



**Бизнес план за
магазин за
бельо “Сатен”**

Резюме:

Бизнес плана е изработен с цел анализиране и представяне на анализ, определящ минусите и плюсовете при отваряне на малък магазин за бельо „Облечи ме в сатен” в централния район на град Пловдив. Тук са застъпени основни моменти като: определяне на мисия и цели на фирмата, описание и класифициране на стоките и услугите, и подходящ за случая маркетингов анализ. Определя се съответният пазарен сегмент, към който сме се насочили, неговите предполагаеми интереси и възможности, ценовата политика, която смятаме да използваме и бъдещите ни конкуренти. В бизнес плана са приложени множество таблици, в които се пресмятат всички видове разходи, както за материали, така и за покупка на стоки. Също така чрез приложените таблици може да се изчисли тримесечната и годишната печалба. Отбелязани са дълготрайните активи и тяхната амортизация, предполагаемият брой персонал и заплатите + осигуровките. Изработен е касов план, в който са отчетени първоначалните ни лични вложения в размер на 20 000лв. и е изваден тримесечния и годишния баланс на фирмата.

1. Лични данни:

Избраната правна форма на фирмата е ЕТ. Регистрирана е на името на собственика - „Нели Нейчева”. Занимава се с търговия. Освен собственика, изпълняващ задълженията на управител, в магазина има и двама продавач-консултанти.

2. Мисия и цели:

ЕТ “Нели Нейчева”, собственик на магазин за бельо “Сатен” си поставя за мисия, чрез продажбата на висококачествена българска стока, на приемливи цени и най-важното – чрез добро отношение към клиентите си да се развие и да направи редица магазини, както в Пловдив, така и в цялата страна. Основният асортимент от стока е насочен предимно към младото поколение. То се явява главният сегмент, към който е насочено позиционирането на стоките. Магазинът се намира в центъра на град Пловдив в капана зад Халите. Мястото е подбрано от гледна точка на това, че там има стълпновение от хора, а наемът е по-малък в сравнение с този на главната улица или в Халите. Имайки в предвид също близко разположените кафета, ресторанти и заведения за бързо хранене наоколо се очаква посещаемост от сравнително голям брой млади хора. Фирмата залага много и на обслужването, което е изключително важно за просперитета. Усмивките, приветливото отношение и добрите препоръки

са изключително важни за привличането на клиенти. Качеството на стоката също не е за подценяване при привличането и заържането на клиенти, защото именно доволни от покупката си хора ще посегнат повторно да влязат в магазина. А и една от най-добрите реклами е думата на удовлетвореният клиент. За реализиране на мисията се поставят краткосрочни и дългосрочни цели. Към краткосрочните спадат : утвърждаване на фирмата пред съответният пазарен сегмент, към който е насочена дейността и обещаването на клиента, че предлаганата му стока е най-добра за него. Дългосрочните цели са: разрастване на броя на магазините първо в град Пловдив, след което и на територията на цялата страна.

3. Описание на продуктите и бизнеса:

- Продуктов микс – сатенени пижами, нощници, халати, комплекти дамско бельо, жартieri, бански костюми, силиконови чорапи, къси чорапи.
- Логически категории:
 - 1) спално бельо – сатенени пижами, нощници, халати;
 - 2) луксозно бельо – жартieri, комплект дамско бельо, силиконови чорапи;
 - 3) други – бански костюми, къси чорапи;
- Целият асортимент от стоки, предлагани в магазина е произведен в България, от висококачествени материали – сатен, памук, коприна, ликра и др. Фирмата загала на изявили се вече наши марки, доказали се както в дизайнерско отношение (голямо многообразие на модели за всеки вкус), така и чрез самия начин на изработка на стоките. Като второстепенно мото на фирмата се явява “Да изберем Българското”.

4. Маркетингов анализ:

- Производството и продажбата на различни видове бельо е един доста развит отрасъл. Има голямо разнообразие на стоки и асортименти, сравнително развил се и утвърден и на световно равнище. Има много и различни тенденции към дизайнерско и качествено обновяване на стоките.
- Анализ на целевия пазар – изследване на клиентите:
 - 1) Индивидуален потребител:
 - възраст – 14 – 40 год.;
 - пол – предимно жени;
 - доход – 220 – 1000 лв.;
 - семейно положение – семейни и несемейни;
 - 2) Къде е клиента?
 - в град Пловдив и областта;
 - 3) Няма конкретен сезон на покъпка – целогодишно;

4) Купуват се както по-евтини, така и луксозни стоки, с високо качество и възможно най-дълго време на употреба;

- Анализ на конкуренцията:

В районът, в който се намира магазинът има голям брой конкуренти – в Халите има 3 магазина за бельо и още няколко по главната улица. Това, с което фирмата превъзхожда конкурентите си е по-ниският наем, съответно по-малки надценки и по-ниски цени. Хората винаги биха предпочели стоки на по-ниски цени, особено ако са с доказано качество. А именно качеството е това, което ни отличава от конкуренцията ни.

- Ценова стратегия:

Цените в магазина са приемливи и дори сравнително ниски за района, в който е разположен. Надценката е между 20% и 30% за различните видове стоки – по-ниски цени спрямо тези на конкуренцията и достатъчно високи за реализиране на печалба.

- Дистрибуция:

ЕТ „Нели Нейчева” се занимава с търговия на дребно и продава на крайния потребител.

- SWOT анализ:

1) Силни страни:

- продажба на качествена българска стока
- сравнително ниски цени, в сравнение с тези на конкуренцията
- добро местоположение
- богат асортимент на стоките
- добро обслужване

2) Слаби страни:

- магазинът е нов на пазара и няма утвърден имидж
- в близост има конкуренция
- не е познат на клиентите

3) Възможности:

- за утвърждаване на пазара
- разрастване и елиминиране на конкуренцията
- създаване на верига магазини в град Пловдив
- създаване на магазини и в други градове
- утвърждаване на национално ниво

4) Заплахи:

- голяма конкуренция
- по-евтини турски стоки

План на продажбите

В първата таблица „План на продажбите” е описано количеството продадена стока и цената, на която я е закупил потребителя. Сметната е общата сума от продажби за тримесечие.

Приложение 1

План на продажбите													
№	Име на стоката	I			II			III			IV		
		(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)		
1.	Пижама	120	17	2040	160	19	3040	180	19	3420	120	19	2280
2.	Нощница	120	17	2040	140	20	2800	140	20	2800	100	21	2100
3.	Дамско бельо	240	29	6960	240	32	7680	260	32	8320	260	32	8320
4.	Бански	100	25	2500	200	30	6000	250	32	8000	160	29	4640
5.	Жартиери	60	10	600	160	10	1600	120	10	1200	120	11	1320
6.	Дълги чорапи	160	11	1760	400	11	4400	360	11	3960	320	12	3840
7.	Къси чорапи	200	0,6	120	480	0,6	288	400	0,8	320	480	0,8	384
8.	Халат	60	23	1380	160	23	3680	160	25	4000	200	25	5000
	Общо			17400			29488			32020			27884

Общо – 106 792 лв.

План на покупките

Във втората таблица „План на покупките” е записано количеството закупена от нас стока и цената на която сме я купили. Също е сметната сумата по тримесечие, дадена от нас за покупка на стока. Разликата между сумите в „План на продажбите” и „План на покупките” ни дава чистата печалба.

Приложение 1

План на покупките													
№	Име на стоката	I			II			III			IV		
		(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)			(бр., лв., общо)		
1.	Пижама	120	11	1320	160	12	1920	180	12	2160	120	12	1440
2.	Нощница	120	11	1320	140	13	1820	140	13	1820	100	13	1300
3.	Дамско бельо	240	22	5280	240	25	6000	260	25	6500	260	25	6500
4.	Бански	100	20	2000	200	24	4800	250	25	6250	160	22	3520
5.	Жартиери	60	7	420	160	7	1120	120	7	840	120	8	960
6.	Дълги чорапи	160	8	1280	400	8	3200	360	8	2880	320	8	2560
7.	Къси чорапи	200	0,4	80	480	0,4	192	400	0,5	200	480	0,5	240
8.	Халат	60	18	108	160	18	2880	160	19	3040	200	19	3800
	Общо			11808			16532			23690			18880

Общо – 70 910 лв.

План на дълготрайните активи

В третата таблица „План на дълготрайните активи” са описани закупените от нас съоръжения с цена над 700 лв. и е изчислена амортизационната им норма за период от една година (в конкретния случай амортизацията на климатика е 15%).

Приложение 3

План на дълготрайните активи						
№	Вид дълготраен актив	Ед. Цена	Брой	Обща ст-ст	Год.аморт.норма	Бележка
1.	Климатик	1200 лв.	1	1200 лв.	180 лв.	Закупен

План за персонала

В тази таблица е посочен броя на наетите работници и заеманата от тях длъжност. Също и работна заплата, данъци и осигуровки за тримесечие, както и общата сума дадена от нас за нуждите на персонала.

Приложение 4

План за персонала													
№	Длъжност	I			II			III			IV		
		(РЗ,ДО,Общо-лв.)			(РЗ,ДО,Общо-лв.)			(РЗ,ДО,Общо-лв.)			(РЗ,ДО,Общо-лв.)		
1.	Продавач/ка	1500	300	1800	1500	300	1800	1500	300	1800	1500	300	1800
2.	Продавач/ка	1500	300	1800	1500	300	1800	1500	300	1800	1500	300	1800
	Общо			3600			3600			3600			3600

План за общофирмени разходи

В този план са включени всички други разходи, различни от описаните в таблиците по-горе. Като например разходи за материали, електроенергия, наем на помещение, счетоводни услуги и т.н.

Приложение 5

План за общофирмени разходи

№	Наименование на разхода	Брой	I	II	III	IV	Общо
1.	Покупка на м-ли:						
	-рафтове	2	120 лв.	-	-	-	120 лв.
	-стол	1	20 лв.	-	-	-	20 лв.
	-бюро	1	50 лв.	-	-	-	50 лв.
	-закачалки	100	40 лв.	-	-	-	40 лв.
	-огледало	1	40 лв.	-	-	-	40 лв.
	-щендери	40	480 лв.	-	-	-	480 лв.
	-касов апарат	1	170 лв.	-	-	-	170 лв.
	-манекен	2	20 лв.	-	-	-	20 лв.
2.	Електроенергия	-	80 лв.	70 лв.	70 лв.	80 лв.	300 лв.
3.	Вода и канализация	-	15 лв.	10 лв.	15 лв.	12 лв.	52 лв.
4.	Канцеларски м-ли	-	50 лв.	40 лв.	45 лв.	55 лв.	190 лв.
5.	Наеми	4	1200 лв.	1200 лв.	1200 лв.	1200 лв.	4800 лв.
6.	Счетоводни услуги	-	220 лв.	-	-	-	220 лв.
7.	Застраховки	-	100 лв.	-	-	-	100 лв.
	Общо						6612 лв.

План за приходите и разходите

Тук са разделени всички приходи и разходи отбелязани в горните приложения в определени категории според сходни критерии и е изчислена счетоводната печалба.

Приложение 7

План за приходите и разходите

Приходи		
I.	Приходи от дейността	
	1. Приходи от продажби	106792лв.
Разходи		
II.	Разходи за дейността	
	1. Разходи за покупка на стоки	70910 лв.
	2. Разходи за материали	770 лв.
	3. Външни услуги	320 лв.
	4. Заплати и осигуровки	14400 лв.
	5. Амортизации	180 лв.
	6. Горива и енергия	352 лв.

7. Наеми	4800 лв.
8. Други	360 лв.
Всичко разходи	92092 лв.
Счетоводна печалба	14700 лв.

Касов план

В касовият план са включени личните вложения на собственика, необходими за започване на бизнеса, както и всички приходи и разходи в период за една година. В края на всяко тримесечие се прави баланс, който след това се записва като начален баланс за следващото тримесечие. В първото тримесечие началния баланс е 0. Като заключение за тази таблица може да се отбележи, че фирмата излиза на печалба и не е необходимо вземането на кредити за следващ период.

Приложение 6

КАСОВ ПЛАН						
	ТРИМЕСЕЧИЕ	ПЪРВО	ВТОРО	ТРЕТО	ЧЕТВЪРТО	ОБЩО
	Начален баланс (остатък от предишно тримесечие)	0	18187 лв.	26233 лв.	29633 лв.	
	ПОСТЪПЛЕНИЯ	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX
1	Лични вложения	20000 лв.				20000 лв.
2	Приходи от продажби в бр.	17400 лв.	29488 лв.	32020 лв.	27884 лв.	106792 лв.
	ОБЩО ПОСТЪПЛЕНИЯ	37400 лв.	29488 лв.	32020 лв.	27884 лв.	126792 лв.
	ПЛАЩАНИЯ	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX	XXXXXXX
1	Наем на помещение	1200 лв.	1200 лв.	1200 лв.	1200 лв.	4800 лв.
2	Покупка на обзавеждане	1970 лв.	-	-	-	1970 лв.
3	Покупка на стоки	11808 лв.	16532 лв.	23690 лв.	18880 лв.	70910 лв.
4	Заплати и осигуровки	3600 лв.	3600 лв.	3600 лв.	3600 лв.	14400 лв.
5	Електроенергия	80 лв.	70 лв.	70 лв.	80 лв.	300 лв.
6	Канцеларски материали	220 лв.	40 лв.	45 лв.	55 лв.	360 лв.
7	Счетоводни услуги	220 лв.	-	-	-	220 лв.
8	Вода и канализация	15 лв.	10 лв.	15 лв.	12 лв.	52 лв.
9	Застраховки	100 лв.	-	-	-	100 лв.
	ОБЩО ПЛАЩАНИЯ	19213 лв.	21452 лв.	28620 лв.	23827 лв.	93112 лв.
	Тримесечен баланс	18187 лв.	26223 лв.	29633 лв.	33690 лв.	107733 лв.

5. Изводи:

Като извод от направените до тук анализи и изчисления може да се запише, че избраният от нас бизнес, с това си географско разположение, със съответният пазарен сегмент и подходящ начин за позициониране пред него в крайна сметка е на печалба. Има шанс за постигане както на краткосрочните, така и на дългосрочните цели, които сме си поставили още в началото. Риск винаги има, но при подходящо избрана стратегия, той значително намалява.

Съдържание:

Резюме - стр.2

Лични данни – стр.2

Мисия и цели – стр.2

Описание на продуктите и бизнеса – стр.3

Маркетингов анализ – стр.3

План на продажби – стр.5

План на покупки – стр.5

План на дълготрайните активи – стр.6

План за персонала – стр.6

План за общофирмените разходи – стр.7

План за приходите и разходите – стр.7 и стр.8

Касов план – стр.8

Изводи – стр.9