

Бизнес план

Магазин за дамски дрехи

Съдържание:

1. Резюме.....	
2. Мисия на магазина.....	
3. Организация и управление на бизнеса.....	
3.1 Структура на собствеността и правна форма на бизнеса.....	
3.2 Управленския екип на фирмата.....	
4.Маркетингов анализ.....	
4.1 Макроикономически анализ.....	
4.2 Микроикономически анализ.....	
5. SWOT Анализ.....	
6. Анализ на предприемаческата полезност на продукта.....	
7. Цели.....	
8. Маркетингов план.....	
8.1 Продуктова политика.....	
8.2 Ценова политика.....	
8.3 Пласментна политика.....	
8.4 Комуникационна политика.....	
9. Финансов план.....	
9.1 Инвестиционен план.....	
9.2 Разходи.....	
9.3 Приходи.....	
9.4 Показатели за рентабилност и ефективност.....	
9.5 Прогнозен баланс на фирма „Сисилия” ЕООД за 2013 година.....	
10.Заклучение.....	

1.Резюме

Настоящият бизнес план е съставен като проект за създаване на магазин за дамски дрехи в ул. Ст. Данаилов, кв. Боян Балгаранов, Шумен .

Фирма “Сиси” ЕООД ще наеме магазин в ул. Ст. Данаилов, кв. Боян Балгаранов, Шумен. Изборът на мястото не е продиктувано от липса на магазин за дрехи, а от липсата на магазин за вносни дамски дрехи.

Бъдещият магазин ще се казва „Сисилия”. В него ще се предлагат вносни дамски дрехи, отговарящи на потребностите на съвременната българска жена.

За да стартира бизнеса са ни нужни 200 000лв. като дружеството се основава от двама съдружника, Иван Георгиев и Силвия Великова, които внасят по равни вноски паричен капитал 60 000лв. и ще се тегли кредит в размер на 80 000лв.

Предлаганите стоки ще бъдат произведени в чужбина. Уникални и известни колекции от Англия, Франция и Германия. Нашият магазин е вносител на световни марки рокли и дрехи от европейски бутици и предлага голямо разнообразие от цветове и материи, високо качество на аткрактивни за всяка дама цени, ежедневни намаления на определени артикули, месечни разпродажби и др. Магазинът няма да продава стоки от китайски произход.

Цените ще бъдат съобразени с качеството на стоките и възможностите на бъдещите клиенти.

2.Мисия

Нашата мисия е да задоволяваме нуждата от качествени дрехи по изключително удобен за клиентите ни начин. Ние ще се опитваме да изградим една неповторима индивидуалност на всеки наш клиент. Нашият магазин е създаден за дами, които обичат да се грижат за себе си. За тях дрехата да не е само необходимост, а по скоро въпрос на усещане и социална принадлежност. Ние нямаме амбицията да променяме облика на клиентите си, а само да им помагаме да намерят и изразят своята индивидуалност.

Ние ще се грижим за имиджа на дамите (жени на различна възраст и с разнообразен стил на обличане), като предлагаме истинско разнообразие от маркови дамски дрехи. Цветовата гама допълнително увеличава възможностите ви за избор. При нас ще откриете едноцветни и разноцветни варианти, които се срещат както в пастелни, така и в ярки нюанси. Дамските рокли, поли, панталони, блузи, пуловери, ризи, костюми, палта, дънки се предлагат в различни модели, размери и цветове, като следват актуалните модни тенденции и залагат на доказаните качества на водещите търговски марки на българския и световен пазар. Дамските дрехи, които ще ви представяме се отличават с ефектен дизайн. Разнообразието в моделите, материите и цветовете предлага изключително богат избор. Тук ще намерите дамски дрехи за всеки повод и за всеки вкус.

Ние вярваме, че да обличаш хората не означава само да им продаваш дрехи. За нас „да обличаш“ е комплексен процес който носи особена емоция и гордост. През последните 15 години българската жена неизменно развиваваше естетическият си усет, променяше се и се отваряше към световните критерии за елегантност и стил. В този период на промени нашият магазин “Сисилия” се доказва като динамичен магазин, който усеща и следва световните тенденции и винаги успява да предложи най-новото и актуалното за своите клиенти.

3.Организационно управление на бизнеса

3.1 Структура на собствеността и правна форма на бизнеса

Организационно правната форма на бизнеса е ЕООД, избора е предизвикан от следните предимства:

- ЕООД е капиталово дружество, което значи че отговаря за задълженията си до размера на регистрирания капитал, а не с личното имущество на съдружниците;
- Минималният изискуем капитал вече е в размер на 2 лв., което значи, че не са необходими много налични средства;
- Може да се регистрира от няколко съдружници, във всеки един момент може да се увеличи капитала на дружеството и да се продадат дялове като се привличат още съдружници. Така при бизнес с по-голям размер на

първоначалните инвестиции или при търсене на още капитали за развитие това може да се окаже предимство.

- Собствениците на ЕООД не донасят осигуровки.

3.2 Управленския екип на фирмата

За осъществяването на настоящия бизнес ще работят съответно:

Управител: Севдалина Красенова Маринова, завършила бакалавър Икономика в ШУ “Е.К.Преслвски” 2008 г., магистратура Икономика и управление на бизнеса в ШУ “Е.К.Преслвски” 2010 г., владее отлично англ.език. Тя ще заеме позицията управител на нашия магазин. Нейните познания в професионалната ѝ област ще бъдат в основата на бъдещия бизнес.

Счетоводител: Искра Захаријева Марчева, завършила бакалавър Счетоводство и контрол във “ВИНС” Варна 2006г., владее отлично англ. и немски език, работила във фирма “Алкомед” през 2007-2010 г., освен с дялово участие, ще подпомага фирмата с финансови консултации и съвети, разрешаване на проблеми с данъчната и местната администрации и други.

Продажби: Албена Илиева Даринова, завършила СОУ “П.Волов” в гр. Шумен, 2009г.

Маргарита Асенова Стойчева, завършила ПГОХХТ “А.Златаров” гр, Шумен 2011г.

План на персонала

Длъжности	Брой	Брутна месечна заплата (лв.)
Управител	1	500
Счетоводител	1	450
Продавачи	2	600
Общо	4	1550

През първите три години от дейността голяма част от печалбата на магазина ще остава във фирмата с цел закупуване на нови маркови дамски

дрехи от Европейските страни, заплащане на персонала и откриване на нов магазин в центъра на гр. Шумен (към края на третата или четвъртата година).

От печалбата ще бъдат заделени и средства за погасяване на заема към Уникредит “Булбанк” в размер на 80.000 лв.

Частта от печалбата, която ще се разпределя между съдружниците ще се разпределя на базата на процентното им участие в собствеността.

4.Маркетингов анализ

4.1 Макроикономически Анализ

Политическата среда е сравнително стабилна в нашата страна.

Икономическата среда – държавата ни се развива в условията на пазарна икономика. Социална среда – всеки човек има нужда от облекло и да се чувства в крак с модата. Технологична среда – използват се вече съществуващи технологии за изработката на платовете и дрехите. От гледна точка на екологична гледна точка се използват оцветители и материи, които не вредят на околната среда и хората които ги употребяват.

Икономиката на нашата страна е малка и много силно зависима от развитието на световната икономика. Поради тази причина динамиката на българската икономика зависи и се ръководи от темповете на световната икономика. Ставащото в Европа ще предопределя и развитието на българската икономика. Растежът ще е скромнен. Мерките, които се взимат, може би малко ще помогнат на растежа. Износът към ЕС продължава да спада, а вносът се увеличава.

В нашата страна жизненият стандарт на населението е много нисък, поради дългият и продължителен преход от планово стопанство към пазарна икономика. Поради това хората купуват стоки със ниско качество или на ниски цени.. Но нашият магазин предлага такива маркови стоки, с която клиентите ще спестяват време, пари и нерви без да се наложи да обикалят други скъпи бутици или магазини в територията на гр. Шумен или България.

Вътрешното потребление, се депресира, защото няма причини да расте стабилно. Очакваната инфлация през 2013 година е 3%, растежът ще е най-много около 1.2 – 1.3% и 1.4%. Безработицата не е толкова важна, защото официалните данни на Агенцията по заетостта не са надеждни и не отразяват реалното число на безработицата. По-важен е факторът заетост,

като очакванията са тя да продължи да спада с между 3 и 3.5 процентни пункта.

Влизането на България в Европейския Съюз има както положителни така и отрицателни страни. От една страна това подпомага подобряването на имиджа на производителите, а от друга – ще доведе до нарастване на броя на конкурентите на местния пазар.

4.2 Микроикономически анализ

В тази част на бизнес плана ще направим кратка характеристика на производствения план, доставките, клиентите, конкурентите на магазина (фирмата) и др.

Стоките, които ние ще предлагаме в нашия магазин ще са направени от висококачествени материали, предимно маркови, вносни стоки от Европейските страни – Италия, Франция, Англия, Германия, а също така и от Турция.

Основните клиенти на нашия магазин ще са дамите които подчертават женствеността и залагат на по-елегантната си визия. Ние предлагаме интерпретация на идеи и тенденции, родени в големите модни столици, пресъздадени от нас за нашите приятели и клиенти, които искат да се чувстват модерни и красиви.

Нашият магазин ще бъде отворен всеки ден от Понеделник до Петък между 10:00 – 19:00 часа, Събота от 9:00 – 16:00, а Неделя – почивен ден.

В град Шумен има повече от 1000 магазина за дамски дрехи. Нашият магазин се различава от тях със това, че ще предлага само вносни, маркови дамски дрехи. Едни от основните ни конкуренти в предлагането на вносни дрехи са магазините “Електра”, “Шопмания” и др., които предлагат също вносни дрехи на изключително ниски цени.

5. SWOT Анализ

Силни страни

1. В близост няма магазин за вносни стоки
2. Удобно местоположение
3. Разнообразен асортимент от стоки
4. Доставка на стоки, липсващи в момента в магазина

5. Наличие на собствен капитал за стартиране на бизнеса
6. Висококвалифициран управленски екип

Слаби страни

1. Магазинът е нов и непознат на пазара
2. Загубено доверие във вносните стоки
3. Ниска квалификация на работниците
4. Липса на утвърден имидж
5. Недостиг на финансови средства за стартиране на бизнеса

Заплахи

1. По – евтини китайски стоки
2. Ограничено търсене на маркови стоки, внос от Европа
3. Конкуренция
4. Скок във цените на горивата
5. Промени в законодателството
6. Високи мита за внос на стоки от чужбина
7. Навлизане на нови фирми

Възможности

1. За развитие, тъй – като няма подобен магазин
2. Увеличаване на печалбата
3. Създаване на верига магазини
4. Подобряване на макроикономическите условия
5. Благоприятни промени в законодателството
6. Подобряване на техническата инфраструктура
7. Използване на съвременни технически открития и нововъведения

6. Анализ на предприемаческата полезност на продукта

1. Ядро – магазин за маркови дамски дрехи, внос от чужбина
2. Физическа полезност – пестене на време, задоволяване на потребителски и социални потребности

3. Пазарна полезност – конкурентни цени, комплексно обслужване
4. Информационна полезност – реклама
5. Производствена полезност – не е необходимо използване на скъпа техника и скъпа поддръжка
6. Екологична полезност – за направата на дрехите се използват материали и оцветители, които не вредят на околната среда

7.Цели:

Тактически цели: Фирмата е регистрирана като ЕООД, със седалище в град Шумен. Има идея за разширяване на бизнеса с още поне един магазин в бул.Симеон Велики , гр. Шумен.

Стратегически цели: Заемане на пазарната ниша и разширяване на дейността.

Оперативни цели: Тъй като фирмата ще стартира дейността си със собствени средства и банков заем, голяма част от средствата ще бъдат вложени в ремонт и модернизация на помещението, закупуване на необходимото оборудване и вносна стока.

За стартиране на настоящия бизнес са необходими инвестиции в размер на 200 000 хил. лв, от които по 60 000 лв. внасят двамата съдружника и 80 000 лв. чрез банков заем.

От прогнозните отчети се вижда, че магазинът може да поеме всички текущи разходи и да възстанови направените инвестиции.

В рамките на едногодишен период магазинът очаква да реализира печалба в размер на 36 466,62 лв.

Бяха изготвени прогнозни финансови планове, от които личи че „Сисилия” ще даде успешен финансов резултат.

Основната цел на магазин “Сисилия” е да предлага висококачествени дрехи, които ще задоволят изискванията на потребителското търсене (клиентите).

Краткосрочни цели (до края на първата планова година)

- Да се създаде стабилна база от постоянни клиенти, по-конкретно:
- средно месечен брой на продадените стоки – 25;
- средно месечен брой на посещения в магазина – 300.

- Да постигне печалба от 30.000 лв.

Средно-срочни цели (до края на втората планова година)

- Магазинът да бъде добре оборудван с най-новата техника.

Дългосрочни цели (до края на третата планова година)

- Да започне изграждането на втори магазин в бул.Симеон Велики , гр. Шумен.
- Да се наложи на вътрешния пазар

8.Маркетингов план

8.1 Продуктова политика

Магазина за дамски дрехи „Сисилия” се предлагат дамски рокли, поли, панталони, блузи, пуловери, ризи, костюми, палта, дънки в различни модели, размери и цветове.

8.2 Ценова политика

Дамски рокли – 60лв.

Поли – 28лв.

Панталони – 25лв.

Блузи – 23лв.

Пуловери – 26лв.

Ризи – 18лв.

Костюми – 65лв.

Палта – 75лв.

Дънки – 32лв.

8.3 Пласментна политика

На всеки клиент закупил стока над 100лв.се прави 5% остъпка.

8.4 Комуникационна политика

Анкета

1. Вашият пол ?

- Мъж Жена Не искам да отговоря

2. На колко сте години ?

- По-малко от 13 13-18 19-25 26-35 36-50 Повече от 50
 Не искам да отговоря

3. Харесвате ли нашия магазин?

- Да Не Не мога да преценя Не искам да отговоря

4. Какъв тип дрехи желаете да има в нашия магазин?

- Блузи Туники Рокли Дънки Панталони Потници
 Якета Суичъри Ризи Други

5. Опишете ако желаете ? (полето не е задължително)

6. Какъв цвят дрехи желаете да има в нашия магазин ?

- Черен Бял Зелен Розов Червен Син Други

7. Опишете ако желаете ? (полето не е задължително)

8. Какви размери на дрехи желаете да има в нашия магазин ?

- XS S M L XL XXL Други

9. От къде научихте за нашия магазин?

Мнения и препоръки (полето не е задължително)

9. Финансов план

9.1 Инвестиционен план

№	Дълготрайни материални активи	Лева
1	Компютърна техника	7000
2	Наем	500
3	Оборудване	1500
4	Бюро	240
5	Столове	120
6	Касов апарат	250
7	Климатик	1680
8	Закачалки	105
9	Манекени	160
10	Огледала	60
	Общо	11 615

Кредитът, който ще бъде взет от банка Уникредит „Булбанк” ще има следните параметри:

размер – 80 000 лв.

срок – 5 години;

лихва – 10%;

плащания – месечни (общо 60 плащания);

метод на погасяване – равни погасителни вноски;

Предвижда се кредитът да бъде получен през януари 2013 г. и първото плащане на главница и лихва да бъде през февруари същата година. При използвания метод на погасяване плащането по главницата ще възлиза на 1333,33 лв.

Години	Заем	Главница	Лихва
I	80000	16000	8000
II	64000	16000	6400
III	48000	16000	4800
IV	32000	16000	3200
V	16000	16000	1600
	Общо	80000	24000

9.2 Разходи

Персоналът на “Сисилия” ЕООД ще се състои от един управител, двама работника и счетоводител .

Разходите за заплати за един месец са следните:

Управител: 500 лв.

Работник1: 300 лв.

Работник2: 300 лв.

Счетоводител: 450лв.

Общо: 1 550 лв.

Разходи за осигуровки (за сметка на работодателя – 17,40%) са:
269,70 лв.

За една година (12) месеца разходите ще са:

За заплати = 1 550 лв. x 12 = 18 600 лева.

Разходи за осигуровки = 269,70 лв. x 12 = 3 236,40 лева

- 1.Разходи за материали – 80 000лв.
 2. Разходи за външни услуги – 12 000лв.
 3. Разходи за наеми – 12 000лв.
 - 4.разходи за реклама –12 000лв.
 - 5.Разходи за ток, телефон, вода и др. – 5 400лв.
 6. Разходи за заплати – 18 600лв.
 7. Разходи за социални и здравни осигуровки – 3 236,40лв.
 8. Разходи за амортизации – 24 000лв.
 9. Застраховки –
 10. Др. Разходи – 8 200лв
- Общо: 175 436,40лв.

Прогнозен отчет на разходите за 2013, 2014 и 2015 година:

НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗХОДИТЕ	Сума (лв.)		
	2013 година	2014 година	2015 година
А. РАЗХОДИ	X	Y = X x 1.05	Z = Y x 1.05
1. Намаление на запасите от продукция и незавършено производство			
2. Разходи за суровини, материали и външни услуги, в т.ч.:	92 000,00	96 600.00	101 430.00
а) суровини и материали	80 000,00	84 000.00	88 200.00
б) външни услуги	12 000,00	12 600.00	13 230.00
3. Разходи за персонала, в т.ч.:	21 836,40	22 928.22	24 074.631
а) разходи за възнаграждения	18 600,00	19 530.00	20 506.50
б) разходи за осигуровки, в т.ч.:	3 236,40	3 398.22	3 568.131
- осигуровки, свързани с пенсии			
4. Разходи за амортизации и обезценка, в т.ч.:	24 000,00	25 200.00	26 460.00
а) разходи за амортизация и обезценка на дълготрайни материали и нематериални активи, в т.ч.:			
- разходи за амортизация	24 000,00	25 200.00	26 460.00
- разходи от обезценка			
б) разходи от обезценка на текущи (краткотрайни) активи			
5. Други разходи, в т.ч.:	8 200,00	8 610.00	9 040.50
а) балансова стойност на продадените активи			
б) провизии			
Общо разходи за оперативна дейност (1+2+3+4+5)	146 036,40	153 338.22	161 005.13
6. Разходи от обезценка на финансови активи, включително инвестициите, признати като текущи (краткосрочни) активи, в т.ч.:			
- отрицателни разлики от промяна на валутни курсове			
7. Разходи за лихви и други финансови разходи, в т.ч.:			

НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗХОДИТЕ	Сума (лв.)		
	2013 година	2014 година	2015 година
а) разходи, свързани с предприятия от група			
б) отрицателни разлики от операции с финансови активи			
Общо финансови разходи (6+7)			
8. Печалба от обичайна дейност			
9. Извънредни разходи			
Общо разходи (1+2+3+4+5+6+7+9)	146 036.40	153 338.22	161 005.13
10. Счетоводна печалба (общо приходи - общо разходи)	47 518.80	49 894.74	52 389.477
11. Разходи за данъци от печалбата	2 500.00	2 625.00	2 756.25
12. Други данъци, алтернативни на корпоративния данък	1 500.00	1 575.00	1 653.75
13. Печалба (10 - 11 - 12)	43 518.80	45 694.74	47 979.477
Всичко (Общо разходи + 11 + 12 + 13)	193 555.20	203 232.96	213 394.60

9.3 Приходи

От продажбата на дрехите приходите ще са следните:

За месеца

За година

Дамски рокли – 2броя x 60лв. = 120лв. x 26дни = 3 120лв. x 12месеца = 37 440лв.

Поли – 3броя x 28лв. = 84лв. x 26дни = 2 184лв. x 12месеца = 26 208лв.

Панталони – 2броя x 25лв. = 50лв. x 26дни = 1 300лв. x 12месеца = 15 600лв.

Блузи – 6 x 23лв. = 138лв. x 26дни = 3 588лв. x 12месеца = 43 056лв.

Пуловери – 4 x 26лв. = 104лв. x 26дни = 2 704лв. x 12месеца = 32 448лв.

Ризи – 4 x 18лв. = 72лв. x 26дни = 1 872лв. x 12месеца = 22 464лв.

Костюми – 3 x 65лв. = 195лв. x 26дни = 5 070лв. x 12месеца = 60 840лв.

Палта – 4 x 75лв. = 300лв. x 26дни = 7 800лв. x 12месеца = 93 600лв.

Дънки – 4 x 32лв. = 128лв. x 26дни = 3 328лв. x 12месеца = 39 936лв.

Общо 30 966лв.

371 592лв.

От тука следва, че за месец приходите ще са 30 966лв., а за годината 371 592лв.

Реално считаме, че продажбата на стоки през 2013 година ще бъде 60%. В резултат от нашата бъдеща рекламна политика и високо качество на предлаганите от нас услуги, считаме че ще можем да реализираме 10% ръст на продажбите, респективно на приходите за 2014 и 2015 година, т.е. 2014 година, продажбата ще бъде 70%, а през 2015 година 80%.

2013година – 371 592лв. x 60% = 222 955,20лв.

2014година – 371 592лв. x 70% = 260 114,40лв.

2015година – 371 592лв. x 80% = 297 273,60лв.

От тук можем да изготвим и прогнозен отчет на приходите за следващите три години.

Прогнозен отчет на приходите за 2013, 2014 и 2015 година:

НАИМЕНОВАНИЕ НА ПРИХОДИТЕ	Сума (лв.)		
	2013 година	2014 година	2015 година
Б. ПРИХОДИ	X	Y = X x 1,1	Z = Y x 1,1
1. Нетни приходи от продажби, в т.ч.:			
а) продукция			
б) стоки			
в) услуги	222 955,20	245 250,72	269 775,79
2. Увеличение на запасите от продукция и незавършено производство			
3. Разходи за придобиване на активи по стопански начин			
4. Други приходи, в т.ч.:			
- приходи от финансираня			
Общо приходи от оперативна дейност (1+2+3+4)			
5. Приходи от участия в дъщерни, асоциирани и смесени предприятия, в т.ч.:			
- приходи от участия в			

НАИМЕНОВАНИЕ НА ПРИХОДИТЕ	Сума (лв.)		
	2013 година	2014 година	2015 година
предприятия от група			
6. Приходи от други инвестиции и заеми, признати като нетекущи (дългосрочни) активи, в т.ч.:			
- приходи от предприятия от група			
7. Други лихви и финансови приходи, в т.ч.:			
а) приходи от предприятия от група			
б) положителни разлики от операции с финансови активи			
в) положителни разлики от промяна на валутни курсове			
Общо финансови приходи (5 + 6 + 7)			
8. Загуба от обичайна дейност			
9. Извънредни приходи			
Общо приходи (1+2+3+4+5+6+7+9)			
10. Счетоводна загуба (общо приходи - общо разходи)			
11. Загуба (10 + ред 11 и 12 от раздел А)			
Всичко (Общо приходи + 11)	222 955,20	245 250,72	269 775,79

Прогнозен отчет за паричните потоци 2013, 2014 и 2015 година:

Показатели	2013	2014	2015
1. Приходи от продажби	222 955,20	260 114,40	297 273,60
2. Разходи	175 436,40	175 436,40	175 436,40
3. Оперативен маржин (1-2)	47 518,80	84 678,00	121 837,20
4. Разходи за лихви по заеми	7 000,00	5 500,00	4 000,00
5. Печалба за облагане (3-4)	40 518,80	79 178,00	117 837,20
6. Разходи за данъци (10%)	4 051,88	7 917,80	11 783,72
7. Нетна печалба (5-6)	36 466,92	71 260,20	106 053,48
8. Инвестиции	80 000,00	-	-

9. Собствен работен капитал	120 000,00	-	-
10. Банков заем	80 000,00	56 000,00	32 000,00
11. Паричен поток в нач. год.	-	156 466,92	227 727,12
- осиг. с-ва за инвестиции	80 000,00	-	-
- собствен капитал	120 000,00	-	-
- нетна печалба	36 466,92	71 260,20	106 053,48
- амортизац. отчисления	24 000,00	24 000,00	21 000,00
Общо входящи потоци	260 466,92	251 727,12	354 780,60
12. Изходящи парични потоци			
- инвестиция	80 000,00	-	-
- главница по заема	24 000,00	24 000,00	24 000,00
Общо изходящи потоци	104 000,00	24 000,00	24 000,00
13. Парични потоци в края на годината	156 466,62	227 727,12	330 780,60

9.4 Показатели за рентабилност и ефективност:

- *Показатели за рентабилност*

Рентабилност на приходите - $R_{пр} = (\text{печалба} : \text{приходи}) \times 100$

- 2013 год. $R_{пр} = (36\,466,92 : 222\,955,20) \times 100 = 16,36\%$
- 2014 год. $R_{пр} = (71\,260,20 : 260\,114,40) \times 100 = 27,40\%$
- 2015 год. $R_{пр} = (106\,053,48 : 297\,273,60) \times 100 = 35,68\%$

Рентабилност на разходите - $R_{раз} = (\text{печалба} : \text{разходи}) \times 100$

- 2013 год. $R_{раз} = (36\,466,92 : 175\,436,40) \times 100 = 20,79\%$
- 2014 год. $R_{раз} = (71\,260,20 : 175\,436,40) \times 100 = 40,62\%$
- 2015 год. $R_{раз} = (106\,053,48 : 175\,436,40) \times 100 = 60,45\%$

Рентабилност на капитала - $R_k = (\text{печалба} : \text{начален капитал}) \times 100$

- 2013Год. $R_k = (36\,466,92 : 120\,000) \times 100 = 30,39\%$
- 2014Год. $R_k = (71\,260,20 : 120\,000) \times 100 = 59,38\%$
- 2015Год. $R_k = (106\,053,48 : 120\,000) \times 100 = 88,38\%$

Съпоставката на показателите за рентабилност сочи най-ниско равнище на рентабилност през 2013год., по-високо през втората и най-високо през третата година.

• ***Показатели за ефективност***

Коефициент на ефективност на разходите - $KE_{\text{раз}} = \text{приходи} : \text{разходи}$

- 2013Год. $KE_{\text{раз}} = 222\,955,20 : 175\,436,40 = 1,27$
- 2014Год. $KE_{\text{раз}} = 260\,114,40 : 175\,436,40 = 1,48$
- 2015Год. $KE_{\text{раз}} = 297\,273,60 : 175\,436,40 = 1,69$

Коефициент на ефективност на приходите - $KE_{\text{пр}} = \text{разходи} : \text{приходи}$

- 2013Год. $KE_{\text{пр}} = 175\,436,40 : 222\,955,20 = 0,79$
- 2014Год. $KE_{\text{пр}} = 175\,436,40 : 260\,114,40 = 0,67$
- 2015Год. $KE_{\text{пр}} = 175\,436,40 : 297\,273,60 = 0,59$

9.5 Прогнозен баланс на фирма „Сисилия” ЕООД за 2013 година:

АКТИВ	Сума	ПАСИВИ	Сума
<i>А. Дълготрайни материални активи</i>		<i>А. Собствен капитал</i>	
1. Материални		1. Капитал	
- сграда и земя		- основен капитал	120 000
- машини, съоръжения и оборудване	8 500	2. Финансов резултат	
- други материални активи	6000	- печалба от текуща година	36 466.92
2. Нематериални активи			
- софтуер	9 000		
<i>Б. Текущи (краткотрайни) активи</i>		<i>Б. Привлечен капитал</i>	
1. Материални запаси	80 000	1. Получен заем	80 000
2. Финансови вземания	180 966.92	2. Задължения	24 000
<i>В. Амортизация</i>	- 24 000		
СУМА НА АКТИВА (А + Б) - В	260 466.92	СУМА НА ПАСИВА (А + Б)	260 466.92

10. Заключение

За фирма „Сисилия” печалбата е факт, идващ след изпълнение на мисията. Най-важно за фирмата е да получи положителна оценка и уважението на клиентите. Потребността, която задоволяват продуктите на фирмата е една от основните цели: необходимостта от облекло на хората. Фирмата държи тази потребност да се превърне в самочувствие на хората.

Всъщност магазина работи именно върху тези две неща – модерни вносни дамски дрехи и ниски цени на качествен продукт.