БИЗНЕС-ПЛАН ООО «ДЕТСТВО»

Чебоксары

2010

СОДЕРЖАНИЕ

1. ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ 3

1.1. Наименование плана 3

1.2. Дата подготовки 3

1.3. Название и юридический адрес магазина 3

1.4. Имена и телефоны руководителя и основных специалистов 3

1.5. Стоимость проекта 3

1.6. Целевые читатели плана 3

1.7. Ссылка на секретность 3

2. РЕЗЮМЕ 4

2.1. Суть проекта 4

2.2. Цели 4

2.3. Стратегия достижения цели 4

2.4. Важность для предприятия и региона 4

2.5. Виды продукции 4

2.6. Объем финансирования 5

2.7. Срок окупаемости 5

2.8. Перспективы 5

2.9. Оборудование 5

3. АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ 6

4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН 8

5. ПЛАН СБЫТА 10

6. МАРКЕТЕНГОВЫЙ ПЛАН 11

7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН 12

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 14

1.ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

**1.1. Наименование плана.**

Создание магазина игрушек «Детство».

**1.2. Дата подготовки.**

12.05.2010-01.09.2010

**1.3. Название и юридический адрес магазина.**

ООО «Детство»

Юридический адрес: 428009 Чувашская республика, г. Чебоксары, ул. Сверчкова, д.8

**1.4.** **Имена и телефоны руководителя и основных специалистов.**

Директор магазина; Иванов Петр Аркадьевич. Тел. (8352) 41-67-45

Бухгалтер: Семенова Лариса Дмитриевна. Тел. (8352) 41-67-40

Экономист: Уточкин Сергей Викторович. Тел. (8352) 41-67-42

**1.5. Стоимость проекта.**

3000000 рублей

**1.6. Целевые читатели плана.**

Инвесторы, банки.

**1.7. Ссылка на секретность.**

Данный бизнес-план представляется на рассмотрение исключительно для принятия решения по финансированию проекта, и не может быть использован для копирования и иных целей.

Принимая на рассмотрения данный бизнес-план, получатель берет на себя ответственность.

Информация, содержащаяся в бизнес-плане, получена обработкой фактических показателей предприятия и заслуживает доверия.

2.РЕЗЮМЕ

**2.1. Суть проекта**

Здесь представлен бизнес план магазина детских игрушек, который описывает создание бизнеса с нуля на базе арендованного помещения - 45 квадратных метров.

Время работы: 09.00-21.00

**2.2. Цели:**

- выход на рынок игрушек г. Чебоксары, создание положительного имиджа магазина, получение прибыли;

- максимизация товарооборота, расширение товарной номенклатуры, создание сети магазинов.

**2.3. Стратегия достижения цели.**

Открытие нового магазина позволит уменьшить безработицу. Также магазин может предложить населению качественную продукцию без вредных для детей веществ.

**2.4. Важность для предприятия и региона.**

В данном микрорайоне (СЗР, Волжский-1) магазина игрушек мало. Конкурентами являются отдел игрушек в универмаге «Европа» и магазин «Лимпопо». Конкуренция в сфере игрушек высока. Выиграть в ней можно, если четко определить формат магазина. Предоставить другой ассортимент. Акцентировать внимание на качестве товаров.

**2.5. Виды продукции:**

- мягкие игрушки (средних и больших размеров): мишки, собачки, кошки, мышки и другие виды животных;

- куклы;

- машинки;

- музыкальные игрушки;

- игрушки для развития детей;

- настольные игры.

**2.6. Объем финансирования.**

Имеется собственный капитал в сумме 1 млн. рублей. Дополнительно необходимо финансовые средства в размере 2 млн. рублей.

**2.7. Срок окупаемости:**

2-2,5 года

**2.8. Перспективы.**

Государственные программы, направленные на увеличение рождаемости, обусловили его рост та уровне 25-30% в год. А это значит, что в дальнейшем, можно увеличить успешный бизнес, создавая сети магазинов, прежде всего в спальных районах города, а в дальнейшем перспективен выход и на регионы.

**2.9. Оборудование.**

Витрины и стеллажи для товаров, кассовый аппарат и мебель (стол и кресло) для кассира, компьютер. Можно установить кондиционер.

3. АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛЕ

Сегментация рынка будет выглядеть следующим образом:

Психографический тип: ориентация на средне обеспеченные слои населения.

Демографический тип: покупателями являются молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет, имеющие средний уровень дохода составляют примерно 70% всех покупателей, а также есть небольшой процент пенсионеров примерно 10% и людей среднего возраста - 20%.

Географический тип: Основные клиентами является жители нового микрорайона города Чебоксары.

Поведенческий тип: ребенку от года до 3-х лет в среднем в месяц покупают по игрушке, потому что в этот период ребенок часто их ломает. От 3-х до 5-ти - раз в 1,5-3 месяца. Позже игрушки покупаются реже, так как чем в это возрасте ему нужны более сложные и дорогие игрушки.

В связи с тем, что в последнее время в России в целом и в частности в нашем городе повысилась рождаемость и увеличились доходы населения, у людей появилась потребность в покупке качественных детских товаров, то есть спрос вырос. Покупателями предлагаемой продукции будут являться жители г. Чебоксары, в основном молодые родители, также могут быть бабушки, дедушки, потребителями товаров являются дети. В то же время на рынке города существуют такие крупные магазины товаров для детей как «Детский мир», «Лимпопо», «Бэби бум», «Ровесник» и крупный отдел в торговом центре «Мега Молл». Эти магазины крупные конкуренты в сфере детских товаров.

Но мы имеем ряд преимуществ перед данным конкурентом, а именно: после открытия в нашем магазине ожидаются различного рода акции с розыгрышами призов и подарков, скидки постоянным покупателям по дисконтным картам. Кроме различных скидок и подарков в нашем магазине будут умеренные цены для наших покупателей. Игрушки будут российского производства (не китайские). Также наш магазин находится в микрорайоне Волжский-1, где построены новые дома и живут здесь в основном молодые семьи с достаточным уровнем дохода. Таким образом, жители данного микрорайона могут купить игрушки, не уезжая в центр, по умеренным ценам. Поэтому у нас есть потенциальная возможность открытия сети магазинов «Детство». Следовательно, можно утверждать, что открытие нашего магазина будет выгодно и покупателям, и нам.

4.ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Первым шагом в производственном плане станет поиск и подбор помещения для магазина детских товаров. Здесь необходимо учитывать несколько факторов. Во-первых, магазин должен располагаться в непосредственной близости к потенциальному покупателю. Во-вторых, желательно, чтобы поблизости не было конкурирующих магазинов. В-третьих, помещение должно полностью соответствовать всем потребностям магазина.

Наш магазин соответствует всем этим требованиям. Во-первых, магазин будет находиться в новом микрорайоне, где проживают молодые семьи. Во-вторых, конкурирующих магазинов поблизости мало, что дает большое преимущество. В-третьих, на улице Сверчкова, д.8 есть свободное помещение, которое будет соответствовать всем требованиям магазина.

После того, как подходящее помещение найдено, следует переходить ко второму шагу – ремонт помещения и приобретения оборудования для магазина. Ремонт будет сделан по заказу в профессиональной дизайн-студии с учетом детских интересов. На витрине и стенах магазина будут нарисованы различные сказочные персонажи и животные.

Оборудование магазина будет состоять из: стеллажей для товаров, кассового аппарата, стол и кресло для кассира, компьютера. Стоимость оборудования записаны в таблице 4.1.

Таблица 4.1

ОБОРУДОВАНИЕ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Кол-во | Цена за ед. продукции | Общая сумма |
| 1 | стеллажи | 7 | 2000 | 14000 |
| 2 | кассовый аппарат | 1 | 15000 | 15000 |
| 3 | стол | 1 | 5000 | 5000 |
| 4 | кресло | 2 | 2500 | 5000 |
| 5 | компьютер | 1 | 19000 | 19000 |
| 6 | кондиционер | 2 | 10400 | 20800 |
| Итого: | | | | 78800 |

После приобретения оборудования можно переходить к следующему шагу – найму персонала. Желательно, чтобы продавцы были приятной внешности, общительные.

Следующим шагом станет поиск потенциальных поставщиков товара. Нашими поставщиками будут: ОАО "Звезда" г. Москва, фабрика мягких игрушек "Солар" г. Казань, "МИР ДЕТСТВА" г. Чебоксары

5.ПЛАН СБЫТА

Фирма планирует реализовать следующие методы стимулирования сбыта:

• Оптовые скидки 5 % при покупке от 5 единиц наименования товара;

• Скидки по дисконтным картам постоянным покупателям (до 10 %)

Для всех покупателей (по желанию) будут проводиться бесплатные консультации продавцов по покупке игрушек для детей. Особое внимание планируется уделить качеству продукции и её оформлению, а также фирменной упаковке и маркировке.

Таблица 5.1

ПРЕЙСКУРАНТ ЦЕН

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование товара** | **Цена за 1 шт., руб.** |
| мягкие игрушки (средние) | 40-300 |
| мягкие игрушки (большие) | 500-1200 |
| куклы различных видов | 50-500 |
| машинки | 100-600 |
| музыкальные игрушки | 60-300 |
| игрушки для развития детей | 100-500 |
| настольные игры | 50-400 |

Цены на товар могут варьировать в зависимости от размера и фирмы производства товара. Как видно из таблицы, цены на наши товары примерно на 5-10 % ниже, чем цены у основных конкурентов. В магазине предполагается широкий выбор продукции, а также новые виды игрушек.

6.МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

**6.1.Уникальное достоинство продукта, позиционирование.**

Создаваемый в рамках проекта магазин будет позиционироваться, как микрорайонный магазин игрушек.

Кроме этого, в позиционировании будет делаться упор на следующие достоинства магазина:

- широкий ассортимент товаров,

- невысокие относительно основных конкурентов цены,

- транспортная доступность,

- компетентность и дружелюбность персонала.

**6.2.Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию.**

Цена будет рассчитываться исходя из оптовой цены и наценки. Наценка будет составлять от 30 до 70% (в зависимости от вида товара). Уровень цен будет удерживаться немного ниже уровня конкурентов. Такая политика обоснована тем, что на рынке существует много крупных центральных магазинов, которые по большей части удерживают клиентов за счет ассортимента. Так как создаваемый книжный магазин позиционируется как «районный книжный», то потребителей следует привлекать ценой.

**6.3. Рекламная стратегия.**

Для привлечения потенциальных покупателей будет использоваться проведение рекламной кампании. Она будет состоять из следующих мероприятий:

- заказ и размещение рекламного щита фирмы;

- реклама в СМИ: в газете «Телесемь» - 1 публикация в неделю, в газете «Теленеделя» - 1 публикация в неделю, а также в журнале «Лиза» — 1 раз в неделю;

- изготовление и распространение листовок.

7.ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Каждое предприятие представляет собой сложную систему, состоящую из управляемой подсистемы (работников управления) и управляемой подсистемой.

Структура управления – совокупность звеньев и отдельных работников управления, порядок их соподчиненности и взаимосвязи по вертикали и горизонтали.

Структура управления магазина «Детство» будет выглядеть следующим образом:

**Директор**

бухгалтер экономист

продавец-консультант (4) товаровед охранник (2) уборщица (2)

Директор: от 25 до 35 лет, образование высшее. Опыт работ в рознице на руководящей позиции от 1 года, оплата труда – от 13 тыс. рублей.

Бухгалтер должен иметь высшее экономическое образование. Опыт работы – 2 года, оплата труда – от 10 тыс. рублей.

Экономист: высшее экономическое образование. Опыт работы – 3 года, оплата труда – от 12 тыс. рублей.

Продавец-консультант: средне-специальное образование от 24 лет, опыт работы приветствуется. Оплата труда – от 7 тыс. рублей

Товаровед: опыт работы на руководящей должности в магазине от 1 года, опытный пользователь ПК. Оплата труда – от 8 тыс. рублей

Уборщица: оплата труда – 3,5 тыс. рублей

Охранник: средне-специальное образование, опыт работы приветствуется. Оплата труда – 5 тыс. рублей

Таблица 7.1

ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОЧИХ И РАСХОДЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | специальность | Численность работающих, чел. | Оплата труда за месяц, руб. | Оплата труда за год, тыс. руб. |
| 1 | Директор | 1 | 13000 | 156,0 |
| 2 | Бухгалтер | 1 | 10000 | 120,0 |
| 3 | Экономист | 1 | 12000 | 144,0 |
| 4 | Продавец-консультант | 4 | 28000 | 336,0 |
| 5 | Товаровед | 1 | 8000 | 96,0 |
| 6 | Уборщица | 2 | 7000 | 84,0 |
| 7 | Охранник | 2 | 10000 | 120,0 |
| Итого: | | 12 | 76000 | 1056,0 |

8.ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

В данном разделе бизнес-плана магазина игрушек мы рассмотрим финансовую составляющую проекта. Отметим, что составить универсальный финансовый план просто невозможно, так как ситуация на рынке постоянно меняется. Поэтому здесь приведём некую усреднённую информацию.

Для реализации проекта используются собственные средства в размере 1 млн. руб. и привлекаются кредит в размере 2 млн. руб., под 20 % годовых. Выплаты процентов по кредиту осуществляются единовременными (равными) платежами в конце каждого года расчетного периода. Полученные деньги будут использованы:

- на аренду, подготовку и содержание торговых площадей и складских помещений,

- на закупку оборудования, товара и необходимых вспомогательных материалов,

- на заработную плату сотрудников предприятия,

- на прочие расходы путем образования оборотного капитала на период первого года производственной деятельности.

Таблица 8.1

РАСХОДЫ

|  |  |
| --- | --- |
| **Статьи расхода** | **Сумма ежемесячно в рублях** |
| **1** | **2** |
| 1. **Постоянные расходы**    1. Арендная плата    2. Погашение банковского кредита    3. Заработная плата работников    4. Отчисления из заработной платы    5. Плата за телефон    6. Расходы на эл. энергию    7. Страховые взносы    8. Амортизационные отчисления:   А) Оборудование  Б) Здание | 1800  80000  76000  19760  350  1686  23730  7880  3240 |
| Продолжение табл. 8.1 | |
| **1** | **2** |
| 1. **Переменные расходы**    1. Расходы на закупку сырья    2. Выплата банковского процента    3. Расходы на рекламу    4. Прочие неучтённые расходы    5. НДС   7. Налог на прибыль | 320000  34000  10000  1500  11325  14000 |
| 1. **Первоначальные выплаты**    1. Стоимость оборудования   2. Первоначальный взнос за аренду | 78800  21600 |
| **Итого:** | 705671 |

**Арендная плата**

Мы арендуем 45м2, если в год от 500р. за 1м2, а в месяц от 40р. за 1м2. Арендную плату мы будем оплачивать ежемесячно в размере 1800р.

**Отчисления на зарплату:**

Пенсионный фонд – 20% от ФЗП;

Фонд социального страхования – 3,2% от ФЗП;

Фонд обязательного медицинского страхования – 2,8% от ФЗП.

**Амортизационные отчисления**:

• Износ оборудования составит 10% от стоимости оборудования;

• Здание 15% от аренды в год.

**НДС (13% от налогооблагаемой базы)**

Налогооблагаемой базой является прирост стоимости, то есть заработная плата + амортизационные отчисления + чистая прибыль (но так как мы рассчитываем на 1 месяц деятельности предприятия, то следует заметить, что чистой прибыли не будет).

Таблица 8.2

ОБЪЁМ ПРОДАЖ С УЧЁТОМ ВОЗМОЖНОГО РАСШИРЕНИЯ РЫНКА

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2011 | 2012 | 2013 |
| Предполагаемый объём продаж, руб. | 4,6 млн. | 4,8 млн. | 5,4 млн. |

Таблица 8.3

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | | За отчетный период |
| Наименование | код |
| 1 | 2 | 3 |
| **Доходы и расходы по обычным видам деятельности**  Чистая сумма продаж (выручка от реализации) | 010 | 4600000 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 020 | 3840000 |
| Валовая прибыль | 029 | 760000 |
| Коммерческие расходы | 030 | 46032 |
| Управленческие расходы | 040 | 60000 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 050 | 653968 |
| **Прочие доходы и расходы**  Проценты к получению | 060 | 100000 |
| Проценты к уплате | 070 | 408000 |
| Доходы от участия в других организациях | 080 | - |
| Прочие доходы | 090 | - |
| Прочие расходы | 100 | 120000 |
| **Прибыль (убыток) до налогообложения** | 140 | 225968 |
| Отложенные налоговые активы | 141 | - |
| Отложенные налоговые обязательства | 142 | - |
| Текущий налог на прибыль | 150 | 168000 |
| **Чистая прибыль (убыток) отчетного периода** | 190 | 57968 |

**Оценка возможных рисков**

1. Экономические:

-риск, связанный с экономическими кризисами

2. Коммерческие:

-риск, связанный с реализацией товара

-риск, связанный с перевозкой груза или транспортный риск

-неплатежеспособность заказчика

-риск от потери спроса и заинтересованности в услуге

-риск от банкротства основного поставщика

3. Политические:

-риск, связанный с забастовками (войнами) во время перевозки груза

**Источники возникновения рисков:**

-недостаточная информация о спросе на данный вид услуг

-недостаточный анализ рынка

-недооценка своих конкурентов

-падение спроса

**Риски в предпринимательстве:**

1. Имущественный ущерб:

а) страхование

б) тщательный подбор и регулярная профилактическая работа с персоналом

в) противопожарные мероприятия, охрана

2. Коммерческие и финансовые риски:

а) страхование

б) постоянное изучение состояние рынка, конкурентов и законодательства

в) наем на работу квалифицированных менеджеров

3. Длительная болезнь или смерть руководителя или ведущего специалиста

а) забота о своем здоровье и здоровье сотрудников

б) создание резерва управления кадров

4. Травмы, профессиональные заболевания от несчастного случая на производстве:

а) страхование

б) оборудование рабочих мест в соответствии с нормами ТБ и производственной санитарии

в) обязательное проведение инструктажа по ТБ при приеме на работу с фиксацией в специальном журнале

5. Вымогательство:

а) уклонение от сомнительных контактов

б) консультация у юриста и опытных предпринимателей

в) обращение в правоохранительные органы