

Бизнес-план подготовлен на www.frimenbook.ru

БИЗНЕС-ПЛАН

«Миледи»

Розничная торговля

(нижнее белье и трикотаж)

Организация бизнеса в сфере розничной торговли нижним бельем.

Форма собственности: Индивидуальный Предприниматель;

Стоимость проекта 169000 руб.;

Размер субсидии 76440руб.;

Размер субсидии на организацию рабочего места 58800руб.;

Собственные средства 24100руб.

Оглавление

1. Резюме.....	3
2. Описание услуги (товара, работ).....	5
3. Исследование и анализ рынка.....	6
4. План маркетинга.....	7
5. Производственный план.....	9
6. Организационный план.....	10
7. Финансовый план.....	11
8. Анализ рисков.....	14

1.Резюме

Цель проекта:

Организовать бизнес в сфере розничной торговли нижним бельем.

Для создания проекта планируется воспользоваться субсидией в размере **76400руб.**, и **58800руб.** на организацию рабочего места.

Организация бизнеса в сфере розничной торговли нижним бельем под названием
«Миледи».

1. Розничная торговля нижним бельем

До начала 90-х годов красивый и эротичный кружевной бюстгальтер был недостижимой мечтой большинства российских женщин. Достать изысканную вещь можно было разве что у фарцовщиков, отдав за нее четверть зарплаты. Публичный показ моделей нижнего белья считался бесстыдством. И нашим женщинам оставалось только вздыхать по красоте, подсмотренной на страницах западных каталогов или в откровенных сценах из зарубежных фильмов. Ведь незатейливые изделия отечественного производства, увы, не ласкали ни тело, ни взор.

Сегодня на прилавках такое кружевное, шелковое изобилие, что без покупки не останется самая взыскательная леди. Белье для повседневной носки, белье для эротических встреч, комплекты для спорта – всего и не бизнес план перечислишь. А разнообразие цветов так велико, что витрина магазина нижнего белья напоминает июльскую клумбу.

Неудивительно, что торговля интимными вещами в последнее десятилетие быстро пошла в гору. Современные женщины не жалеют денег на украшение себя, любимых. Несмотря на то что качественное нижнее белье стоит недешево.

В настоящее время на российском рынке активнее всего продается белье из Латвии – марки Lauma, Roksa, Rosme, Juria; из Белоруссии – Milavitsa; из Польши – Key и Atlantic; из Италии – Lormar, Comet, Papillon; из Кореи – Rycier, Val, Rosa, Lolita; из других стран – Германии, Франции и Великобритании.

По оценкам экспертов комплектами белье предпочитают покупать около 70% покупательниц. Оставшиеся 30% покупают предметы нижнего туалета по отдельности.

Основные потребители данного вида товара — это женщины в возрасте от 18 до 50 лет. А также мужчины и дети.

Преимущества моего проекта в его высокой потребности среди женщин и

Бизнес-план подготовлен на www.frimenbook.ru
мужчин, доступности товара для всех социальных слоев населения нашего города. В высоком ассортименте. В высоком качестве обслуживания, и низком сроке окупаемости.

Задачи:

Приобрести товар (женское белье) на оптовой базе.

Закупить торговое оборудование.

Снять торговое помещение

Провести рекламную кампанию.

Форма участия государства в финансовом обеспечении проекта:

Предоставление субсидии со стороны Центра Занятости.

Финансирование проекта:

стоимость проекта **169000руб.**

субсидия **76440руб.**

субсидия на организацию рабочего места **58800руб.**

собственные средства в виде дополнительных затрат **33800руб.**

Срок окупаемости проекта **1 год.**

Прибыль в первый год **193800руб.**

Чистая прибыль в первый год **167748руб.**

2. Описание услуги (товара, работ)

Организовать фирму по продаже нижнего белья.

«Миледи»

В доперестроечные времена ассортимент нижнего белья в советских магазинах вызывал лишь печаль соотечественниц и ужас зарубежных гостей. Чуть позже из западных журналов советские женщины узнали о том, что существуют лифчики «на косточках» и трусы «неделька». В начале 90-х, на пике расцветов кооперативов, данные товары появились в продаже. Правда стоили они недешево, а краска нанесенная цеховиками – умельцами, выцветала после первой стирки. Но начало было положено. Российские женщины признали за собой право, не смущаться, раздеваться и «упаковывать» себя в кружева и нейлон.

Основными тенденциями этого «золотого века» можно назвать следующую:

- Самыми продаваемыми являются три группы товаров: корсетная группа; легкая нарядная группа и трикотажная группа. Они обеспечивали более 80% продаж.
- Медленно, но верно идет процесс «привыкания» потребителей к белью из смесовых и искусственных тканей.
- Около 90% всего реализуемого товара приходится на продукцию среднего ценового сегмента.

Сегодня конкуренция на рынке нижнего белья достаточно высока. Во всех торговых центрах и в магазинах есть небольшие отделы. Кто-то делает акцент на продаже хлопчатобумажного или синтетического белья на каждый день, кто-то торгует дорогими комплектами «на выход». И на любой товар находится свой покупатель.

Для небольшого магазина, торгующего нижним бельем, необходимо помещение площадью 10-20 кв. м.

По словам экспертов, чем больше ассортимент, тем лучше торговля. Покупательницы нынче очень избалованы. Их уже не привлечешь десятью разными моделями. Если какую-нибудь вышедшую из моды кофточку никогда не продашь, то в белье на любую старую модель всегда найдется покупатель. Продается абсолютно все.

3. Исследование и анализ рынка

Исследуя рынок в данных сферах деятельности, и исходя из оценок экспертов, можно сделать вывод, что клиентами будут женщины в возрасте от 18 до 50 лет, а так же мужчины и молодежь, находящиеся во всех социальных слоях населения.

График работы планируется вести с 10 до 19.

Таблица конкурентов

Наименование	Ассортимент	Цены	Обслуживание
ИП Мезинцева	Высокий	Средние	Среднее
ИП Скоропатова	Средний	Высокие	Отличное
ИП Буряк	Высокий	Низкие	Плохое
Мелкие ИП	Низкий	Низкие	Плохое

Планируемое количество клиентов и прибыль:

«Миледи»

В среднем, точка в торговом центре может приносить ее владельцу от 6000руб до 30 000руб. месяц. Объем продаж практически не зависит от сезона, так как белье – это не шубы. Оно пользуется спросом в любое время года. Рост наблюдается разве что в канун 8-го марта и с началом летнего сезона.

Нормальная точка в состоянии кормить и наемного работника, и хозяина. Но если точка одна, то велика вероятность, что в какие-то месяцы она сработает в ноль, а то и в минус. Чтобы иметь возможность перекрыть убытки, надо иметь несколько точек.

Проведя анализ рынка по продаже женского белья, можем определить примерное выручку в день от 1500 до 5000руб. Если брать в расчет среднюю выручку в день 3250руб., то в месяц будет $3250 \cdot 22 = 71500$ руб. **следовательно, планируемый средний объем продаж в месяц 71500руб.** Планируется, что с каждым месяцем объем продаж будет расти.

4. План маркетинга

Данный вид бизнеса (розничная торговля женским бельем) имеет достаточно большую популярность среди предпринимателей

Характер спроса на данный вид товара говорит что, объем продаж практически не зависит от сезона, так как белье – это не шубы. Оно пользуется спросом в любое время года. Рост наблюдается разве что в канун 8-го марта и с началом летнего сезона.

С увеличением прибыли планируется увеличивать количество предлагаемого товара, что позволит увеличивать объем спроса и количество новых клиентов.

Эксперты говорят, что масштабная рекламная кампания для данного вида бизнеса с большим количеством конкурентов просто необходима. Для небольшого отдела нужна небольшая реклама, но бьющая точно в цель. Т.е. основная маркетинговая задача выбрать оповещения, определить ценовую политику, рекламу и продвижение товара на рынок, методы стимулирования продаж, формирования спроса.

Для этого понадобится провести рекламную кампанию. Считается, что наиболее действенный и продуктивный способ найти потенциальных заказчиков - это размещение информационной вывески на фасаде здания в котором арендуется площадь. Я сделаю акцент на использовании относительно простых и дешевых способов продвижения. А также не исключается возможность использования наружной рекламы в виде штендера. Для этого лучше всего подойдет баннерная ткань. Я размещу одну большую вывеску на фасаде и поставлю один штендер возле входа в магазин.

Приоритеты в работе - коммуникабельность, высокое качество товара, доступные цены, стиль оформления торгового зала. Для того чтобы выстоять в условиях жесткой конкуренции в борьбе за постоянных клиентов, нужно предоставлять хороший товар по доступной цене и обслуживать клиента так, чтобы он пришел еще раз.

Таблица расходов на рекламу на первый год.

№	Наименование	В первый месяц
1	Штендер	3000руб.
2	Внутренняя реклама (плакаты)	3000руб.
	Итого	6000руб.

5. Производственный план

Лучше продавать белье в закрытом помещении. Причем в нем должна быть примерочная. Женщинам нравится покрутиться перед зеркалом во время примерки.

Покупательницы легче делают выбор, увидев, что бюстгальтер или трусики хорошо сидят. При покупке белья на глазок велика вероятность, что оно не подойдет, и ты его никогда не наденешь. То есть деньги будут потрачены зря.

Если после примерки белье не было куплено и снова попало на прилавок, это считается нарушением санитарных норм: Однако проверяющие бизнес план инстанции закрывают на это глаза. В крайнем случае, владелец магазина всегда может оправдаться, заявив, что мереные вещи используются в качестве образцов и не идут в продажу.

Залог успеха магазина – опытный персонал. Хороший продавец белья должен по особенностям фигуры покупательницы определить, что ей подойдет.

Номенклатура изделий очень большая. Как правило, все модели имеют свои особенности анатомического плана. К тому же часто покупательницы ставят перед продавцом конкретную задачу – помочь подобрать белье в зависимости от его предназначения. Для ежедневной носки, «на выход», для поездки в отпуск с мужем или... с любовником. Поэтому мне как продавцу нужно хорошо ориентироваться в ассортименте, чтобы подобрать то, что ищет женщина.

Оптовая цена на простенький комплект, к примеру, латвийского или итальянского производства, составляет **от 500р.** Таким образом, наценка на нижнее белье в розничной торговле обычно составляет не менее 50% – и до 100-150%.

5.1. Издержки производства.

1. Стоимость квадратного метра в ТРК Красный Яр равна 400 руб. за кв.м. При 15 кв.м. стоимость будет равна $15 \cdot 400 = 6000$ руб.

2. Транспортные расходы 4 поездки до Красноярска и обратно по 1300 за поездку. Итого $1300 \cdot 4 = 5200$ руб.

3. Заработная плата одного работника в месяц составляет **7900руб.**

Итого издержки составляют $6000 + 5200 + 7900 = 19100$ руб.

6. Организационный план

Организационная - правовая форма собственности: Индивидуальный предприниматель (единоличная собственность). Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя будет произведена в 2009г.

Управление.

По словам экспертов, залогом результативности бизнеса в сфере розничной торговли является именно персонал. Поэтому для начал необходимо нанять квалифицированного и грамотного работника (продавец консультант).

Основные требования к работнику:

- 1.Пол Ж.
- 2.Возраст от 20 до 35 лет.
- 3.Образование выше среднего.
- 4.Опыт работы обязателен в сфере торговли.
- 5.Личные качества. Предприимчивость и решительность. Коммуникабельность и открытость в общении с людьми. Стрессоустойчивость и самообладание при сложных и конфликтных ситуациях. Коммуникабельность.

7. Финансовый план

7.1. Расчет денежных поступлений

Таблица «Источники финансирования»

№ п/п	Наименование источника	Сумма, руб.	%
1.	Финансирование из центра занятости	135200	85%
2.	Собственные средства в виде дополнительных затрат	33800	15%
	Итого	169000	100%

7.2. Расчет расходов

Таблица «Смета единовременных затрат»

№ п/п	Статьи затрат	Сумма, руб.
1.	Организационно-технические затраты:	
1.1.	Аренда за три месяца	18000
1.2.	Закупка товара	149700
1.3.	Транспортные расходы на доставку товара	1300
	ИТОГО:	169000

Таблица расходов на товар

Наименование	Цена руб	Кол-во	Сумма Руб.
<i>Миллена бюст.</i>	170	20	3400
<i>Миллена бюст.</i>	190	20	3800
<i>Миллена бюст.</i>	250	20	5000
<i>Пальметта бюст.</i>	320	20	6400
<i>Infiniti компл.</i>	250	10	2500
<i>V.O.V.A.бюст.</i>	300	10	3000

<i>V.O.V.A.бюст.</i>	400	10	4000
<i>Zara компл.</i>	700	5	3500
<i>Regina бюст.</i>	500	5	2500
<i>Regina компл.</i>	900	5	4500
<i>Aveline бюст.</i>	150	20	3000
<i>Aveline бюст.</i>	170	20	3400
<i>Aveline бюст.</i>	200	20	4000
<i>Aveline бюст.</i>	220	20	4400
<i>Rosme компл.</i>	700	10	7000
<i>Lacosma компл.</i>	350	30	10500
<i>MIDI компл.</i>	320	30	9600
<i>DIARELLA компл.</i>	300	50	15000
<i>Миллена трусы</i>	90	20	1800
<i>Миллена трусы</i>	125	20	2500
<i>DIARELLA бюст.</i>	180	60	10800
<i>Lacosma трусы</i>	70	50	3500
<i>Lacosma стринги</i>	50	40	2000
<i>MILAVITSA бюст.</i>	200	20	4000
<i>MILAVITSA бюст.</i>	300	20	6000
<i>MILAVITSA бюст.</i>	500	20	10000
<i>MILAVITSA компл.</i>	600	10	6000
<i>MILAVITSA стринги</i>	80	20	1600
<i>LEDI LUX бюст.</i>	300	20	6000
Итого			149700

7.3.Расходы по субсидии на организацию предпринимательской деятельности

Таблица «Расходы по субсидии»

№ п/п	Наименование расходов	Количество, единиц	Цена за 1 единицу,	Сумма, рублей
-------	-----------------------	--------------------	--------------------	---------------

Бизнес-план подготовлен на www.frimenbook.ru

			рублей	
	Субсидия на организацию предпринимательской деятельности			Указывается запрашиваемая сумма субсидии
1	Закупка товара	-	-	117200
2	Аренда за три месяца	-	-	18000
	Итого			135200

7.4. Прогноз прибыли и убытки в месяц и срок окупаемости проекта

Таблица «Прогноза доходов, расходов и чистой прибыли в первый год работы»

Показатель	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	8 мес	9 мес	10 мес	11 мес	12 мес
1. Планируемая выручка от продажи женского белья в розницу.	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500	71500
Итого выручка за первый год 858000руб.												
2. Расходы на закупку товара (50% от выручки)	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750	35750
3. Реклама	6000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

4. Издержки	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100	19100
5. Прибыль	10650	16650	16650	16650	16650	16650	16650	16650	16650	16650	16650	16650
Итого прибыль в первый год 193800руб.												
6. Налоги ЕНВД	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017	1017
7. Пенсионные отчисления на работника	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122	1122
8. Чистая прибыль	8511	14511	14511	14511	14511	14511	14511	14511	14511	14511	14511	14511

$НБ(1800) * 15 \text{ кв. м.} * K1(1,245) * K2(0,4) * 3 \text{ мес} * 15\% = 6051 \text{ р./3мес.} = 2017 \text{ руб.}$
 пенс.отч.1000руб.в месяц=1017руб.

Прибыль (в первый год) = Выручка (годовая) – Издержки (годовые) –
Реклама – Расходы на закупку товара.

$$193800 = 858000 - 229200 - 6000 - 429000$$

Чистая прибыль = Прибыль – Налоги и пенсионные отчисления.

$$168132 = 193800 - 26020$$

Срок окупаемости = Стоимость проекта/ Чистую прибыль (в первый год)

$$1,00 = 169000 / 168132$$

Срок окупаемости **1 год.**

8. Анализ рисков

1. Повышение оптовой стоимости товара. В следствии этого повышение розничной цены.

2. Повышение арендной платы.

3. Риски связанные с хищением товара.

4. Снижение покупательской способности.

5. Природа естественные риски землетрясения и т.д.

Меры предотвращения рисков:

1. Поиск новых поставщиков.

2. Поиск нового помещения.

3. Установка видеонаблюдения.

4. Смена товара с дорогого на более дешевый.

5. Страхование бизнеса.