

2013

**Alto
Consulting
Group**

Бизнес-план магазина мужской одежды

(с финансовой моделью)



ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Разработка бизнес-плана магазин мужской одежды осуществлена с использованием материалов реально работающего проекта. Большинство бизнес-планов, разработанных специалистами компании Alto Consulting Group, получили успешное претворение в жизнь и приносят прибыль не одному предпринимателю.

Данный бизнес-план оснащен финансовыми расчетами, изложенными в формате Excel. Возможность быстрого изменения основных финансовых показателей, позволяет быстро и без проблем рассчитать новый, адаптированный проект, с учетом запросов клиента.

Простота подачи материала позволяет совершать все изменения проекта под свои нужды молниеносно даже людям, не имеющим финансового образования.

Все расчеты преподнесены в формате, который позволяет быстро внести новые параметры и тут же ознакомиться с финансовыми прогнозами. Изменение бизнес-плана для работы в любом другом крае России совершается просто и без применения специальных знаний.

Бизнес-план магазин мужской одежды создан с учетом анализа тенденций развития данного рынка в ближайшие годы. Учтены все факторы, влияющие на успешность развития бизнеса в этой сфере.

Наименование проекта:

Магазин мужской одежды

Цели проекта:

- Оценка эффективности проекта по открытию магазина мужской одежды;

- Открытие нового магазина мужской одежды и развитие сети розничной торговли;
- Получение дохода;
- Создание новых рабочих мест;
- Отчисление налоговых платежей в бюджеты всех уровней.

Стадия развития бизнеса: организация нового бизнеса.

Инициатор проекта:

Сумма инвестиций:

- Общая сумма: *** тыс. руб.
- Основные средства: *** тыс. руб.
- оборотные средства: *** руб.

Источники финансирования: собственные средства

Показатели эффективности проекта:

Объем инвестиций – *** тыс. руб.

Выручка – *** руб.

Чистая прибыль – *** руб.

Чистая приведенная стоимость – *** тыс. руб.

Простой период окупаемости - *** мес.

Дисконтированный период окупаемости – *** мес.

Внутренняя норма доходности – *** в мес.

Рентабельность инвестиций – ***

Название магазина – «***».

Организационно-правовая форма – ИП или ООО в зависимости от целей проекта.

Магазин будет располагаться на арендованных площадях, площадь которых будет минимум 60 кв. м.

Интерьер магазина будет соответствовать его направленности. Торговый зал необходимо сделать просторным, с хорошим освещением, с цветовой гаммой в теплых светлых тонах. Торговое оборудование лучше всего установить деревянное (имитированное под дерево), так как одежда данного ассортимента и ценового сегмента наиболее выигрышно смотрится на фоне дерева (бук, ольха).

Товар в магазине нужно расположить с определенной систематизацией. Необходимо учесть одновременно несколько факторов: стиль, цвет, новизна товара. Это даст возможность покупателю быстро ориентироваться в магазине.

Метод продаж будет ориентирован на уважительное отношение к покупателю, информирование его о качестве и производителе товара, а также о технических характеристиках тканей и кроя. Для этого будет проводиться регулярное обучение персонала.

Режим работы магазина: с 10.00 до 21.00 ежедневно.

Численность персонала: 4 продавца-консультанта с функцией кассира. Бухгалтерский учет и уборка помещения будут отданы на аутсорсинг.

Предполагаемый ассортимент товара - верхняя одежда, рубашки, сопутствующие (дополнительные) товары.

Ассортимент группы верхней одежды:

- Куртки демисезонные и зимние;
- Пальто демисезонные и зимние;
- Костюмы;
- Брюки;
- Пиджаки.

Ассортимент группы легкой одежды:

- Рубашки.

Ассортимент сопутствующей группы товаров:

- Галстуки;
- Шарфы;
- Платки;
- Ремни;
- Сумки;
- Запонки.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Российский рынок одежды находится в стадии роста, но близок к насыщению. В 2012 г. объем рынка составил млрд. руб., что на ***% больше показателя 2011 г. Среднегодовые темпы роста составляют ***%. Объем рынка и динамика роста показаны на графиках.

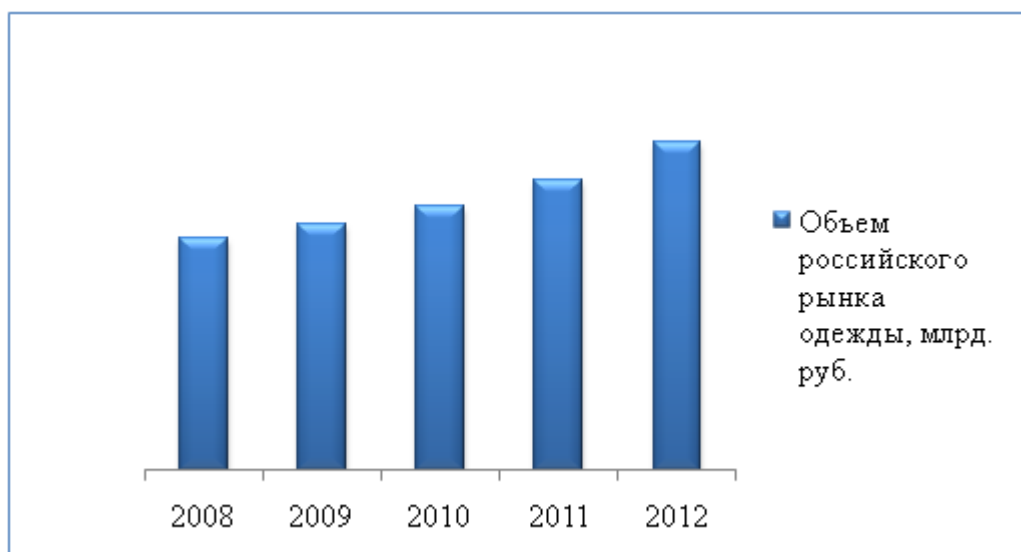


График 1 – Объем российского рынка одежды, млрд. руб.

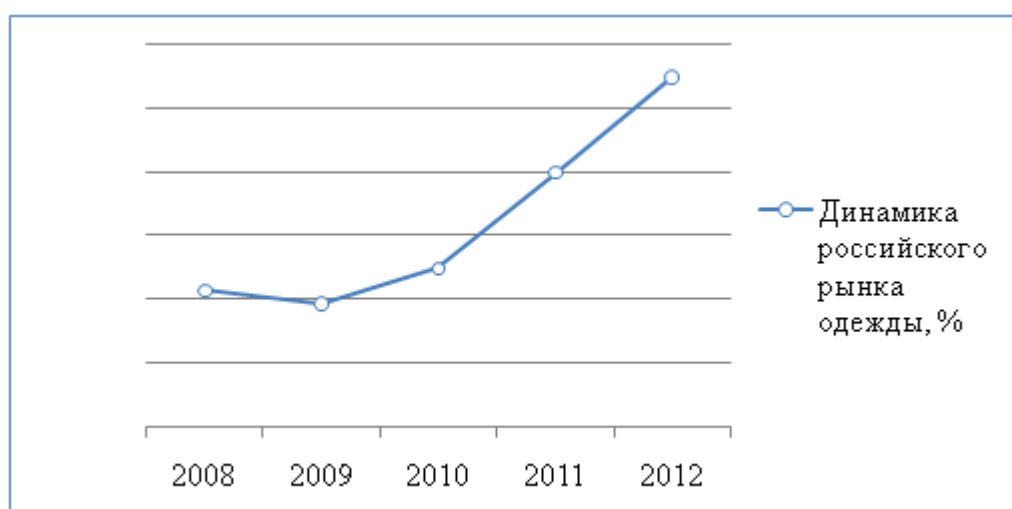


График 2 – Динамика развития российского рынка одежды, %

Российский рынок одежды в большей степени состоит из импорта (***%). На долю отечественных производителей приходится около ***% объема рынка.

Но надо отметить, что доля импорта сокращается, а объем российских производителей растет, хотя и очень медленно.

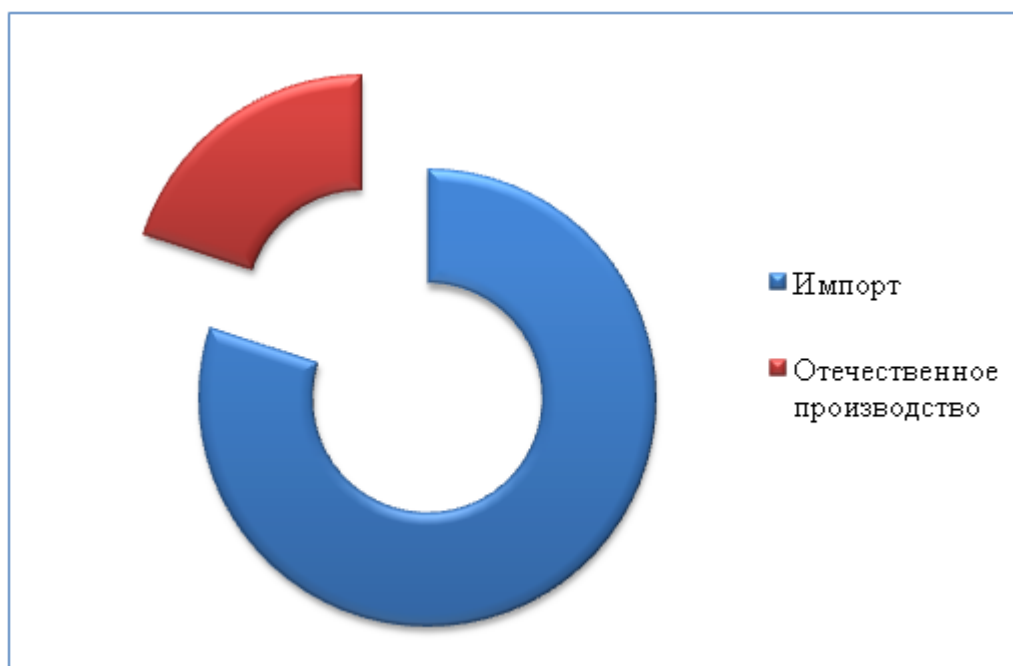


Диаграмма 1 – Структура российского рынка одежды, %

Российский рынок одежды достаточно четко разделился на сектора:

- Женская одежда;
- Мужская одежда;
- Детская одежда;
- Спецодежда;
- Молодежная одежда.

Наибольшая доля рынка принадлежит сегменту женской одежды (**%), далее следуют сегмент мужской одежды (**%), детской (**%), спецодежды (**%), молодежной одежды (**%).

Наибольшими темпами роста отличились сегменты мужской и детской одежды. Темп развития этих секторов составил около **%. По прогнозам наибольшее развитие рынка предполагается в сегменте детской одежды.



Диаграмма 2 – Сегментация российского рынка по видам одежды, %

Численность населения РФ имеет положительный тренд. Среднегодовой прирост населения составляет ***%. На конец 2012 г. численность населения страны составила *** млн. чел., что на ***% больше показателя 2011 г. Динамика численности населения показана на графике.

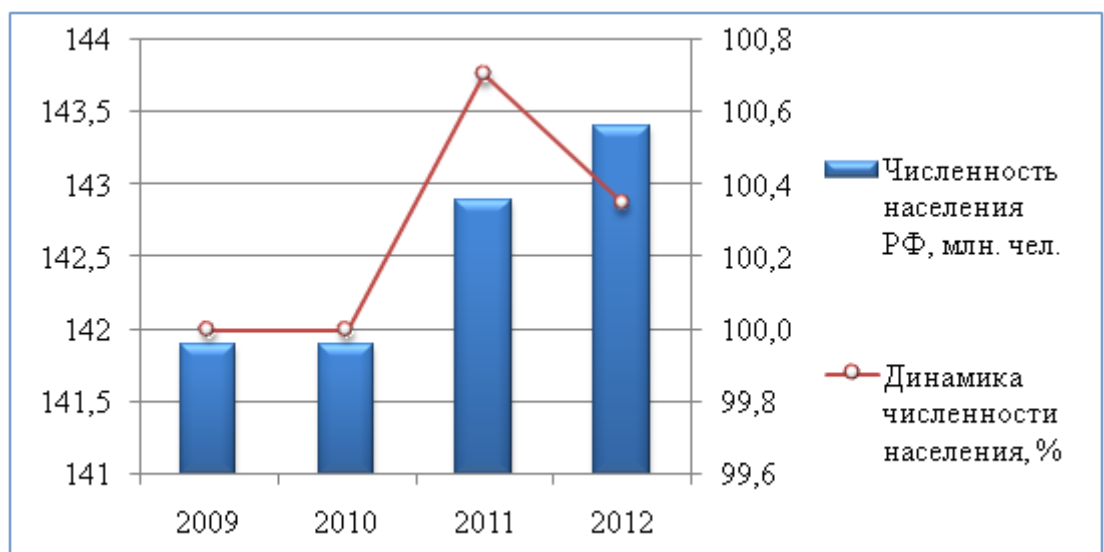


График 4 – Динамика численности населения, млн. чел.

Наибольшая доля численности населения приходится на Центральный федеральный округ (***) млн. чел.), на втором месте – Приволжский федеральный округ (***) млн. чел.), на третьем – Сибирский федеральный округ (***) млн. чел.).



Рисунок 8 - Бизнес-процессы предприятия

Штатное расписание и способы оплаты труда показаны в таблице.

Таблица 4 – Штатное расписание

Бизнес-план магазина мужской одежды (с финансовой моделью)

Должность	Кол-во чел.	Оклад, руб.	Бонусная часть, коэф.	Прочие условия
Зав. магазином	1	***	***	Бонусная часть от выручки
Продавец	4	***	***	Бонусная часть от выручки
Бухгалтер	1	***		По договоренности или аутсорсинг
ИТОГО	6	***		

Стимулирование персонала будет посредством бонусной части з/п, которая будет зависеть от объема выручки.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА**
- 2 ОПИСАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**
- 3 ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ**
- 4 ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**
 - 4.1 Технические характеристики помещения
 - 4.2 Технические характеристики оборудования
- 5 ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**
- 6 МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА**
 - 6.1 Российский рынок одежды
 - 6.1.1 Объем российского рынка одежды
 - 6.1.2 Структура рынка одежды
 - 6.1.3 Структура рынка одежды по цене
 - 6.2 Факторы, влияющие на рынок одежды
 - 6.2.1 Демографические факторы
 - 6.2.2 Половозрастная структура населения
 - 6.2.3 Уровень жизни населения
 - 6.2.4 Среднедушевые расходы населения
 - 6.2.5 Индекс потребительских цен
 - 6.2.6 Развитие торговли

6.3 Описание покупателей и их предпочтения

6.3.1 Самооценка материального положения

6.3.2 Стиль потребления

6.4 Критерии выбора одежды

6.5 Каналы продаж

6.6 SWOT- анализ

7 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

7.1 Месторасположение магазина мужской одежды

7.2 Использование площадей

7.3 Поставки товара и ассортимент товара

7.4 Организационная структура предприятия и штатное расписание

8 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

8.1 Посещаемость магазина

8.2 Сезонность

8.3 Ценообразование

8.4 План продаж и прогноз выручки

9 ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

9.1 Инвестиционные вложения проекта

9.2 Этапы реализации проекта

9.3 Финансирование проекта

10 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

10.1 Постоянные расходы предприятия

10.1.1 Арендные платежи

10.1.2 Амортизация

10.1.3 Общехозяйственные расходы

10.1.4 Маркетинговые расходы

10.2 Переменные расходы предприятия

10.2.1 Затраты на закуп товара

10.2.2 Транспортные расходы

10.2.3 Расходы на эквайринг

10.2.4 Расходы на инкассацию

10.2.5 ФОТ

10.2.6 Налоговый план

10.3 Бюджет доходов и расходов

10.4 Бюджет движения денежных средств

11 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

12 ОЦЕНКА РИСКОВ

12.1 Качественный анализ

12.2 Количественный анализ

12.2.1 Безубыточный объем продаж

12.2.2 Анализ чувствительности

13 ВЫВОДЫ

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список рисунков:

Рисунок 1 – Планировка торгового зала

Рисунок 3 – Поток покупателей и размещение входа при квадратной форме торгового зала

Рисунок 4 – Поток покупателей и размещение входа при прямоугольной форме торгового зала

Рисунок 5 – Холодные зоны торгового зала

Рисунок 6 – Горячие зоны торгового зала

Рисунок 7 – Организационная структура предприятия

Рисунок 8 – Бизнес-процессы предприятия

Список графиков:

График 1 – Объем российского рынка одежды, млрд. руб.

График 2 – Динамика развития российского рынка одежды, %

График 3 – Сегментация рынка одежды по цене, %

График 4 – Динамика численности населения, млн. чел.

График 5 – Структура населения РФ в 2012 г. по трудоспособному возрасту, тыс. чел.

График 6 – Целевая аудитория мужчин в РФ по возрасту, тыс. чел.

График 7 – Целевая аудитория мужчин г. Воронеж по возрасту, чел.

График 8 – Целевая аудитория мужчин г. Липецк, чел.

График 9 – Целевая аудитория г. Ярославль, чел.

График 10 – Среднедушевые доходы населения ЦФО, руб.

График 11 – Покупательная способность среднедушевых денежных доходов населения относительно предметов мужского гардероба в месяц, шт.

График 12 – Среднедушевые расходы населения, руб.

График 13 – Соотношение среднедушевых доходов и расходов населения ЦФО, руб.

График 14 – Индекс потребительских цен в ЦФО, %

График 15 – Оборот розничной торговли ЦФО, млн. руб.

График 16 – Самооценка материального положения жителей городов с численностью 100 тыс. чел. и более, % домохозяйств

График 17 – Семейный бюджет, его динамика и доля затрат на одежду и обувь

График 18 – Потребители, совершающие покупки спонтанно, %

График 19 – Критерии выбора одежды, %

График 20 – Каналы продаж одежды, %

График 21 – Выручка проекта, руб.

График 22 – График инвестиций, руб.

График 23 – Постоянные расходы, руб.

График 24 – Переменные расходы, руб.

График 25 – ФОТ, руб.

График 26 – Налоговые отчисления, руб.

График 27 – Чистая прибыль, руб.

График 28 – Денежный поток проекта, руб.

График 29 – Влияние параметров проекта на чистую приведенную стоимость

График 30 – Влияние параметров на внутреннюю стоимость проекта

Список диаграмм:

- Диаграмма 1 – Структура российского рынка одежды, %
- Диаграмма 2 – Сегментация российского рынка по видам одежды, %
- Диаграмма 3 – Численность населения по ФО на 1.01.2013 г., %
- Диаграмма 4 – Численность населения областных центров ЦФО, тыс. чел.
- Диаграмма 5 – Структура потребительских расходов населения в среднем на члена семьи в месяц, руб.
- Диаграмма 6 – Структура выручки, руб.
- Диаграмма 7 – Структура инвестиций, руб.
- Диаграмма 8 – Структура постоянных расходов, руб.
- Диаграмма 9 – Структура переменных расходов, руб.
- Диаграмма 10 – Структура ФОТ, руб.
- Диаграмма 11 – Структура налоговых отчислений, руб.

Список таблиц:

- Таблица 1 – Оборудование для магазина
- Таблица 2 – Психологический портрет покупателей
- Таблица 3 – SWOT-анализ
- Таблица 4 – Штатное расписание
- Таблица 5 – Посещаемость магазина
- Таблица 6 – Сезонность продаж
- Таблица 7 – Наценка на товар
- Таблица 8 – Стоимость закупаемых товаров
- Таблица 9 – Структура продаж
- Таблица 10 – План загрузки мощностей
- Таблица 11 – Прогнозный план продаж и объема выручки
- Таблица 12 – Инвестиции

Таблица 13 – Инвестиционный график

Таблица 14 – Постоянные расходы

Таблица 15 – Амортизация

Таблица 16 – Переменные расходы

Таблица 17 – ФОТ

Таблица 18 – ФОТ 2013 г.

Таблица 19 – Налоговые отчисления

Таблица 20 – Бюджет доходов и расходов

Таблица 21 – Бюджет движения денежных средств

Таблица 22 – Безубыточный объем продаж

Таблица 23 – Влияние параметров на чистую стоимость проекта

Таблица 24 – Влияние параметров на внутреннюю доходность проекта

О КОМПАНИИ ALTO CONSULTING GROUP

Компания Alto Consulting Group является независимой аналитической компанией. Приоритетным направлением ее деятельности является разработка качественных маркетинговых исследований рынков, а также разработка бизнес-планов отраслям и регионам, как России, так и других государств.

Мы предлагаем нашим клиентам только достоверную информацию, актуальную на текущий период времени, выдаем персональные рекомендации, как и где лучше начинать, развивать бизнес, и при каких условиях.

В процессе проведения маркетинговых исследований и при разработке бизнес-планов компания Alto Consulting Group опирается на принятые в мировой практике методы, используемые для оценки эффективности привлечения и вложения инвестиционных средств. При этом соблюдаются как межрегиональные, общероссийские, так и международные стандарты.

Аналитики, работающие в компании Alto Consulting Group, имеют огромный опыт и глубокие знания в маркетинге, знают и умеют применять методологию построения исследований в области маркетинга, оценивают эффективность инвестиционных проектов, составляют аналитические отчеты, на основе полученных данных прогнозируют варианты развития бизнеса в ближайшее время.

Профессиональный подход к выполняемым задачам, бесплатные консультации и сервис, содействие высококвалифицированных специалистов, их глубокие познания в структуре различных рынков, их динамике, опыт в выполнении проектных работ, постоянное совершенствование профессионального мастерства позволяют компании предоставлять услуги только высокого качества всем клиентам.