

БИЗНЕС ПЛАН ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ



СОДЕРЖАНИЕ

1 Резюме	3
2 Описание проекта.....	4
3. Характеристика товара	6
4 Анализ конкурентов.....	8
5 План маркетинга.....	10
6 План производства	14
7 Организационный план	17
8. Оценка рисков	19
9. Финансовый план.....	20
10. Эффективность проекта.....	23

1 Резюме

Настоящий проект представляет собой план создания Детского магазина с денежным оборотом в два года.

Дети - цветы жизни. Это утверждение, на котором основывается отношение абсолютного большинства современных родителей к своим чадам. Каждый родитель точно знает, что именно его ребенок самый лучший (хороший, красивый, умный). И уж точно все родители стараются, чтобы помимо всего многообразия положительных качеств, которые уже есть у их ребенка, он также хорошо выглядел и одевался. Этим можно руководствоваться при принятии решения об открытии своего бизнеса и предоставить родителям возможность одевать их ребенка как можно лучше, открыв для них магазин по продаже детской одежды. Поэтому его открытие можно считать удачным вложением денег.

К основным преимуществам детского магазина относятся его востребованность, большое количество поставщиков, так как на данный момент есть и обычная детская одежда, рассчитанная на средний доход в семье, и брендовая от дорогих производителей, стоимость которой соответствующая.

Основная цель бизнес-плана - планирование создания магазина по продаже детской одежды.

Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- оценить рынок, на котором планируется работа магазина;
- установить продукт, который смогут получить клиенты детского магазина;
- определить методы маркетинга предприятия;
- проанализировать потребность в ресурсах, необходимых для начала работы;

- составить бюджет работы магазина детских товаров на первый месяц и год работы.

Последовательное выполнение данных задач обеспечит условия для начала работы магазина, а также для получения прибыли от его деятельности.

Финансирование проекта: получение коммерческого кредита в размере 1 361 500 руб. под 21,9 % годовых на 6 лет.

Условный жизненный цикл проекта 2 года.

Срок окупаемости с учетом дисконтирования 1,8 лет.

2 Описание проекта

Для осуществления данной предпринимательской деятельности необходимо создать юридическое лицо: Индивидуальный предприниматель.

Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя стоит дешевле, чем ООО, и подача документов в налоговые органы проще - нужны только нотариальное заверенное заявление и копия паспорта.

Чтобы получить разрешение на открытие магазина детской одежды, должны быть выполнены все требования Торгового отдела (оборудование магазина), Госпожнадзора (пожарная безопасность) и Роспотребнадзор (санитарные правила).

Визитная карточка:

- Магазин «Гном»
- Вид деятельности: розничная торговля детской одеждой (ОКВЭД - 52.42)
- Дата создания фирмы: 25.01.2018 г.
- Площадь: 42 м²
- Тип собственности: аренда Режим работы: 10:00 до 21:00
- Реализуемые товары: Детская одежда

Для начала работы отдела детской одежды предпринимателю потребуются следующие ресурсы:

- Помещение, в котором можно организовать торговый зал площадью 35 м² и складские комнаты. Общая площадь помещения (торговый зал и подсобные комнаты) в оптимальном варианте составит 42 м².

Отличным решением станет аренда площади в крупном торговом центре. Одним из преимуществ размещение отдела в торговом центре - наличие кинотеатра, где постоянно показывают мультики, наличие магазина детских игрушек рядом с отделом, а так же детские аттракционы.

Цена за аренду в торговом зале за 1 м - 1000 руб., подсобной комнаты 1 м - 500 руб. Соответственно общая сумма аренды составит: 38 500 рублей в месяц.

- Торговое оборудование и мебель. Из оборудования потребуются витрины, кассовый аппарат, стеллажи, стойки для одежды, вешалка для одежды, вывеска и т.д. Торговый зал необходимо будет оборудовать примерочными кабинами, зеркалами, а так наличие игровой зоны, в которой будут расположены игрушки, стол для рисования, разместить телевизор с показом мультфильмов и т.д. Это поможет родителям сосредоточиться на покупках, так как дети будут заняты игрушками. В качестве атрибутов необходимо будет так же приобрести манекены. Общие затраты на торговое оборудование составит: 250 000 рублей.

- Персонал: администратор, продавцы-консультанты (2 человека), продавец-кассир, бухгалтер-товаровед, техничка.

Подбор персонала будет осуществляться с учетом следующих требований:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;

- наличие опыта работы в сфере торговли, знание психологии покупателей (обладать в большей степени тактичностью, устойчивостью к стрессам, уравновешенностью), а самое главное умение общаться с детьми. Часто бывает, что ребенок устал или вообще изначально не хотел идти в магазин, а его заставили, и начинает устраивать родителям и всем окружающим истерики и прочие неприятные вещи;

- знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и изготовления продукции.

Итоговые расходы на оплату труда составят 71 000 рублей в месяц.

- Обратные средства для закупки первой партии товаров. На закупку товара в обороте потребуется 850 000 руб. в месяц.

Рынок реализации товара данного отдела определен границами города.

Молодые семьи с детьми являются основной целевой аудиторией универсального магазина детских товаров. Основными потребителями продукции являются люди со средними доходами. Но так же покупатели с высоким уровнем доходов, для которых важно всё: престиж магазина, внешний антураж, оформление бутика, возможность доставки одежды на дом.

Актуальность открытие такого отдела детской одежды именно сейчас обусловлено тем, что на сегодняшний день доступность широкому потребителю товаров различного качества, эстетических свойств в конечном итоге ведёт к пресыщению и желанию покупателей покупать товары, одежду, в зависимости от индивидуальных потребностей соответствующего качества и свойств.

3. Характеристика товара

Одежду для детей в данном отделе будет разбита на возрастные категории: для новорожденных и грудных, для детей дошкольного возраста, для школьников, для подростков.

Дети и подростки любят красивую одежду, поэтому нужно ориентироваться на их предпочтения. В таком возрасте они не смотрят на состав, материал. Им важна лишь внешняя привлекательность одежды

В ассортимент товара данного отдела будут входить:

- немного товара эконом-класса (дешевый товар для покупателей с низкой платежеспособностью);
- среднего класса (недешево и недорого);
- элит-класса (немного дорогих изделий, которые тоже могут найти своего покупателя).

Закупка основной части товаров будет производиться у отечественных производителей, таких как: Артика, Носкоф, Аврора, Чудо-кроха, Исток, Пумка, Мир детей, Девашка, детский трикотаж ИП Лунева, Красная ветка, Крокид, Пеликана, Шалунишка, Умка, Аист, Лео, Веселый малыш.

Российские производители вызывают доверие у покупателей, а главное не надо платить таможенные пошлины и сроки доставки товаров минимальны.

Но так же будет прибегать и к импортному товару (Taffalar, Trelemorele, Bell Vimbo и т.д.) так как у иностранных производителей есть то, чего нет у отечественных. Закупка данного товара будет осуществляться только через интернет.

Наценка на детскую одежду в средне составит от 100 до 150%. Учитывая дисконтные программы и различные распродажи, удорожание в среднем составит около 75%.

Для привлечения дополнительного потока клиентов планируется постоянно пополнять ассортимент новыми вещами.

Планируемая структура видового ассортимента для отдела детской одежды представлен на рисунке 1.

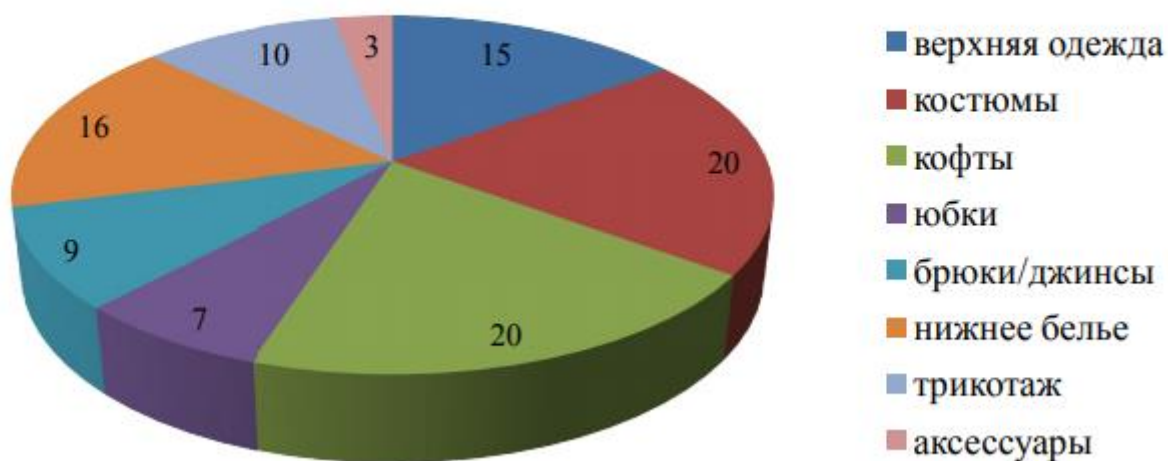


Рисунок 1. Планируемый ассортимент детской одежды для магазина «Гном», %

При разработке бизнес-плана детского магазина одежды нужно учитывать то, что на спрос оказывает воздействие сезонности. Со сменой времени года соответственно изменяются потребности людей в предметах одежды.

4 Анализ конкурентов

Конкуренция в данном сегменте рынка очень высока. Выиграть в ней можно, если четко определить формат магазина. Предоставить другой ассортимент, Акцентировать внимание на качестве товаров..

Основными конкурентами магазина «Гном» являются: магазин «Непоседа», магазин «Буратино», магазин «Подиум», магазин «Gloria Jeans», магазин «Семейный Континент». Результаты анализа конкурентов представлены в таблице 1.

Проанализировав данные магазинов мною было выявлено, что большинство из них не блещут разнообразием товаров в разные сезоны года. Поэтому одним из главных преимуществ магазина «Гном» - постоянно увеличивать ассортимент относительно сезонности одежды и проводить сезонные распродажи.

Таблица 1 - Анализ конкурентов магазина «Гном»

Наименование конкурента	Классификация конкурента	Площадь торгового помещения, кв м.	Сильные места	Слабые места
магазин «Непоседа»	Пассивный конкурент	30	местоположение в центре; высокое качество товара (Россия, известные бренды).	завышенные цены на некоторые товары; узкий ассортимент; неквалифицированные продавцы; отсутствие сезонных распродаж; низкий уровень сервиса.
магазин «Буратино»	Активный конкурент	20	низкие цены; высокое качество сервиса.	качество одежды (Китай) одежда является дополняющим товаром; узкий ассортимент; отсутствие сезонных распродаж;
Магазин «Подиум»	Активный конкурент	10	низкие цены; местоположение в центре; предоставление рассрочки.	качество одежды (Китай) неквалифицированные продавцы; отсутствие сезонных распродаж;
4) магазин «Gloria Jeans»	Активный конкурент	100	-давно на рынке; -большой товароборот проводит маркетинговые мероприятия; большой ассортимент; низкие цены. сезонные распродажи;	- низкий уровень сервиса.
5) магазин «Семейный Континент»	Активный конкурент	350	низкие цены; большая проходимость; большой ассортимент; предоставление рассрочки	неквалифицированные продавцы; качество одежды (Китай); отсутствие сезонных распродаж.

Результаты сравнительного конкурентного анализа показали, что на рынке детской одежды города наиболее сильным игроком является магазин «Gloria Jeans». Одной из заманчивых сторон его работы - это ассортимент товаров. Единственная слабая сторона - низкий уровень сервиса.

Магазины «Непоседа» и «Буратино» имеют множество слабых сторон - ограниченный спектр предлагаемых товаров и отсутствие специально подготовленного кадрового состава.

Магазин «Подиум» и «Семейный Континент» проигрывают вышеперечисленным фирмам по всем показателям кроме цены, которая находится довольно на низком уровне. Такая стратегия помогает фирмам занять свою нишу на рынке, обслуживая клиентов с низкими доходами, которые готовы принять недостаточно высокий уровень сервиса ради привлекательной цены на товар.

Помимо существующих фирм на многоугольнике конкурентоспособности обозначен будущий магазин детской одежды под названием «Гном», для него определены показатели, к которым он должен стремиться, чтобы находиться в более привлекательном положении, чем конкуренты, то есть найти уязвимое место.

Немаловажное значение для привлечения маленьких покупателей и их родителей имеет современный, стильный интерьер, высокая оснащенность современным оборудованием и инвентарем. Ни один из рассмотренных магазинов не обладает данными качествами, чем будет проигрывать перед магазином «Гном», чем и сможем превзойти своих ближайших конкурентов.

5 План маркетинга

Во всем мире продажа товаров для детей является одним из самых прибыльных видов бизнеса. Если взрослый человек может новую вещь носить несколько сезонов, то ребенок вырастает из купленных вещей очень быстро. Именно поэтому гардероб ребенка приходится менять по несколько раз в год. Разные родители, в соответствии от уровня доходов и менталитета, расходуют на своих детей различные суммы денег. Одни полагают, что покупая дорогие вещи не имеет смысла «все равно ребенок скоро вырастет».

Остальные следуют принципа «все лучшее - детям» и приобретают больше, чем это реально необходимо.

Рынок детских товаров - один из самых быстрорастущих. Государственные программы, направленные на увеличение рождаемости, обусловили его роста на уровне 25-30% в год. Рынок детских товаров в 2018 году вырос и за год его объем увеличился на 21% по сравнению с 2017 годом, и достиг - 365 млрд. рублей, а самым перспективным на сегодняшний день выступает рынок онлайн торговли. По уровню прироста цен сегмент детской одежды опережает сегмент взрослой одежды. Все это поясняется увеличением уровня рождаемости в стране и слабой интенсивностью детского рынка в соотношении рынка в целом.

Покупательницы быстро оценивают возможность приобрести все нужные товары недорого и в одном магазине, избегая очередей и примерок, а дети устают от длительных походов по магазинам. Эта специфика требует от маркетинга активное завоевание клиентов.

Основным методом продвижения можно считать непосредственное предоставление услуги, грамотная организация помещения магазина, поскольку при обслуживании клиента складывается впечатление, о котором человек расскажет своим знакомым и друзьям. А поскольку в магазин детской одежды ходят за покупками мамы с детьми, то можно рассчитывать на то, что одна довольная покупательница приведет за собой всех подруг и собеседниц, с которыми она обсуждает все успехи и болезни своего малыша.

Для того чтобы выделяться среди прочих аналогичных отделов детской одежды и запоминаться покупателям, необходимо создать, так называемое, «лицо» магазина. Для названия отдела выберем имя популярного персонажа мультфильма «Смешарики», чем заинтересуем детей. Вывеску для данного отдела закажем яркую и красочную. Так как в арендуемом помещении имеются стеклянные внешние витрины, то их оформим соответственно сказочными

современными персонажами.

Создание внутреннего интерьера должно опираться на два момента: комфорт нахождения покупателей (как детей, так и их родителей) в магазине и легкость в ориентировании внутри него. Чтобы обеспечить первый момент, магазин должен быть просторным, светлым, без навязчивых элементов декора и режущих глаза цветов.

Необходимо грамотно расположить ассортимент товара в магазине в соответствии с возрастной категорией от младшего возраста к более старшему, при этом использовать цветовое зонирование, чтобы помочь покупателям ориентироваться в магазине. Соответственно в магазине «Гном» условно разобьем его на сектора и сделаем указатели:

- одежда для мальчиков;
- одежда для девочек;
- здесь одежда для
новорожденных; одежда для
подростков.

Для привлечения потенциальных покупателей инициатор проекта планирует:

- реклама в родильных домах, детских поликлиниках, в детском бассейне «ПапаЯ» и прочих учреждениях, которые могут стать основой для формирования спроса потребителей услуги;
- имиджевая реклама;
- создание сайта;
- заказать визитки для данного магазина и поместить их в подставку в прикассовой зоне;
- упаковывать немалые покупки в фирменные пакеты содержащие информацию о магазине, ассортименте, режиме работы;
- внедрить для постоянных клиентов систему накопительных скидок по карте постоянного покупателя (дополнительная скидка в день рождения ребенка, к различным праздникам). При выдаче дисконтных карт

покупатели заполняют небольшую анкету и сообщают свой электронный адрес и номер телефона. Тем самым мы можем постоянно информировать своих клиентов об акциях, скидках, поступлениях нового товара.

Также важна презентация магазина, поскольку именно она способна не только привлечь покупателей в первые дни работы, но и сформировать основной контингент постоянных покупателей.

Далее необходимо рассчитать общий бюджет рекламной кампании на первый и второй год работы магазина детской одежды «Гном» (таблица 2).

Таблица 2 - Расчет бюджета кампании продвижения работы магазина детской одежды «Гном» на первый и второй год.

Источник	Исполнитель	Вид обращения	Цена руб./мес.	Кол-во мес.	Общая стоимость, руб ⁶
Интернет	Веб-студия	Создание и продвижение сайта	1 200	24	28 800
Наружная реклама	Агентство 1	Рассылка рекламных листовок, Визитки	2 050	4	8 200
Наружная реклама	Агентство 2	Рекламный щит по улице пр. Победы	5 000	10	50 000
Реклама в газетах	Местные СМИ	Опубликование на первой странице газеты	1 000	24	24 000
Реклама на телевидение	«Рен-ТВ», «ТНТ»	Бегущая строка, рекламный ролик	3 000	6	18 000
Итого:					129 000

Бюджет рекламной кампании составит 129 тыс. руб. По достижению запланированного уровня знания и уровня лояльности в дальнейшем будет достаточно поддерживающей рекламы, бюджет которой составит 40% от годового объема первоначальной кампании, т.е. около 27 тыс. руб. в год.

6 План производства

Основной целью данного раздела является предоставление информации

по обеспеченности с производственной стороны выпуска продукции и разработка мер по поддержанию и формированию производства.

План производства может ответить на вопрос, как магазин намерен организовывать продажу продукции, характеризовать ее производственную деятельность. Следовательно, план производства призывает обосновать результативность и верность организуемого производства.

Для открытия данного отдела по продаже детской одежды необходима площадь в 35 м . Помещение будет состоять из торгового зала площадью 50 м ,
складской комнаты - 7 м .

Торговое помещение будет арендовано в крупном торговом центре на втором этаже. Арендная плата включает затраты на коммунальные услуги. Цена за аренду в торговом зале за 1 м - 1000 руб., подсобной комнаты 1 м - 500 руб. Соответственно общая сумма аренды составит: 38 500 рублей в месяц, в год - 462 000руб.

Общие затраты на торговое оборудование составит: 250 000 рублей.
Плюс монтажные работы - 5 000 руб.

Проект по открытию отдела детской одежды реализуется приблизительно в течение 3 месяцев.

Составим график запуска проекта, в котором поэтапно, с указанием конкретных сроков будут расписаны все действия с момента регистрации ИП и до момента открытия магазина.

Таблица 3 - Объем и сроки выполнения работ

Наименование работ	Срок выполнения по месяцам 2019 года		
	январь	февраль	март

Регистрация в налоговых органах в качестве индивидуального предпринимателя, постановка на учет в Пенсионном Фонде России в качестве ИП			
Поиск помещения и заключение договора аренды			
Закупка необходимого торгового оборудования, компьютерной техники, а так же занятие внутренним интерьером будущего отдела, декорированием			
Приобретение специального программного обеспечения для учета продаж и товара			
Монтажные работы, обучение обслуживающего персонала			
Проведение маркетинговой компании (реклама)			
Поиск поставщиков и Закупка товаров для продажи			
Найм и обучение персонала			
Открытие			

Таблица 4 - Капитальные затраты на организацию производства

Наименование затрат	Общая стоимость, руб.
Закупка необходимого торгового оборудования, компьютерной техники, канцелярии, вешалок и т.д.	250 000
Монтажные работы	15 000
ИТОГО капитальных затрат	265 000

Кроме закупки основного оборудования, а также проведения монтажных работ необходимо предусмотреть организационные, а также текущие переменные и постоянные затраты на производство (затраты первого месяца до получения денег из оборота). Смета данных затрат представлена в таблице 5.

Таблица 5 - Смета затрат первого месяца работы предприятия

Статьи затрат	Сумма, руб.
1	2
1 Единовременные организационные затраты	139 300

1.1 Затраты на организационные нужды	5 000
1.2 Регистрация предприятия	800
1.3 Космический ремонт и оформление помещения	65 000
1.4 Разрешение санэпидемстанции	1 500
1.5 Разрешение пожарных служб	1 500
1.6 Мебель и оргтехника	45 000
1.7 Кондиционер и его установка	20 500
2 Текущие переменные затраты	800 000
2.1 Закупка первой партии товара	800 000
3 Текущие постоянные затраты	157 200
3.1 Аренда помещения	38 500
3.2 Заработная плата всех сотрудников (с учетом отчислений в пенсионный фонд и на медицинское страхование от несчастного случая)	92 300
3.3 Транспортные расходы	10 400
3.4 Охранная сигнализация	2 500
3.5 Хозяйственные расходы	1 500
3.6 Затраты на рекламу	10 000
3.7 Прочие затраты	2 000
ИТОГО затрат	1 096 500

Итого, с учетом капитальных затрат на организацию производства \ общая сумма единовременных затрат составит - 1 361 500 руб.

Рассмотрим план объемов и полной продукции Детского магазина «Гном».

Таблица 6 - план объемов и полной продукции Детского магазина «Гном»

Период	Объем реализации в месяц, шт.	Цена	Выручка от реализации, руб.
1-12 месяцев инвестирования	от 42 000 шт.	от 60 рублей и выше	от 3 900 000
13-24 функционирования	от 49 000 шт.	от 75 рублей и выше	от 5 950 000

При сохранении тенденций развития данного рынка, а именно прирост объемов и потребления в размере от 9 до 25% в год, магазин достигнет роста объемов реализации до 7 млн. руб. в год и более.

7 Организационный план

Организационно-правовая форма магазина «Гном» ИП.

Основной целью магазина «Гном» является получение прибыли от выручки.

Штат сотрудников состоит из 6 человек: генеральный директор, администратор, продавцы-консультанты (2 человека), продавец-кассир, бухгалтер-товаровед. Должность уборщицы в штатное расписание не включена, т.к. их услуга предоставляется в соответствии с договором аренды.

Организационная структура управления магазином «Гном» - линейная структура. Графическое изображение структуры данного магазина представлено на рисунке 3. Главным фактором успеха любого магазина является высокая квалификация и внимательное отношение к покупателям со стороны персонала. Это позволяет заслужить доверие будущих родителей. Многие родители, отдавая перволго ребенка, не знают, для чего нужны те или иные детские вещи, какое количество пеленок, распашонок потребуется



Рисунок 2 - Организационная структура магазина «Гном»

Главным фактором успеха любого магазина является высокая квалификация и внимательное отношение к покупателям со стороны персонала. Это позволяет заслужить доверие будущих родителей. Многие

родители, ожидая первого ребенка, не знают, для чего нужны те или иные детские вещи, какое количество пеленок, распашонок потребуется младенцу. В Детском магазине каждый посетитель получит квалифицированную помощь продавцов.

Следовательно, подбор персонала будет осуществляться с учетом следующих требований:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;

- наличие опыта работы в сфере торговли, знание психологии покупателей (обладать в большей степени тактичностью, устойчивостью к стрессам, уравновешенностью), а самое главное умение общаться с детьми. Часто бывает, что ребенок устал или вообще изначально не хотел идти в магазин, а его заставили, и начинает устраивать родителям и всем окружающим истерики и прочие неприятные вещи;

- знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и изготовления продукции.

Режим работы: с 10.00 - 21.00. В связи с рабочим днем более 8 часов в день, будет предусмотрен скользящий график для продавцов.

Численность персонала и предполагаемый фонд заработной платы можно представить в виде таблицы 7.

Таблица 7 - Численность персонала и фонд оплаты труда.

№ п/п	Специальность, занимаемая должность	Численность работающих человек	ФОТ за месяц, руб.	ФОТ за год, руб.
1	Директор	1	13 000	156 000
2	Бухгалтер-товаровед	1	13 000	156 000
3	Администратор	1	12 000	144 000
4	Продавец-консультант	2	22 000	264 000
5	Продавец-кассир	1	11 000	132 000
	Итого	6	71 000	852 000

Таким образом, ФЗП всего персонала составляет в год: 852 000 руб.

8. Оценка рисков

Магазин детской одежды относится к хорошо освоенной области предпринимательства. Поэтому степень риска, связанную с неудачей, мы относим к среднему уровню.

Риски проекта оценим в соответствии со следующей методикой - 100 бальная система четырьмя специалистами в области экономики:

0 баллов - не существенный риск;

25 баллов - скорее всего риск не реализуется;

50 баллов - сказать ничего нельзя о наступлении события;

75 баллов - скорее всего риск реализуется;

100 баллов - реализуется риск.

Таблица 8 - Оценка рисков

№	Риски	Эксперты			Средняя вероятность события и уровень $V_i = (1+2+3) / 3$, баллы
		Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	
Подготовительная стадия					
1	Непредвиденные затраты	50	75	50	58,33
2	Непостоянство валютного курса	100	100	100	100,00
3	Несвоевременная поставка одежды	25	25	25	25,00
Функционирование					
Финансово-экономические:					
4	Изменчивость спроса	50	75	50	58,33
5	Высокие темпы роста арендной платы	75	50	75	66,67
6	Понижение цен конкурентами	75	75	75	75,00
7	Рост налогов	50	25	50	41,67
8	Неплатежеспособность потребителей	50	75	50	58,33
9	Высокий уровень стоимости товаров	75	75	75	75,00
10	Изменения договорных условий с поставщиками детских товаров	50	25	25	33,33
11	Нехватка оборотных средств	25	50	25	33,33
Социальные:					

12	Трудности с наймом квалифицированных рабочих	75	75	75	75,00
13	Взаимоотношение с местными властями	25	0	0	8,33
14	Недостаточная величина заработной платы	0	25	0	8,33
Суммарный риск проекта					

Возможны следующие методы избежания рисков и снижения прибыли:

- анализ рынка потребителей;
- надежные проконтролированные поставщики;
- внедрение новейших предложений, услуг;
- изучение деятельности конкурентов;
- изучение спроса на предлагаемый вид услуг.

Таким образом, заблаговременная оценка рисков позволяет не только быть готовым к изменениям маркетингового окружения предприятия в худшую сторону, но и разработать комплекс мероприятий, позволяющих минимизировать влияние негативных факторов.

9. Финансовый план

Финансовый план должен предусмотреть все расходы, которые вы понесёте, и все доходы, которые получит.

Для того, чтобы рассчитать бизнес-план салона - нужно учесть все первоначальные расходы на запуск проекта и его продвижение, постоянные затраты, сравнить с денежными поступлениями и видеть основные финансовые показатели проекта: размер инвестиций, рентабельность и срок окупаемости проекта.

Финансовый план - план образования и распределения прибыли, а также планы денежных поступлений и выплат, ликвидности, расчетов и кредитный план предприятия.

Предполагаемый срок реализации проекта - 2 года.

Важнейшим принципом ценовой политики магазина является сохранение устойчивой низкой цены на детский товар. Соответственно на протяжении 2 лет освоения проекта она предполагается неизменной.

Таблица 9 - Прогноз продаж отдела детской одежды «Гном» на первый

Показатели	Количество, шт.	Выручка, руб.
Верхняя одежда	570	2 847 000
Трикотаж	1 255	624 000
Нижнее белье	2 080	312 000
Аксессуары	3 690	117 000
Итого	7 595	3 900 000

Таблица 10 - продаж отдела детской одежды «Гном» на второй год

Показатели	Количество, шт.	Выручка, руб.
Верхняя одежда	869	4 343 500
Трикотаж	2 000	952 000
Нижнее белье	3 200	476 000
Аксессуары	5 651	178 500
Итого	11 720	5 950 000

Далее представим на диаграмме распределение выручки по категориям.

Из диаграммы видно, что основную часть выручки отделу - более 74% приносит продажа верхней одежды и только около 26% - весь остальной сегмент - нижнее белье, аксессуары и трикотаж

Таблица 11 - Помесячный план продаж за два года работы магазина

Показатели	Месяц											
	январь	фев.	март	апр.	май	июнь	июль	авг.	сен.	окт.	нояб.	дек.
Коэффициент сезонности	0,8	1,1	1	1,2	1,3	0,9	0,8	1,3	1,2	1,3	1,1	1,2
1 год	-	-	-	4543 69	4922 33	3407 77	3029 13	4922 33	4543 69	4922 33	4165 05	4543 69
2 год	360 606	4958 34	4507 58	5409 10	5859 85	4056 77	3606 06	5859 85	5409 10	5859 85	4958 34	5409 10
Итого												

Таким образом, общая сумма продаж детской одежды составила:

В 1 год: 3 900 000 рублей;

Во 2 год: 5 550 000 рублей.

Соответственно с увеличением количества товара, увеличится прибыль от продаж.

План доходов и расходов магазина «Гном» в разбивке по кварталам представлен в таблице 12.

В затраты вошли следующие расходы: закупка товара, заработная плата персонала и начисления на неё, амортизация основных средств, охрана, аренда транспортных сред, канцтовары, реклама.

В сумму налогов вошли следующие: НДС, налог с прибыли, отчисления в пенсионный фонд, в органы государственного страхования, обязательного медицинского страхования, в фонд занятости.

Таблица 12 - План доходов и расходов магазина «Гном»

	Наименование расходов	Период								
		2 кв. 2019	3 кв. 2019	4 кв. 2019	1 кв. 2020	2 кв. 2020	3 кв. 2020	4 кв. 2020	1 кв. 2018	2 кв. 2018
1	Объем продаж (без НДС), руб. ^б	1 287 379	1 249 515	1 363 106	1 307 198	1 532 572	1 487 501	1 622 729	1 402 256	1 689 852
2	Себестоимость проданных товаров и услуг, руб.	470 255	459 320	507 987	502 256	591 252	589 620	625 252	542 589	632 856
3	Валовая прибыль, тыс. руб.	817 124	790 195	855 119	804 942	941 320	897 881	997 477	859 667	1 056 996
4	Коммерческие и управленческие расходы, руб.	471 600	456 600	456 600	456 600	456 600	456 600	456 600	450 600	450 600
4.1	Затраты на рекламу	30 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	15 000	9 000	9 000
4.2	Фонд оплаты труда	213 000	213 000	213 000	213 000	213 000	213 000	213 000	213 000	213 000
4.3	Отчисления в пенсионный фонд и на медицинское страхование от НС	63 900	63 900	63 900	63 900	63 900	63 900	63 900	63 900	63 900
4.4	Затраты на аренду помещений	115 500	115 500	115 500	115 500	115 500	115 500	115 500	115 500	115 500
4.5	Прочие затраты	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200	49 200
5	Прибыль от продаж, руб.	345 524	333 595	398 519	348 342	484 720	441 281	540 877	409 067	606 396
6	Прибыль до налогообложения, руб.	345 524	333 595	398 519	348 342	484 720	441 281	540 877	409 067	606 396
7	Налог на прибыль, руб.	51 829	50 039	59 778	52 251	72 708	66 192	81 132	61 360	90 959
8	Чистая прибыль, руб.	293 695	283 556	338 741	296 091	412 012	375 089	459 745	347 707	515 437

10. Эффективность проекта

Для оценки результативности инвестиций, необходимых для исполнения проекта, осуществляется прогноз денежного потока, который производится по кварталам проектного периода. Денежный поток содержит две составляющие, располагающие разнонаправленное действие. Во-первых, это абсолютный приток реальных денежных средств, необходимых и зарождающихся в процессе осуществления проекта. Во-вторых, эксплуатация проекта сопровождается оттоком денежных средств, связанным с затратами в процессе основной деятельности после реализации проекта.

Чистые денежные поступления определяются как сумма прибыли, направляемая на окупаемость инвестиций (80 % от получаемой чистой прибыли), и амортизационных отчислений.

Величина амортизационных отчислений будет составлять 18 250 руб. в месяц.

Капитальные вложения, осуществляемые на покупку оборудования, а также разовые организационные затраты и затраты первого месяца до получения денег из оборота рассчитаны в производственном плане и составляют для магазина «Гном» 1 641 420 руб.

Срок окупаемости проекта - это промежуток времени, в течение которого накопленная сумма притоков денег станет равной или превысит накопленную сумму оттоков денег.

Таблица 13 - Расчет чистого дисконтированного дохода и индекса доходности

Номер шага (квартал)	Чистый поток денег, руб.	Норма дисконта	Чистый дисконтированный поток денег, руб.	Капитальные вложения руб.	ЧДД, руб.	ИД
----------------------	--------------------------	----------------	---	---------------------------	-----------	----

0	289706	12	289706	1 361 500	-1071794	0,21
1	281595	12	251424		-820370	0,4
2	325743	12	259680		-560690	0,59
3	291623	12	207571		-353119	0,74
4	384360	12	244268		-108851	0,92
5	354821	12	201635		+92484	1,07
6	422546	12	214075		+306559	1,22
7	332916	12	150594		+457153	1,34
8	467100	12	188654		+645807	1,47

Из таблицы 13 видно, что ЧДД достигает положительного значения (92484 руб.), а индекс доходности (1,07) больше 1 уже в конце 2 года проектного периода.

Подставим значение в формулу (1),

получим: $To_{к.} = 1 + (108851/201635) = 1,5$

год.

Таким образом, проект создания магазина окупится за 1,5 года. В начале второго года чистый дисконтированный доход составляет 92484 руб., а индекс доходности 1,07.

Данный расчет был произведен, исходя из того, что источниками финансирования деятельности «Гном» являются собственные денежные средства.

Рассмотрим вариант, когда источником финансирования являются заемные денежные средства в банке.

Кредит был взят, исходя из капитальных вложений на покупку оборудования, разовых организационных затрат и производственных затрат первого месяца функционирования предприятия до получения денежных средств из оборота, и составил 1 361 500 руб.

Кредит взят под 21,9 % годовых на 6 лет. Ежеквартальные выплаты по кредиту составляют 97 836 руб.

Таблица 14 - Расчет чистого дисконтированного дохода

Номер шага (квартал)	Чистый поток денег, руб.	Норма дисконта	Чистый дисконтированный поток денег, руб.	Капитальные вложения, руб.	ЧДД, руб.
0	211437	12	211437	1 361 500	-1150063
1	203326	12	181541		-968522
2	247474	12	197285		-771237
3	213354	12	151861		-619376
4	306091	12	194526		-424850
5	276552	12	156923		-267927
6	344277	12	174421		-93506
7	254647	12	115189		+21683
8	388831	12	157042		+178725

Таким образом, использование заемных денежных средств увеличит срок окупаемости проекта с 1,5 года до 1,8 лет.

Предусмотрев все возможные нюансы, можно не сомневаться в прибыльности и успешности дела. Главное не забывать, что успех в предпринимательстве немало зависит от правильно выбранной стратегии и выдержки.

Итак, Детский магазин как бизнес при грамотной организации производства является высокодоходным и перспективным, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число людей, жаждущих приобрести одежду для своего ребенка, возрастает. Следовательно, количество покупателей будет только увеличиваться. В настоящее время актуальность данной тенденции придает беби-бум. Детский магазин на условиях крупных инвестиций, доставляет значительный доход и окупает производство в течение одного двух лет. Вследствие этого финансовые вложения в его организацию полностью оправданы.