


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования

«Кубанский государственный университет»


Бизнес-план магазина женской одежды.


Работу выполнила _____  _____ **В.Г. Кирша**

Факультет экономический курс 1

Направление 38.05.01 – Экономическая безопасность

Профиль Экономическая теория

Научный руководитель: _____  _____ **А.В. Болик**

Нормоконтролер _____  _____ **А.В.Болик**

Бизнес-план магазина женской одежды.

Магазины женской одежды востребованы везде, в любом городе России. Целевая аудитория будет очень широкая за счет доступности товара и уровня его востребованности. Открытие отдела бутика женской одежды по доступным ценам планируется в локальном торговом центре на первом этаже. Торговый центр находится : г. Краснодар, ул Володи Головатого, 313. «ТРЦ Галерея»

Ассортимент: одежда для женщин.

График работы: ежедневно с 10:00 до 20:00.

Основная целевая аудитория:

Женщины от 25 до 45 лет (80%). Женщины от 46 до 60 (15%). Девушки от 18 до 24 лет (5%).

Основные конкуренты:

Аналогичные магазины и отделы женской одежды в данном районе.

Отделы одежды в этом же ТЦ.

Бороться с конкурентами мы будем уникальным ассортиментом, интересными моделями, качественными копиями известных брендов, высоким уровнем обслуживания (важна высокая квалификация консультанта), активной рекламой, акциями, распродажами.

Основные риски бизнеса:

Наименование риска	Решение
Появление сильного конкурента ближе 3 км от нашей торговой точки	Постоянный анализ конкурентов, мониторинг цен и ассортимента, надежные поставщики качественной и оригинальной одежды с соответствующими сертификатами и привлекательными маркетинговыми предложениями. Система лояльности для постоянных покупателей. Индивидуальный подход к каждому покупателю.
Резкое повышение цены аренды помещения под магазин	Заклучить договор аренды на долгий срок
Неудачная первая закупка, много залежавшегося товара	Изначально потребуется проанализировать рынок, выявить максимальный спрос на конкурентные бренды и модели на основе мониторинга конкурентов, общения на женских форумах своего города и всей России. Не допускать залежавшегося товара посредством сезонных распродаж

Поставщики: Lak Bi
Lonsdale
ASOS
LAModa

Оформление и регистрация

Для открытия даже небольшого магазина одежды в торговом центре или любом другом месте требуются регистрация в налоговых органах и выбор формы ведения предпринимательской деятельности. Для нашего мини-бутика будет достаточно регистрации ИП, т.к. собственник в одном лице и работать надо будет с физическими лицами. Подаем заявление на получение сертификата ИП, выбираем упрощенную систему налогообложения – 15% (доходы минус расходы) и указываем соответствующий код ОКВЭД 47.71, который позволит нам заниматься розничной торговлей одеждой и другими аксессуарами. Получение разрешений от инстанций не требуется, т.к. мы арендуем помещение в ТЦ. Затраты на оформление ИП не превысят 2-3 тыс. рублей.

Поиск помещения и закупка оборудования

Важно разместить торговую точку в том месте, где будет как можно больше целевой аудитории. Мы арендуем помещение площадью 40 кв. м для торговли женской одеждой в торговом центре. Центр имеет активную проходимость потенциальных клиенток за счет большого выбора брендовой и качественной одежды по приемлемым ценам. Стоимость помещения составит 45 тыс. рублей в месяц. В сумму включены коммунальные платежи, охрана помещения и уборка территории штатным уборщиком. Для презентации товара потребуется торговое оборудование. Чтобы минимизировать вложения, мы приобретем его в состоянии б/у хорошего качества.

Смета по затратам

Наименование	Цена, руб.
Стойки-вешалки (3 шт.)	15 000
Полки большие невысокие (2 шт.)	15 000
Манекены (5 шт.)	20 000
Раздевалка	5 000
Кассовый аппарат	5 000
Итого	60 000

Формирование ассортимента

Ключевым критерием выбора магазина женской одежды у клиенток является его ассортимент. Ведь женщины любят глазами, и, если покупательнице нравится выбор в магазине, она будет у вас частым гостем и наверняка приведет подруг. Поэтому, прежде чем закупать тонну непонятных вещей, следует проанализировать спрос, изучить предложения конкурентов, выделиться моделями и брендами.

Основные категории товаров:

- Платья.
- Юбки.
- Брюки.
- Лосины.
- Классические костюмы.
- Блузки.
- Рубашки.
- Футболки.
- Джинсы.
- Кофты.
- Пиджаки.
- Кардиганы.

Наша первая закупка будет небольшая, чтобы отследить тенденции по цветам и стилям, дальше будем расширять ассортимент.

Ассортимент по закупочной цене

Наименование товара	Цена
Платье	3 000
Юбка	2000
Брюки	3500
Лосины	1 500
Классический костюм	5 000
Блузка	2000
Рубашка	2000
Футболка	500
Джинсы	2 000
Кофта	1 200
Пиджак классика	2000

Это ориентировочный список, в своем планировании стоит учитывать каждую позицию и считать статистику продаж. В стартовую закупку планируется вложить 150 тыс. рублей.

Персонал ДОХОДЫ

Торговать на первых порах может сам предприниматель для экономии затрат. Также он самостоятельно сможет проконсультировать покупателей и посоветовать, какую модель выбрать. Важно знать различия и особенности брендов, тканей, фасонов. Однако на смену хотя бы на 2 дня в неделю мы возьмем наемного работника, проведем подготовку по знанию производителей, брендов и размеров, которые представлены в магазине.

Функции бухгалтера, закупщика и рекламщика будет выполнять сам собственник магазина.

Затраты на сменного продавца составят 25 тыс. рублей. Основной мотивацией будет получение % от продаж.

Рекламироваться будем следующим образом:

- Штендер возле отдела с рекламой – 5 000 рублей.
- Флаеры на улице – 10 000 рублей.
- Реклама на женских форумах, отзывы покупательниц, рекомендации и т.д. – самостоятельно.
- Визитки с номером магазина и контактной информацией для клиенток – 5 000 рублей.
- Затраты на акции и скидки – 10 000 рублей.
- Реклама в группах (репост, акции и т.д.) – 5 000 рублей.

Общий объем затрат на рекламу – около 35 тыс. рублей.

Ежемесячно нужно будет тратить деньги на рекламу в социальных сетях, проведение акций и предоставление выгодных предложения. Заложим 10 тыс. рублей в рекламный бюджет.

Для повышения лояльности покупателей будут проводиться сезонные распродажи коллекций со скидкой 40-50%. Для постоянных клиентов будет действовать скидка 5% плюс накопительная карта с бонусами.

В конце каждого месяца будет проводиться акция «Купи 2 вещи, получи третью со скидкой 30%».

Последние 5 дней сезона – акция на старую коллекцию до 60%.

Расходы и доходы

В этой главе мы составим общую картину затрат, запланируем выручку на 3-й месяц активной работы, рассчитаем рентабельность и срок окупаемости проекта. А также подведем итог, насколько потенциально выгоден этот бизнес.

Стартовые расходы

Статья расходов	Сумма, руб.
Регистрация	3 000
Аренда помещения за 2 месяца	60 000
Закупка торгового оборудования	60 000
Закупка ассортимента	150 000
Реклама	35 000
Дополнительные расходы	50 000
Итого	358 000

Ежемесячные расходы

Статья расходов	Сумма, руб.
Аренда помещения	30 000
Зарплатный фонд	25 000
Реклама	10 000
Дополнительные расходы	20 000
Итого	85 000

Доходы

Доходы ожидаются не ранее чем с 3-го месяца. На этот период будет сформирован ассортимент, начнет работать реклама и появятся постоянные покупатели, которые будут рекомендовать магазинчик подругам и знакомым. Установим план активных продаж на 3-й месяц:

Наименование товара	Цена	Количество	Сумма, руб.
Платье 1	5 000	5	25 000
Платье 2	7 000	1	7 000
Юбка 1	4 000	2	8 000
Юбка 2	6 000	3	12 000
Брюки	3 000	3	9 000
Брюки 2	5 000	1	5 000
Лосины	4 000	1	4 000
Классический костюм тройка	10 000	1	10 000
Блузка 1	3 000	1	3 000
Блузка 2	5 000	1	5 000
Рубашка 1	3 000	1	3 000
Рубашка 2	5 000	2	10 000
Футболка 1	1 500	4	6 000
Футболка 2	3 000	2	6 000
Джинсы 1	2 500	4	10 000
Джинсы 2	5 000	2	10 000

Кофта 1	3 000	2	6 000
Кофта 2	5 000	1	5 000
Пиджак классика	3 000	2	6 000
Пиджак стиль (укороченный)	5 000	5	25 000
Кардиган	10 000	2	20 000
Итого			195 000

Вычитаем стоимость закупки и получаем выручку в 146 250 руб.

Далее высчитываем показатель рентабельности и срок окупаемости проекта.

Определяем разницу между доходами и расходами:

$$146\ 250 - 85\ 000 = 70\ 375 \text{ рублей в месяц.}$$

После вычета налогов остается около 63 тыс. рублей.

Рентабельность составит около 50%. Такая рентабельность для отдела женской одежды в небольшом ТРЦ отличная.

Срок окупаемости стартовых затрат составит:

$$358\ 000 / 63\ 000 = 6 \text{ месяцев.}$$

В итоге

Магазин женской одежды в крупном городе – очень прибыльный бизнес. Важно сформировать актуальный ассортимент под свою целевую аудиторию. Мы не будем закупать много моделей, скорее, выберем топовые позиции в соответствии с сезоном, а в конце сезона будем проводить распродажи с хорошими скидками. Это поможет ликвидировать неактуальный товар и привлечет максимальное количество покупателей. В планах на год – увеличить торговую площадь для расширенного предложения. Как только сформируется определенная база постоянных клиентов, будем рассматривать открытие магазина в отдельно стоящем здании в центре города, что позволит уйти от конкурентов и сконцентрировать внимание потенциальных покупателей на нашем предложении.

Всего затрат за 1й месяц работы ≈ 1000000.