

БИЗНЕС-ПЛАН ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНА

Подготовили:
Собельникова Анастасия
Фролова Екатерина
11 «А»



Цель проекта

- Основная идея – грамотное составление бюджета
- И как конечный итог: ВЫХОД магазина из – в +.



Оценка актуальности бизнеса

- ▣ Продуктовый магазин как бизнес может стать отличным стартом для новичков в предпринимательстве, так как не требует больших капиталовложений.

Продукты питания всегда будут пользоваться спросом, оставаться одним из самых востребованных товаров для всех стран и народов.

- ▣ Однако в связи с недобросовестным трудом персонала, неправильной ценовой политикой, неудачным расположением могут возникнуть неудачи, ведущие к финансовым потерям, а в дальнейшем и закрытию бизнеса. Именно поэтому необходимо грамотно подойти к процессу планирования и организации



Выбор формата



На рынке продовольственных товаров существуют следующие варианты открытия торговой точки:

- ❖ Гипермаркет – самый большой магазин площадью до 5 тыс. м².
- ❖ Супермаркеты располагаются в местах с высоким уровнем пассажиропотока. Площадь – до 2 тыс. м².
- ❖ Гастрономы – магазины площадью до 500 м². Из основного ассортимента – скоропортящиеся продукты ежедневного потребления, а также небольшая часть бытовой химии.
- ❖ Мини-маркет - это торговая точка самообслуживания небольшой площади, что являет собой магазин шаговой доступности.
- ❖ Магазин «у дома» - самый простой вариант организации бизнеса для новичков в местах с высокой проходимостью людей, в спальных районах.



География проекта

Главные географические критерии магазина для успешного бизнеса:

- 1) расположен на территории с населением 1500-2000 человек
- 2) отсутствие аналогичного рода магазинов в радиусе 2 км
- 3) Выгодное расположение - возле ж/д и автовокзалов, станций метро.

Необходимо также произвести анализ, изучить спрос выбранного города/района и выявить целевые категории.



Перечень необходимых документов

Кроме регистрации ИП нужны документы:

- Подтверждение прав на помещение для торговли (договор купли-продажи или договор аренды);
- санитарный паспорт на помещение;
- медицинские книжки у персонала, который работает с товаром;
- документ о внесении в торговый реестр города или села;
- сертификаты на продукцию;
- разрешение от пожарной службы;
- книга отзывов и предложений;
- документация о кассовом обслуживании;
- свидетельство о правильности измерительных приборов.



Организационная структура

Основной персонал:

- ▣ — 2 продавца, работающие посменно 2/2;
- ▣ — Уборщица

Продавцы обязаны иметь медицинские книжки.

Каждый продавец имеет окладную часть зарплаты — 12000 руб. и премиальную часть, которая рассчитывается следующим образом:

Премиальная часть з/п = 8000руб. * (Факт / План), где Факт — фактически выполненный план продаж и План — запланированный. Первые 4 месяца план постепенно увеличивается с 400 000 руб. до 800 000 руб. Начиная с 5 месяца план — 880 000 руб. Данная система стимулирует добросовестное выполнение продавцами своих обязанностей и снижает риск кражи со стороны сотрудников.

Уборщица имеет фиксированный оклад — 10 000руб.

Фонд заработной платы, руб.

	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц
Продавцы (2 чел), окладная часть	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Продавцы (2 чел), премиальная часть	15 054	15 915	15 218	14 821	15 983	16 439
Уборщица	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Итого:	49 054	49 915	49 218	48 821	49 983	50 439

	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12 месяц
Продавцы (2 чел), окладная часть	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Продавцы (2 чел), премиальная часть	16 211	16 553	16 439	15 983	16 667	17 123
Уборщица	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Итого:	50 211	50 553	50 439	49 983	50 667	51 123

	13 месяц	14 месяц	15 месяц	16 месяц	17 месяц	18 месяц
Продавцы (2 чел), окладная часть	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Продавцы (2 чел), премиальная часть	16 667	16 211	16 553	16 325	16 211	16 211
Уборщица	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Итого:	50 667	50 211	50 553	50 325	50 211	50 211

	19 месяц	20 месяц	21 месяц	22 месяц	23 месяц	24 месяц
Продавцы (2 чел), окладная часть	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Продавцы (2 чел), премиальная часть	16 553	16 257	16 097	16 439	16 211	17 123
Уборщица	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Итого:	50 553	50 257	50 097	50 439	50 211	51 123



Необходимое торговое оборудование

- Полки и стеллажи для торгового зала;
- холодильные камеры;
- витрины и прилавки;
- кассовый аппарат;
- весы;
- корзины для товара;
- емкости для продуктов, ножи, щипцы, разделочные доски и др.





Составление ассортиментного ряда

- Товары ежедневного потребления (хлеб, молоко)
- Товары широкого потребления (спички, консервы, полуфабрикаты, кофе, чай)
- Товары, пользующиеся сезонным спросом (мороженое)
- Безалкогольная/алкогольная продукция
- Кондитерские изделия собственного производства



Поиск поставщиков

- ▣ Особое внимание нужно уделить поиску поставщиков. Оптимальным вариантом является доставка продукции с крупных оптовых баз по циклическому графику, она может осуществляться собственными силами. Перспективный вариант — закупка сельскохозяйственных товаров напрямую у фермерских хозяйств. Подобное решение позволит сэкономить на услугах посредников и обеспечить покупателей свежей и качественной продукцией.

*Финансовый
план*

Инвестиции в открытие продуктового магазина

Наименование	Сумма, руб.
Аренда	30 000
Вывеска магазина	30 000
Оформление документов	10 000
Заключение о соответствии объекта установленным противопожарной безопасности	10 000
Стеллажи	40 000
Ремонтные работы, подготовка помещения	20 000
Программное обеспечение	10 000
Покупка и установка ККМ	30 000
Слейсер, весы, горячий стол для упаковки	40 000
Холодильное оборудование, в т.ч.:	185 000
– Морозильный ларь	25 000
– Холодильная витрина	80 000
– Холодильный шкаф (закрытый)	80 000
Первоначальная закупка товаров	300 000
ИТОГО	705 000

Ежемесячные расходы

Заработная плата	50 219
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	15 066
Налоги (ЕНВД)	10 000
Аренда (20 кв.м.)	30 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	3 000
Бухгалтерия (удаленная)	5 000
Закупка товаров	658 833
Итого:	772 119

- Основная статья ежемесячных расходов — это закупка товаров. Наценка на товар в среднем составляет 30%. Далее представим план закупок на 2 года реализации проекта.
- Согласно плану закупок, 2% продукции остается нереализованной до окончания срока годности и выбрасывается.
- Также есть такое понятие как усушка товара. Товары, содержащие влагу (мясные, колбасные изделия, овощи, фрукты), при хранении испаряются и уменьшаются в весе. Так, 3% от закупленных мясных и колбасных изделий, овощей и фруктов остается нереализованной в виду усушки.

- ▣ План продаж по проекту прогнозируется исходя из среднего чека (300-350 руб./чел.) и количества покупателей в день (70-90 чел./день) по аналогичным магазинам продуктов питания.
- ▣ Прогнозируется постепенное увеличение объёмов продаж на период с 1-5 месяцев реализации проекта.

Структура продаж



План продаж 1-ого года реализации проекта

	1	2	3	4	5	6
Выручка(доходы) итого, в т.ч.:	378 690	599 593	669 019	744 757	883 610	908 856
Мясные и колбасные изделия	60 590	95 935	107 043	119 161	141 378	145 417
Овощи и фрукты	53 017	83 943	93 663	104 266	123 705	127 240
Молочные продукты	49 230	71 951	80 282	89 371	106 033	109 063
Бакалея	41 656	71 951	80 282	89 371	106 033	109 063
Кондитерские изделия	37 869	47 967	53 522	59 581	70 689	72 708
Безалкогольные напитки	26 508	47 967	53 522	59 581	70 689	72 708
Слабоалкогольная продукция	64 377	107 927	120 423	134 056	159 050	163 594
Бытовая химия	34 082	59 959	66 902	74 476	88 361	90 886
Корм для домашних животных	11 361	11 992	13 380	14 895	17 672	18 177

	7	8	9	10	11	12
Выручка(доходы) итого, в т.ч.:	896 233	915 168	908 856	883 610	921 479	946 725
Мясные и колбасные изделия	143 397	146 427	145 417	141 378	147 437	151 476
Овощи и фрукты	125 473	128 123	127 240	123 705	129 007	132 542
Молочные продукты	107 548	109 820	109 063	106 033	110 577	113 607
Бакалея	107 548	109 820	109 063	106 033	110 577	113 607
Кондитерские изделия	71 699	73 213	72 708	70 689	73 718	75 738
Безалкогольные напитки	71 699	73 213	72 708	70 689	73 718	75 738
Слабоалкогольная продукция	161 322	164 730	163 594	159 050	165 866	170 411
Бытовая химия	89 623	91 517	90 886	88 361	92 148	94 673
Корм для домашних животных	17 925	18 303	18 177	17 672	18 430	18 935



План продаж 2-ого года реализации проекта

	13	14	15	16	17	18
Выручка(доходы) итого, в т.ч.:	921 479	896 233	915 168	902 545	896 233	896 233
Мясные и колбасные изделия	147 437	143 397	146 427	144 407	143 397	143 397
Овощи и фрукты	129 007	125 473	128 123	126 356	125 473	125 473
Молочные продукты	110 577	107 548	109 820	108 305	107 548	107 548
Бакалея	110 577	107 548	109 820	108 305	107 548	107 548
Кондитерские изделия	73 718	71 699	73 213	72 204	71 699	71 699
Безалкогольные напитки	73 718	71 699	73 213	72 204	71 699	71 699
Слабоалкогольная продукция	165 866	161 322	164 730	162 458	161 322	161 322
Бытовая химия	92 148	89 623	91 517	90 254	89 623	89 623
Корм для домашних животных	18 430	17 925	18 303	18 051	17 925	17 925

	19	20	21	22	23	24
Выручка(доходы) итого, в т.ч.:	915 168	898 758	889 922	908 856	896 233	946 725
Мясные и колбасные изделия	146 427	143 801	142 387	145 417	143 397	151 476
Овощи и фрукты	128 123	125 826	124 589	127 240	125 473	132 542
Молочные продукты	109 820	107 851	106 791	109 063	107 548	113 607
Бакалея	109 820	107 851	106 791	109 063	107 548	113 607
Кондитерские изделия	73 213	71 901	71 194	72 708	71 699	75 738
Безалкогольные напитки	73 213	71 901	71 194	72 708	71 699	75 738
Слабоалкогольная продукция	164 730	161 776	160 186	163 594	161 322	170 411
Бытовая химия	91 517	89 876	88 992	90 886	89 623	94 673
Корм для домашних животных	18 303	17 975	17 798	18 177	17 925	18 935



Прогноз финансовых показателей 1-ого года реализации проекта, руб

	1	2	3	4	5	6
Итого выручка (доходы):	378 690	599 593	669 019	744 757	883 610	908 856
Расходы	401 892	577 986	632 079	691 564	803 085	823 682
Закупка товаров	300 000	475 000	530 000	590 000	700 000	720 000
Заработная плата	49 148	49 989	49 292	48 895	50 066	50 525
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	14 744	14 997	14 788	14 669	15 020	15 157
Аренда (20 кв.м.)	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Бухгалтерия (удаленная)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прибыль до налогообложения	-23 202	21 607	36 940	53 193	80 525	85 174
Налоги(УСН)	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Чистая прибыль	-33 202	11 607	26 940	43 193	70 525	75 174

	7	8	9	10	11	12
Итого выручка (доходы):	896 233	915 168	908 856	883 610	921 479	946 725
Расходы	813 384	828 831	823 682	803 085	833 980	854 577
Закупка товаров	710 000	725 000	720 000	700 000	730 000	750 000
Заработная плата	50 295	50 639	50 525	50 066	50 754	51 213
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	15 089	15 192	15 157	15 020	15 226	15 364
Аренда (20 кв.м.)	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Бухгалтерия (удаленная)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прибыль до налогообложения	82 849	86 336	85 174	80 525	87 499	92 148
Налоги(УСН)	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Чистая прибыль	72 849	76 336	75 174	70 525	77 499	82 148

Прогноз финансовых показателей 2-ого года реализации



	13	14	15	16	17	18
Итого выручка (доходы):	921 479	896 233	915 168	902 545	896 233	896 233
Расходы	833 980	813 384	828 831	818 533	813 384	813 384
Закупка товаров	730 000	710 000	725 000	715 000	710 000	710 000
Заработная плата	50 754	50 295	50 639	50 410	50 295	50 295
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	15 226	15 089	15 192	15 123	15 089	15 089
Аренда (20 кв.м.)	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Бухгалтерия (удаленная)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прибыль до налогообложения	87 499	82 849	86 336	84 012	82 849	82 849
Налоги(УСН)	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Чистая прибыль	77 499	72 849	76 336	74 012	72 849	72 849

	19	20	21	22	23	24
Итого выручка (доходы):	915 168	898 758	889 922	908 856	896 233	946 725
Расходы	828 831	815 443	808 235	823 682	813 384	854 577
Закупка товаров	725 000	712 000	705 000	720 000	710 000	750 000
Заработная плата	50 639	50 341	50 180	50 525	50 295	51 213
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	15 192	15 102	15 054	15 157	15 089	15 364
Аренда (50 кв.м.)	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000
Бухгалтерия (удаленная)	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Прибыль до налогообложения	86 336	83 314	81 687	85 174	82 849	92 148
Налоги(УСН)	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Чистая прибыль	76 336	73 314	71 687	75 174	72 849	82 148

1 год реализации проекта

Чистая прибыль нарастающим итогом	-33 202	-21 595	5 344	48 538	119 062	194 236
-----------------------------------	---------	---------	-------	--------	---------	---------



Чистая прибыль нарастающим итогом	267 086	343 422	418 596	489 120	566 619	648 767
-----------------------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

2 год реализации проекта



Чистая прибыль нарастающим итогом	726 266	799 115	875 451	949 463	1 022 312	1 095 161
---	---------	---------	---------	---------	-----------	-----------

1 171 498	1 244 812	1 316 499	1 391 673	1 464 522	1 546 670
-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------



Продажи и маркетинг

Методы продвижения :

- ▣ Праздничное открытие
- ▣ Система лояльности
- ▣ Печать и распространение рекламных листовок
- ▣ «Сарафанное радио». Бесплатный и очень эффективный способ рекламы, заставляющий людей говорить о тебе. Когда ваше заведение рекомендуют друзьям — это главный показатель вашей хорошей работы.



Факторы риска

Открытие маленького магазина сразу наталкивается на серьезную, многоуровневую конкурентную борьбу, которую составляют:

- торговые сети — гипермаркеты;
- супермаркеты, расположенные в оживленных местах;
- гастрономы — продают все, что нужно потребителю, чаще всего располагаются на центральных улицах спальных районов;
- магазинчики шаговой доступности, небольшие лавки, находящиеся во дворах;
- рынки, в том числе стихийные.

- Необходимо знать специфику работы с продуктами, ведь многие быстро портятся и нужно быстро их реализовать, чтобы не уйти в минус

Вывод

- ▣ Таким образом, несмотря на всю сложность организации работы и формирования бюджета продуктового магазина, это крайне выгодно для предпринимателя, т.к. в этом человек нуждается ежедневно.