

Проект
БИЗНЕС- ПЛАНА
по организации
Детского комиссионного салона - магазина
«СОЛНЫШКО»

Московская область, г...., 20... год.

1. РЕЗЮМЕ

➤ Цели в бизнесе

Основная деятельность детского комиссионного салона-магазина «Солнышко» - продажа взятых у населения на комиссию детских товаров, бывших в употреблении.

Цель создания детского комиссионного салона-магазина «Солнышко»:

- получение прибыли, способствующей дальнейшему развитию компании;
- удовлетворение потребностей населения в городе ..., а потом и в других регионах и городах с организацией дополнительных рабочих мест;
- дать возможность населению с разным уровнем дохода производить товарообмен на выгодных для них условиях через комиссионный магазин.

➤ Возможности бизнеса и стратегия их реализации

1. В роли поставщиков и покупателей выступает основная масса населения.
2. Возможность приобретения товара недолговременного использования (такие как: коляски, кровати, велосипеды и т.д.) по более низкой цене.
3. Предлагаемая услуга позволяет населению компенсировать свои расходы на детские товары.
4. Плюс предлагаемой услуги - возможность адаптировать товарный ассортимент с учётом сезонности и при этом иметь товары не являющиеся сезонными.

Комиссионный магазин детских товаров, как бизнес – перспективен, тем более что последнее время активно поддерживается программа по увеличению рождаемости.

Стратегия реализации проекта детского комиссионного салона-магазина «Солнышко»:

1. Магазин еженедельно рекламируется в местной газете.
2. Печатаются брошюры: проводится адресное распространение по почтовым ящикам, раздаются в общественных местах с высокой посещаемостью семей с детьми такие как: детские поликлиники, социальные учреждения, школы, детские сады и т.д.
3. После открытия проводится обзвон по объявлениям о продаже детских вещей, колясок, манежей и т.д. Цель обзвона - пригласить продавать через магазин.
4. Периодически будут устраиваться дни распродаж и всевозможные конкурсы для родителей и их детей с поздравлениями и подарками.

➤ Конкурентные преимущества

Проведенные исследования и анализ конкурентной среды показали, что комиссионных детских магазинов в ближайших населённых пунктах (г...) не выявлено, а значит Детский комиссионный салон-магазин ООО «Солнышко» будет являться конкурентно способным в условиях рынка.

Много молодых семей, которые с большим удовольствием избавились, отдали или продали детские вещи в комиссионный магазин и много семей, которые купили бы детские товары по более низкой цене. На основании этих данных возникла идея открытия комиссионного магазина.

Этот вид деятельности необходим населению, нуждающемуся в услугах сбыта и приобретения детских товаров, бывших в употреблении, т.к. ценовая политика новых товаров и товаров бывшие в употреблении не равнозначна. Это привлечёт не малое количество клиентов с низкой покупательной способностью и доходом, и не только. Тем самым этот вид деятельности позволит населению приобрести необходимый товар по более низкой цене.

➤ Финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта

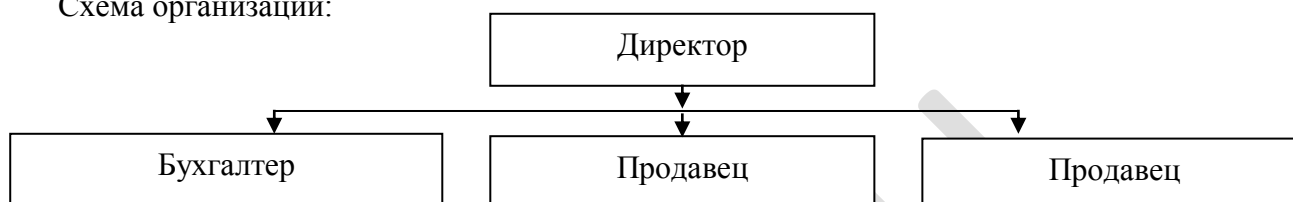
<i>Использование</i>	<i>Сумма (в руб.)</i>
Аренда помещения	
Ремонт арендуемого помещения	
Оборудование: стеллажи, полки, касса, печать	

Реклама: буклеты, газеты	
Итого	

2. КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРЕДПРИЯТИИ

1. Дата основания – Январь 20.. года.
2. Местонахождение: Город ...
3. Форма собственности: Частная.
4. Организационно-правовая форма: ...

Схема организации:



6. Основной вид деятельности: Комиссионная торговля.
7. Место регистрации: Москва...

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА БИЗНЕСА

Детский комиссионный салон-магазин «Солнышко» осуществляет продажу взятых на комиссию детских товаров бывших в употреблении, а также продажа новых сопутствующих товаров.

По данным Института демографии Государственного университета - Высшей школы экономики число зарегистрированных в январе-июне 2009 года рождений составило 849,3 тысячи. Это больше, чем за тот же период 2008 года (811,5 тысячи). Что, само по себе, говорит о тенденции повышения рождаемости в России.

Ни для кого не секрет насколько дорого в наши дни обходится покупка той же кроватки (средняя рыночная стоимость от 10000 руб.) или коляски (средняя рыночная стоимость от 15000 руб.). А ведь помимо этого необходимо приобретение и других товаров, необходимых как для малыша, так и для мамы.

Кроме того, ребенок растет, и рано или поздно надобность коляски уже отпадет, одежда станет мала, да и кроватка понадобится побольше. Что же делать со всеми теми вещами, в которых уже нет необходимости, но они сохранили свой товарный вид? Можно, конечно, хранить их в чулане, если таковой имеется. Или, к примеру, раздать знакомым. Но приобретение необходимых вещей требует новых финансовых вложений, что не всегда возможно. Вот для этого и необходим детский комиссионный салон-магазин «Солнышко». Те, у кого дети подросли, смогут за оптимальную цену и минимум организационных усилий продать ненужные вещи, которые потеряли свою актуальность. А те, у кого наоборот возникла потребность в детских товарах, смогут их купить по более низкой цене. Услуга комиссионной торговли, в данном случае, помогает оптимизировать затраты на вещи, которые имеют ограниченный возрастом ребенка срок полезного использования.

Покупая бывшие в употреблении вещи, при помощи объявлений в СМИ или Интернете мы сталкиваемся с ограниченным количеством ассортимента и, соответственно, с отсутствием возможности выбора. Продавая бывшие в употреблении вещи через объявления в СМИ или Интернет, мы сталкиваемся с гораздо меньшим количеством покупателей и, соответственно, меньше шансов продать по цене, удовлетворяющей нас. Здесь опять же поможет детский комиссионный салон-магазин «Солнышко».

Больше не надо давать объявления в газету и сидеть на телефоне, ожидая звонков потенциальных покупателей!!! Не надо рисковать, пуская незнакомых людей к себе в дом

– **Детский комиссионный салон-магазин Солнышко с удовольствием возьмёт заботы по продаже ваших вещей на себя!!!**

Создавая комиссионный салон - магазин, мы хотим, чтобы наши посетители почувствовали себя в атмосфере уюта, чистоты и доброжелательности. Это не советская «комиссионка» и не капиталистический «second hand».

Детская музыка, дизайн помещения, приятная атмосфера, внимательный персонал и оптимальные цены – это ВСЁ для нас важно, чтобы сделать пребывание посетителей в нашем комиссионном салоне – магазине приятным и выгодным.

4. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Исследование и анализ рынка проведенные нами показали следующее:

➤ **Наши потребители (комитенты и покупатели):**

<i>Вид услуги</i>	<i>Пол</i>	<i>Возраст</i>	<i>Доход</i>	<i>Образование</i>
Приемка на комиссию/продажа	М/Ж	от 18 и старше	От 4900	Не имеет значения

➤ **Основные критерии покупки (почему у нас лучше):**

Группы потребителей	Приоритетность:
1. Услуги для комитента (поставщика)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оптимальная оценочная стоимость 2. Минимизация рисков 3. Качество обслуживания 4. Минимизация временных затрат
2. Услуги для покупателя	<ol style="list-style-type: none"> 1. Качество товара 2. Ассортимент и возможность выбора 3. Выгодная стоимость 4. Качество обслуживания

➤ **Исследование и анализ конкурентов**

Виды конкуренции/конкуренты	Конкурент 1: <i>Детский магазин</i>	Конкурент 2: <i>Частное лицо через объявления в газете, в Интернете и т.д.</i>	Конкурент 3: <i>Second hand</i>	Конкурент 4: <i>Палатка по продаже детских товаров на рынке</i>
Цена	Высокая	Низкая	Низкая	Высокая
Качество услуг	Среднее	Низкое	Низкое	Сомнительное
Местоположение	Доступно	Не имеет значения	Неудобное: мало доступное	Доступно
Уровень обслуживания	Среднее	Отсутствует	Низкое	Среднее
Ассортимент	Высокий	Единичный	Не большой	Не большой

Выводы:

Мы предлагаем оптимальное соотношение цены и качества, ознакомление максимально большей аудитории лиц с товаром комитента, возможность выбора товара и высокий уровень обслуживания.

Проведенные исследования и анализ конкурентов показывают, что интересующий нас сегмент является свободным, данный бизнес имеет существенные преимущества и высокие перспективы развития.

5. ПЛАН МАРКЕТИНГА

Наиболее быстрое вхождение в рынок и привлечение максимального количества потребителей мы достигнем за счет:

1. Ежедневной рекламы комиссионного салона – магазина в газете, распространяющейся бесплатно для населения (по городу и в близ лежащих населенных пунктах), это позволит расширить аудиторию потребителей.
2. Распространения печатных брошюр:
 - адресное распространение по почтовым ящикам;
 - раздача в общественных местах с высокой посещаемостью семей с детьми такие как: детские поликлиники, социальные учреждения, школы, детские сады и т.д.
3. Проведение обзвона по объявлениям о продаже детских вещей, колясок, манежей и т.д. после открытия салона – магазина. Цель обзвона - пригласить продавать через магазин.
4. Организации периодических распродаж.
5. Организации праздников, например: «Завтра в школу», «Этот веселый Новый Год», и т.д., с проведением всевозможных конкурсов для детей и их родителей с поздравлениями и подарками.

➤ Стратегия ценообразования:

Наименование услуги	Стоимость одной услуги/товара (в %)
Реализация товаров комитента	30% от стоимости товара
Хранение товара	0,1 % за каждый день хранения

➤ Прогноз объема продаж на следующие два года (в руб.)

Товары	Оптимистический		Пессимистический		Наиболее реальный	
	1-й год	2-й год	1-й год	2-й год	1-й год	2-й год
Средняя выручка в день						

➤ Методы продвижения услуги/товара:

Метод продвижения услуги/товара	Планируется применить	Описание
Размещение товара в демонстрационном пункте	Да	Зал магазина
Брошюры	Да	Адресное распространение по почтовым ящикам, раздача в общественных местах
Промо акции	Да	Дни распродаж, конкурсы для детей и их родителей с поздравлениями и подарками.

6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- **Организационная структура салона – магазина с перечнем выполняемых обязанностей:**

<i>Должность</i>	<i>Обязанности</i>	<i>Число сотрудников</i>
Директор	Управление компанией, маркетинговые мероприятия, решение организационных вопросов, проведение оценочных мероприятий, товароведение, кадровый учёт, контроль продаж	1
Бухгалтер	Ведение бухгалтерского отчёта в полном объёме	1
Продавец	Осуществление продаж, мерчендайзинг, уборка помещения	2
Итого		4

- **Система оплаты труда**

<i>Должность</i>	<i>Кол-во ед.</i>	<i>Заработная плата (руб. в месяц)</i>
Директор	1	
Бухгалтер	1	
Продавец	2	
Итого	4	

7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- **Помещение салона – магазина**

Местоположение	г...
Собственность или аренда	Аренда
Сроки аренды	От 11 месяцев с возможностью пролонгации
Описание помещения	Торговый павильон
Площадь	От 20 кв.м.
Необходимый ремонт помещений	Косметический ремонт и дизайн торговой площади
	Монтаж и расстановка оборудования

- **Оборудование**

<i>Наименование оборудования</i>	<i>Количество</i>	<i>Поставщик</i>	<i>Цена (в руб.)</i>	<i>Стоимость (в руб.)</i>
Торговое оборудование: стеллажи, горки, прилавки	8 шт.			
Плечики	200 шт			
Кассовый аппарат	1 шт.			
Итого				

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

- **Общая потребность в инвестициях:**

<i>Статья инвестиций</i>	<i>Сумма (в руб.)</i>
Ремонт помещения	
Покупка оборудования	

Аренда за 3 месяца	
Реклама	
Итого	

➤ **Источники финансирования:**

- Собственные средства,
- ...

➤ **План доходов и расходов**

Доходы

Наименование услуг	Ед. изм.	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Выручка	Руб												
Расходы*	Руб												

* - а) заработная плата, б) аренда, в) производственные расходы

Расходы

- Фонд оплаты труда:

Должность	Зарботная плата (руб. в мес.)	Налоги от заработной платы* (руб. в мес.)	Итого затрат оплате труда (руб. в мес.)
Директор			
Бухгалтер			
Продавец			
Продавец			
Итого			

* Из расчета 26% налогов от начисленной заработной платы.

- Аренда торгового помещения – ... руб. в месяц.

Итого расходов в месяц:

Наименование статьи расходов	Стоимость (руб. в мес.)
Аренда торгового помещения	
Зарботная плата с учетом налогов, подлежащих уплате	
Прочие затраты	
Итого	

➤ **Баланс денежных расходов и поступлений**

Статьи	Ед. изм.	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Объем реализации	тыс. руб.												
Всего расходов	тыс. руб.												
Балансо-	тыс.												

вая при- быль	руб.													
Налог на прибыль 20%	тыс. руб.													
Чистая прибыль	тыс. руб.													
Остаток денежных средств	тыс. руб.													

9. СРОК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА

Данный проект окупится ... года, когда будет получена прибыль в сумме ... руб.

10. ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ БИЗНЕСА

В силу специфики бизнеса и особенности товара степень риска, связанная с неудачей, незначительна.

Виды риска, которым подвержена наша деятельность и мероприятия по их устранению:

1. Появление дополнительных конкурентов — в этом случае мы усилим рекламу наших услуг, заострив внимание потребителей на качестве нашего товара и обслуживания. Проведем маркетинговые исследования и предложим нашим клиентам дополнительные востребованные услуги, которых нет у конкурентов.

2. Хищение, пожар - на этот случай застрахуем нашу компанию в страховой фирме.

3. Отказ в предоставлении аренды помещения - изначально заключим договор аренды с условием продления срока, сконцентрируем внимание на вопросе ответственности за невыполнение условий договора, найдем другое помещение.

4. Снижение покупательской активности - усилим рекламу наших услуг, проведем маркетинговые исследования и будем искать новую долю рынка, разработаем и предложим постоянным покупателям систему скидок.

5. Снижения качества оказываемых услуг – периодическая проверка качества обслуживания клиентов.