МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Бизнес планирование»

Бизнес-план магазин одежды «Крейзи-Чебурашка»

Выполнил:
студентка 4 курса, группа 412
направления 38.04.05 Р. И. Шабанов
Бизнес-Информатика

Научный руководитель
к.э.н., доцент Е. Л. Кузнецова

Нормоконтролер Е. Л. Кузнецова

Краснодар 2021

Содержание

Аннотация бизнес-плана 3
1 Резюме 4
2 Описание отрасли и компании 5
3 Описание продукции 6
4 Конкуренция и конкурентное преимущество 8
5 Анализ рынка сбыта 10
6 Маркетинговый план 12
7 Производственный план 14
8 Организационный план 17
9 Финансовый план 19
10 Оценка рисков 21
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 23

Аннотация бизнес-плана

Предприятие: ИП Шабанов Роман Игоревич

Адрес: г.Краснодар, ул. Уральская 79/1

Телефон 8 (999) 635-77-95

Строго конфиденциально

Просьба вернуть, если Вас не заинтересовал проект

Кому: Шабанов Роман Игоревич

Краткое название проекта: СС

Полное название проекта: Crazy-Cheburashka

Суть предполагаемого проекта и место реализации: мобильное приложение, сайт, социальные сети, маркетплейсы и торговые точки через которое будет реализовываться продажа различных видов одежды.

Руководитель предприятия: Шабанов Роман Игоревич

Тел. 8 (999) 635-77-95

Проект подготовила: Шабанов Роман Игоревич

Тел. 8 (999) 635-77-95

Дата начала реализации проекта: 01.08.2021

Общая стоимость проекта: 1 млн руб.

Срок окупаемости проекта: 1 год

Ожидаемая среднегодовая прибыль: 1 млн руб.

Продолжительность проекта: бессрочен

Период времени, на который актуальны исходные данные, от даты начала проекта: 3 месяца

Дата составления: 20.12.2021

1 Резюме

Цель компании реализовать новых вид магазина по продажи одежды, который будет отличаться от других своим форматом. Чтобы человеку было комфортно покупать одежду и быть уверенным в качестве.

«Crazy-Cheburashka» – магазин одежды, который будет продавать небольшой ассортимент видов одежды: футболки, худи, джоггеры, галифе, куртки. На этапе формирование будет торговая точка, сайт, мобильное приложение, развитие в социальных сетях, также в дальнейшем будет расчёт на выход в маркетплейсы.

Данный проект будет большей степени реализован через онлайн продажу. Суть магазина чтобы человек меньшой степени тратил время на посещение магазина и покупал понравившуюся одежду в интернете. Организация рекламы в основном будет реализована в первое время в социальных сетях, в дальнейшем уже в интернете как рекламная строка и по запросам.

Реализация продукции планируется в г. Краснодаре, поэтому склад, где будут храниться продукция будет находиться в городе и товары будут поставляться с помощью служб доставки.

Над проектом будет работать команда единомышленников: программисты-разработчики; менеджер-маркетолог.

Целевая аудитория: школьники и студенты; возраст рассчитан на более молодую аудиторию которые хотят следовать модным трендам.

Для создания бизнеса и начального его функционирования необходимо 1 160 800 рублей. Привлечение внешних инвестиций на начальном этапе не потребуется, так как имеются собственные денежные средства, а также полученные от родителей.

Стартовый финансовый план включает в себя следующие положения: разработка и вывод на рынок сайта и мобильного приложения;

первоначальная закупка товаров; аренда помещения; обделка арендованного помещения; вывеска; оборудование; заработная плата работников; налоги; реклама; коммунальные расходы; непредвиденные расходы и т. д.

Ожидаемая выручка за первый месяц – 500 000 руб. Чистая прибыль за год составит 1 200 000 руб. Доход за год – 6 000 000 руб. Прибыль – 500 000 руб. Средняя ежемесячная чистая прибыль – 100 000 руб. Полная окупаемость проекта – один год.

2 Описание отрасли и компании

Организационно – правовой формой (ОПФ) организации будет индивидуальное предпринимательство. Выбор данной ОПФ обусловлен рядом преимуществ, в том числе: ведение бухгалтерского учета в упрощенной форме, подача налоговой декларации только один раз в год, уменьшение и упрощение налогового бремени: один налог вместо трех и т. д.

В качестве системы налогообложения планируется применение упрощенной системы налогообложения (УСН). Объект налогообложения – «доход минус расход». Ставка налога составит 15% от прибыли магазина.

Наша миссия – сделать новые современные магазины одежды, которые будут отличатся от остальных современностью, форматом и простотой в покупке.

Наши задачи: разработать максимально удобный магазин для покупки одежды. Где потенциальный покупатель смог быстро увидеть необходимы товар. И приобрести товар быстро и легко. Основное направление — это магазин без обязательств и с удобным выбором и оплатой.

Если сравнивать крупные федеральные сети, то можно увидеть общею картину, вся продукция низкого качество и по дорогостоящей цене. Такие крупные сети как: Zara; Gloria jeans; Sinsay; Familia; Спортмастер; завышают ценны на свою продукцию, также они сильно нагружают торговые точки

товаром, что приводит к разочарованию клиента. Крупные сети не способны полностью удовлетворить желания потребителя и часто с целью минимизировать расходы ухудшают свой бренд.

Российский рынок вслед за рынками других стран начинает активное движение в сторону новых потребностей потребителей, формирующихся под влиянием различных факторов: рост низкокачественной продукции, монополизм, нужда в хорошем товаре.

В таком крупном городе как Краснодар население всё больше обращает внимание на частные компании, чем на федеральные сети. Население нуждается в магазинах, где удовлетворяли бы их потребность в цене и качестве.

Сегодня есть много федеральных сетей магазинов одежды, но все они одинаково не удобны и не практичны для потребителя на данный момент необходим новый формат магазина, который смог бы удовлетворить желания клиента.

3 Описание продукции

Формат магазина будет состоять в том, что в магазине будет представлено определённый ассортимент модной одежды: футболки, худи, джоггеры, галифе, куртки.

Если выбор слишком широкий человек будет не способен разглядеть необходимый товар поэтому в нашем магазине будет много свободного пространство в особенности среди стеллажей, товар будет грамотно сгруппирован на зоны чтобы потенциальный покупатель смог увидеть необходимый товар. Для того чтобы потенциальному покупателю было легче с выбором и с покупкой товара была придумана новая концепция магазина. При которой, когда человек приходит в магазин за переделённым видом одежды он сразу же может увидеть так-как магазин будет распределён на

зоны, где будут представлены все модели определенного вида одежды. Также не будет представлено огромного количество размеров одежды, каждая модель будет представлено по одному из размеров. Каждый клиент может померить товар и приобрести его. Но после примерки он оставляет товар так-как это демонстрационный вариант. После того, когда клиент определился с товаром он может приобрести одежду в нашем приложение или на сайте и выбрать вариант выдачи в магазине или доставку. Или купить через многофункциональные табло в магазине, также с выдачей или доставкой. Тем самым вы получаете новый товар в упаковке который был проверен, поглажен, и упакован. Преимущество, вас не будут «доставать» назойливые продавцы, так как магазин будет частично избавлен он большого количество работников. На одной торговой точки будет один работник по залу и работник слада. Также в магазине не будет касс все покупки будут оформляться онлайн.

Закупка товаров будет осуществляться у частный предприятий по пошиву одежды в основном из азиатских стран или из Турции. Будут определённые поставщики товаров, в которых мы уверены. Ценны будут на много ниже, чем у федеральных сетей, но качество будет выше.

Будет разработано мобильное приложение, через которое планируется реализация товара главной квинтэссенцией приложение будет простота и одновременно в удобство. Приложение будет включать в себя:

- профиль;
- каталог;
- система бонусов;
- служба поддержки.

Каждый новый пользователь приложение перед покупкой должен зарегистрироваться. Для этого необходимы инициалы клиента, номер телефона и почта. Каждый зарегистрированный клиент получает вертикальную бонусную карту, где будут начисляется баллы за каждую

покупку. Баллы будут начисляется в зависимости от купленного товара. При нахождении товара клиенту будет представлена вся информация:

- цена;
- состав;
- внешний вид;
- размеры;
- наличие в магазине;
- начисление бонусов.

При приобретении товара клиент может выбрать доставку или забрать в магазине, но, чтобы точно быть уверен он может примерить демонстрационный вариант. Доставка будет платной или 300 рублей по городу или бесплатной при покупке от 3000 рублей.

4 Конкуренция и конкурентное преимущество

Сегодня в городе Краснодаре есть множество магазинов одежды в основном это федеральные сети. Главных конкурентов и их месторасположение можно увидеть на карте ниже (рисунок 1).

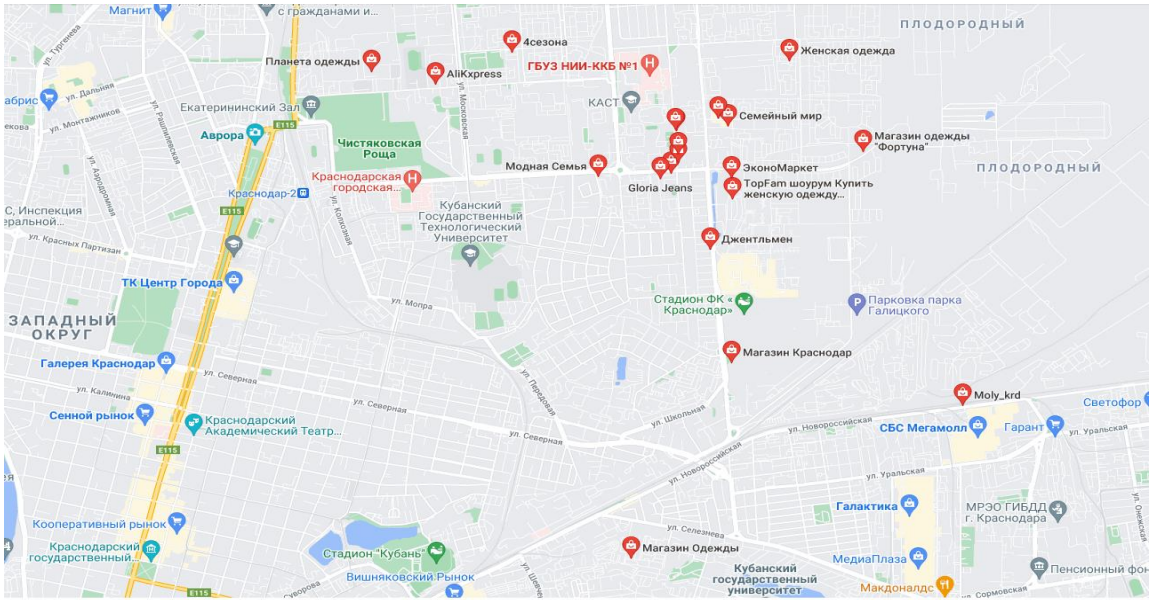


Рисунок 1 – Главные конкуренты и их месторасположение на карте г.Краснодара

Среди интернет-сайтов, продающих одежду:

- https://ostin.com/
- https://www.lamoda.ru/
- https://www.hm.com/
- https://www.vsemayki.ru/

Среди магазинов

- Adidas
- Bershka
- Zara
- Gloria jeans
- Sin Say

Но все эти магазины отличаются своей устарелостью. Интернет-магазины имеют минус, так как нельзя примерить и увидеть товар в живую. Любой магазин с торговой точкой имеет массу проблем:

- большая загруженность одеждой;
- назойливость продавцов;
- низкое качество;
- высокая цена.

К сильным сторонам конкурентов относятся:

1) удобное разбиение товаров по каталогам;
2) использование в каталоге ярких привлекательных фотографий;
3) возможность онлайн-покупки и доставки;
4) относительно низкие цены на продукцию.

К слабым сторонам конкурентов относятся:

1) завышенная ценна;
2) дорогая доставка.
3) нет индивидуальных предложений для клиентов по продукции;
4) нет возможности консультации по товарам в онлайн-формате.

Сегодня существует множество интернет-сайтов, занимающихся продажей одежды и федеральных сетей, но все они однотипны и отличаются лишь ассортиментом товара. Наша конкурентное преимущество перед остальными:

1) удобный сайт и мобильное приложение;
2) простая программа бонусов;
3) просто выбор товара в магазине;
4) без обязательной посещаемости магазина;
5) простая покупка и получение;
6) при покупке получение нового товара.

5 Анализ рынка сбыта

Торговля является одной из самых динамично развивающихся областей деятельности. Рынок одежды характеризуется высокой прибыльностью. Высокий уровень спроса, такой же уровень покупательской активности, гибкая и своевременная реакция рынка на новые потребности клиентов - все эти условия создают благоприятный фон для развития бизнеса одежды. Рынок одежды в России развивается более чем динамично: с каждым годом появляется все больше специализированных магазинов, расширяются фирменные торговые сети. Этому способствует рост покупательской способности населения, для которого важен не только продукт, но и сервис. Торговля модной одеждой - исключительно прибыльный бизнес. Его обороты по России оцениваются в 150 миллионов долларов. Отличительная особенность рынка одежды - ярко выраженный социальный характер потребления продукции. Она отражает уровень дохода, принадлежность к социальной группе и стиль жизни. Посредством одежды человек «конструирует» свой образ для самого себя и окружающих [1].

Соответственно, основная задача обслуживания в магазине одежды - помощь в формировании имиджа клиента: выяснение того, каким он себя видит, как должен одеваться такой человек, что ему подходит больше всего. Ежегодно рынок модной одежды России увеличивается на 10–15%. Такая тенденция наблюдается в течение последних трех лет. Модная одежда, обувь и аксессуары сегодня являются востребованным товаром. Такого рода вещи рассчитаны на определенную клиентскую аудиторию, прежде всего - на состоятельных людей, готовых платить деньги за то, чтобы хорошо выглядеть, вкладывать средства в собственный имидж. Специалисты считают, что развитие рынка модных товаров в России напрямую связано с ростом доходов сограждан. Увеличение спроса на модную одежду - один из непременных атрибутов развития покупательной активности населения, которую мы наблюдаем последние несколько лет. А поскольку рынок чутко реагирует на потребности потребителей, предложение на рынке модной одежды также увеличивается. Поэтому с ростом благосостояния россиян будет увеличиваться рынок модной одежды. В целом, за последние 1,5–2 года объем рынка модной одежды увеличился практически вдвое. На сегодняшний день предложение в сфере модных товаров ведущих городов России по-прежнему несопоставимо с предложением Москвы или Санкт-Петербурга. Менеджер по закупкам, как и маркетолог компании, должны максимально тщательно изучать тенденции в моде, внимательно отслеживая тенденции будущего сезона и планируя ассортимент магазина. В связи с этим интересен маркетинговый прием, используемый в качестве стандарта работы персонала в розничных магазинах Западной Европы, включая магазины одежды: при отсутствии в магазине подходящего размера, модели, цвета продавец рекомендует покупателю посетить магазин конкурента, где сейчас, возможно, есть то, что ему нужно. При кажущейся неправильности такого подхода прием на самом деле эффективен как средство построения лояльности покупателя – «мы настолько заинтересованы помочь нашим клиентам, что готовы пожертвовать сделкой и отдать ее конкуренту» [4].

6 Маркетинговый план

Уникальное торговое предложение будет строиться на следующем: потенциальный покупатель приходит в магазин и выбирает товар из предложенного ассортимента товара. После он примеряет товар и решает о покупке и оставляет всё в примерочной. Дальше уже клиент приобретает товар через мобильное приложение, или через сайт или через многофункциональный терминал. Тем самым он полностью сам принимает решение о покупке и не чем не обязуется перед магазином. Для клиента это более удобно так-как нету давление со стороны и назойливого отношение продавца консультанта к покупателю. В магазине будет работать лишь один работник, который будет заниматься наведением порядок в зале и полностью не мешать клиенту. При оформлении заказа клиент может выбрать выдачу в магазине с временным интервалом или доставку. При выдаче в магазине будет место выдаче товаров.

Также ключевая наша позиция только без наличная оплата и предоставление чеков смс оповещение на номер клиента или на почту тем самым мы бережём экологию и предоставляем полную прозрачность для клиента и для государства.

Ещё одна уникальность – это предоставление доставки она осуществляется в течение 3 часов без оплаты и возможностью полного возврат товара на месте.

Наша стратегия предоставлять высококачественный товар по максимально низким ценам. Мы попытаемся минимизировать часть расходов для большего снижение ценны на товар не затрагивая качество. В связи с тем это будет в большей степени онлайн магазин и затраты на аренду и содержание помещения будут не такими большими к тому же склад будет внутри магазина, будут установлены низкие цены, что, в свою очередь, автоматически позволит расширить целевую аудиторию. Таким образом, на

первоначальном этапе будет следующая ценовая политика: низкая цена и высокое качество – распродажи, специальные акции, захват позиций на рынке. Стратегия будет меняться в зависимости от ситуации на рынке.

Продвижение сайта будет осуществляться через яндекс рекламу, instagram, google рекламу. Это наилучший вариант продвижения, который позволит потом привлекать пользователей в геометрической прогрессии.

Также для продвижения планируются следующие мероприятия:

1) участие в выставках, семинарах, форумах;
2) организация конкурсов и розыгрышей для повышения интереса потребителей;
3) покупка рекламы у различных блогеров;
4) сотрудничество с различными производителями аксессуаров;
5) размещение рекламы в социальных сетях;
6) таргетированная реклама;
7) листовки;
8) «сарафанное радио».

В таблице 1 представлен список мероприятий по продвижению компании и затраты по ним.

Таблица 1– Список мероприятий продвижению компании и затраты по ним (составлено автором).

Мероприятие	Затраты
Таргетированная реклама в Instagram	10 000 рублей
Реклама у блогера с 30 тыс подписчиками в Instagram	10 000 рублей за пост
Реклама у блогера со 100 тыс подписчиками в Instagram	20 000 рублей за пост
Участие в выставках	бартер

Так как в первый месяц планируется реклама у двух блогеров и таргетированная реклама, то будет привлечено максимальное количество пользователей – 1000 человек, из которых 400 купят продукцию и 600 зарегистрируются на сайте для покупки товаров и получения скидок. В последующие пять месяцев будет работать только таргетированная реклама.

7 Производственный план

Для открытие торговой точки будет рассматриваться два варианта аренда или покупка коммерческого помещения. Покупка коммерческого помещения сложный и на начальном этапе не рассматривающийся вариант.

Аренда помещения, может быть, как у торговых центров, так и у частных лиц можно рассмотреть эти возможности:

Аренда коммерческого помещения в торговых центрах имеет массу плюсов:

1) Большая посещаемость;
2) Большое количество посторонних магазинов (потенциальный покупатель приходит с определённой целью покупки в каком-либо магазине, но есть возможность, что покупатель обратит внимание на нас);
3) Поддержка торгового центра при открытии;
4) Реклама внутри торгового центра;
5) Внутренние охрана торгового центра и видеонаблюдение;
6) Внутренние услуги клининга и обслуживание;
7) Возможность выбрать любую свободную площадь и возможность расширения.

Но также есть большой ряд минусов, которые у большинства моллов одинаковы [2]:

1) Большие требование при открытии. К примеру, дизайн или внешний вид вывески;
2) Договор очень сильно зажимает арендатора в основном у всех договоров торгового центра есть неустойка при закрытии на первый год она доходит до 1 млн руб. В дальнейшем неустойка падает с каждым годом в течение пяти лет;
3) Разгрузка товара осуществляется только после закрытие торгового центра или 2 часа перед открытием за невыполнение правил накладывается штраф;
4) Ещё минус — это нормативы времени нельзя закрываться раньше времени или открываться позже и делать перерывы больше 5 минут. За нарушение правил предусмотрены штраф от 10 до 50 тысяч руб.
5) Всё имущество, предоставляемое торговым центром будет под вашей ответственностью (панорамные стёкла, напольная плитка, жалюзийные двери) при поломки или повреждение вся сумма устранение ущерба, будет возложенная на арендатора вне зависимости по вашей или по чужой вине. Но стоит отметить, что руководство торговых центров требует страховать их имущество под вашу ответственность;
6) Не фиксированная сумма аренды помещения за кв метр, но при большой аренде помещения сумма за кв метр уменьшается;
7) Большой контроль у каждого арендатора должная быть подключена онлайн касса, которая фиксирует ежедневную и месячную прибыль торговой точки и ежемесячная отчётность прибыли и посещаемости;
8) Процентная ставка. У всех моллов есть определённая установка на прибыль если она превышает, то арендатор должен с превышенной суммы платить процентную ставку;
9) Большие коммунальные платежи и расходы на интернет.

Вывод аренда в торговых центра эффективна только большой посещаемостью, но правила торговых центрах слишком сильно зажимают арендатора.

Аренда у частных лиц:

Полюсы:

1) Малые требование;
2) Свободная развитие торговли;
3) Свободный выход;
4) Собственная установка времени открытие и закрытие;
5) Свободная разгрузка товара;
6) Не высокие платежи за коммунальные услуги.

Минусы:

1) Возможность плохого расположение;
2) Отсутствие поддержки со стороны арендодателя;
3) Наем охраной организации;
4) Отсутствие видеонаблюдение;
5) Отсутствие возможности провести интернет;
6) Отсутствие каково либо ремонта.

Если рассматривать аренду у коммерческих лиц, то возможны большие затраты, но более свободная торговля.

При рассмотрении вариантов всё-таки нужно арендовать помещение в торговых центрах для начального продвижение компании за счёт большой посещаемости. Для рассмотрение были выбраны торговые центры: SBS MegaMall, OZZ Mall, торговый центр Красная площадь или Галерея. По уровню посещаемости, месту расположение и удобству проезда больше всех выигрывает SBS MegaMall.

Для создания приложение и сайта, базы данных, ERP-систему, и создание в 1с системы нашего магазина. требуется команда программистов-разработчиков из 4–5 человек. Для разработки, запуска и тестирование приложение и сайта понадобится 3 месяца, также программисты-разработчики будут работать в дальнейшем для продвижения и поддержка приложение как основной штат. Разработка будет проводиться совместно в квартире главы проекта. В дальнейшем продвижения, поддержка и

обслуживание будет проводиться в арендованной торговой точке или в офисе. Также будет закуплены необходимые комплектующие для сервера, и серверная будет находиться либо на арендованной торговой точке или в офисе. В зависимости от начального дохода. Также будут закуплены многофункциональные терминалы самообслуживание, где покупатель может выбрать и купить товар. По типу как в ресторане Макдональдс или в магазине DNS.

Склад на начальном этапе будет в самом арендованном помещение, но в дальнейшем при повышении прибыли будет арендован второй склад рядом с магазином или увеличена площадь магазина. Для склада в магазине понадобится около 10 кв. метров и 10 стеллажей. Все товары на складе будут с группированы и со своим уникальным номером и все стеллажа будут отмечены номером и группой. Все данные о стеллажах и товаре будут ведены в базу данных и тем самым работнику на складе будет просто найти необходимый товар.

Также за отчётность об оформление и покупке будет применена программа 1с. За управление закупками, запасами, поставками, продажами и за финансовый отчет будет применена ERP-система. Все необходимые программы могут работать совместно что облегчает задачу.

Также для печати этикеток и ценников будет применена программа Nicelabel и будет приобретён принтер для печати.

Продукция закупается на крупных вещевых рынках таких как Люблино или Садовод. На начальном этапе будет затрачено 300 000 рублей и доставляется частными дальнобойщиками. В дальнейшим будет расчёт выйти на прямую к предприятиям по пошиву одежды и работать с ними и договорится с крупными транспортными компаниями.

8 Организационный план

Организационно – правовой формой (ОПФ) организации будет индивидуальное предпринимательство. Выбор данной ОПФ обусловлен рядом преимуществ, в том числе: ведение бухгалтерского учета в упрощенной форме, подача налоговой декларации только один раз в год, уменьшение и упрощение налогового бремени: один налог вместо трех и т. д.

В качестве системы налогообложения планируется применение упрощенной системы налогообложения (УСН). Объект налогообложения – «доход минус расход». Ставка налога составит 15% от прибыли магазина.

На начальном этапе это разработка и внедрение сайта и приложения и все необходимые программы для эффективного функционирование компании, открытие торговой точки и рекламное продвижение.

Над проектом будет работать команда единомышленников:

– программист-разработчик
– менеджер-маркетолог (заполнение базы данных клиентов и поставщиков, продвижение приложения, изучение рынка и конкурентов);
– администратор (прием заказов, отслеживание работы и наполняемости склада, осуществление закупки товаров);
– работник склада (обеспечение целостности и сохранности товаров на складе, контроль сроков годности, сбор заказов и передача их в службу доставки);
– работник зала (контроль за товаром, его расположение и внешним видом).

Необходима организация торгового помещения, склада и серверной. Всё будет в одном помещение для удобства. На открытие помещения уйдёт не более 1 месяца.

Также на начальном этапе будет организованна реклама в основном в социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Twitter, Facebook. Ещё одним из способов продвижения будет канал на YouTube и TikTok, где будут снмается видео о нашей компании.

9 Финансовый план

Для создания бизнеса и начального его функционирования потребуется 1 160 800 рублей. Привлечение внешних инвестиций на начальном этапе не потребуется, так как имеются собственные денежные средства. В таблице 2 представлены основные статьи расходов при открытии

Таблица 2 – Основные статьи расходов при открытии (составлено автором).

№	Статьи расходов	Сумма
1	Государственная пошлина за регистрацию ИП через госуслуги	800 руб.
2	Разработка сайта, мобильного приложения и всех необходимых программных обеспечений	100 тыс. руб.
3	Аренда помещения	50 тыс. руб.
4	Ремонт помещения	150 тыс. руб.
5	Закупка необходимого оборудование для помещения (стеллажи для товара, вешалки, стеллажи для склада)	100 тыс. руб.
6	Рабочий компьютер и сервер	100 тыс. руб.
7	Закупка терминалов самообслуживание	150 тыс. руб.
8	Закупка товара	300 тыс. руб.
9	Расходы на рекламу	10 тыс. руб.
10	Заработная плата команде разработчиков	180 тыс. руб.
11	Подключение эквайринга	Бесплатно
15	Непредвиденные расходы	20 тыс. руб.
Итог		1 160 800 руб.

Дальнейшие расходы будут рассчитывается каждый месяц примерно одинаков. В таблице 3 представлены основные статьи расходов в месяц.

Таблица 3 – Основные статьи расходов в месяц (составлено автором).

№	Статьи расходов	Кол.	Сумма	Общая сумма
1	Аренда помещения	1	50 тыс. руб.	50 тыс. руб.
2	Расходы на рекламу	1	5 тыс. руб.	5 тыс. руб.
3	Зарплата работника зала	1	600 руб выход+1% с продаж примерно	35 тыс. руб.

4	Зарплата складскому работнику	2	15 тыс. руб.	30 тыс. руб.
5	Зарплата штатного программиста	1	40 тыс. руб.	40 тыс. руб.
6	Налоги на ФОТ	3	6 812,33 руб.	20 436,99 руб.
4	Коммунальные платежи	1	5000 руб.	4000 руб.
8	Клининг услуги	1	3000 руб.	6000 руб.
9	Комиссия банка	1	В среднем 20 тыс. руб.	20 тыс. руб.
10	Налоги	1	В среднем 50 тыс. руб.	50 тыс. руб.
11	Непредвиденные расходы	1	10 тыс. руб.	10 тыс. руб.
Итог				270 436,99 руб.

Таким образом, можно заметить большие расходы на этапе открытия и на дальнейшие расходы каждый месяц. Необходима минимальная выручка 300 000 рублей для работы магазина. При хороших продажах будет расчёт на выручку 600 000–700 000 рублей. Тем самым окупаемость будет в течение года и будет возможность каждые 2 месяца закупать новый товар на сумму 200 000 рублей.

После того как проект окупится все действия будут направлены на то, чтобы укрепить свое положение на рынке: будут проводиться мероприятия по обновлению товара, улучшению приложение и сайта, расширению ассортимента.

Как только компания будет стабильно приносить чистой прибыли больше 700 000 рублей в месяц, можно будет заняться географической экспансией и попробовать открыть новые точки компании в Краснодаре и продвигать в близлежащих городах таких как: Новороссийск, Сочи, Анапа и т. д. В таблица 4 представлены сведенья о статьи доходов.

Таблица 4 – Сведенья о статьи доходов (составлено автором).

№	Показатели	Сумма
1	Выручка	700 тыс. руб.
2	Затраты	220 тыс. руб.
3	Прибыль до налогообложения	480 тыс. руб.
4	Налог на прибыль	42 тыс. руб.

5	Чистая прибыль	438 тыс. руб.

10 Оценка рисков

Основными рисками бизнес-проекта являются:

– несоблюдение сроков реализации проекта;
– проблема тестирования продукта;
– взлом приложения и кража базы данных клиентов;
– появление конкурентов, продающих сопоставимый товар по более низким ценам;
– обман поставщиками;
– получение бракованного товара;
– ухудшение качества линейки товаров производителя;
– отсутствие интереса целевой аудитории к товару;
– большая вероятность проведения неэффективной рекламы из-за отсутствия опыта;
– отрицательная доходность;
– увеличение затрат на арендную плату и затрат на поддержку торговой марки в большем размере, чем потенциальный рост продаж;
– расторжение арендодателем контракта;
– не реализация товара до истечения срока актуальности;
– рост отпускных цен на товары;
– низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия;
– низкий уровень взаимозаменяемости сотрудников из-за нехватки специалистов.

Минимизировать эти риски возможно с помощью:

1) Разработки грамотного технического задания

2) Определения критериев сдачи-приемки проекта
3) Постоянного совершенствования ассортимента продукции, а также информации о компании;
4) Увеличение клиентской базы, стимулирование постоянных покупателей;
5) Стимулирование сотрудников (премии, проценты с продаж);
6) Проведение акций и распродаж.

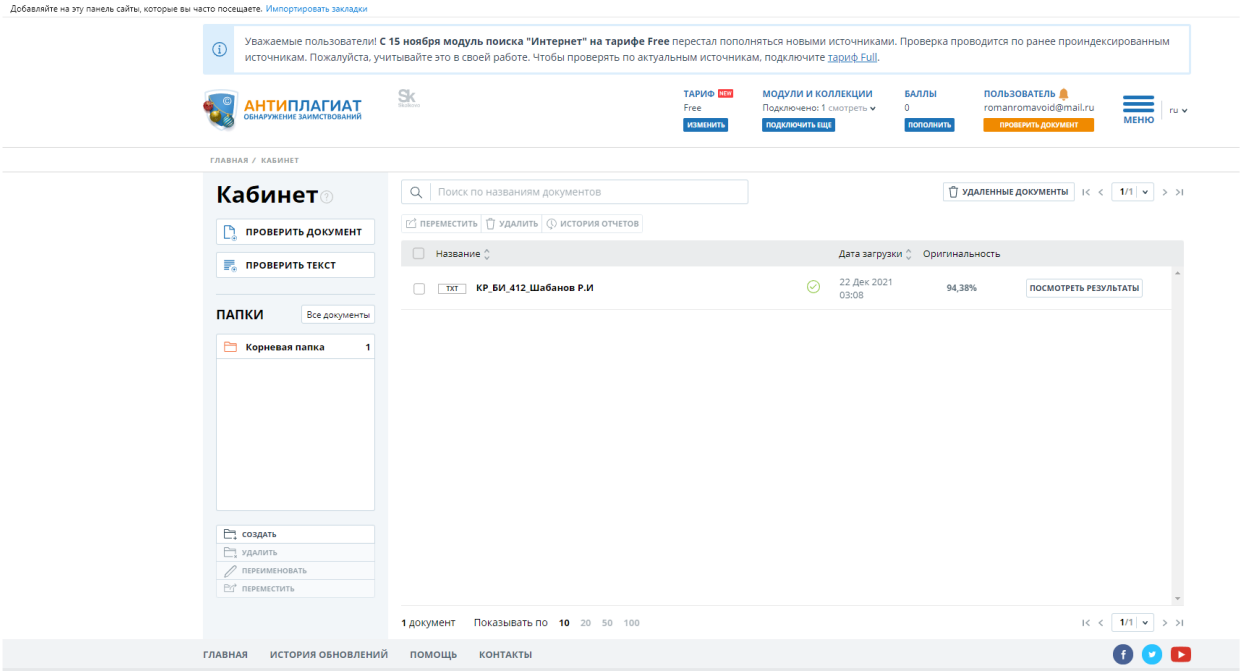
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Анализ рынка магазина одежды в России. – URL: https://www.indexbox.ru/

2 Договор с арендатором Соломбала Молл – URL: https://solombalamall.ru/

3 Статистика ключевых слов на Яндексе. – URL: https://wordstat.yandex.ru/#!/?words=%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5

4 Исследование российского рынка одежды. – URL: https://otherreferats.allbest.ru/


Добавляйте на эту панель сайты, которые вы часто посещаете. Импортировать закладки
Уважаемые пользователи! С 15 ноября модуль поиска "Интернет" на тарифе Free перестал пополняться новыми источниками. Проверка проводится по ранее проиндексированным источникам. Пожалуйста, учитывайте это в своей работе. Чтобы проверять по актуальным источникам, подключите тариф Full.
АНТИПЛАГИАТ
ОБНАРУЖЕНИЕ ЗАИМСТВОВАНИЙ
ТАРИФ
Free
ИЗМЕНИТЬ
МОДУЛИ И КОЛЛЕКЦИИ
Подключено: 1 смотреть
ПОДКЛЮЧИТЬ ЕЩЕ
БАЛЛЫ
0
ПОПОЛНИТЬ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
romanromavoid@mail.ru
ПРОВЕРИТЬ ДОКУМЕНТ
МЕНЮ
ru
ГЛАВНАЯ / КАБИНЕТ
Кабинет
ПРОВЕРИТЬ ДОКУМЕНТ
ПРОВЕРИТЬ ТЕКСТ
ПАПКИ
Все документы
Корневая папка 1
СОЗДАТЬ
УДАЛИТЬ
ПЕРЕИМЕНОВАТЬ
ПЕРЕМЕСТИТЬ
Поиск по названиям документов
УДАЛЕННЫЕ ДОКУМЕНТЫ
1/1
ПЕРЕМЕСТИТЬ
УДАЛИТЬ
ИСТОРИЯ ОТЧЕТОВ
Название
Дата загрузки
Оригинальность
TXT
КР_БИ_412_Шабанов Р.И
22 Дек 2021 03:08
94,38%
ПОСМОТРЕТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ
1 документ
Показывать по 10 20 50 100
1/1
ГЛАВНАЯ
ИСТОРИЯ ОБНОВЛЕНИЙ
ПОМОЩЬ
КОНТАКТЫ