



РАНХиГС

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



КОЛЛЕДЖ
МНОГОУРОВНЕВОГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ

БИЗНЕС-ПЛАН

ООО «Ostris»

Подготовила:
Студентка 2 курса
КМПО РАНХиГС
Группы 22У-17
Скалецкая Э.Ф.
Проверила:
Рапинчук В.А.

СОДЕРЖАНИЕ

- РЕЗЮМЕ
- ВИДЫ ТОВАРОВ И РАБОТ
- РЫНКИ СБЫТА ТОВАРОВ И РАБОТ
- КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ СБЫТА
- ПЛАН МАРКЕТИНГА
- ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА
- ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН
- ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
- ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ
- ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН
- СТРАТЕГИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Резюме

Дата образования – 2 марта 2018 год
Основной вид деятельности – продажа женской одежды
Генеральный директор – Скалецкая Э.Ф.
На данный момент общество имеет 1 магазин в Кузьминках
Уставный капитал – 15 000 000 рублей.
Адрес и контакты компании:
Волгоградский проспект, 125, метро Кузьминки, 120320
Тел.: +7(495)434-23-22(многоканальный)
Факс:(495)554-53-24
email: ostris@mail.ru
Web-сайт:www.ostris.ru

Доходы		Расходы	
Наименование	Сумма, руб.	Наименование	Сумма, руб.
Оборудование	6 000 000	Заёмные средства	6 000 000
Общепроизводственные расходы	120 000		
Расходы на маркетинг	400 000		

Актив		Пассив	
1. Внеоборотные активы		3. Капитал и резервы	
1.1. ОС	1 200 000	- уставный капитал	15 000 000
1.2. НМА	1 100 000	- прибыли	1 200 000
Итого по разделу 1	2 200 000	Итого по разделу 3	16 200 000
2. Оборотные активы		4. Долгосрочные обязательства	
2.1. Запасы:		4.1. Заёмные средства	9 000 000
- материалы	3 000 000	4.2. Оценочные обязательства	1 000 000
- основное производство	4 000 000	Итого по разделу 4	10 000 000
- готовая продукция	7 000 000	5. Краткосрочные обязательства	
- товары	8 400 000	5.1. Кредиторская задолженность	
2.2. Денежные средства:		- Расчёты с поставщиками	900 000
- Касса	4000	- Расчёты с персоналом по оплате труда	2 000 400
- Расчётные счета	7 000 000	- Расчёты по соц. страхованию	1 000 000
Итого по разделу 2	29 400 400	- Расчёты по налогам	450 000
		- Расчёты с покупателями	2 040 000
		Итого по разделу 5	6 390 400
Баланс	31 600 400	Баланс	31 600 400

Виды

ТОВАРОВ

Постоянный ассортимент любого магазина одежды составляют футболки, блузы, платья, брюки, юбки. В зависимости от сезона в ассортимент включаются ветровки, куртки, пуховики, свитера и т. д. Для увеличения ассортимента магазина можно включать различные аксессуары, такие как сумки, ремешки, платки, шапки, а также белье, домашнюю одежду и обувь.

Самыми продаваемыми товарами являются майки, футболки, трикотаж низкого ценового сегмента, при этом суммарная доля продаж этих товаров по всем ценовым сегментам составляет около 30%. На долю трикотажа и платьев приходится в среднем по 18% от общего уровня продаж.

Самым популярным товаром является повседневная одежда в стиле casual. Такая одежда подходит как для работы в офисе, так и для прогулок, походов в кафе и в гости.

№	Наименование товара	Количество	Вид	Себестоимость	Цена, руб.
					
2	Летние шорты	12(в наличии)		1900	2300
					

Рынки сбыта

ТОВАРОВ

Наш магазин находится в ТЦ «Мираж»

Причины:

1. Основное население – молодёжь.
2. Много арендаторов и мало конкурентов.

Возрастная группа нашего магазина:

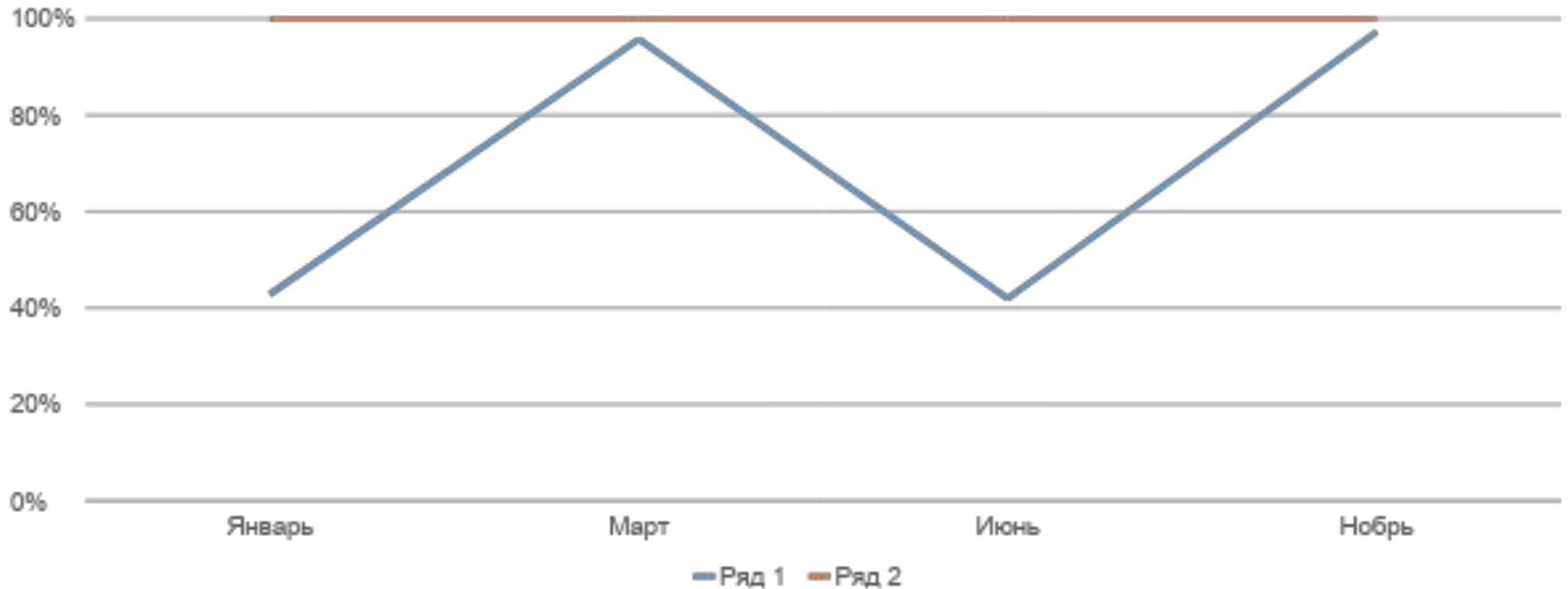
молодежная одежда от 15 до 25 лет

для девушек от 25 до 40 лет

для женщин от 40 до 60 лет

для женщин от 60 лет и старше

Спро с



Конкуренты

Главный конкурент – **МОНИТО**

Характеристика:

1. Имеет дело с продажами 9 лет.
2. Большая клиентская база.

Область сравнения	ООО «Ostris»	МОНИТО
Акции	5	5
Доверие потребителей	3	5

План маркетинга

Для того, чтобы разработать наиболее эффективную стратегию маркетинга при составлении бизнес-плана магазина одежды, нужно разработать всю цепочку продвижения брэнда от начала запуска проекта и до дальнейшего его развития. Особо стоит обратить внимание на такие инструменты рекламы как:

- Вывеска и прочая наружная реклама. Вывеска должна содержать в себе название магазина и иметь запоминающиеся элементы в дизайне (яркие цвета, интересный шрифт и т.д.). Вывеска магазина одежды совместно с его витринами является лицом брэнда, поэтому необходимо уделить этому особое внимание;
- Контекстная реклама. Плюс ее заключается в том, что она работает с клиентами, которые уже проявили интерес в этой области.
- Социальные сети. Наряду с контекстной рекламой социальные сети являются эффективным инструментом привлечения клиентов с помощью интернета. Можно организовать группу магазина одежды и постоянно сообщать клиентам об акциях и специальных предложениях. Интересным решением будет добавление видеоматериалов об ассортименте магазина, обзоров новых коллекций и т.д.
- Акции. Проведение акций является средством удержания текущих клиентов и инструментом привлечения новых; Ежемесячные распродажи и скидки. Это отличное средство избавиться от залежавшегося товара. Некоторые потребители специально ждут снижения цены на товар, чтобы приобрести его со скидкой;
- Дисконтные карты. Хорошее средство поддержания лояльности покупателей. Дополнительным плюсом может быть разработка нестандартного дизайна дисконтных карт.

План производства

Следующие этапы открытия магазина одежды:

- • Выбор местоположения магазина одежды;
- • Регистрация предприятия в налоговой службе и выбор системы налогообложения;
- • Заключение договора аренды помещения;
- • Заказать дизайн-проект помещения;
- • Согласовать объект с МЧС;
- • Закупить и установить инженерное оборудование;
- • Приобрести сигнализацию, систему видеонаблюдения, противокражные рамки;
- • Закупить мебель и оборудование для торгового зала ;
- • Найти поставщиков товаров;
- • Составление штатного расписания и поиск сотрудников;
- • Установка программного обеспечения для магазина и кассового аппарата;
- • Проведение маркетинговых мероприятий;
- • Открытие магазина.

Организационный план

- В данном пункте бизнес-плана магазина одежды предприниматель отражает расчет фонда заработной платы сотрудников и информацию о планируемом штатном расписании.

Штатное расписание

Управляющий	1
Бухгалтер	1
Уборщица	1

Фонд заработной платы

Управляющ ий	40 000	5% от общих продаж	60 000
Бухгалтер	50 000		50 000
Уборщица	15 000		15 000

Правовое обеспечение

ООО «Ostis» - Общество с Ограниченной ответственностью

Дата создания - 2 марта 2018 года

Зарегистрировано в ИФНС №15, г. Москва.

Организационные документы:

- Устав
- Договор об учреждении
- Свидетельство о госрегистрации с указанием ИНН и ОГРН
- Свидетельство о постановке на налоговый учёт по месту юридического адреса
- Протокол о создании юридического лица

Также для открытия в потребуются следующая документация:

- свидетельство о внесении в торговый реестр;
- разрешение на осуществление торговли; заключения Пожарной инспекции и Роспотребнадзора;
- договор аренды;
- договор на вывоз мусора;
- разрешение на наружную рекламу, в случае, если планируется баннер или вывеска;
- документ, подтверждающий регистрацию кассового аппарата в налоговой инспекции;
- полный перечень продаваемой продукции, сертификаты и лицензии на них

Деятельность предприятия строго регламентирована действующим законодательством, а именно:

1. ГК РФ
2. НК РФ
3. ПБУ
4. Закон о бухгалтерском учете
5. ТК РФ

Оценка риска и страхование

- К основным рискам при запуске магазина одежды можно отнести следующие пункты:
 1. Повышение себестоимости продукции
 2. Появление поблизости конкурента
 3. Снижение популярности товара
 4. Сезонное падение спроса и продаж
 5. Изменение стоимости аренды пространства

Финансовый план

Необходимая сумма для функционирования и развития предприятия – 15 000 000 рублей:

- Кредит – 2 000 000 рублей.
- Инвесторы – 6 000 000 рублей
- аренда части помещения – 3 000 000 рублей
- чистая прибыль – 4 000 000 рублей

Срок ожидаемого полного возврата вложенных средств и получения инвесторами дохода на них – 2 года

Стратегия финансирования

План расширения
производства:

1. Разработка цели
2. Открытие сети
магазинов в России
3. Реклама
4. Повышение качества

Источники литературы

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ:

М.И. Сухов // Деньги и кредит. – 2013. – № 4. – С. 3–6. 4. Деньги. Кредит.

М.И. Сухов Современная банковская система России: некоторые актуальные аспекты // Деньги и кредит. 2016. №4. С 3-6

Курс лекций в схемах и таблицах: Учеб пособ. / Л.Н. Кириллова, Ю.Н. Нестеренко;

ИСТОЧНИКИ:

ГОСТ 7.32–2001 «Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (ред. от 07.09.2005). Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».



РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Спасибо за внимание!