

БИЗНЕС-ПЛАН

«Одежда для беременных» *Розничная торговля одеждой для беременных*

Организация бизнеса в сфере розничной торговли одежды для беременных.
Форма собственности: Индивидуальный Предприниматель;
Стоимость проекта **91000 руб.**, размер субсидии 76440руб.;
Собственные средства **14560 руб.**



2010 г.

Оглавление

1. Резюме.....	3
2. Описание товара.....	4
3. Исследование и анализ рынка.....	5
4. План маркетинга.....	5
4.1. Рекламная компания.....	6
5. Производственный план.....	6
6. Организационный план.....	8
8. Анализ рисков.....	9

1.Резюме

Цель проекта:

Создание торгового отдела одежды среднеценового сегмента, специализирующегося на продаже одежды для беременных женщин.

Для создания проекта планируется воспользоваться субсидией в размере **76440руб.**

Организация бизнеса в сфере розничной торговли одеждой для беременных женщин.

1. Розничная торговля одеждой для беременных

Беременность и материнство – наиболее важные и прекрасные этапы в жизни женщины. Однако это и самые трудные периоды в физическом отношении, поскольку в это время женское тело проходит череду превращений. В этот важнейший период жизни женщины хорошее самочувствие и прекрасный внешний вид творят чудеса.

Еще несколько лет назад у беременных женщин был весьма ограниченный выбор одежды – бесформенные и нескладные хламы, многослойные наряды а-ля капуста, платья-колокола.

Одним словом, кошмар современных женщин. Однако времена изменились, и вместе с ними изменилась и мода для будущих мам. Сегодня можно найти самые разнообразные тренды, которые подчеркнут важность этого особенного времени вашей жизни.



Практически весь товар я буду покупать на большой оптовой база «МЕТРО» г.Красноярск для доставки товара я буду использовать свое транспортное средство, что поможет мне быть более мобильной, всегда иметь товар в наличии и даже возить товар на заказ.

Форма участия государства в финансовом обеспечении проекта:

Предоставление субсидии со стороны Центра Занятости.

Финансирование проекта:

стоимость проекта **91000 руб.**

субсидия **76440руб.**

собственные средства в виде дополнительных затрат **14560 руб.** (удельный вес 16%)

Срок окупаемости проекта 0,53 года.

Задачи:

Приобрести товар на оптовой базе.

Закупить торговое оборудование.

Снять торговое помещение.

Провести рекламную кампанию.

Преимущества моего проекта в его высокой потребности среди беременных женщин, доступности товара для всех социальных слоев населения нашего города. В мобильности. В высоком качестве обслуживания, низком сроке окупаемости.

2. Описание товара.

«Одежда для беременных – чествование женского тела»

Современная одежда для беременных призвана подчеркнуть достоинства будущих мам. Они могут найти удобную одежду на любой случай – от повседневной одежды до костюмов для деловых встреч, от одежды в классическом стиле – до модных новинок, от женственных пастельных тонов – до ярких насыщенных цветов. Многие беременные вместо традиционной одежды часто носят рубашки своих парней или мужей, что вряд ли можно назвать хорошей идеей в переходный период. Начиная со второй половины второго триместра, женщине не избежать ношения одежды для беременных.

Раньше беременность означала, что женщина превращается в домашнюю клушу, которой, особенно в поздние месяцы, доступна исключительно жуткая одежда для беременных. Последняя представляла собой бесформенные балахоны, в которых не то что не была видна красота женщины в положении, но вся фигура уродовалась, превращалась в уродливую расплывшуюся квашню. Государство не считало нужным выпускать специальные линии одежды для беременных, т.к. она, по мнению властей, была бы невостребованной и не популярной.



Так продолжалось довольно долгое время, и получалось, что в период беременности, если девушка не умела шить сама, она была вынуждена закрываться ото всех и сидеть дома, потому что если с платьем или штанами можно было что-то придумать, то из верхней одежды был вариант только купить на несколько размеров больше.

До сих пор сохранились прошлые стереотипы по поводу того, что беременная женщина не может выйти на работу, что при беременности можно махнуть на себя рукой и не расчесываться/не краситься/не брить ноги и подмышки/не выходить никуда. Но настоящие деловые и умные женщины, каких сегодня, к счастью, большинство, были всегда, просто раньше их было намного меньше. И они решили - хватит, хватит терять столько времени жизни, женщина в положении - это прекрасно, и она ни в коем случае не должна скрываться в собственном доме, она должна ходить в гости, много гулять и выглядеть при этом счастливой будущей мамашей. Так появилась первая одежда для беременных.

Оказалось, что сложного в ней нет ничего - главное требование к таким вещам: они должны быть свободными, не стягивать живота и груди. Так стали возникать целые модные бренды, где одежда для будущих мам выполнялась красочной и удобной, она стала подразделяться на стили - деловой, праздничный, уличный и т.д.

Сегодня конкуренция на рынке одежды для беременных не достаточно высока. Во всех торговых центрах и в магазинах очень мало нарядов для беременных женщин.

Для небольшого торгового отдела, торгующего одеждой для беременных, необходимо помещение площадью 10-20 кв. м. Этого в полнее будет достаточно.

Потребность у женщин в использовании данного вида товара всегда была и всегда будет, поэтому необходимо с трепетом и вниманием подходить ко всем пожеланиям наших беременных женщин, изучать спрос, рынок и вести статистику. А так же сделать данный товар более доступным для всех слоев населения.

3. Исследование и анализ рынка

Исследуя рынок в данных сферах деятельности, и исходя из оценок экспертов, можно сделать вывод, что клиентами будут беременные женщины в возрасте от 18 до 37 лет.

График работы планируется вести с 10 до 20.

Планируемое количество клиентов и прибыль:

«Одежда для беременных»

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 беременных женщин всегда будет достаточно, тем более, что с годами рождаемость растет, следовательно будет расти и прибыль.

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 одежды для беременных, можем определить примерное количество клиентов за месяц, на которое можно рассчитывать. Оно составляет 60 человек и чаще всего эти клиенты становятся постоянными на протяжении всего срока беременности. Если брать в расчет 60 человек в месяц, каждый из которых приобретет какую либо вещь средней стоимостью 1500руб. **следовательно, планируемый средний объем продаж в месяц 90 000руб. и больше.**

4. План маркетинга.

Характер спроса на данный вид товара говорит что, объем продаж практически не зависит от сезона. Оно пользуется спросом в любое время года.

С увеличением прибыли я планирую увеличивать количество предлагаемого товара, что позволит мне увеличить объем спроса и количество новых клиентов.

Масштабная рекламная кампания для данного вида бизнеса и со спецификой товара просто необходима. Реклама для торгового отдела по продаже одежды для беременных не имеющих прямых конкурентов будет не масштабная, 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.

4.1. Рекламная компания.

Для организации данного бизнеса понадобится провести рекламную кампанию. Наиболее действенный и продуктивный способ найти потенциальных покупателей - это размещение информационной вывески на стенде возле родильного дома, а так же на здания в котором будет арендована торговая точка. А также не исключается возможность использования наружной рекламы в виде штендера.

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

Таблица расходов на рекламу на первый год.

№	Наименование	Разовый/Ежемесячно
1	Вывеска возле женской консультации	3000/2000
2	Вывеска на фасаде торгового комплекса	5000/1500
3	Штендер	2000/0
4	Внутренняя реклама (плакаты)	1000/0
	Итого	11000/3500

5. Производственный план

Многие женщины, случайно увидев какую-нибудь красивую модель, непременно желают иметь ее в своем гардеробе. При этом они не считаются с ценой.

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



Залог успеха магазина – опытный персонал. Хороший продавец должен по особенностям фигуры покупательницы, по ее стилю и социальному положению определить, что ей подойдет. Поэтому на первоначальном этапе своей работы я сама буду продавать.

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 вещь в зависимости от его предназначения. Для ежедневной носки, «на выход», для поездки в отпуск с мужем или походы в гости. Поэтому мне как продавцу нужно хорошо ориентироваться в ассортименте, чтобы подобрать то, что ищет женщина.

Таблица «Потребность в оборудовании и товаре»

№	Наименование	Цена за ед, руб.	Кол-во	Стоимость
Оборудование и товар				
1	Стойки	3000	2	6000
2	Манекены	500	2	1000

3	Товар (одежда для беременных)	-	-	75000
4	Зеркала	3000	2	6000
7	Стол (рабочий)	3000	1	3000
	Итого стоимость проекта	-	-	91000

6. Организационный план

Управление.

По словам экспертов, залогом результативности бизнеса в сфере розничной торговли является именно персонал. Поэтому для начала я сама буду работать за прилавком. Водителем для перевозки товара будет мой муж.

Таблица «Мероприятия до начала реализации проекта»

Наименование	Сроки	Исполнитель
1 Регистрация	1 неделя	Лично
2 Приобретение оборудования	1 неделя	Лично
3 Подготовка помещения	1 неделя	Лично
4 Подготовка товара для реализации	1 неделя	лично

Финансовый план

В таблице приведен примерный перечень необходимого товара, предполагаемая реализация и доход. Расчет ведется из предполагаемых капитальных затрат. Торговая наценка составляет 40%

Таблица «Примерный перечень необходимого товара, предполагаемая реализация и доход» в первый месяц работы

Наименование	Покупная стоимость, руб.	Продажная стоимость, руб.	Доход, руб.
Блузки	12000	16800	4800
Сарафаны	15000	21000	6000
Комбинезоны	18000	25200	7200
Брюки	10000	14000	4000
Юбки	8000	11200	3200
Костюмы	12000	16800	4800
Всего	75000	105000	30000

Предполагается, что при заполнении отдела товаром общей стоимостью 75 000 руб., можно иметь выручку в размере 105000 руб..

Выручка $75\ 000 + 40\% = 105000$ руб.

В дальнейшем планируется расширение примерного перечня ассортимента и увеличение выручки.

Таблица «Источники финансирования»

Наименования	Сумма в рублях
Субсидия на организацию предпринимательской деятельности	76 440
Собственные средства	14 560
Итого, стоимость проекта	91 000

Для организации бизнеса необходимо 14560 руб. собственных средств, что составляет 16 % от всей стоимости проекта.

Таблица «Расходы по субсидии»

Наименование расходов	Цена, руб.	Количество	Стоимость, руб.
Стойки	3000	2	6000
Манекены	500	2	1000
Товар (одежда для беременных)			
Блузки	6000		36440
Сарафаны	5000		
Комбинезоны	7000		
Брюки	4000		
Юбки	5440		
Костюмы	9000		
Зеркала	3000	2	6000
Стол (рабочий)	3000	1	3000
Аренда (800 руб. × 10м ² = 8000 руб. в месяц)	8000	3	24000
Итого стоимость проекта	-	-	76440

По итогам таблицы можно сказать, что расходы по субсидии составили 76440 руб.

Таблица «Текущие расходы торгового отдела»

Показатель	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Арендная плата	8000	96000
Транспортные расходы	3000	36000
Прочие (в т.ч. реклама)	3500	42000
Итого	14500	174000

Арендная плата составляет 800 руб. за один метр квадратный, арендуемая площадь составляет 10 кв. метров.

$$800 \times 10\text{м}^2 = 8000 \text{ руб. в месяц}$$

$$8000 \text{ руб.} \times 12 \text{ мес.} = 96000 \text{ руб. в год}$$

Транспортные расходы: - 3000 руб. в месяц.

Расчет ведется из того, что в месяц необходимо один раз съездить за товаром. Поездка может осуществляться на своей машине Тойота корола 2000 г. в. расход 7 л. на 100 км

поездка в Красноярск обойдется в 1000 руб.

поездка в Новосибирск 2000 руб.

$$1000 + 2000 = 3000 * 12 = 36000 \text{ руб.}$$

Затраты на пополнение товарного запаса в среднем за месяц составят 30000 руб. сумма будет определяться исходя из выручки в месяц и товарного запаса, то есть из первоначального запаса в 75000 руб. 30 000 руб. пускается в оборот, 45000 остается для пополнения запаса, потому как 100 % реализация товара в один месяц невозможна.

За счет собственных средств уплачивается сумма единого налога на вмененный доход из расчета на 10 кв. метров торговой площади, который составит

$$1800 \times 10 \times 1,148 \times 0,4 \times 0,15 = 1240 \text{ руб. в месяц,}$$

$$\text{в год } 1240 \times 12 = 14878 \text{ руб.}$$

Затраты на пополнение товара и расширение ассортимента:

$$20\,000 \text{ руб.} \times 12 = 240\,000 \text{ рублей.}$$

Расчет предполагаемых доходов приведен в таблице 8.

Таблица «Расчет прибыли с учетом прогнозной выручки и текущих затрат»

Показатель	Сумма, руб.	
	в месяц	в год
Доход	30 000	360 000
Затраты	14 500	174 000
Прибыль	15 500	186 000
Налог на прибыль (ЕНВД)	1 240	14 880
Чистая прибыль	14 260	171 120
Рентабельность производства, %	47,5	
Срок окупаемости, год	0,53	

Рентабельность производства 47,5%

По результатам расчетов можно сделать вывод о значительной эффективности организации торгового отдела

7. Анализ рисков

Финансовые результаты работы зависят от товарооборота. Поскольку торговый отдел только открывается, могут возникнуть проблемы с клиентской базой. Как мера «профилактики» является рекламная компания. Могут возникнуть и объективные потери, связанные с инфляцией.

Риск-событие, которое может случиться или не случиться. Определить и показать пути предотвращения рисков, с которыми может столкнуться будущий предприниматель, открывая магазин.

Управление воздействием рисков начинается с объективного выявления основных рисков, с которыми сталкивается бизнес.

1. Спекулятивные риски – финансовые риски, связанные с покупательской способностью (инфляционные, валютные, дефляционные и др.).

2. Чистые риски – это риски которые не зависят от меня - природоестественные (землетрясение, наводнение и т.п.), экологические, политические и т.п. данного оборудования, и низкой популярности среди потребителей.

3. Повышение оптовой стоимости товара. В следствие этого повышение розничной цены.

4. Повышение арендной платы.

5. Риски связанные с хищением товара.