



## **БИЗНЕС ПЛАН НА ФИРМА „СЛАДКО ИЗКУШЕНИЕ ” ООД**

**Лора Вълва, Адриана Димитрова, Лидия Стефанова, Стоян Клисаров**  
[lora0209@abv.bg](mailto:lora0209@abv.bg), [missadi@abv.bg](mailto:missadi@abv.bg), [rei482@abv.bg](mailto:rei482@abv.bg), [stoian60477@abv.bg](mailto:stoian60477@abv.bg)

*Висше транспортно училище „Тодор Каблешков”,  
факултет „Транспортен мениджмънт”, град София  
БЪЛГАРИЯ*

**Ключови думи:** бизнес план, инвестиционен план, бързооборотни стоки, ядки, сушени плодове

**Резюме:** „Сладко изкушение” ООД е фирма, която предлага едновременно сладки и здравословни изкушения – сушени плодове, ядки и шоколадови дражета (ядки обвити в шоколад).

Бизнес планът представя етапите, през които преминава фирма „Сладко изкушение” ООД в процеса на разработване и управление на щанда за сладки и здравословни изкушения. Бизнес планът има за цел да проследи възвращаемостта на инвестицията и погасяването на банковия заем. Продължителността на бизнес плана е три години.

### **I. Резюме**

#### **1. Създаване на фирмата**

Фирмата е регистрирана през март 2014г. Идеята за създаване на фирма ни възникна спонтанно. Съдружниците сме четирима добри приятели които имаме свободни финанси и решихме да ги инвестираме в нещо, което ще ни носи доходи всеки месец. Избрахме да се занимаваме с продажба на бързооборотни стоки и да позиционираме нашия обект в THE MALL.

#### **2. Предмет на дейност**

Като начало фирмата ще се занимава с продажба на бързооборотни стоки, (сушени плодове, ядки, шоколадови и желирани бонбони, близалки, дъвки, сладолед и различни напитки - вода, газирани напитки, сок, студен чай). След време имаме намерение да увеличим асортимента от стоки които да предлагаме, както и да отворим още обекти и в други молове.

#### **3. Мисия/Визия**

Задоволяване потребностите от сладки и вкусни здравословни продукти, както на малките, така и на големите.

#### **4. Цел и описание на бизнес плана**

Бизнес планът се изготвя за срок от три години. Целта му е да се проследи за какъв период от време ще се възвърне първоначалната инвестиция, направена за откриване и стартиране дейността на фирмата. Институцията, пред която ще послужи бизнес планът е банка ДСК с цел гарантиране на връщането на получения кредит.

## **5. Организационна структура**

Управлението на фирмата ще бъде осъществено от четирима съдружници. Управител е този, който е вложил най-много средства при създаването на фирмата. Останалите трима съдружници ще отговарят за различни дейности във фирмата (маркетинг, доставчици, административна дейност). Първоначално няма да бъде наеман персонал, а съдружниците ще се редуват да работят на щанда с цел по-малко разходи при стартиране на дейността. Съдружниците се осигуряват на пълен работен ден, при твърда работна заплата и процент от чистата печалба.

## **6. Разполагаеми ДМА: земя, сгради, съоръжения и пр.**

ДМА, с което разполага фирмата са: щанд, стол, компютър, касов апарат, кантар, служебни телефони, принтер за етикети, баркод четец, сейф. Ще използваме фризер за сладолед, кафе машина и фризер за напитките, които ще ни бъдат осигурени от доставчиците, с които ще работим.

## **7. Цели на фирмата**

### **а. Дългосрочни цели на фирмата**

- o Налагане и утвърждаване на пазара
- o Отваряне на още обекти на ключови места
- o Възвръщане на първоначалната инвестиция

### **б. Краткосрочни цели на фирмата**

- o Бързо навлизане на пазара
- o Увеличаване на асортимента от предлагани стоки
- o Задоволяване на потребителското търсене и нуждите на клиентите

## **8. Период на бизнес плана**

Бизнес планът се изготвя за срок от три години, като започва от 7 юли 2014г.

## **II. Маркетингов план (Анализ на бизнеса)**

### **1. Характеристика на отрасъла**

По последни данни делът на търговията със сушени плодове, ядки, сладолед, шоколадови и желирани бонбони е 9,3% повече от предходните години. В последно време се наблюдава, че потребителите отделят повече средства за закупуването на сладки изкушения.

Суровите ядки и сушените плодове са полезни и здравословни и имат невероятен вкус. Политиката на фирмата ще бъде ориентирана към клиенти от всички социални слоеве на обществото, които са ценители на сладките изкушения. Екипът ни ще предлага качествено обслужване и добро отношение на своите клиенти, с цел популяризиране и налагане на фирмата на пазара.

### **2. Характеристика на пазара**

Пораждането на идеята за създаване на фирма за продажба на ядки, захарни изделия и сушени плодове е проявено от необходимостта от сладки изкушения за хората, за да могат да подсладят живота си, както и бързите темпове на развитие в този отрасъл.

Разположението на обекта ни в търговския център, както и разнообразния асортимент от предлагани стоки на познати марки е добра предпоставка за успешното стартиране и развитие на нашия бизнес.

### **3. Марка/Продукт**

Марките продукти, които ще предлагаме са предимно на известни български и в частност чуждестранни производители:

- сушени плодове и ядки – „Вики нутц”, „Кронос”, „Гривас”, „АЯ”;
- шоколадови бонбони – „Elit”;
- желирани бонбони, близалки – „Кръстеви – Н”, „Захарни заводи”, „Венан 97”;

- дъвки –Orbit;
- сладолед – „Nestle”;
- кафе – Nescafe;
- напитки – различни продукти на „Кока Кола” ХБК България АД.

#### 4. Анализ клиенти

Наши потенциални клиенти ще са всички посетители на търговския център THE MALL – както малки, така и големи. Най-малките ще са привлечени от ефектната форма на шоколадовите и захарните изделия, а по-големите, търсещи наслада и здравословни продукти едновременно, ще бъдат изкушени от предлаганите ядки и сушени плодове.

#### 5. Анализ конкуренти

Най-големият ни конкурент ще е хипермаркет Карфур, тъй като той предлага голямо разнообразие от подобни на нашите продукти, но на по-ниски цени.

Преките ни конкуренти ще бъдат обектите, които предлагат продукти сходни на нашите, а именно: „Рафи” (насипен сладолед), „Чилбокс” (насипен сладоледен йогурт), „Шугърленд” (насипни бонбони и безалкохолни напитки).

Косвените ни конкуренти са обектите предлагащи сладки изделия - ”Аби” (насипни дребни сладки), „Чоко фрути” (пресни плодове в течен шоколад), „Инмедидо” (пакетирани сладки изделия и безалкохолни).

Всички тези обекти се намират в мола, в които искаме да стартираме нашия бизнес. Те са с подобни на нашия щанд размер и площ, но не предлагат всички продавани от нас стоки.

#### 6. Целеви пазар

Целевата група може да я разделим на три подгрупи:

- деца до 10-годишна възраст – тази група от потребители проявява интерес към нашите продукти, които са с интересна форма и невероятен вкус;
- възрастни – хора с изисквания към вкуса и качеството на предлаганата стока, търсещи точно определен продукт.

#### 7. Пазарен дял/Продажби

Според направените от нас проучвания пазарният дял, който фирмата ще заема е около 11,5 % от общия пазарен дял, който заемат конкурентите ни в търговския център. Целта ни е да повишим този процент през следващите годините.

#### Прогнозните продажби на фирмата за един ден са:

Табл. 1 Продажби през ден от седмицата

кг. / бр.	Артикул	лв/кг	Приходи
0,50	драже	54,00 лв.	27,00 лв.
3,00	бонбони	22,50 лв.	67,50 лв.
2,50	евтини сушени плодове	11,90 лв.	29,75 лв.
1,50	скъпи сушени плодове	32,00 лв.	48,00 лв.
3,50	евтини ядки	8,90 лв.	31,15 лв.
2,00	скъпи ядки	37,50 лв.	75,00 лв.
6,50	сладолед	14,90 лв.	96,85 лв.
20,00	близалки	1,00 лв.	20,00 лв.
30,00	вода	0,90 лв.	27,00 лв.
8,00	газирани напитки	1,70 лв.	13,60 лв.
8,00	студен чай	2,00 лв.	16,00 лв.
8,00	сок	1,20 лв.	9,60 лв.

10,00	дъвки	1,00 лв.	10,00 лв.
15,00	евтино кафе	0,80 лв.	12,00 лв.
10,00	скъпо кафе	1,30 лв.	13,00 лв.

Стойност на продажбите през работните дни на месеца са:  $496,45 * 22 = 10\,921,90$  лева

*Табл. 2 Продажби през почивен ден*

кг. / бр.	Артикул	лв/кг	Приходи
0,80	драже	54,00 лв.	43,20 лв.
3,50	бонбони	22,50 лв.	78,75 лв.
4,00	ЕСП	11,90 лв.	47,60 лв.
2,00	ССП	32,00 лв.	64,00 лв.
5,00	евтини ядки	8,90 лв.	44,50 лв.
2,50	скъпи ядки	37,50 лв.	93,75 лв.
8,50	сладолед	14,90 лв.	126,65 лв.
45,00	близалки	1,00 лв.	45,00 лв.
80,00	вода	0,90 лв.	72,00 лв.
15,00	газирани напитки	1,70 лв.	25,50 лв.
15,00	студен чай	2,00 лв.	30,00 лв.
20,00	сок	1,20 лв.	24,00 лв.
20,00	дъвки	1,00 лв.	20,00 лв.
25,00	ЕК	0,80 лв.	20,00 лв.
20,00	СК	1,30 лв.	26,00 лв.

Стойност на продажбите през почивните дни на месеца са:  $760,95 * 8 = 6\,087,60$  лева

**Общо за месец:**  $10\,921,90$  лева +  $6\,087,60$  лева =  $17\,009,50$  лева

## 8. Ценова политика

*Табл. 3 Ценова политика*

Стоката, която ще предложи на пазара	Цена, предложена от конкурентите	Цена, предложена от нашия бизнес
Ядки	5,00 – 29,00 лв/кг	8,90 – 37,50 лв/кг
Сушени плодове	4,50 – 34,00 лв/кг	11,90 – 32,00 лв/кг
Желирани бонбони	24,90 лв/кг	22,50 лв/кг
Ядки в шоколадова обвивка	56,00 лв/кг	54,00 лв/кг
Сладолед	14,90 лв/кг	14,90 лв/кг
Вода	0,50 – 1,00 лв/бр	0,90 лв/бр
Газирани напитки	1,20 – 1,80 лв/бр	1,70 лв/бр
Студен чай	1,50 – 2,00 лв/бр	2,00 лв/бр
Сок	1,20 лв/бр	1,20 лв/бр
Дъвки	0,75 – 0,95 лв/бр	1,00 лв/бр

## 9. Дистрибуция

В дейността на фирмата няма дистрибуционна политика, защото стоките се предлагат директно на крайния потребител.

## 10. Промоция и реклама

Чрез рекламата се популяризира даден продукт, информират се потребителите за създаването на нови продукти, за промоции, отстъпки и т.н.

През определен период от време ще се провежда рекламна кампания с раздаване на флаери с нашите продукти. Фирмата ни ще бъде популяризирана и чрез радио реклама и страница в интернет.

По празниците ще бъдат раздавани карти за отстъпки на клиентите. При закупуване на стоки и представяне на картата, клиентът ще получава процентна отстъпка от цената. Отстъпките ще важат в рамките на един месец.

## 11. SWOT анализ

Табл. 4 SWOT анализ

<b>Силни страни</b> Удължено работно време Богат асортимент от продукти Предлагане на здравословни стоки Български стоки	<b>Възможности</b> Привличане на голям кръг от клиенти Разрастване на бизнеса
<b>Слаби страни</b> Ползване на външно финансиране за дейността Предлагане на сходни стоки от конкурентите	<b>Заплахи</b> Наличие на голям брой конкуренти Недостатъчни приходи за покриване на текущите разходи Административни пречки

## 12. Бюджет на маркетинга

Собственият ни сайт и facebook страницата ни ще бъдат направени от член на екипа, следователно за него няма да ни е необходима инвестиция.

С цел популяризиране на щанда при стартиране на дейността му ще бъдат раздадени 2 000 броя флаери, изготвянето на които ще ни струва 130 лева.

Първоначално, с цел привличане на клиенти ще раздадем 500 карти за процентна отстъпка, в които ще вложим 60 лева.

Бюджетът на маркетинга възлиза на 190 лева

## III. С ГАНТГрафика описваме етапите през, които минава създаването на фирмата

Началото на проекта за създаване на фирматаще е на 3 март 2014г., проектът ще завърши с откриването на щанда, което се планира за 30 юни 2014г.

1. Възникване бизнес идея -2 седмици
2. Сформиране на екип -1 седмица
3. Създаване и регистрация на фирмата -4 седмици
4. Избиране на местоположение за търговския обект-2 седмица
5. Дефиниране на продуктовия асортимент -2 седмица
6. Избор на доставчици- 3 седмици
7. Подписване на договор за наем- 2 седмици
8. Сформиране на собствения капитал -2 седмици

9. Проучване и избор на банка заемодател-2 седмици
10. Закупуване на необходимо оборудване за осъществяване на търговската дейност- 1 седмица
11. Рекламна дейност-1 седмица
12. Зареждане на щанда и подготовка за стартиране на търговска дейност – 1 седмица
13. Откриване на щанда – 1 седмица

### ГАНТ Графика

Табл. 5 ГАНТ графика

Етап на проекта	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	■	■																		
2			■																	
3				■	■	■	■	■												
4								■	■											
5									■	■										
6										■	■	■								
7											■	■								
8													■	■						
9														■	■	■				
10																	■			
11																		■	■	
12																			■	
13																				■

#### IV. Стратегическа позиция и оценка на риска

##### 13. Диференцирайте компанията си от конкуренцията като анализирате

- **фактори, влияещи на потребителя**

Цените които предлагаме, са както за хора с ниски доходи, така и за такива с високи заплати. Качеството на обслужване е на ниво, тъй като в началото ще работят съдружниците, а по мотивирани хора от собствениците няма. След това за персонал ще се намерят качествени, весели, правилно говорещи, чисти и спретнати хора с търговски нюх.

- **пазарния сегмент**

Локацията на магазина е от най голямо значение за развитие на бизнеса. Затова е от особена важност развитието на основният обект, в който се намираме. Ние сме избрали нашият щанд да се намира в The Mall, София, защото според наши наблюдения той е един от най-посещаваните молове, тъй като се намира на централно място.

Клиенти могат да бъдат от хора всички възрасти. Доходите на българското население са най-ниски в ЕС, но и нашите цени са съобразени с това.

Продажбата както на вкусни, така и на здравословни храни, като ядки, сушени плодове, желирани бонбони, сладолед и разхлаждащи напитки, дават нова насока на развитие и перспектива на този вид бизнес.

##### 14. Оценка на риска – PEST анализ

- **Дистрибуторски риск:**

Риск от ненавременна доставка на продуктите, които предлагаме. Затова ще работим с различни дистрибутори, които не са свързани помежду си.

- **Маркетингов риск:**

Неправилното проучване на пазара, недостатъчната реклама и конкурентната заплаха могат да доведат до липса на реализация и намаляване на продажбите на

продуктите. За да се предпазим от този риск ние сме предвидили, раздаване на флаери, радио реклама, карти за отстъпка.

- **Финансов риск:**

Свързан е с кредита, който ще изтеглим, възможност от увеличаване на лихвения процент.

## 15. PEST(EL) анализ

- **Политически фактор**

От нашият бизнес план става видно, че децата до 10 години разпознават вкусът на лакомствата предлагани от нас и се впечатляват от формата им.

Има вероятност от здравословна гледна точка да се приеме закон, с който могат да бъдат създадени рестрикции относно начина на предлагане на захарни и шоколадови изделия, от което ни зависи целият бизнес, за целта трябва добре да бъде направено проучване какви закони ще бъдат приети в нашата държава в следващите три години.

- **Икономически фактор**

Проверка на всички Молове кой ще бъде най-подходящ, както и какъв брой клиентопоток ще преминава за единица време покрай нашият магазин. Тези данни се взимат от Управителите на Мола. Перспективи за развитие на Мола, както и евентуален фалит.

- **Социо-културен фактор**

Образованието е важно във всяка сфера на бизнеса. За целта трябва да се има в предвид, че както родителите така и училищните власти правят всичко възможно да се ограничи консумацията на сладки. В училищните лафки е забранена продажбата на захарни изделия.

- **Технологичен фактор**

Да се следи качеството на производство на предлаганите от нас стоки, тъй като част от тях са вносни, а има търговци, които с цел получаване на бърза и лесна печалба могат да пренебрегнат срока на годност.

Да бъде гарантирано ел напрежението в обекта, тъй като когато се продава сладолед спирането на тока може да бъде фатално за цялата продукция. При размръзване на сладоледа започват да се развиват бактерии които при повторното му замръзване след това не могат да бъдат спрени, което би довело до голям брак.

- **Екологичен фактор**

В най-близко бъдеще опаковките за хранителните стоки трябва да бъдат хартия или от материал, който се разтваря в природата, което ще оскъпиконсумативите около 5 пъти.

## V. Инвестиционен план (собствени средства и кредит)

Табл. 6 Първоначални разходи 1

Покупка на активи	Стойност
Щанд	4 000,00 лв
Компютър	800,00 лв
Касов апарат	230,00 лв
Везна	420,00 лв
Етикиращ принтер	330,00 лв
Баркод четец	250,00 лв
Видео наблюдение	400,00 лв
Сейф	50,00 лв

Стол	120,00 лв
Служебни телефони	300,00 лв
Книга за дневни финансови отчети	5,00 лв
Дневник за входящия контрол на приетите храни	5,00 лв
Дневник за хигиенно състояние на обекта	5,00 лв
<b>Общо:</b>	<b>6 915,00 лв</b>
<b>Документи за стартиране</b>	
Регистрация на фирмата	210,00 лв
Програмен продукт (база данни)	380,00 лв
<b>Общо:</b>	<b>590,00 лв</b>

*Табл. 7 Първоначални разходи 2*

Разходи		първи месец	втори месец
Покупка на активи (еднократно)		<b>6 915,00 лв</b>	-
Документи на стартиране		<b>590,00 лв</b>	-
Реклама при откриването		<b>190,00 лв</b>	-
	<b>предплата</b>		
<b>Наем щанд</b>	<b>2 700,00 лв</b>	<b>2 700,00 лв</b>	<b>2 700,00 лв</b>
<b>Зареждане</b>		<b>8 809,70 лв</b>	<b>8 809,70 лв</b>
Заплати	<b>на човек</b>		
управител	850,00 лв	850,00 лв	850,00 лв
съдружници	750,00 лв	3 000,00 лв	3 000,00 лв
<b>Общо заплати</b>		<b>3 850,00 лв</b>	<b>3 850,00 лв</b>
Други разходи			
телефон		75,00 лв	75,00 лв
<b>Общо други разходи</b>		<b>75,00 лв</b>	<b>75,00 лв</b>
<b>Анютетна вноска по заема</b>		370,47 лв	370,47 лв
<b>Общо разходи за месец</b>		<b>25 829,70 лв</b>	<b>15805,17 лв</b>

Общо разходи (предвидени): **25829,70 лв**

Други разходи (непредвидени) по започване на дейността: **170,30 лв**

Необходим капитал за стартиране на дейността: **26 000,00 лв**

От които 15000 лв. лични средства на инвеститорите и 11000 лв. банков заем.

## VI. Финансов план - Погасителен план на изтегляния заем

<b>Кредит</b>	11000		
<b>Фиксирана лихва</b>	12,97%годишна	1,08%	<b>месечна</b>
<b>Срок за връщане</b>	3 години	36	<b>месец</b>
<b>Анюитетна вноска</b>	370,47 лв		

№	Дата	Начално салдо	Погасяване главница	Погасяване лихва	Погасителна вноска	Крайно салдо
1	09/07/2014	11000,00	251,58	118,89	370,47	10748,42
2	09/08/2014	10748,42	254,30	116,17	370,47	10494,12
3	09/09/2014	10494,12	257,05	113,42	370,47	10237,06
4	09/10/2014	10237,06	259,83	110,65	370,47	9977,24
5	09/11/2014	9977,24	262,64	107,84	370,47	9714,60
6	09/12/2014	9714,60	265,48	105,00	370,47	9449,12
7	09/01/2015	9449,12	268,35	102,13	370,47	9180,78
8	09/02/2015	9180,78	271,25	99,23	370,47	8909,53
9	09/03/2015	8909,53	274,18	96,30	370,47	8635,35
10	09/04/2015	8635,35	277,14	93,33	370,47	8358,21
11	09/05/2015	8358,21	280,14	90,34	370,47	8078,08
12	09/06/2015	8078,08	283,16	87,31	370,47	7794,91
13	09/07/2015	7794,91	286,22	84,25	370,47	7508,69
14	09/08/2015	7508,69	289,32	81,16	370,47	7219,37
15	09/09/2015	7219,37	292,45	78,03	370,47	6926,93
16	09/10/2015	6926,93	295,61	74,87	370,47	6631,32
17	09/11/2015	6631,32	298,80	71,67	370,47	6332,52
18	09/12/2015	6332,52	302,03	68,44	370,47	6030,49
19	09/01/2016	6030,49	305,30	65,18	370,47	5725,19
20	09/02/2016	5725,19	308,59	61,88	370,47	5416,60
21	09/03/2016	5416,60	311,93	58,54	370,47	5104,67
22	09/04/2016	5104,67	315,30	55,17	370,47	4789,37
23	09/05/2016	4789,37	318,71	51,77	370,47	4470,66
24	09/06/2016	4470,66	322,15	48,32	370,47	4148,50
25	09/07/2016	4148,50	325,64	44,84	370,47	3822,87
26	09/08/2016	3822,87	329,16	41,32	370,47	3493,71
27	09/09/2016	3493,71	332,71	37,76	370,47	3161,00
28	09/10/2016	3161,00	336,31	34,17	370,47	2824,69
29	09/11/2016	2824,69	339,94	30,53	370,47	2484,74
30	09/12/2016	2484,74	343,62	26,86	370,47	2141,12
31	09/01/2017	2141,12	347,33	23,14	370,47	1793,79
32	09/02/2017	1793,79	351,09	19,39	370,47	1442,71
33	09/03/2017	1442,71	354,88	15,59	370,47	1087,82
34	09/04/2017	1087,82	358,72	11,76	370,47	729,11
35	09/05/2017	729,11	362,59	7,88	370,47	366,51
36	09/06/2017	366,51	366,51	3,96	370,47	0,00

### План на приходите и разходите от продажби за месец

Стока	Единична продажна цена	Единична покупна цена	Общо продажби за месец (кг,бр)	Приходи от продажби	Разходи за зареждане на месец	Печалба
драже	54,00 лв.	30,00 лв.	17,40	939,60 лв	522,00 лв	417,60 лв
желе	22,50 лв.	6,00 лв.	94,00	2 115,00 лв	564,00 лв	1 551,00 лв
евтини сушени плодове	11,90 лв.	7,00 лв.	87,00	1 035,30 лв	609,00 лв	426,30 лв
скъпи сушени плодове	32,00 лв.	16,00 лв.	49,00	1 568,00 лв	784,00 лв	784,00 лв
евтини ядки	8,90 лв.	5,90 лв.	117,00	1 041,30 лв	690,30 лв	351,00 лв
скъпи ядки	37,50 лв.	22,00 лв.	64,00	2 400,00 лв	1 408,00 лв	992,00 лв
сладолед	14,90 лв.	8,00 лв.	211,00	3 143,90 лв	1 688,00 лв	1 455,90 лв
близалки	1,00 лв.	0,50 лв.	800,00	800,00 лв	400,00 лв	400,00 лв
вода	0,90 лв.	0,46 лв.	1 300,00	1 170,00 лв	598,00 лв	572,00 лв
газирани напитки	1,70 лв.	1,00 лв.	296,00	503,20 лв	296,00 лв	207,20 лв
студен чай	2,00 лв.	1,10 лв.	296,00	592,00 лв	325,60 лв	266,40 лв
сок	1,20 лв.	0,55 лв.	336,00	403,20 лв	184,80 лв	218,40 лв
дъвки	1,00 лв.	0,55 лв.	380,00	380,00 лв	209,00 лв	171,00 лв
евтино кафе	0,80 лв.	0,50 лв.	530,00	424,00 лв	265,00 лв	159,00 лв
скъпо кафе	1,30 лв.	0,70 лв.	380,00	494,00 лв	266,00 лв	228,00 лв
<b>Общо:</b>	-	-	-	17 009,50 лв	8 809,70 лв	8 199,80 лв

### Приходи и разходи за година

Приходи в лева		Разходи в лева		Резултат за месец	Годишен резултат	Корпоративен данък	Печалба
от продажба на стоки	17 009,50	зареждане	8 809,70	1 204,33 лв	14 451,96 лв	1 445,20 лв	13 006,76 лв
		наем	2700,00				
		заплати	3850,00				
		анюитетна вноска	370,47				
		телефон	75,00				

Инвестицията е в размер на 26 000 лв, на година прогнозните чисти приходи щеса 13 006,76 лева, следователно инвестицията ни ще се възвърне за две години.

#### Използвана литература:

- [1] Лекционен курс по „Управление на малкия и среден бизнес”
- [2]<http://nuts-bg.com/eshop.php?body=shop&gr=4&Плодове-сушени>
- [3]<http://www.aya.bg/>
- [4]<http://www.nestle.bg/bg/brands/beverages>
- [5]<http://www.orbitgum.bg/>
- [6]<http://www.nestle.bg/bg/brands/beverages>
- [7]<http://zaharnizavodi.com/>
- [8]<http://www.coca-cola.bg/>

## **BUSINESS PLAN OF COMPANY "SWEET TEMPTATION" LTD**

**Lora Valova, Adriana Dimitrova, Lidia Stefanova, Stoian Klisarov**  
[lora0209@abv.bg](mailto:lora0209@abv.bg), [missadi@abv.bg](mailto:missadi@abv.bg), [rei482@abv.bg](mailto:rei482@abv.bg), [stoian60477@abv.bg](mailto:stoian60477@abv.bg)

*Students first year EQD "Master",  
Todor Kableshkov University of Transport,  
faculty Transport Management, Sofia  
BULGARIA*

***Key words:** business plan, investment plan, FMCG (fast moving consumer goods), nuts, dried fruits*

***Abstract:** "Sweet Temptation" LTD is a company that offers both sweet and healthy temptations - dried fruits, nuts and chocolate dragees (nuts coated in chocolate).*

*The business plan represents stages through which company passes into the process of developing and running the stand for sweet and wholesome delights. The Business plan aims to trace the return on investment and the repayment of the bank loans. The duration of the business plan is estimated to be three years.*