет в основном гвоздики.

В последнее время, возрос спрос на кенийскую розу – экземпляр, который ценят отечественные флористы.

Рисунок 2. Кенийская роза

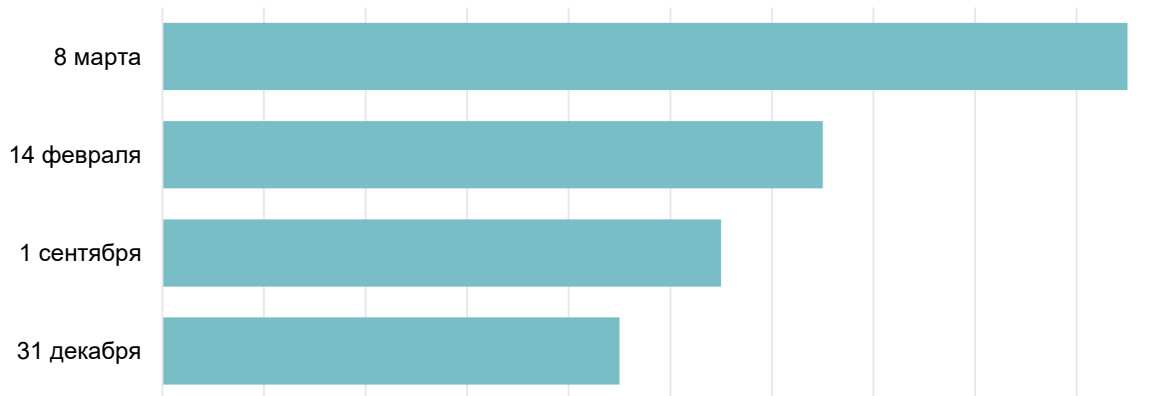


Если говорить об экспортных мощностях Украины, то можно отметить, что доля страны в общемировом объеме экспорта цветов на конец 2018 года составляет ...% или \$... в денежном выражении.

Украинский цветочный бизнес постепенно восстанавливается после экономического кризиса последних лет. Реальные доходы населения растут, а значит, у людей появляется возможность подарить своим близким, друзьям, коллегам атмосферу праздника.

На рынке цветочной продукции ярко выражена сезонность продаж. Нигде в мире нет таких больших сезонных всплесков продаж, как в Украине и других странах СНГ, что связано с традициями — покупать цветы преимущественно к праздникам. А значит, 8 Марта, в День святого Валентина, 1 сентября и 31 декабря — дни пикового спроса — продавцы стараются заработать как можно больше.

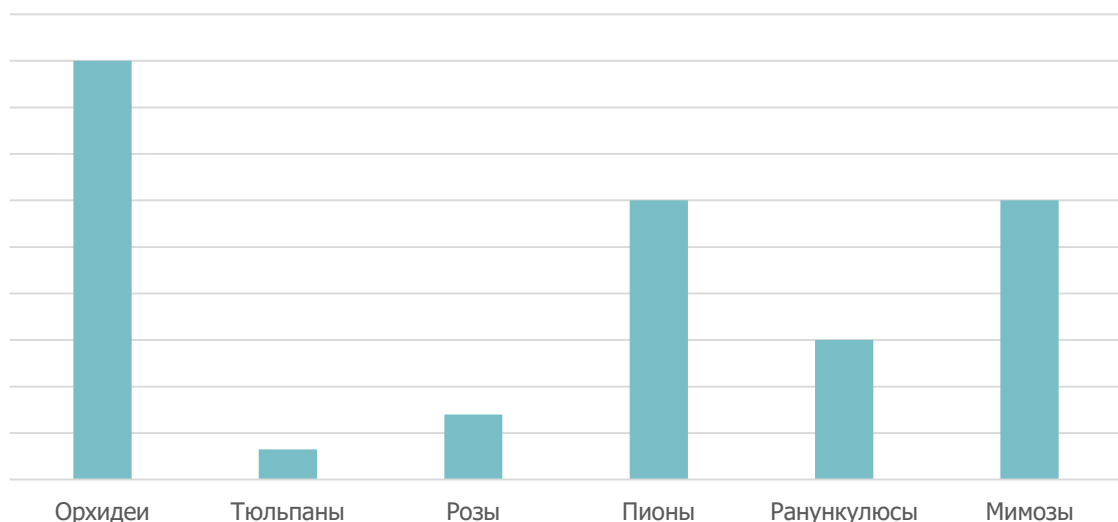
**Рисунок 3. Доля розничной реализации цветов по праздникам в структуре годовых продаж**



*Оценка Pro Consulting*

На праздники приходится около ...% годовых продаж. Не удивительно, что накануне праздников цена на цветочную продукцию возрастает на ...%. Так как День Святого Валентина и 8 марта припадают на зимний-начало весеннего периода (сюда можно включить еще и Новый Год), то начинать бизнес стоит именно в зимние месяцы, что позволит его беспрепятственно запустить предпринимателю.

**Рисунок 4. Себестоимость цветов в Украине в 2018 г., грн**

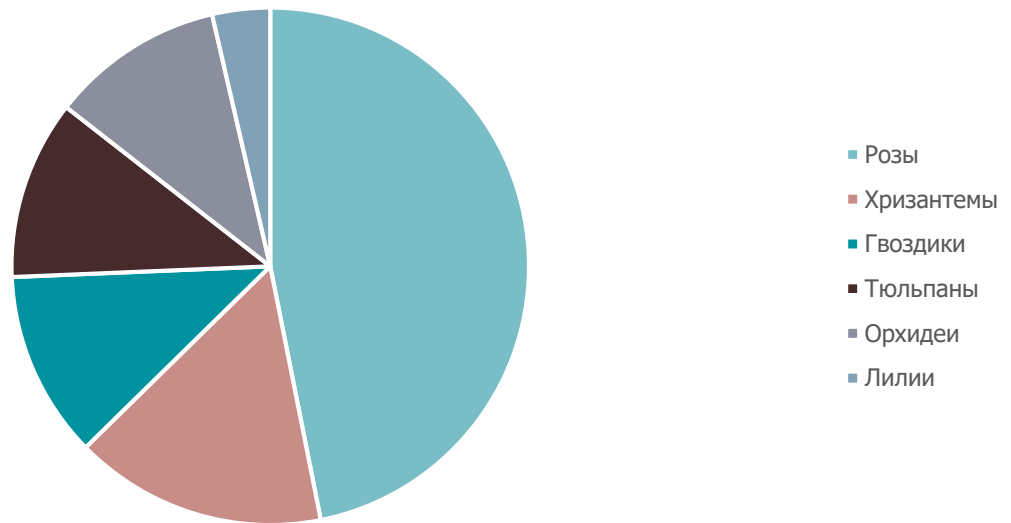


*Оценка Pro Consulting*

Если говорить о себестоимости цветов, то их цена высока для цветов в горшках (орхидеи) и дешевая для срезанных цветов – тюльпан и роз. Несмотря на это, пионы и мимозы, которые также являются срезанными цветами имеют очень высокую себестоимость.



Рисунок 5. Товарная структура рынка цветов в Украине



Оценка Pro Consulting

Наибольшей популярностью пользуются розы – им отдают предпочтение около ...% покупателей. Значительно меньшая часть потребителей останавливают свой выбор на хризантемах – всего ...%. «Любителей» гвоздик, тюльпанов, орхидей приблизительно одинаковое количество – ...%, ...%, ...% соответственно. А вот лилии покупают очень мало клиентов – всего лишь ...%.

Отличительной чертой цветочного рынка является установление огромных наценок – в среднем по рынку она составляет около ...%. А на праздники цена увеличивается еще на ...%. А вот качество предоставляемых услуг желает знать лучшего. На большинстве торговых точек отсутствует микроклимат, необходимый для длительного содержания растений, отсутствует также и холодильное оборудование. По этой причине, ассортимент магазинов неполный, бытует низкая представленность экзотических культур, а предпочтения заинтересованных в необычной и новой продукции покупателей не удовлетворяются.

### 3.2. Конкуренция на рынке цветов

На украинском рынке производителей цветов в настоящее время сосуществуют крупные и мелкие предприятия, а также частные цветоводы. При этом зоны влияния на поставки делятся территориально: в регионах цветочными культурами обеспечивают население частные цветоводы, а в городах - крупные и мелкие предприятия.

Если говорить о цветочном ритейле, он делится в соответствии со следующими основными форматами:

- небольшие торговые павильоны в переходах, киоски у метро (низкий ценовой сегмент);
- цветочные магазины средней ценовой категории (в местах с высокой проходимостью, торговых центрах);
- цветочные салоны и бутики премиального сегмента (вблизи офисов, в торговых центрах, в центральной части города);
- интернет-магазины (как правило, у них есть своя офлайновая точка, которая работает либо просто как «база производства», либо как самостоятельный салон и при этом производит букеты для клиентов онлайн).

**Рисунок 6. Распределение продажи цветов в 2018 году**



*Оценка Pro Consulting*

Касательно распределения точек продаж цветов, то здесь ситуация остается неизменной: большинство цветов приобретают в ларьках и киосках – ...% продаж. Магазины среднего ценового сегмента посещают не более ...% клиентов. Доля цветочных салонов с каждым годом возрастает и в 2018 году составила ...%. А вот цветочные интернет-магазины не получили особого отклика у потребителей – всего ...% клиентов выбирают интернет-магазины для приобретения цветов.

Доминантами цветочных продаж остаются базары, ларьки и киоски. На них приходится около ...% всех продаж цветочной продукции. Они побеждают благодаря гибкой ценовой политике и широкому ассортименту, который как минимум не беднее ассортимента цветочных магазинов.

Рисунок 7. Продажа цветов в цветочном киоске



В специализированных цветочных магазинах, на которые приходится около ...% продаж, покупателю предложат широкий ассортимент цветов по ценам заметно выше базарных (на ...%). Однако стоимость может во многом зависеть от используемых материалов и сложности выполнения композиции. Наиболее известными цветочными магазинами являются: «Камелия», «...», «...», «...».

Рисунок 8. Продажа цветов в цветочном магазине



Цветочные бутики (сеть «...», «...», «...» «...» и др.) предлагают в основном более дорогие срезанные цветы традиционных видов и гарантированного качества, дизайнерские

букеты, доставку цветов курьером, изящные предметы декора, которые можно приложить к букету. Такие магазины обычно размещаются рядом с шикарными бутиками и дорогими ресторанами. Клиенты, учитывая здешние цены на цветы, уже могут позволить себе быть капризными и требовательными. Оформление и качество цветов обязательно должно быть от модных флористов. Элит-сегмент – удел богатых людей или корпоративных закупок (например, к юбилею), и здесь чаще всего оперируют ветками орхидей, экзотическими цветами (белоцветник, стрелица и т. д.), дизайнерскими и красочно упакованными букетами.

Существуют также цветочные салоны, которые занимаются продажей только определенных цветов, продажей больших букетов или исключительно оформлением мероприятий и т.д («...» – свадебная флористика и аксессуары, «...» – искусственные цветы и деревья хорошего качества). В Украине такие магазины занимают всего ...% цветочного рынка.

**Рисунок 9. Продажа цветов в цветочном салоне**



Интернет-торговля пока находится в положении «стажера» (ее доля продаж составляет всего 1%) хотя и развивается быстрыми темпами. Уже сейчас насчитывается великое множество официальных компаний интернет-доставки цветов, специализированных сайтов и частных любителей. Самые известные – ..., «...», ..., «...».

### **3.3. Нормативно-правовое регулирование деятельности по проекту**

Не нужно иметь лицензию для того, чтобы начать цветочный бизнес. Посему, взяв в аренду не слишком большое помещение для салона цветов и сделав заказ цветов на оптовой базе или у цветоводческой компании, можно начать торговать хоть на следующий день.

В то же время, для того, чтобы начать любую правомерную деятельность, предприятию необходимо решить ряд организационных вопросов: зарегистрироваться, получить необходимые свидетельства, разрешения и т. п.

Прежде всего, следует отметить, что в соответствии с пунктом 5 Порядка осуществления торговой деятельности и правил торгового обслуживания населения, утвержденных постановлением Кабинета Министров Украины от 15.06.2006 г. № 833 (далее - Порядок № 833), для того чтобы заниматься торговлей, субъект хозяйствования должен осуществить государственную регистрацию как субъекта предпринимательской деятельности.

Процедура регистрации ФЛП определена Законом № 755. Наряду с госрегистраторами предоставлять указанные административные услуги с 01.01.2016 г. могут также органы местного самоуправления, местные госадминистрации и нотариусы. Органы местного самоуправления получают полномочия по госрегистрации, если соответствующий местный совет примет такое решение.

Порядок регистрации ФЛП:

- Государственная регистрация ФЛП.
- Регистрация в пенсионном фонде.
- Государственная налоговая инспекция (выбор системы налогообложения и регистрация книги).
- Изготовление печати.
- Открытие счета в банке.

Для регистрации гражданин может обратиться к субъекту госрегистрации (госрегистратору, в орган местного самоуправления, местную госадминистрацию) или к нотариусу лично либо через уполномоченное им лицо, а может направить необходимые документы по почте с описью вложения или по электронной почте с описанием, содержащим сведения об отправленных документах в электронной форме.

Для регистрации в электронном виде нужно зайти на Регистрационный портал ([www.dp.irc.gov.ua](http://www.dp.irc.gov.ua)) и следовать приведенным там инструкциям.

При подаче документов лично заявитель предъявляет документ, удостоверяющий личность. Если их подает его представитель, дополнительно подается экземпляр оригинала (нотариально удостоверенная копия) документа, подтверждающего его полномочия (доверенность). В случае же направления документов по почте необходимо нотариально удостоверить подпись физического лица на регистрационной карточке.

Необходимые документы для открытия ФЛП:

- паспорт
- код ИНН.

Документы, которые вы получите физ. лицо после регистрации ФЛП:

- Выписка из ЕГР о регистрации ФЛП.
- Описи документов с кодом для доступа в ЕГР.
- Выписка о взятии на учет плательщиком ЕН.
- Книга регистрации доходов.
- Печать предпринимателя.
- Адрес ведения деятельности
- КВЕД.

Технический администратор Единого госреестра в день проведения регистрационного действия передает в информационные системы госорганов (органов статистики, налоговой службы и ПФУ) сведения о регистрации нового предпринимателя (ст. 13 Закона № 755). Одновременно в фискальные органы передаются копии заявления об избрании упрощенной системы налогообложения. На этом процедура регистрации ФЛП заканчивается.

Стоимость регистрации ФЛП зависит от того, кем она осуществляется (самостоятельно или с помощью услуг юриста).

### **Разрешение органа пожарной безопасности**

До открытия объекта торговли его владелец должен получить разрешение органов государственного пожарного надзора.

В соответствии с постановлением КМУ от 5 июня 2013 № 440 декларации соответствия материально-технической базы пожарной безопасности оформляются субъектами хозяйствования – предпринимателями, деятельность которых связана с эксплуатацией и использованием объектов недвижимости (зданий, сооружений, помещений или их частей)

Согласно статье 57 Кодекса гражданской защиты Украины, производственные, жилые, другие здания и сооружения, оборудование, транспортные средства, которые вводятся в действие или эксплуатацию после завершения строительства, реконструкции или технического переоборудования, а также технологические процессы и продукция должны соответствовать требованиям нормативно-правовых актов по пожарной безопасности.

Для получения разрешения требуются такие документы:

- Заявление по форме согласно приложению 1 к Порядку № 150;
- выписка из ЕГР или Справка с ЕГРПОУ
- материалы оценки (экспертизы) противопожарного состояния предприятия, объекта или помещения;

- копия договора об аренды помещения;
- копия договора страхования гражданской ответственности перед третьими лицами относительно возмещений последствий возможного вреда.

### **Разрешение Госпродпотребслужбы**

Санитарно-эпидемиологическое заключение – документ установленного образца, удостоверяющий соответствие объекта государственной санитарно-эпидемиологической экспертизы медицинским требованиям безопасности для здоровья и жизни человека. Данный документ утверждается Госпродпотребслужбой и является обязательным для выполнения владельцем объекта экспертизы.

Чтобы получить разрешение Госпродпотребслужбы, нужно предоставить следующие документы:

- Полные реквизиты фирмы
- Образцы продукции
- Регистрационные документы компании
- Контракты
- Оформленные сертификаты качества, гигиены и безопасности
- Заявление, заполненное по установленному образцу
- Детальное описание товара
- Доверенность

Санитарно-эпидемиологическая экспертиза включает следующие этапы:

- Представление необходимой заявки для проведения экспертизы
- Уточнение объемов экспертизы
- Подпись необходимых документов на оплату
- Непосредственно экспертиза
- Санитарные и лабораторные испытания и исследования
- Выдача заключений с занесением информации в реестр Госпродпотребслужбы

Завершает проверку выдача соответствующего сертификата, в котором указаны основные итоги проведенных проверок. Согласно действующему законодательству разрешение Госпродпотребслужбы выдается на период от 1 до 5 лет.

Также для открытия салона цветов потребуется получить гигиеническое заключение Госпродпотребслужбы.

Для этого ФЛП необходимо подать следующие документы в Госпродпотребслужбу:

- копия выписки из ЕГРПОУ;
- копия справки управления статистики;

- копия свидетельства плательщика НДС или единого налога;
- документ о праве собственности на используемое помещение или договор аренды;
- сведения о работниках (копии медицинских книжек, данные о занимаемые должности и т.п.);
- копия плана помещения, которое находится в техпаспорте, с указанием и обозначением места расположения оборудования;
- паспорт на вентиляционную систему.

### 3.4. Тренды флористики в 2019-2020 гг.

Популярность тех или иных цветов обуславливается временем года. Если летом и осенью цветы привлекают покупателей ..., то зимой в тренде ..., а весной – ....

В последнее время (а эта тенденция продолжится и в последующие 2 года) покупатели дают предпочтение ...

**Рисунок 10. Цветы в коробочках**



Вторым трендом по популярности станут ...



Такие букеты цветов могут быть большими, состоящими из крупных и мелких цветков, либо маленькими, где флорист выбирает один большой, либо средний цветок, задающий оттенок букета, дополняя его цветочками небольшого размера.

**Рисунок 11. Монобукеты**



Еще одной фишкой флористов, которая будет популярной в 2019-2020 гг., является ...

Рисунок 12. Ягодно-цветочный букет



Говоря о флористическом бизнесе, необходимо отметить, что его клиентура ожидает высокого эстетизма не только в оформлении букетов, но также в дизайне торговой точки.

Будет популярным и сфера флористического ландшафтного дизайна. Некоторые украинские компании предоставляют такие услуги зарубежным клиентам. Выгодность такого сервиса заключается в том, что созданный ландшафтный дизайн нуждается в постоянном уходе. Многие клиенты предпочитают перекладывать эту заботу на плечи разработчиков.

Потенциал для наращивания производственных мощностей цветов в Украине не ограничен. По информации Союза украинских цветоводов, на одного украинца в среднем приходится ... в год. Что касается горшечных растений, то самым перспективным считается ..., к нему вплотную приближаются .... В то же время, на мировом рынке потребление данной группы товаров стабильно высокое, к тому же, люди интересуются новейшими флористическими продуктами.

Многие ведущие аналитики предрекают положительную динамику роста цветочному рынку в целом. При этом рынок Украины оценивается как очень далекий от насыщения, а потому цветочный рынок страны продолжит демонстрировать ежегодный прирост ...%.

Прогнозируется, что цены на цветы будут снижаться благодаря новейшим технологиям (широко распространены в Голландии) и увеличению спроса на цветы. По информации участников рынка, сезонность может быть постепенно сглажена в последствии изменения предпочтений потребителей, которые будут покупать цветы не только по случаю праздников, но



и в качестве знака внимания или украшения дома, как это произошло в Соединенных Штатах Америки или Европе.

## 4. Производственный план

### 4.1. Месторасположение проекта. Схема площади

Для салона цветов имеет большое значение его месторасположение.

Очень часто приобретение цветов – сиюминутное желание, навеянное благоприятным настроением. А часто случается, что правильно расположенный цветочный салон своим буйством многообразия красок склоняет к покупке проходящего мимо человеку даже при условии, что он этого не планировал.

Концепция проекта предусматривает открытие салона цветов, который будет работать под собственной торговой маркой по продаже цветов и комнатных растений в одном из крупных городов Украины (предположительно – Киев). Стоит заметить, что выбор именно крупного города для старта своей деятельности – необходимое условие дальнейшего развития бизнеса такого формата.

Для работы салона необходимо арендовать помещение, например, большой киоск общей площадью до ... м<sup>2</sup>, который будет находиться в месте с большой проходимостью людей. Проект допускает выбор помещения с меньшей квадратурой, однако, для отражения наибольшей достоверности финансовой части, данный бизнес план построен на допущении, что арендуемая площадка будет составлять ... м<sup>2</sup>, стоимостью \$... за ... м<sup>2</sup>. В таком помещении будет возможно выделить пространство для холодильной камеры, где будет храниться цветочная продукция.

Размещение салона цветов в оживленном месте позволит повысить посещаемость и будет способствовать созданию и быстрому расширению клиентской базы. Размещение вблизи новых жилых комплексов, жители которого – платежеспособный слой населения с достаточным уровнем доходов, обеспечит постоянный спрос с их стороны. В то же время размещение салона в центральных частях города, вблизи большого сосредоточения торгово-офисных центров, обеспечит постоянный спрос со стороны работников офисов, магазинов и прочих организаций.

Цветочные магазины – настоящие островки зелени экзотических пестрых красок, незабываемых ароматов. Сама по себе реализуемая продукция уже является естественным украшением для такой торговой площадки, потому затраты на оформление рабочего места могут быть минимальны. Бизнес план предполагает ремонт, исходя из \$... за 1 м<sup>2</sup>.

Для оформления магазина цветов целесообразно разработать уникальную концепцию, оформление торгового зала, которое будет воплощено во время ремонта и, в дальнейшем, способствовать узнаваемости магазина среди людей. Основой функционирования любого магазина цветов является привлекательный торговый зал, оборудованный удобными и красивыми торговыми стеллажами, полками, вазами для хранения цветов.

## 4.2. Описание производственных мощностей и продукции по Проекту

Приступив к продаже цветов, есть необходимость узнать досконально все: сколько цветов требуется закупить, цветы каких видов будут иметь наибольший спрос, какие сорта и виды наиболее удачно сочетаются в букетах и т.д. Цветы очень быстро портятся, увядая, поэтому от того, как точны расчеты, во многом зависит, успешен ли будет бизнес.

Формирование прибыли при реализации цветов почти любых видов имеет следующий вид:

Рисунок 13. Формирование прибыли при продаже 1 цветка



Оценка Pro Consulting

При этом наценка продавца розничной торговли колеблется в пределах ...% сложившейся стоимости всех участников формирования цены. Данный бизнес план построен из расчета наценки - ...%.

В рамках реализации проекта целесообразно наладить оптовую закупку цветов непосредственно у национальных производителей цветочной продукции: это позволит избежать удорожания товара из-за доставки и таможни. На украинском рынке существует несколько крупных компаний, которые задействованы в производстве цветов, наибольшими среди которых являются ..., ..., .... Одним из главных факторов успешной деятельности магазина цветов будет правильно подобранный ассортимент товара, который будет соответствовать потребностям целевых клиентов. Среди украинских потребителей наибольшим спросом пользуются розы разных сортов и оттенков, они должны составлять около ...% всего ассортимента магазина

цветов. Также в ассортимент следует включить комнатные растения и сопутствующие товары (украшения для букетов, ленты и т.д.).

### 4.3. Характеристика продукции

Согласно проекту, планируется реализовать следующие виды продукции:

- Срезанные цветы;
- Комнатные растения в горшках;
- Готовые большие букеты;
- Декор.

Таблица 2. Ассортимент продукции по проекту

Наименование	Ко-во, шт.	Цена закупки, \$ шт.	Стоимость закупки, \$	Цена реализации
<b>Срезанные цветы</b>				
Роза свежая 50 см	...	...	...	\$...
Роза свежая, 70 см	...	...	...	\$...
Роза свежая 80 см	...	...	...	\$...
Роза-спрей Odilia	...	...	...	\$...
Хризантема	...	...	...	\$...
Гвоздика	...	...	...	\$...
Гербера	...	...	...	\$...
Альстромерия	...	...	...	\$...
Ириски	...	...	...	\$...
Тюльпан	...	...	...	\$...
<b>Всего</b>	...		\$...	
<b>Средняя</b>		\$...		\$...
<b>Комнатные растения в горшках</b>				
Драцена	...	\$...	\$...	\$...
Рододендрон	...	\$...	\$...	\$...
Фигус	...	\$...	\$...	\$...
Фиалка	...	\$...	\$...	\$...
Орхидея	...	\$...	\$...	\$...
Бегония	...	\$...	\$...	\$...
<b>Всего</b>	...			
<b>Средняя</b>		\$...		\$...
<b>Готовые большие букеты</b>				
Букет из 11 роз в красной гамме	...		\$7	\$17
Букет из 5 роз в розовой гамме	...		\$3	\$8

Букет из 9 роз в белой гамме	...		\$...	\$...
Букет из 9 роз-спрей и 12 альстромерий	...		\$...	\$...
Букет из 15 гербер и ирисок 20	...		\$...	\$...
Букет из 9 тюльпанов в разных цветовых гаммах	...		\$...	\$...
<b>Всего</b>	...			
<b>Средняя</b>				\$...
<b>Декор</b>				
Кашпо плетеное	...	\$...	\$...	\$...
Кашпо для орхидей	...	\$...	\$...	\$...
Дизайнерские открытки	...	\$...	\$...	\$...
Фоторамки 10*15	...	\$...	\$...	\$...
Вазон	...	\$...	\$...	\$...
Ваза керамическая	...	\$...	\$...	\$...
<b>Всего</b>	...			
<b>Средняя</b>		\$...		\$...
<b>Единицы продукции (шт. - цветы, растения в горшках, букеты)</b>	...			\$...
<b>Стоимость закупки первой партии товара</b>			\$...	

#### 4.4. Необходимое оборудование по проекту

Для торгового помещения цветочного салона первоначально необходимо предусмотреть торговые стеллажи различной формы с брендированием, нанесенным в соответствии с торговой маркой, а также цветочные холодильные камеры. Кроме того, потребуется закупить специальную технику и инструменты, без которых работа флориста невозможна.

Ниже приведен полный перечень необходимого оборудования, приведенный к табличному виду.

Таблица 3. Перечень необходимого оборудования по проекту

№ п/п	Статьи и затраты	Количество	Цена	Всего
1	Витрина с дверью по одной стороне	1	\$...	\$...
2	Кондиционер	1	\$...	\$...
3	Обогреватель	1	\$...	\$...
5	Флористическая стойка, либо стол витрина	2	\$...	\$...

6	Стол для работы флориста	1	\$...	\$...
7	Стул	3	\$...	\$...
8	Кашпо	5	\$...	\$...
9	Пластиковые вазы для цветов, диаметр x высота x объем (л)	25		\$...
	16 x 30 x 2	3	\$...	\$...
	18 x 32 x 3	3	\$...	\$...
	20 x 35 x 3,5	3	\$...	\$...
	22 x 39 x 5	3	\$...	\$...
	23 x 40 x 6	3	\$...	\$...
	25 x 44 x 8	5	\$...	\$...
	28 x 47 x 10	5	\$...	\$...
10	Полки для горшков с цветами /стеллажи	4	\$...	\$...
11	Инструментарий (Ножницы для бумаги, степлеры, острый нож, нож для бумаги, опрыскиватель, лейка с узким носиком, оборудование для срезания шипов, секаторы, прочее	1	\$...	\$...
<b>ИТОГО:</b>				<b>\$...</b>

Известно, что в нынешнее время технологий, цветочная компания, которая уважает себя, ценит свое время и деньги, вложенные в товар, не сможет обойтись без камеры хранения. При наличии холодильной камеры, становится возможным максимальное продление жизни цветов, сохранение их товарного вида, а также уменьшение процента испорченного товара в целом, а потому закупка такого сложного оборудования представляется необходимой.

Общие затраты могут быть снижены за счёт приобретения бывших в употреблении, но сохранивших хорошие эксплуатационные характеристики предметов мебели и холодильной установки. Однако, для успешного функционирования салона цветов, рекомендуется закупать новое высококачественное оборудование. Такое оборудование будет иметь конкурентное преимущество перед устаревшими аналогами, а также дольше прослужит благодаря параметрам исходной надежности.

Помимо оборудования, стоит позаботиться об упаковке, аксессуарах, фурнитуре для букетов (в простых форматах можно обойтись без последнего). Для начала можно не увлекаться цветовой гаммой упаковки и приобрести несколько универсальных оттенков и фактур: сетку, фетр, рогожу, сизаль, ленту — на усмотрение, но прозрачный целлофан (№1) будет нужен всегда, так как это самый востребованный вид упаковки. Для составления букетов также понадобятся проволока для гербер, тейп-лента, скотч, клеевой пистолет и некоторые инструменты — секатор, ножницы, флористические ножи, кусачки.

Ориентировочный набор расходных материалов по проекту представлен в следующей таблице.





## 5. Организационный план

### 5.1. График финансирование проекта

Финансирование проекта будет осуществляться в течении 2 месяцев. Более подробно – в таблице

Таблица 5. График финансирования проекта

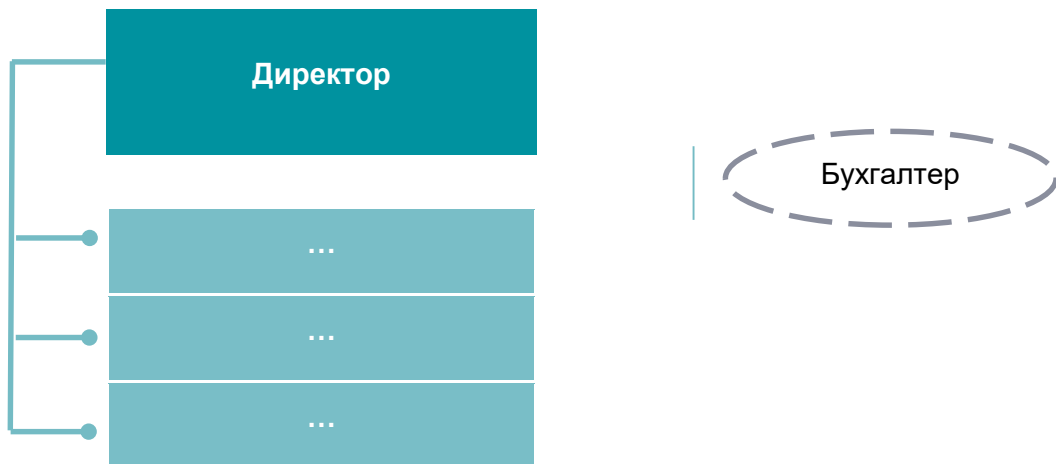
Статьи затрат	График финансирования		Всего
	1 мес.	2 мес.	
Аренда и коммунальные платежи	\$...	\$...	\$...
Ремонт	\$...	\$...	\$...
Оборудование салона цветов	\$...	\$...	\$...
Регистрация предприятия и разрешительная документация	\$...	\$...	\$...
Рекламное оформление салона цветов	\$...	\$...	\$...
Закупка расходных материалов	\$...	\$...	\$...
Закупка первой партии товара	\$...	\$...	\$...
Пополнение оборотных средств	\$...	\$...	\$...
<b>Стоимость проекта</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>

### 5.2. Необходимый персонал и кадровая политика по проекту

Общее количество персонала, которое понадобится для реализации проекта, составит 4 человека. Указанное число сотрудников будет находиться в салоне цветов в качестве ... (... чел.), ... (... чел., частичная занятость) и ... (... чел.).

Органиграмма проекта графически демонстрирует связи сотрудников и организацию работы агентства по подбору домашнего персонала на следующем рисунке.

Рисунок 14. Организграмма проекта



Штатное расписание сотрудников выглядит следующим образом:

Таблица 6. Штатное расписание по проекту

№ п/п	Должность	Количество штатных сотрудников	Месячный оклад на 1 человека	Фонд оплаты труда	Общие расходы по оплате труда
1	...	...	\$...	\$...	\$...
2	...	...	\$...	\$...	\$...
3	...	...	\$...	\$...	\$...
<b>Итого:</b>		...		\$...	\$...

Владелец магазина (директор) кроме общей функции организации, управления и контроля будет выполнять совместно с флористом работу по формированию цветочного ассортимента, подписывать соглашения о доставке цветов от производителей продукции, принимать заказы от клиентов на доставку цветов, формировать ценовую политику магазина.

Основные должностные обязанности флористов-продавцов будут включать в себя оформление витрины, уход за цветами, осуществление продаж, консультационные услуги. Такие специалисты также отвечают за формирование композиций из цветов, подбор цветовой гаммы букетов, принимают участие в формировании цветочного ассортимента магазина. Флористы работают полный рабочий день и имеют гибкий график работы в рамках времени, когда работает салон цветов.

Для доставки цветов клиентам, а также транспортировки цветов от производителей в салон, будет работать курьер.



Бухгалтер будет осуществлять работу по организации и ведению бухгалтерского и налогового учета, составление финансовой отчетности. Ежедневное присутствие бухгалтера не будет необходимым, а потому имеет смысл выбрать человека, который будет работать по совместительству (частичная занятость).

## 6. Маркетинговый план

Для привлечения целевого покупателя, нужно следить, в первую очередь, за свежестью цветов и их расположением в зале. Ведь по данным исследований большинство покупателей принимают решение, основываясь на внешнем виде товара.

Не лишним будет постоянное расширение ассортимента услуг и товаров. Цветы улучшают настроение, украшая интерьер. Имеет смысл предлагать потенциальным клиентам что-либо дополнительно из данной области: вазы, искусственные цветы, кашпо, комнатные растения, панно из засушенных цветов, подсвечники, цветочные горшки и т.д. Можно принимать заявки на цветы предназначенного размера, сорта, цвета на предстоящий праздник.

Интересным решением будет также создание на заказ композиций из цветов на стены, гирлянд, цветочных заколок на галстук, свадебных букетов, а также цветочных корзин из живых цветов и сухоцветов.

К каждому покупателю необходимо находить индивидуальный подход: возможно, некоторым клиентам будет удобнее заказывать цветы по телефону с доставкой на дом.

Не стоит недооценивать важность продвижения цветочного магазина, в особенности на начальном этапе. Если вы открываете салон премиум-класса, то продвигать его нужно такими средствами и в тех медиа, которые нацелены на платежеспособную аудиторию — теле- и радиореклама, реклама в глянцевых изданиях, крупных бизнес-центрах и других местах. Если же вы открываете интернет-магазин, то здесь основным будет продвижение сайта в поисковых системах и социальных сетях (SEO и SMM)».

Что касается нейминга и брендинга, то выходить на рынок с названием «Цветы» — не самый лучший вариант. Интересный яркий бренд дает массу преимуществ, он защищает от многих рисков, связанных, к примеру, с вынужденным переездом, сменой вывески или персонала. Бренд также работает на доверие, на формирование которого может уйти не один год. Поэтому многие компании выбирают возможность выступать под брендом крупной известной компании (франчайзинг).

## 7. Инвестиционный план

### 7.1. Общая стоимость проекта. Источники финансирования

Инвестиционный раздел бизнес-плана отображает инвестиционные затраты по проекту (долгосрочные капиталовложения), направленные на приобретение материальных и нематериальных активов, а также покрытие текущих расходов.

Общая стоимость проекта составляет \$... Финансирование проекта на сумму за счет ... средств.

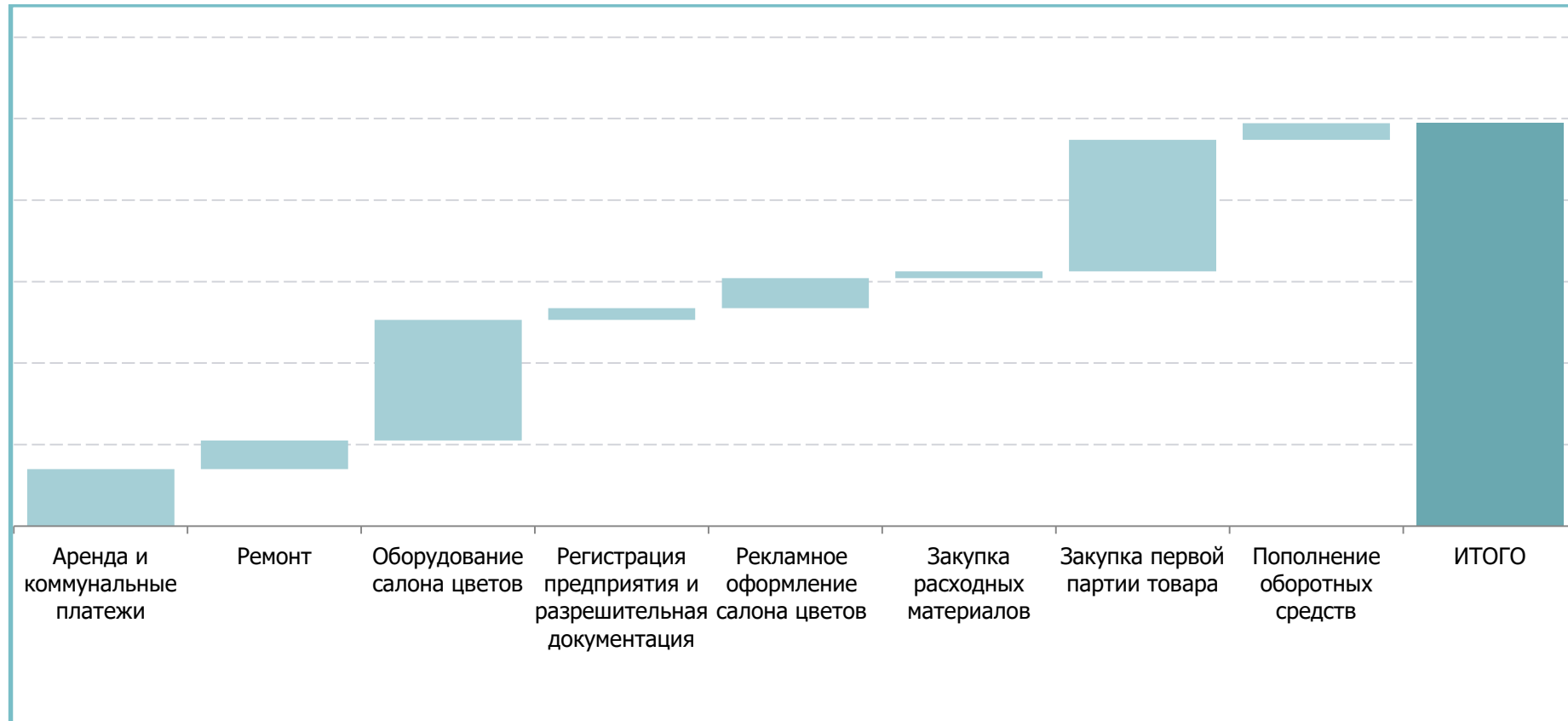
Необходимые для реализации проекта средства будут направлены на финансирование инвестиционных затрат, которые перечислены в таблице ниже.

**Таблица 7. Инвестиционные затраты проекта**

Статьи затрат	Собственные средства	Всего
Аренда и коммунальные платежи	\$...	\$...
Ремонт	\$...	\$...
Оборудование салона цветов	\$...	\$...
Регистрация предприятия и разрешительная документация	\$...	\$...
Рекламное оформление салона цветов	\$...	\$...
Закупка расходных материалов	\$...	\$...
Закупка первой партии товара	\$...	\$...
Пополнение оборотных средств	\$...	\$...
<b>Стоимость проекта</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>



Таблица 8. Вложения по проекту



## 8. Финансовый план проекта

### 8.1. Основные параметры деятельности

Для организации расчетов по проекту, были приняты следующие параметры бизнеса, которые можно разделить на такие группы:

- общие параметры;
- параметры работы предприятия;
- налогообложение.

Общие параметры используются для описания основных допущений в процессе расчетов, которые влияют на финансовую часть проекта.

Таблица 9. Общие параметры по проекту

№ п/п	Параметр	Допущения
<b>1.</b>	<b>Общие параметры</b>	
1.1	Валютный курс (USD / UAH )	...
1.2	Валютный курс (EUR / UAH)	...
1.3	Расчетная процентная ставка по кредиту, % годовых	...%
1.4	Расчетная процентная ставка по депозиту, % годовых	...%
1.5	Ставка дисконтирования, % годовых	...%

Параметры работы салона, касающиеся основных предположений, относительно основных характеристик производственного процесса: размера торговой наценки, среднего чека, размера определенных затрат, отображены в следующей таблице.

Таблица 10. Параметры работы салона цветов

<b>2.</b>	<b>Параметры работы</b>	
2.1	Коэффициент розничной наценки, %	...%
2.2	% использования расходных материалов, мес.	...%
2.3	Площадь салона цветов, м <sup>2</sup>	...
2.4	Стоимость аренды + коммунальных платежей	\$...
2.5	Стоимость необходимых ремонтных работ	\$...
2.6	Административно хозяйственные расходы, мес.	\$...
2.7	Средний размер чека	\$...
2.8	Цена 1 свежей розы, высота 50 см	\$...
2.9	Цена 1 свежей розы, высота 70 см	\$...
2.10	Цена 1 свежей розы, высота 80 см	\$...
2.11	Цена 1 ветки розы-спрей	\$...
2.13	Цена 1 ветки хризантемы	\$...
2.14	Гвоздика	\$...
2.15	Гербера	\$...
2.16	Альстромерия	\$...
2.17	Ириски	\$...
2.18	Тюльпан	\$...



2.	Параметры работы	
2.19	Средняя цена 1 готового букета из цветов, грн.	\$...
2.20	Средняя цена комнатных растений	\$...
2.21	Средняя цена элемента декора	\$...
2.22	Процент от продаж флористу	...%
2.23	Цена услуг курьера	\$...

Параметры налогообложения проекта приняты в соответствии с действующим украинским законодательством (на дату подготовки проекта) относительно налогообложения деятельности предприятий на территории Украины. Для целей проекта была выбрана упрощенная система налогообложения для физических лиц предпринимателей, в соответствии со статьей 291 Налогового кодекса Украины.

Таблица 11. Параметры налогообложения по проекту

№ п/п	Параметр	
3.	Налогообложение по проекту	
3.1	ФЛП, 2 группа, \$/мес.	\$...
	<i>Единый налог</i>	\$...
	<i>ЕСВ с ФЛП</i>	\$...

## 8.2. Исходные данные для расчетов и их аргументация

Исходные данные для расчетов условно делятся на следующие группы:

### 1) Предпосылки для формирования плана продаж

План продаж был сформирован исходя из имеющейся рыночной конъюнктуры, а также предположение относительно количества посетителей, которые приобретут товар после посещения салона. Средний размер чека был определен на основе выбранного ценового сегмента в котором планируется открытие салона цветов и на основе расчетной величины средней цены за единицу продукции (готовый букет, цветок, ветка, растение в горшке).

Кроме того, при расчетах показателя продаж был учтен фактор сезонности данного вида бизнеса, поскольку, как известно, наибольший объем продаж цветов отмечается в феврале, в марте, в сентябре и декабре.

### Продукция цветочного салона

В месяц планируется реализация такого ассортимента продукции:

- Срезанные цветы – ... шт.;
- Комнатные растения в горшках – ... шт.;
- Готовые большие букеты – ... шт.;
- Декор – ... шт.

## 2) Предпосылки для формирования расходов проекта

Стоимость закупки товара определялась исходя из размера торговой наценки в размере ...% на товар, который реализуется.

Размер аренды помещения был рассчитан исходя из необходимой площади магазина, составляет ... кв.м. и стоимости аренды 1 м2 в местах с большой пешеходной проходимость, составляет \$ ....


Зарботная плата персонала рассчитывалась исходя из плановой численности работников салона цветов и их среднемесячного оклада.

## 8.3. Прогноз продаж по проекту

Общий объем продаж по проекту за 3 года составляет \$...

Таблица 12. План продаж по проекту

Реализация	1 год	2 год	3 год	ВСЕГО
	Итого	Итого	Итого	
Коэффициент сезонности	...%	...%	...%	...%
Коэффициент испорченного товара	...%	...%	...%	...%
Роза свежая 50 см	\$...	\$...	\$...	\$...
Роза свежая, 70 см	\$...	\$...	\$...	\$...
Роза свежая 80 см	\$...	\$...	\$...	\$...
Роза-спрей Odilia	\$...	\$...	\$...	\$...
Хризантема	\$...	\$...	\$...	\$...
Гвоздика	\$...	\$...	\$...	\$...
Гербера	\$...	\$...	\$...	\$...
Альстромерия	\$...	\$...	\$...	\$...
Ириски	\$...	\$...	\$...	\$...
Тюльпан	\$...	\$...	\$...	\$...
Всего реализация срезанных цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
Всего реализация букетов цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
Всего реализация растений в горшках	\$...	\$...	\$...	\$...
Всего реализация элементов декора	\$...	\$...	\$...	\$...



Услуга доставки цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>ВСЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>

## 8.4. Формирование прибыли по проекту

За весь прогнозируемый период показатели доходов и затрат позволяют сформировать объем накопленной чистой прибыли в размере \$...

Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках

Месяц Проекта	1 год	2 год	3 год	ИТОГО
	Всего	Всего	Всего	
Sales (Валовий доход)	\$...	\$...	\$...	\$218 178
Единый налог	\$...	\$...	\$...	\$2 148
Чистый валовой доход	\$...	\$...	\$...	\$216 030
Себестоимость деятельности	\$...	\$...	\$...	\$191 632
Приобретение товара	\$...	\$...	\$...	\$90 907
Пополнение расходных материалов для цветов	\$...	\$...	\$...	\$1 474
Аренда помещения и коммунальные <b>платежи</b>	\$...	\$...	\$...	\$23 800
Заработная плата персонала	\$...	\$...	\$...	\$63 638
Единый социальный взнос	\$...	\$...	\$...	\$11 813
Gross Profit (Валовий прибуток/збиток)	\$...	\$...	\$...	\$24 397
Административно-хозяйственные расходы	\$...	\$...	\$...	\$1 750
EBITDA	\$...	\$...	\$...	\$22 647
EBIT	\$...	\$...	\$...	\$22 647
Финансовые доходы	\$...	\$...	\$...	\$0
Финансовые затраты	\$...	\$...	\$...	\$0
<b>Net Profit / Loss (Чистая прибыль/убыток)</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$22 647</b>

## 8.5. Отчет о движении денежных средств

В процессе реализации данного проекта ожидается увеличение денежных потоков.

### Поступления

Поступления по проекту состоят из следующих статей:

- 1) Поступления собственных средств;
- 2) Поступления от реализации продукции.

Начало поступлений **инвестиционных** средств по проекту планируется на протяжении 11 месяцев 1-го года.

Начало поступлений от реализации продукции по проекту планируется с 2-го месяца. За 3 года реализации проекта поступления от продаж составят \$..., а ежегодные поступления от продаж будут расти в зависимости от реализации продукции салона цветов, и составят от \$... (11 месяцев работы) в первый год и \$... в 3-ий год.

### Платежи:

Платежами по данному инвестиционному проекту будут:

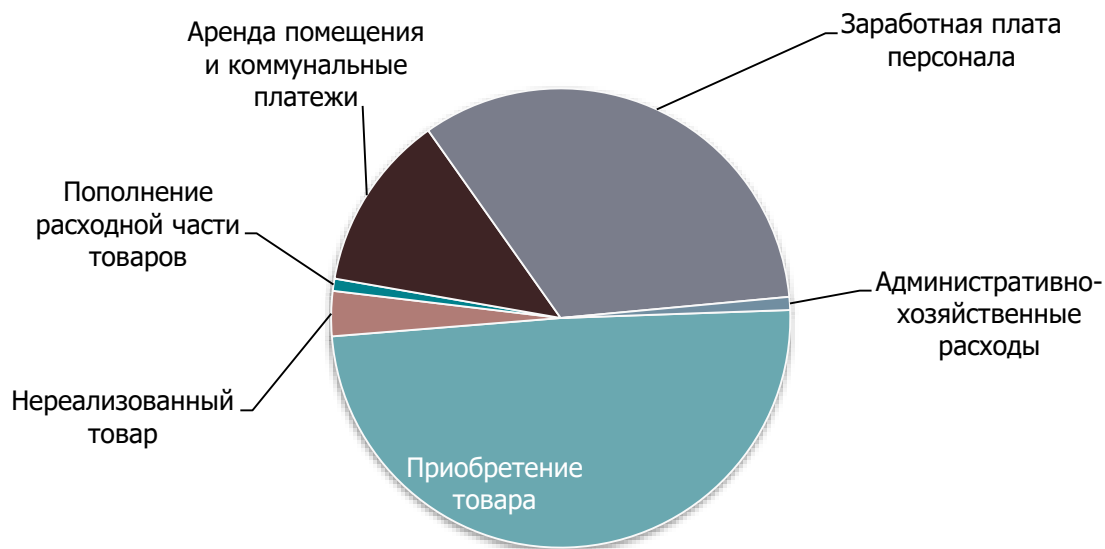
- 1) первоначальные инвестиционные затраты;
- 2) операционные расходы;
- 3) налоговые отчисления в бюджет.

Сумма общих операционных расходов по проекту за 3 года его функционирования составит \$....

**Таблица 14. Операционные расходы по проекту**

Расходы по проекту	Всего за 3 года	Удельный вес в общих расходах	Удельный вес в чистом валовом доходе
Приобретение товара	\$...	...%	...%
Нереализованный товар	\$...	...%	...%
Пополнение расходной части товаров	\$...	...%	...%
Аренда помещения и коммунальные платежи	\$...	...%	...%
Заработная плата персонала	\$...	...%	...%
Административно-хозяйственные расходы	\$...	...%	...%
<b>Всего операционных расходов</b>	<b>\$...</b>	<b>100%</b>	<b>...%</b>

Рисунок 15. Структура операционных расходов по проекту



Платежи в бюджет включают:

- Единый налог, величина которого за 3 года реализации проекта составит \$...
- Единый социальный взнос на фонд оплаты труда сотрудников и единый социальный взнос ФЛП за 3 года реализации проекта составит \$...

Таблица 15. Отчет о движении денежных средств по проекту

Месяц проекта	Всего	Всего	Всего	ИТОГО
	1 год	2 год	3 год	
<b>ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>				
<b>ПОСТУПЛЕНИЯ</b>				
Реализация товара	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>ВЫПЛАТЫ</b>				
<b>Операционные расходы</b>				
Приобретение товара	\$...	\$...	\$...	\$...
Нереализованный товар	\$...	\$...	\$...	\$...
Пополнение расходных материалов для цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
Аренда помещения и коммунальные платежи	\$...	\$...	\$...	\$...
Зарботная плата персонала	\$...	\$...	\$...	\$...
Административно-хозяйственные расходы	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>Налоговые платежи</b>				
Единый социальный взнос	\$...	\$...	\$...	\$...
Единый налог	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>				
<b>ПОСТУПЛЕНИЯ</b>				
Выручка от реализации активов	\$...	\$...	\$...	
<b>ВЫПЛАТЫ</b>				
<b>Сарех</b>				
Аренда и коммунальные платежи	\$...	\$...	\$...	\$...
Ремонт	\$...	\$...	\$...	\$...
Оборудование салона цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
Регистрация предприятия и разрешительная документация	\$...	\$...	\$...	\$...
Рекламное оформление салона цветов	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>				
<b>ПОСТУПЛЕНИЯ</b>				
	\$...	\$...	\$...	\$...

Собственные средства	\$...	\$...	\$...	\$...
Заемные средства	\$...	\$...	\$...	\$...
<b>ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА:</b>				
На начало периода				
<b>Денежный поток</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>	<b>\$...</b>
На конец периода	\$...	\$...	\$...	\$...



## 9. Анализ эффективности проекта

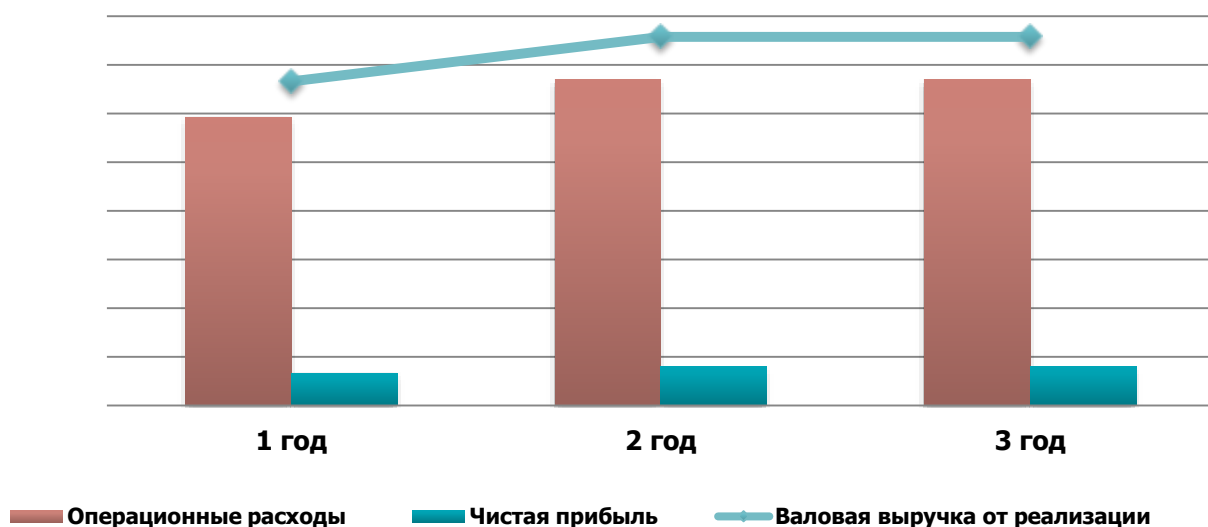
### 9.1. Анализ прибыльности проекта

В соответствии с прогнозными расчетами, формирование прибыли по проекту в целом представлено в таблице, а также графически.

Таблица 16. Формирование прибыли по проекту

Показатель	1 год	2 год	3 год
Валовая выручка от реализации	\$...	\$...	\$...
Операционные расходы	\$...	\$...	\$...
Чистая прибыль	\$...	\$...	\$...

Рисунок 16. Формирование прибыли по проекту



В следующей таблице показано поэтапное формирование рентабельности деятельности салона цветов с учетом различных факторов:

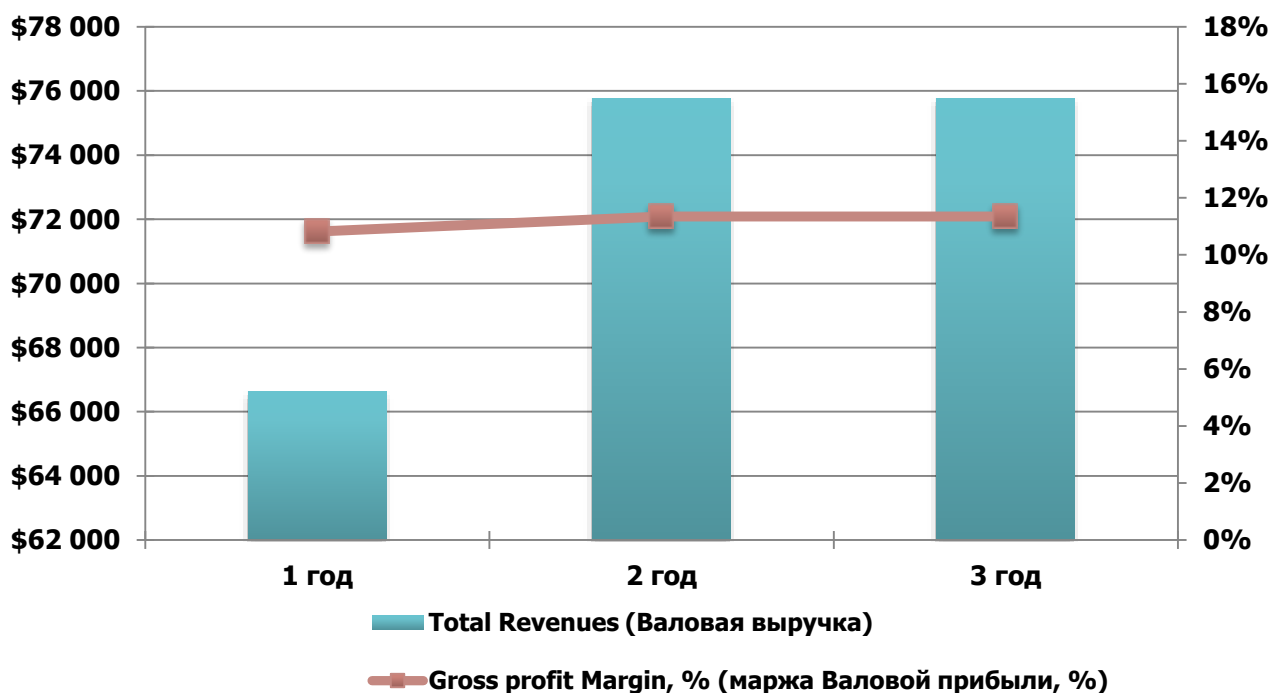
- **Gross profit Margin (%)** - валовая рентабельность – показывает рентабельность деятельности предприятия с учетом себестоимости реализуемой продукции.
- **EBITDA Margin (%)** – показывает рентабельность деятельности предприятия с учетом всех операционных затрат до начисления амортизации и выплаты налогов.

- **Ordinary Income Margin (%)** – показывает рентабельность деятельности предприятия с учетом операционных расходов и амортизационных отчислений до выплаты налогов.
- **Return on sales (%)** – рентабельность продаж – рентабельность деятельности предприятия с учетом всех понесенных затрат.

Таблица 17. Прибыльность проекта

	1 год	2 год	3 год
Total Revenues (Валовая выручка)	\$...	\$...	\$...
Gross Profit (Валовая прибыль)	\$...	\$...	\$...
Gross profit Margin, % (маржа Валовой прибыли, %)	...%	...%	...%
EBITDA (Прибыль до финансовых расходов, амортизации и налогообложения)	\$...	\$...	\$...
EBITDA Margin % (маржа EBITDA, %)	...%	...%	...%
EBIT (Операционная прибыль - прибыль до финансовых расходов и налогообложения)	\$...	\$...	\$...
Ordinary Income Margin (маржа Операционной прибыли, %)	...%	...%	...%
Net Profit / Loss (Чистая прибыль/убыток)	\$...	\$...	\$...
Return on sales, % (Рентабельность продаж, %)	...%	...%	...%

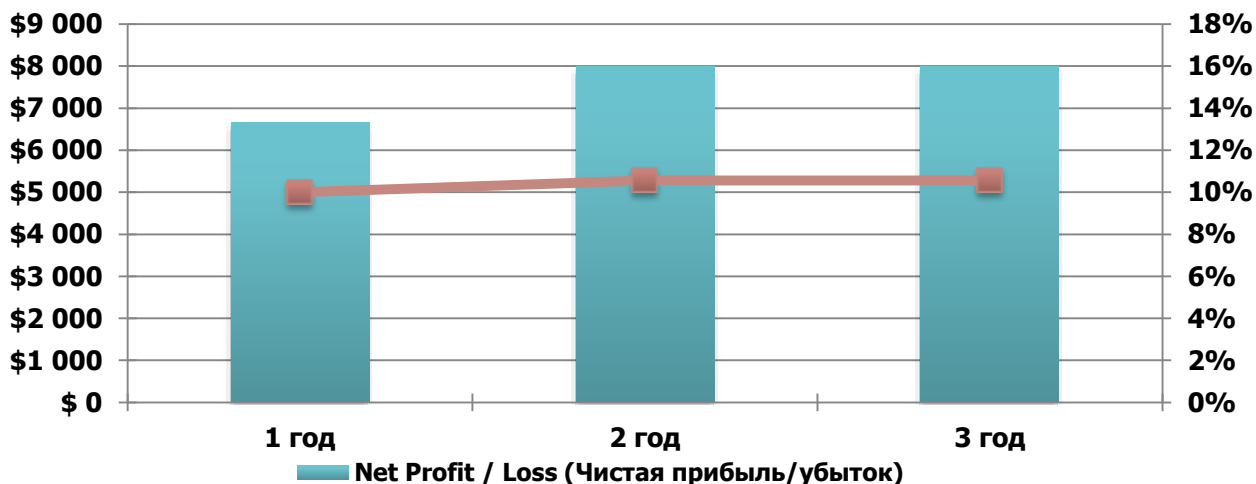
Рисунок 17. Размер валовой выручки и маржи валовой прибыли по проекту



Рентабельность продаж используется для осуществления контроля не только за себестоимостью реализованной продукции, но и за изменениями в политике ценообразования предприятия и характеризует операционную эффективность компании. Величина данного

показателя составляет ...%. Это говорит о том, что каждый доллар дохода принесет предприятию \$... чистой прибыли.

Рисунок 18. Размер чистой прибыли и рентабельности продаж по проекту



## 9.2. Показатели инвестиционной привлекательности проекта: NPV, IRR, PI, DPP

### Расчет ставки дисконтирования

Ставка дисконтирования – это ставка, которую инвестор или кредитор ожидает получить от вложения своих средств в проект. Она отражает стоимость денег с учетом временного фактора и рисков.

В расчетах была использована модель определения нормы дисконта методом средневзвешенной стоимости капитала. Согласно данной модели, ставка дисконта (WACC – Weighted Average Cost of Capital) определяется следующим образом:

$$WACC = k_s * w_s$$

где:

$K_s$  – стоимость привлеченного собственного капитала (в расчете принималась средняя ставка по депозиту в долларах, как альтернатива размещения собственных средств) – ...%

$w_s$  – доля собственного капитала в структуре капитала предприятия – ...%

Таким образом, норма дисконта в период реализации проекта для салона цветов составит – ...%,

$$WACC = 0,05 * 100\%$$

При данном уровне дисконта были получены следующие показатели, характеризующие эффективность реализации проекта:

**Таблица 18. Показатели эффективности**

Показатель	Единицы измерения	Значение
Discount payback period (Дисконтированный период окупаемости) - DPP	месяцев	...
Project period (Проектный период) - PP	месяцев	...
Net Present Value (Чистая текущая стоимость проекта) - NPV	\$	\$...
Internal rate of return (Внутренняя ставка дохода) - IRR	%	...%
Profitability index (Индекс прибыльности вложений) - PI	ед.	...
Return On Sales, Net Profit Margin (Рентабельность продаж) - ROS	%	...%
Return on investment (Рентабельность инвестиций) - ROI	%	...%

Показатели эффективности проекта характеризуются следующим образом:

**Чистая текущая стоимость проекта (NPV)**

Данный показатель, согласно данным таблицы больше «0». Полученная сумма в \$... показателя чистой приведенной стоимости подтверждает прибыльность проекта и свидетельствует о том, что все приведенные к сегодняшней стоимости денежные поступления превышают вложенные в проект денежные средства, что свидетельствует о высокой эффективности осуществляемых инвестиций.

Показатель NPV представляет собой разницу между всеми денежными поступлениями и выплатами, приведенными к текущему моменту времени (моменту оценки инвестиционного проекта). Он показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные поступления окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные выплаты, связанные с осуществлением проекта. Поскольку денежные платежи оцениваются с учетом их стоимости во времени и рисков, NPV можно интерпретировать как стоимость, добавляемую проектом. Ее также можно интерпретировать как общую прибыль инвестора за проектный период от вложения инвестиций в реализацию текущего проекта.

**Внутренняя ставка дохода проекта (IRR)**

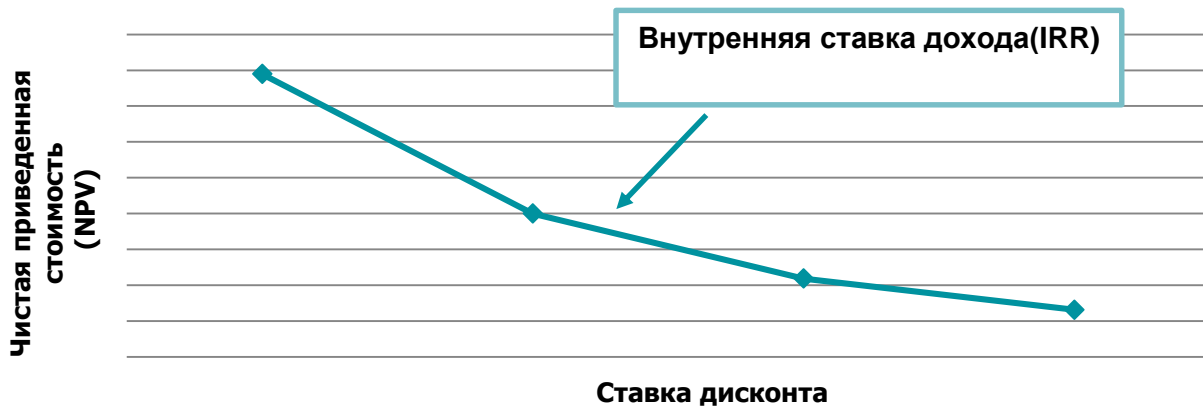
Внутренняя ставка дохода (средний доход на вложенный капитал, обеспечиваемый данным инвестиционным проектом) равна ...%

При данной ставке настоящая стоимость денежных потоков по проекту равна настоящей стоимости затрат по проекту. Внутренняя ставка доходности определяет максимальную стоимость привлекаемого капитала, при которой инвестиционный проект остается выгодным. Другими словами, это средний доход на вложенный капитал, обеспечиваемый данным

инвестиционным проектом, т.е. эффективность вложений капитала в данный проект равна эффективности инвестирования под ...% в какой-либо финансовый инструмент с равномерным доходом.

Следующий рисунок графически отображает внутреннюю ставку дохода данного инвестиционного проекта.

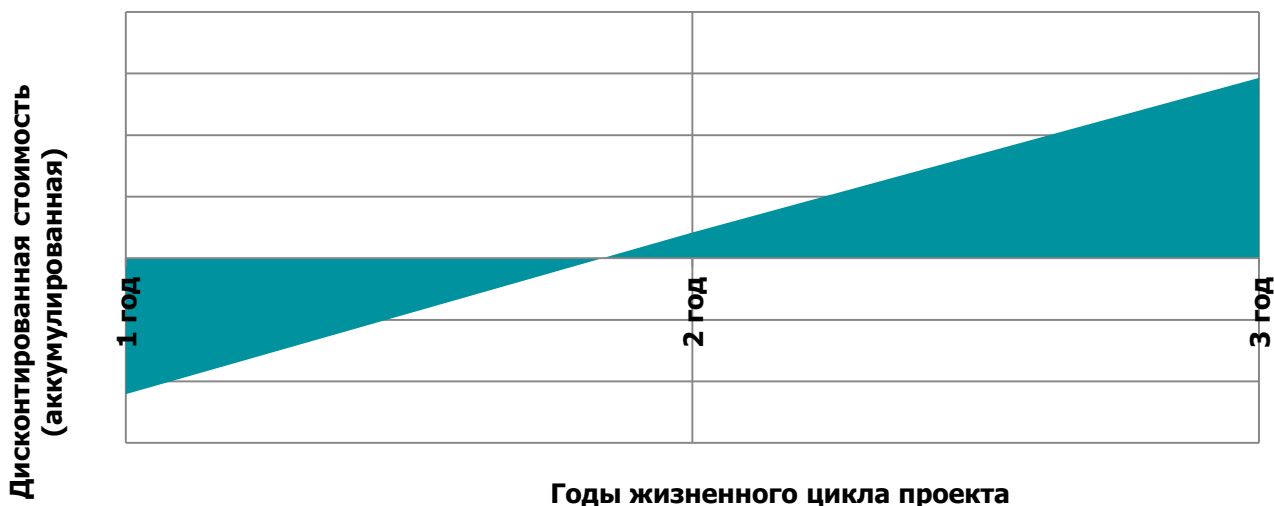
Рисунок 19. Внутренняя ставка дохода



**Дисконтированный период окупаемости проекта**

Дисконтированный период окупаемости проекта составляет 22,1 месяц. Это означает, что за проектный период, инвестиции в проект полностью окупятся с учетом фактора дисконта.

Рисунок 20. Дисконтированный период окупаемости проекта



**Показатели прибыльности вложений**

По данному проекту индекс прибыльности вложений составляет ..., что обозначает следующее: каждая потраченная компанией денежная единица принесет ей в ходе реализации проекта ... единиц денежных поступлений.

Рентабельность инвестиций показывает величину чистой прибыли, полученной вследствие вложения инвестиционных средств в проект и составляет ...%. То есть, при вложении одного доллара компания получает \$... чистой прибыли.

## 10. Анализ рисков

### 10.1. Факторный анализ рисков проекта

Таблица 19. Характеристика компонентов риска

Степень влияния			Вероятность возникновения		
5-ти бальная			10-ти бальная		
5	Очень высокая	80-100% инвестиций	Всегда	Каждый день	10
			Практически неизбежно	Чаще, чем 1 раз в месяц	9
4	Высокая	60-79% инвестиций	Очень часто	Чаще, чем 1 раз в год, и реже, чем 1 раз в месяц	8
			Часто	Чаще, чем 1 раз в 2 года, и реже, чем 1 раз в год	7
3	Средняя	40-59% инвестиций	Возможно	Чаще, чем 1 раз в 3 года, и реже, чем 1 раз в год	6
			Случайность, чаще вызвана человеческим фактором	1 раз в 3 года, и чаще, чем 1 раз в 5 лет	5
2	Низкая	20-39% инвестиций	Время от времени	1 раз в 5 лет, и чаще, чем 1 раз в 7 лет	4
			Очень редко	1 раз в 7 лет, и реже, чем 1 раз в 5 лет	3
1	Очень низкая	0-19% инвестиций	Практически невозможно	Реже, чем 1 раз в 7 лет	2
			Невозможно	Реже, чем 1 раз в 10 лет	1

Таблица 20. Основные виды рисков по проекту

Категория риска	Описание	Вероятность (от 1 до 10)	Степень влияния (от 1 до 5)	Оценка уровня риска
1 Риски упущенной финансовой выгоды	Это риски наступления косвенного (побочного) финансового убытка (неполученная прибыль) в результате неосуществления какого-либо мероприятия (например, недостижения планового объема продаж) или же прекращение деятельности салона цветов	...	...	...
2 Ресурсный риск и риск внедрения	Данный риск связан с возможным изменением цен на закупку цветов как у национальных оптовых продавцов, так и с аукциона в Голландии. Ресурсный риск может также быть связан с ухудшением качества цветов, учитывая то, что цветы являются , как результат, ухудшением качества самой продукции.	...	...	...
3 Транспортный риск	Транспортный риск – это вероятность потери или порчи продукции во время ее транспортировки транспортом: автомобильным, морским, речным, железнодорожным, самолетами и т.д.	...	...	...

Категория риска	Описание	Вероятность (от 1 до 10)	Степень влияния (от 1 до 5)	Оценка уровня риска
4 Финансовые риски	К финансовым рискам относятся: 1. Возникновение неопределенных обстоятельств, которые могут привести к увеличению стоимости проекта; 2. Риск изменения валютных курсов; 3. Изменение платежеспособности клиентов, что может привести к невозможности вовремя и в полном объеме рассчитываться по своим обязательствам; 4. Риски изменения величины эксплуатационных расходов и доходов от продажи продуктов в результате увеличения гривневой инфляции и/или незапланированного роста (падения) валютного курса доллара к гривне; 5. Изменения ставок таможенных пошлин на ввозимую цветочную продукцию	...	...	...
5 Правовые риски	Существующие недостатки украинской правовой системы и украинского законодательства приводят к созданию атмосферы неопределенности в области коммерческой деятельности – возникает правовой вид риска.	...	...	...

Результаты качественной оценки рисков представлены в таблице ниже, где систематизированы все риски, которые были предварительно проанализированы в соответствии с оценкой уровня риска.

Таблица 21. Оценка уровня риска

Степень влияния	Вероятность					
	Очень высокая (5)					
Высокая (4)						
Средняя (3)						
Низкая (2)						
Очень низкая (1)						
	Очень низкая (1-2)	Низкая (3-4)	Средняя (5-6)	Высокая (7-8)	Очень высокая (9-10)	

Как мы видим, наибольшую опасность для проекта представляют риски упущенной выгоды, а затем финансовые риски.



## 10.2. Стратегия снижения рисков

При нестабильности экономической ситуации, для уменьшения рискованности проекта, предприятие может создать фонд коммерческого риска, куда необходимо отчисляться 5 – 10 % чистой прибыли предприятия. Альтернативным методом снижения риска есть сотрудничество со страховыми компаниями.

Для предупреждения рисков могут также быть приняты решения по применению следующих мероприятий в разрезе выделенных групп рисков:

...

Для того, чтобы минимизировать данный риск необходимо:

- ...;
- ...;
- ...;
- ...;
- ...;

### **Финансовый риск**

- ...
- ...
- ...

### 10.3. SWOT-анализ

Таблица 22. SWOT-анализ проекта

Сильные стороны ( <i>Strengths</i> )	Возможности ( <i>Opportunities</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> </ul>
Слабые стороны ( <i>Weaknesses</i> )	Внешние угрозы ( <i>Threats</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> <li>• ...;</li> </ul>

## 11. Выводы

Целью реализации проекта является открытие салона цветов.

Проектный период – **3 года**.

Стоимость проекта – ....

Финансирование проекта будет происходить за счет ... в размере \$... (100% общего объема финансирования).

Проект является прибыльным и эффективным для внедрения, что подтверждают не только показатели прибыльности и рентабельности, но и показатели инвестиционной привлекательности. Так уровень чистой прибыли по проекту составит \$...

Ставка дисконтирования проекта равна ...%, при ней достигаются такие показатели инвестиционной привлекательности:

- Чистая текущая стоимость проекта – \$...
- Внутренняя ставка доходности ...%, является выше ставки дисконтирования и обосновывает прибыльность реализации проекта для собственника.
- Дисконтированный период окупаемости ... года.

Показатели эффективности проекта свидетельствуют о наличии «запаса прочности» проекта, что гарантирует своевременный возврат вложенных средств даже в случае отрицательных отклонений фактических данных реализации проекта от расчетных.