Существует особая категория товаров, спрос на которые является постоянным и устойчивым. В их число входят продукты питания. Поэтому открытие продуктового магазина – неплохой шанс организовать собственный бизнес и получать стабильный доход.

Такой возможностью могут заинтересоваться не только начинающие, но и уже состоявшиеся бизнесмены, желающие дополнительно расширить свою сферу деятельности. Но конкуренция в сфере продуктовой торговли достаточно велика, поэтому все действия должны быть просчитаны.

В этом может помочь грамотно составленный бизнес-план. При правильном подходе к началу и ведению своего дела вы будете иметь гарантированную прибыль.

В этой сфере бизнеса имеются два варианта: приобрести франшизу или начать бизнес самостоятельно. Если позволяет начальный капитал, можно открыть супермаркет или региональную сеть магазинов, инвестиции соответственно составят от 250 тыс. долларов до 5 млн. долларов, период окупаемости – от 1 года до 3,5 лет.

Среди сетей, предоставляющих возможность открыть магазин по франшизе, можно назвать такие, как «Копейка», «Пятёрочка», «Перекрёсток». Для открытия небольшого магазина из категории «рядом с домом» потребуется начальные вложения от 50 тыс. долларов для Москвы и меньше – в регионах.

В зависимости от того, какой магазин вы хотите открыть, потребуются разные площади:

гипермаркет – от 4 до 10 тыс. кв. м;

супермаркет, универсам – от 500 до 2000 кв. м;

гастроном – до 500 кв. м.

В магазинах, имеющих достаточно большую площадь, часто, помимо продуктов, организовывается торговля сопутствующими товарами в количественном отношении 20-30% к основному. Если магазин совсем небольшой, он может специализироваться на продаже какого-то определенного вида товара: овощи-фрукты, продукция местной птицефабрики и т.п.

Обзорный раздел

Поскольку бизнес-план супермаркета имеет сложную структуру, для примера будет рассмотрен план открытия небольшого продуктового магазина формата «шаговой доступности». Потребность в продуктах для человека является ежедневной, а покупать их многим удобно недалеко от дома, поэтому ассортимент товара должен включать продукты, пользующиеся постоянным спросом. Товар будет реализовываться покупателям в торговом зале через продавцов. Режим работы магазина – с 8.00 до 23.00 ежедневно.

Разрешительные документы

Для регистрации бизнеса в данном случае имеется два варианта: ИП (индивидуальный предприниматель) и ООО (общество с ограниченной ответственностью). Если планируется торговля алкогольной продукцией, то вариант регистрации только один – ООО, поскольку такой вид деятельности может осуществлять только юридическое лицо с условием оформления лицензии. Кроме того, необходимы разрешения на ведение бизнеса из санитарно-эпидемиологических и пожарных служб.

Месторасположение и анализ рынка

Удачное место для магазина – в непосредственной близости от трасс, дорог, даже если это будет тропинка к жилому массиву от остановки городского транспорта. Важным является наличие удобных подъездных путей и парковки.

Для успешной деятельности необходимо знать контингент потенциальных покупателей. Он будет зависеть от того, что будет находиться в непосредственной близости: жилые дома, школа или зона отдыха. В зависимости от особенностей спроса покупателей данного района, а так же от предлагаемого вашими конкурентами ассортимента товаров, нужно ориентироваться на ассортимент собственного магазина. Затраты на закупку продукции составляют примерно 30% от начального объема инвестиций.

Если выбранный вами район уже имеет большое количество крупных магазинов, существует достаточно жесткая конкуренция, стоит провести маркетинговое исследование, обратившись к специалистам. Это поможет выявить недочеты в работе конкурентов, сориентироваться, на чем вам лучше специализироваться, как составить ассортимент товаров, а так же разработать стратегию маркетинга.

Помещение

Под небольшой магазин может быть достаточно площади от 50 до 200 кв. м. Возможно несколько вариантов: покупка уже существующего магазина и внесение соответствующих изменений, покупка или аренда нежилого помещения. Помещение магазина может располагаться в отдельном здании, а так же в жилом доме на первом этаже. Аренда в данном случае должна быть только долгосрочная, вариант с продлением аренды не подойдет – слишком велики риски.

Оборудование магазина

В помещении необходимо организовать склад достаточной площади для хранения товара, а так же торговый зал. Оборудование магазина будет зависеть от планируемого ассортимента товаров. Обычно это витрины, стеллажи и полки для товаров, холодильники и холодильные лари, кассовый аппарат. Данное оборудование можно приобретать новое, непосредственно у производителя, а так же подержанное, распродаваемое на интернет-сайтах или через специальные печатные издания.

В дальнейшем необходимо будет заключить договоры на закупку и поставку продукции в магазин. Пополнение товаров поставщиками будет осуществляться по предварительным заявкам. Если функцию доставки будет выполнять поставщик, то именно он несет ответственность за доставляемый товар. При таком способе пополнения товаров можно сэкономить средства, не нанимая на работу собственного водителя.

Персонал

Подбор персонала желательно производить из числа квалифицированных работников. Это будут: продавцы в количестве трех человек, заведующий, приходящий бухгалтер. Если поставку продукции осуществлять через торговых агентов, то, в этом случае, водителей и снабженцев нанимать не потребуется. Персонал необходимо будет обеспечить спецодеждой.

Финансовый план

Ориентировочные расходы для первого года работы будут содержать следующие статьи:

оформление необходимых документов – 140 тыс. руб.;

аренда помещения – 110 тыс. руб.;

расходы на ремонт – 160 тыс. руб.;

покупка оборудования – 600 тыс. руб.;

закупка ассортимента товаров – 1100 тыс. руб.;

оплата коммунальных услуг – 40 тыс. руб.;

зарплата персонала с отчислениями – 80 тыс. руб.;

реклама – 20 тыс. руб.

Итого: 2250 тыс. руб. Это примерная сумма начального капитала для открытия магазина.

Среднемесячная выручка магазина такого типа составляет примерно 300 – 350 тыс. руб., рентабельность обычно находится в пределах 25%, ориентировочная окупаемость – около года. Здесь стоит отметить, что окупаемость магазина находится в прямой зависимости от его местоположения – если оно достаточно удачное, то магазин окупится гораздо быстрее.