

Бизнес план магазина детской обуви

Капитальные вложения: 1 500 000 рублей,

Среднемесячная выручка: 597 500 рублей,

Чистая прибыль: 88 987 рублей,

Окупаемость: 17 месяцев!

Готовый Бизнес план магазина детской обуви
от фабрики манизейкеров

В статье представлен бизнес-план по открытию детского обувного магазина. Данный пример бизнес плана освещает вопросы размера инвестиций, товарно-сбытовую политику, потенциальный доход и сроки окупаемости

1. Организация бизнеса на торговле детской обувью

1.1. Обоснование открытия магазина

В России начиная с 2006 г. наблюдается рост рождаемости. Так, в 2011 г. на свет появилось порядка 1,8 млн. детей, что на 24 % больше показателя 2006 г. В связи с этим наблюдается повышенный спрос на товары детской группы.

В результате объективного роста спроса становится выгодным открывать бизнес на товарах и услугах для детей. В данном материале мы изучим вопрос о том как открыть магазин детской обуви.

Детская обувь является товаром повышенного спроса: маленькие дети очень быстро растут и обувь становится маленькой.

Рассчитаем потенциальную емкость рынка детской обуви

Начиная со второго года жизни, ребенку требуется порядка 3,5 пар обуви в год!!! И это при условии о том, что расчет сделан по минимуму. Средняя цена пары (среднего качества) составляет порядка 600 рублей.

Согласно данным переписи населения 2010 г. в Российской Федерации процент детского населения возраста от 0 до 9 лет составляет порядка 10 %.

Опирируя вышеперечисленными цифрами не трудно рассчитать потенциальную емкость рынка любого населенного пункта. Так в городе с населением 400000 человек, численность детей до 9 лет, порядка 40000 человек, таким образом емкость рынка детской обуви составляет 84 млн. руб.

Как видно из данных расчетов емкость рынка детской обуви значительна и открытие магазина детской обуви является выгодным предприятием.

1.2. Месторасположение

Выбор месторасположения для магазина является важным моментом в бизнесе по розничной торговле обувью для детей. Магазин должен быть расположен в деловом или

спальном районе города. Для этих целей подойдут как торгово-развлекательные центры, так и отдельно стоящие магазины.

Площадь магазина зависит от реализуемого ассортимента, для оптимального размещения всего товара площадь магазина должна составлять 35-50 кв.м.

1.3. Оборудование

Для обувного магазина необходимо приобрести специализированное торговое оборудование. На рынке представлено много фирм занимающихся выпуском торгового оборудования, вы можете приобрести как новое оборудование, так и бывшее в употреблении (рынок б/у оборудования развит хорошо).

В магазине должно быть следующие категории оборудования:

Стеллажи, витрины

Кассовые аппараты

Пуфики

Зеркала

Наиболее интересной компанией в этой сфере является фирма visa, занимающаяся производством торгового оборудования.

1.4. Персонал

Магазин должен работать ежедневно с 10.00 до 21.00 без перерыва на обед. Для организации процесса торговли штат магазина должен составлять 4 человека: работают посменно (в смене 2 человека старший продавец и продавец). Должность количество
оклад Итого

Старший продавец	2	16 000	32 000
продавец	2	13 000	26 000
ИТОГО		58 000	

Выбор и заказ товара, административные вопросы, управление деятельностью магазина находятся в ведении собственника бизнеса.

2. Товарно-сбытовая политика детского обувного магазина

2.1. Ассортимент

В детском магазине должна быть представлена широкая линейка различной обуви для детей разных возрастных групп. Основной ассортимент должен быть направлен на возрастную группу от 0 до 9 лет.

Ассортимент должен меняться исходя из сезона. В магазине должно быть представлена продукция в среднем ценовом сегменте.

2.2. Поставщики

От качества обуви зависит правильность формирования стопы ребенка. Вся продукция должна быть сертифицирована и выполнять всем требованиям предъявляемой к обуви для детей.

Для создания ассортиментного ряда в магазине должно быть, представлено как минимум 3 поставщика. Можно выделить следующих отечественных производителей, изготавливающих качественную детскую обувь:

"Котофей" kotofey.ru

"Антилопа" antilopa.ru

"Топ-топ" obuv-top-top.ru

2.3. Маркетинговая политика

Для увеличения объемов продаж необходимо разработать и на постоянной основе проводить рекламные компании стимулирующие спрос.

Рекламная компания должна состоять из следующих этапов:

Реклама на радио. Проводиться при обновлении коллекций (как минимум 4 раза в год, зима, осень, весна, лето)

Наружная реклама (билборды, растяжки). Проводится постоянно (4-5 щитов расположенных на оживленных улицах города)

Реклама в сети интернет. Реклама проводится постоянно (баннеры, контекстная реклама на информационно-развлекательных порталах города)

Помимо рекламной компании необходимо продумать проведение различных маркетинговых мероприятий:

Внедрение дисконтных карт

Проведение розыгрыша среди постоянных покупателей

Проведение распродаж

Яндекс.Директ

Все объявления

Детская Обувь – Распродажа! Скидки до 50%! Цены от 599 р! Гарантия 100% качества!

Бесплатная доставка!

Адрес и телефон promenad.ru

3. ТЭО открытия магазина обуви для детей

Вид деятельности: Розничная торговля детской обувью

Месторасположение: Магазин открыт в городе с населением 500 тысяч человек, расположен на пересечение центральных улиц на первом этаже в жилом доме.

Площадь магазина: 35 кв.м.

Режим работы: Ежедневно, 10.00 до 21.00, без перерыва на обед.

3.1. Капитальные затраты

Капитальные затраты	ЦЕНА руб.
---------------------	-----------

Торговое оборудование (стеллажи, витрины, кассовые аппараты)	200 000
--	---------

Вывеска, ремонт, освещение	300 000
----------------------------	---------

Создание товарного запаса	1 000 000
---------------------------	-----------

Итого	1 500 000
-------	-----------

3.2. Выручка

Выручка магазина детской обуви имеет значительную сезонность. Максимальный размер выручки приходится на весну и осень, когда покупают обувь на зимний и летний сезон.

Выручка, в руб.

Январь	280 000
--------	---------

Февраль	410 000
---------	---------

Март	890 000
------	---------

Апрель	740 000
май	620 000
Июнь	520 000
Июль	540 000
Август	480 000
Сентябрь	740 000
Октябрь	790 000
Ноябрь	690 000
Декабрь	470 000
Средняя	597 500

3.3. Себестоимость

Наценка на продукцию обувного магазина составляет 100-150%. На некоторые позиции и выше, но с учетом скидок, дисконтных карт средняя наценка несколько ниже. Для расчетов была взята средневзвешенная наценка 100%.

3.4. Общие расходы

Расходы по содержанию магазина обуви составляет 194 тысяч в месяц, при этом наибольшую долю в структуре расходов занимают расходы на з/плату + ЕСН. Расходы

194 060	
Зарплата	58 000
ЕСН	18 560
Административные расходы	10 000
Аренда	50 000
Бухгалтерия (аутсорсинг)	2 500
Реклама	50 000
прочие	5 000

3.5. Расчет прибыльности и рентабельности

Выручка	597 500
Себестоимость	298 750
Валовая прибыль	298 750
Расходы	194 060
Прибыль до налогообложения	104 690
Налог УСН (15%)	15 704
Чистая прибыль	88 987
Рентабельность	14,89%

3.6. Расчет окупаемости

Чистая прибыль, руб.	88 987
Капитальные вложения, руб.	1 500 000
Окупаемость, мес.	16,86

Нормальным сроком окупаемости магазина считается срок 16-24 месяца.

4. Организационные моменты ведения бизнеса по розничной торговле детской обувью

4.1. Организационная форма

Оптимальной организационной формой ведения бизнеса обувного магазина является форма «Индивидуальный предприниматель»

4.2. Система налогообложения

Деятельность по розничной торговле детской обувью подходит под льготный режим налогообложения - ЕНВД.

Важный момент: В регионах, где ЕНВД не применяется, то в качестве системы налогообложения можно выбрать: Упрощенную систему налогообложения (УСН, доходы минус расходы, 15