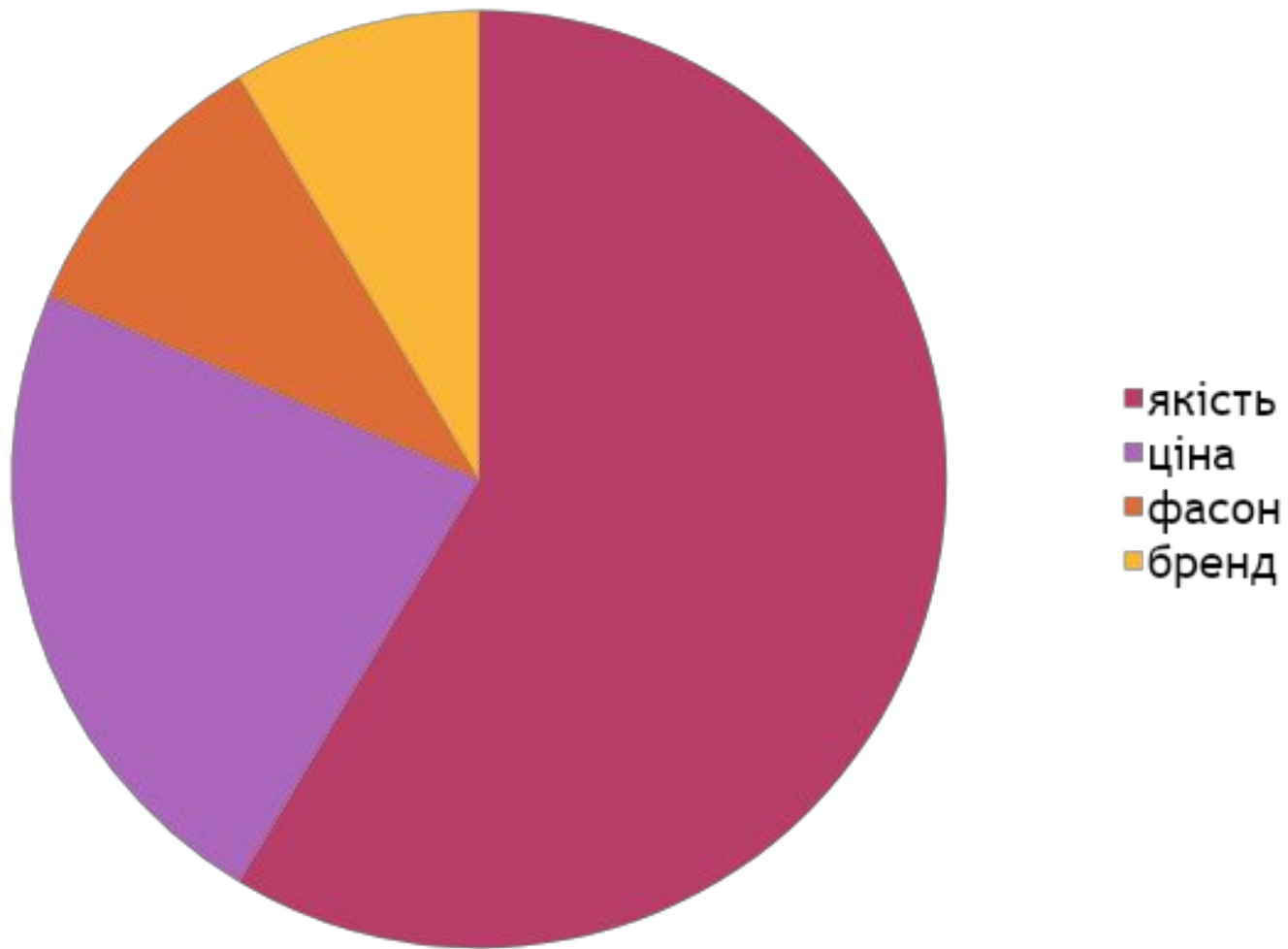


БІЗНЕС-ПЛАН

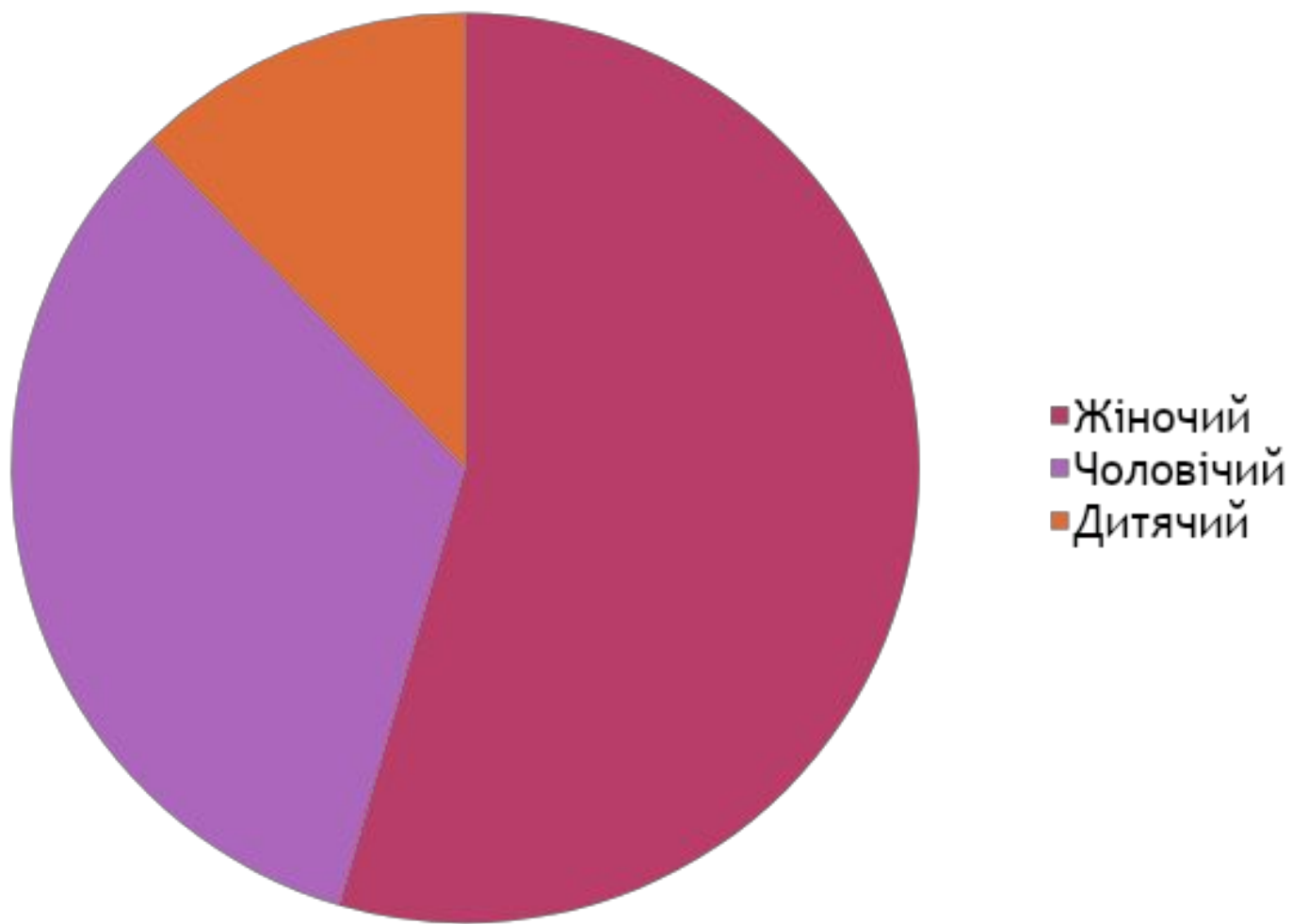
Відкриття магазину одягу

«Des KIRIF»

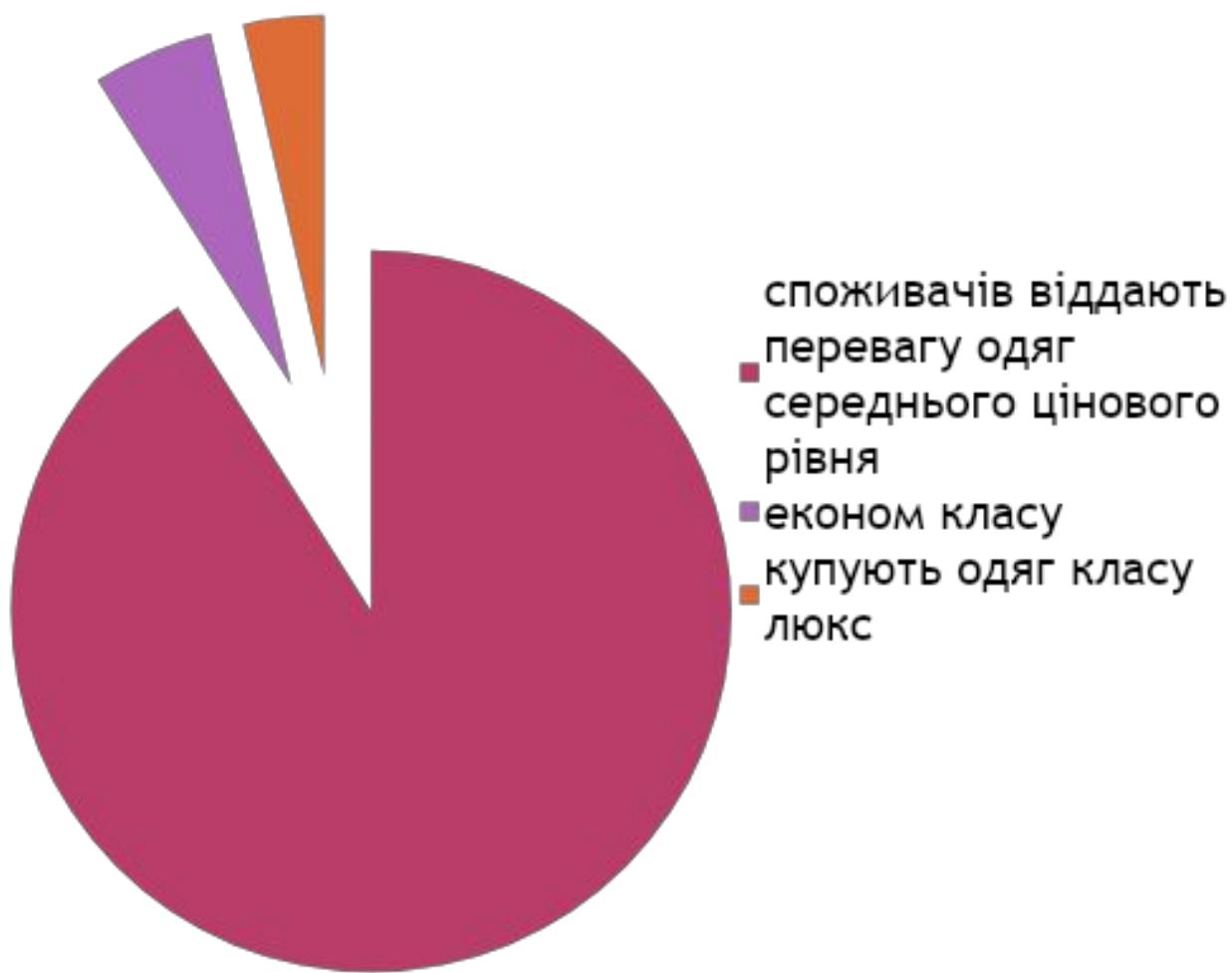
НА ЩО ЗВЕРТАЮТЬ УВАГУ УКРАЇНЦІ ХОДЯЧИ В МАГАЗИН ОДЯГУ



НАЙБІЛЬШЕ КУПЛЯЮТЬ ОДЯГ В УКРАЇНІ



ЯКІ ВЕРСТВИ НАСЕЛЕННЯ КУПЛЯЮТЬ ОДЯГ



ОСНОВНІ ЦІЛІ БІЗНЕСУ:

- 1) Отримання максимального прибутку.
- 2) Задовольнити потреби людей в купівлі одягу цієї марки одягу.
- 3) Створити максимальну конкуренцію на світовому ринку одяжі.
- Продукція магазину буде користуватися стійким попитом у населення, адже забезпечується низькими цінами та широким вибором.

СТВОРЕННЯ МАГАЗИНУ ОДЯГУ

- Для того щоб створити магазин одягу треба:
- 1)Зібрати всі документи.
- 2)Найти приміщення.
- 3)Зробити ремонт та закупити обладнання.
- 4)Знайти швейну фабрику яка буде шити одяг на замовлення.
- 5)Договор поставки.
- 6)Персонал.
- 7)Асортимент
- 8)Піар-компанія.

ЗНАХОДЖЕННЯ ПРИМІЩЕННЯ

- Знайти приміщення легка справа.
- Площа магазину одяжі буде охоплювати 50 кв.м. Оптимальна площа -55 кв. м. разом зі складськими приміщеннями. Вартість оренди - 50.000 грн така ціна із за того що вартість оренди береться біля метро та біля ТЦ «Дрим Таун»
- Коли приміщення для магазину знайдено, то необхідно укласти договір оренди з власником. Оплачують зазвичай перший та останній місяць оренди.
- 50.000 в місяць + комунальна плата

ДИЗАЙН МАГАЗИНУ ОДЯГУ

- **Стиль** магазину буде в чорно-білому кольорі, магазин буде поділений на дві половини, одна половина - чоловіча, буде чорного кольору і будуть всі обладнання в чорному кольорі, а жіночий відділ буде в білому кольорі.
- Кассовий апарат та стіл буде стояти в центрі між половинами чоловічого відділу та жіночого.
- Створення магазину з обладнанням обійдеться в 131.000грн+ реєстрація ТОВ(5000 грн через юридичну компанію)+патент(400 грн)=136.000 грн.

РЕМОНТ В ПРИМІЩЕННІ

- ◎ **Ціни на обладнання:**
- ◎ 1. Вивіска обійдеться в 9100 грн.
- ◎ 2. Стійка для вішалки - 200грн(одна вішалка) потрібно 20 стійок(4000грн)
- ◎ 3. Вішалки 10 грн - одна штука, 5000грн - 500 вішалок
- ◎ 4. Касовий апарат - 7800грн (один)
- ◎ 5. Стіл - 2600 грн(один)
- ◎ Це все вийде: 28.000грн + Ремонт 50.000 грн = 78.000 грн

ПОСТАЧАЛЬНИКИ ОДЯГУ

- Основними постачальниками одягу під замовлення буде Турція та Китай.
- В Китаї вигідніше замовляти одяг тому-що рівень заробітної плати портним нижча, а ніж в Турції, але може бути в Китаї бракована продукція, тому і є вірогідність того що приїде брак

ПЕРСОНАЛ ТА ЗАРОБІТНЯ ПЛАТА

- Директор/один/17.000грн на 20 змін/мотивація мотивувати працівників.
- PR-менеджер/один/11.000грн на піаркомпанію/+1% від виручки якщо перевиконали план виручки за місяць.
- Касир/2(один на зміну)/4.500грн на 15 змін(12.000 на двох)/+1% від виручки якщо перевиконали план виручки за місяць.
- Продавець-консультант(чол.відділ)/7000грн на 15 змін(14.000 на двох) + 1.5% від виручки якщо перевиконали план виручки за місяць.
- Продавець-консультантка(жін.відділ)/7000грн на 15 змін(14.000 на двох) + 1.5% від виручки якщо перевиконали план виручки за місяць.
- Дизайнер жіночого відділу/11.000грн за створення колекції
- Менеджер магазину/2(один на зміну)/12.000грн за 15 змін(24.000 на двох) + 2% від виручки якщо перевиконали план виручки за місяць.
- Комірник/2(один на зміну)/4.000грн на 15 змін(8.000 на двох)
- В цілому на місяць буде йти на заробітню плату робітникам 108.000грн + 12.5% від виручки якщо перевиконали план за місяць.

АСОРТИМЕНТ

Асортимент	Собівартість 1 продукції (грн)	Кількість одиниць	Повна собівартість	Торгівельна націнка (%)	Ціна (грн)
Мантія	120	5	600	600	700
Світшот	60	40	2400	300	500
Бомбер чорний	130	20	2600	500	800
Брюки класичні	100	10	1000	200	300
Джинси чорні	150	10	1500	250	400
Футболка с длинным рукавом	50	30	1500	150	200
Футболка поло	33,6	100	3360	595	200
Реглан	110	30	3300	277	305
Толстовка	160	30	4800	262	420
Куртка	300	20	6000	167	500
Майка	54	20	1080	203	110
Шорти	126	10	1260	230	290

ПІАР-КОМПАНІЯ

- ◉ До основних факторів, що впливають на роботу підприємства, належить його розповсюдження через інтернет та у власних торгових магазинах.
- ◉ До відкриття магазину планується зробити рекламу в соціальних мережах (ВК, Інстаграм, Твітер, Фейсбук) Запустимо вірусне відео, замовимо відео з нашим одягом і з датою відкриття магазину. Планується магазин в точці де майже всі люди з цього району будуть в нього приходити.
- ◉ Для району діяльності магазину характерний значний розвиток бізнесової сфери. Точка знаходження магазину розташована в місці скупчення великої кількості людей та відправних пунктів до багатьох міст та селищ. Це основний сегмент потенційних споживачів магазину. Близько 10000 чоловік приїздить до району у власних справах кожного дня. Якщо зважати, що близько 5% цільового сегменту споживачів зацікавлені у одязі, то кількість потенційних споживачів продукції становить 10000 чоловік.

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

	Квартал 1	Квартал 2	Квартал 3	Квартал 4
Техника: программирование, дизайн	60,000	60,000	60,000	60,000
Контент: фотографии, отзывы, статьи	10,000	10,000	10,000	10,000
Домен, хостинг, продление аренды или лицензии	5,000	6,138	0	0
Резервное копирование, мониторинг доступности	300	300	300	300

ТОВАРНИЙ ЗНАК

- ◎ **за типом споживача** - споживчі.
- ◎ **за географічним охопленням** - міжнародні.
- ◎ **за об'єктом орендування** - компанія
- ◎ **за каналами товароруху** - марка виробника.

РИНОК СПОЖИВАЧІВ ОДЯГУ:

- ◎ за віком: від 18 років і старші;
- ◎ за рівнем доходів: від 3500 грн. на місяць і вище;
- ◎ за стилем: кежуал;
- ◎ за потребами: зацікавленість в якісному одязі, зацікавленість в низьких цінах

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ.

Основний стратегічний напрям росту	Різнovid основної стратегії
Інтенсивний ріст	Новий товар
Інтегративний ріст	пропозиція нового товару на існуючому ринку
Диверсифікація	тісний контакт з кінцевими споживачами

СИЛЬНІ І СЛАБКІ СТОРОНИ

Сильні сторони	Слабкі сторони магазину
1. Орієнтація магазину на задоволеність клієнтів, індивідуальний підхід.	1. Нестача коштів для масштабної маркетингової діяльності.
2. Чітка цінова категорія під населення та споживачів одягу.	2. Засновки бізнесу не мають достатнього досвіду в реальному секторі економіки.
Потенційні зовнішні можливості	
1. Скоро буде один з найбільш конкуруючих магазинів, це дасть можливість залучати нових клієнтів до нашого магазину.	Потенційні зовнішні загрози
2. Новий Закон вступить в силу, що стосуються торговельних бар'єрів. пом'якшення митної політики надасть можливість вийти на нові ринки. більш низькі ставки зборів може бути стимулом для розвитку бізнесу управління магазину не тільки в регіоні, але також для виходу на нові ринки, зокрема, є можливість відкрити магазин в Європі.	1. Надзвичайно велика конкуренція із внутрішніми та зовнішніми виробниками.
3. Можна розширити асортимент товару магазину, щоб залучити більше клієнтів.	2. Жорстка законодавча база, що не дає можливості швидкого розвитку.

СТВОРЕННЯ СВОЄРІДНОГО ДИЗАЙНУ ДЛЯ ПОКАЗІВ

- Створення додаткового дизайну для магазину та для показів мод
- Своєрідна піар-реклама
- Стенд
- Створення одягу для люкс та економ верст населення