## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Открытие собственного магазина строительных материалов может казаться несложным и не требующим больших вложений бизнесом. Но так ли это на самом деле?

Данный бизнес-план рассчитан на открытие небольшого магазина строительных материалов в центре недавно построенного жилого комплекса «Каменный ручей». Стратегия развития магазина позволяет сэкономить на привлечении клиентов, удовлетворяя самые главные требования современной рыночной среды: гибкость и мобильность.

Конечно, этот бизнес не обещает принести вам миллионной прибыли, но иметь стабильный заработок в 100-150 тыс. рублей вполне реально. В качестве преимуществ данного бизнеса можно выделить, что основные инвестиции приходятся на оборотный капитал. То есть в случае необходимости вы сможете довольно быстро высвободить вложенные денежные средства.

Главное — четко выделить целевую аудиторию и постараться максимально удовлетворить её потребности при выборе ассортимента строительных материалов.

Сумма первоначальных инвестиций — 804 600 рублей;

Точка безубыточности — на 4 месяц;

Срок окупаемости — 13 месяцев;

Ежемесячная прибыль — 110 730 рублей.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Каждому из нас рано или поздно приходится сталкиваться с необходимостью ремонта. И особенно актуальным этот вопрос становится после приобретения новой квартиры. Однако планируя начать ремонт, немногие владельцы жилья понимают, насколько сложный процесс им предстоит. Для того чтобы ремонт завершился быстрее, необходимо обеспечить бесперебойную поставку материалов. А поскольку ехать в крупные гипермаркет не всегда есть время и возможность, то небольшой магазин стройматериалов, расположенный поблизости, окажется как нельзя кстати.

Основная идея открытия магазина стройматериалов заключается в том, чтобы открыть небольшой магазин строительных материалов в районе, который активно застраивается. Открытие магазина планируется на тот момент, когда жилье будет сдано, и владельцы квартир приступят к ремонту, начиная с этапа черновой отделки помещения.

Магазин лучше открывать в период заселения владельцев квартир в дома. Как только ЖК оказывается заселен, магазин переезжает в другой строящийся квартал. Срок функционирования магазина на одном месте — 3 года.

Для того, чтобы воплотить эту идею, необходимо свести к минимуму финансовые, а также временные затраты на открытие нового магазина. Например, ремонт в помещении делается с минимальными вложениями в стиле промышленного дизайна. Для этого не требуются высококачественные отделочные материалы и квалифицированные специалисты. Главное — чтобы было чисто и сухо. А в качестве торгового оборудования выбираются сборно-разборные металлические стеллажи, которые легко перевозить и устанавливать.

Ассортимент магазина стройматериалов будет ориентирован на все этапы внутренней отделки помещения. Таким образом, магазин удовлетворяет потребности как тех, кто захочет приобретать все необходимые для ремонта материалы в одном месте, так и тех, кто просто не готов ехать далеко, чтобы докупить недостающие части.

Большая часть ассортимента будет выставлена в торговом зале. Покупатели также смогут изучить каталоги поставщиков, по которым можно оформить заказ. Среди поставщиков есть как иностранные, так и отечественные производители.

Примерный перечень товаров:

1. Смеси строительные: штукатурка, шпаклевка, выравнивающие смеси;
2. Плиточный клей;
3. Гипсокартонные листы;
4. Наливные полы;
5. Краски;
6. Трубы ПВХ;
7. Металлопластиковые трубы;
8. Сантехника;
9. Строительный инструмент;
10. Электротовары;
11. Обои;
12. Плитка керамическая и т.д.

## 3. Описание рынка сбыта

Сложность открытия магазина стройматериалов состоит в том, что на рынке много строительных гипермаркетов и компаний-ритейлеров, которые предоставляют огромный ассортимент продукции. Крупные сети охватывают все этапы строительства и ремонта — от начала застройки до чистовой отделки помещения. Кроме того, с такими компаниями невозможно конкурировать по цене из-за огромной разницы в масштабах деятельности.

Тем не менее, занять свою нишу в этом бизнесе возможно, если правильно выбрать месторасположение, грамотно продумать ассортимент магазина, а также тщательно организовать процесс доставки материалов до конечного потребителя.

Строительный магазин лучше всего открывать среди новостроек и вблизи транспортных развязок.

Целевая аудитория магазина — владельцы квартир в районе застройки.

Основная цель открытия магазина — облегчить процесс проведения ремонтных работ, а также обеспечить бесперебойную поставку материалов для целевых клиентов.

Главное преимущество магазина заключается в том, что он открывается на первом этаже или же цоколе новостроек. Иначе говоря, он является **самым ближайшим магазином стройматериалов** для обозначенной целевой аудитории. То есть конкурентов по месторасположению у магазина не будет.

Кроме того, поскольку магазин находится близко, то покупателям нет необходимости брать товар с запасом. Есть возможность рассчитать необходимое количество материала на каждый этап работы и заранее оформить заказ. Это позволяет клиентам **сократить затраты на доставку материалов**.

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны проекта** | **Уязвимые стороны проекта** |
| * Месторасположение;
* Качество обслуживания;
* Ассортимент;
* Возможность изменять ассортимент продукции, гибко реагировать на спрос;
* Непосредственная близость к конечному потребителю;
* Продажа ассортимента в наличии и под заказ.
 | * Небольшой склад;
* Отсутствие большой оптовой скидки у поставщиков в связи с малыми объемами производства.
 |
| **Возможности и перспективы** | **Угрозы внешней среды** |
| * Заселение района обеспечит увеличение уровня спроса;
* После полного заселения, магазин переезжает в другой строящийся район.
 | * Увеличение цен на сырье и материалы;
* Сбои в поставках материалов.
 |

## 4. Продажи и маркетинг

Основными принципами работы компании являются гибкость и мобильность.

Гибкость позволяет быстро подстраиваться под изменения спроса со стороны покупателя, а также захватывать аудиторию различного достатка.

Мобильность позволяет находиться в непосредственной близости от целевого клиента.

Данная стратегия ведения бизнеса является внеконкурентой, так как нет необходимости ждать пока клиент найдет нашу компанию. Мы сами находим клиента и предоставляем ему комфортные условия сотрудничества.

Важно, чтобы магазин стройматериалов имел яркую вывеску. Вывеска должна находиться на фасаде здания, а также хорошо просматривалась со стороны дороги при движении в любую сторону.

Для того, чтобы целевая аудитория узнала об открытии магазина, предполагается распространить листовки внутри жилого комплекса. Листовка предоставляет скидку 10% на первую покупку.

После этого дополнительного привлечения не требуется, так как клиент получает достаточное количество преимуществ от сотрудничества: отсутствие необходимости доставки, удобное расположение, качественное обслуживание, сравнительно низкие цены.

## 5. План производства

Строительный магазин является юридически самостоятельным предприятием, форма организации — ООО, система налогообложения — УСН со ставкой 6% (доходы). На предприятии устанавливается система 1С. Штат сотрудников включает в себя бухгалтера, который занимается ведением документооборота.

График работы магазина- 9.00- 22.00 без выходных.

Открытие строительного магазина осуществляется по следующему алгоритму:

1. Поиск помещения и заключение договора аренды.

Требования к помещению:

1.1. Площадь — 170 кв.м: торговая площадь — 100 кв. м, склад — 50 кв. м, офисное помещение — 15 кв.м, санузел — 5 кв. м.

1.2. Месторасположение — жилой квартал, вблизи транспортной развязки.

1.3. Принадлежность помещения к нежилому фонду.

1.4. Удобный подъезд и парковка.

1.5. Возможность размещения наружной рекламы.

Следует еще раз отметить, что выбор помещения является серьезной задачей, так как именно от месторасположения магазина зависит, окажется ли данный вид бизнеса прибыльным.

2. Согласование проекта. Проверка на соответствие требованиям пожарной инспекции. Согласование в СЭС.

3. Подбор персонала.

4. Закупка оборудования:

4.1. Стеллажи металлические — 70 шт.;

4.2. Прилавок — 1 шт.

4.3. Кассовый аппарат — 1 шт.;

4.4. Столы рабочий — 2 шт.;

4.5. Компьютеры — 3 шт.;

4.6. Стулья рабочие — 6 шт.;

4.7. Стремянка алюминиевая — 1 шт.;

4.8. Принтер лазерный — 1 шт.

5. Поиск поставщиков.

6. Закупка оборотных средств — производится регулярно.

7. Установка программного обеспечения: телефон и Интернет, сигнализация, кассовый аппарат, программы для ведения документооборота.

8. Установка наружной вывески.

9. Начало работы магазина.

Основная часть товара будет представлена в торговом зале. Для этого под торговый зал отводится не менее 100 кв.м. Склад занимает 50 кв.м.. Складские остатки включают в себя самые ходовые позиции. Поскольку торговая площадь магазина не позволяет выставить весь ассортимент продукции, часть товара будет доставляться под заказ. Максимальный срок доставки — 2 дня при наличии товара на складе поставщика. Так как магазин находится в непосредственной близости от покупателя, то нет необходимости доставлять товар до конечного потребителя.

То, насколько прибыльным будет бизнес, во многом зависит от того, с какими поставщиками и на каких условиях работает магазин. В качестве поставщиков следует выбирать крупные оптовые представительства и дистрибьютеров известных компаний: Knauf, Bergauf, Ceresit представляют широкую линейку товаров, а также имеют свои склады с большими остатками в черте города. Также стоит выбрать несколько отечественных аналогов — Волма, Магма, Unis. Анализ рынка поставщиков, а также согласование условий работы входит в обязанности менеджера по закупкам. Наиболее выгодно сотрудничать с небольшим количеством компаний в долгосрочном периоде. Во-первых, это повышает лояльность поставщиков к условиям оплаты и отгрузки товара. Во-вторых, это увеличивает объем продаж у каждого поставщика, что влияет на размер оптовой скидки.

## 6. Организационная структура

Минимальные штат сотрудников — 7 человек:

1. Директор;
2. Менеджер по закупкам;
3. Бухгалтер;
4. 2 продавца- кассира;
5. 2 продавца- консультанта.

Кассир и продавец- консультант работают в паре и одновременно находятся в торговом зале. Они могут заменять друг друга на рабочих местах во периоды активных продаж.

Обязанности продавца- консультанта:

1. Оказывать качественную помощь клиентам при выборе материалов;
2. Формировать заявки на заказ материалов;
3. Осуществлять прием товара на склад;
4. Раскладывать товар на стеллажи торгового зала;
5. Следить за изменениями спроса, участвовать в формировании ассортимента товара в наличии (совместно с менеджером по закупкам).

Обязанности продавца-кассира:

1. Отпускать товар клиентам, принимать оплату, выдавать чеки;
2. Работать с кассовым аппаратом и программой 1С;
3. Оформлять возврат и обмен материалов;
4. Следить за соответствием наличия товара на складе и в программе;
5. В случае необходимости заменять или частично брать на себя обязанности продавца-консультанта.

От качества работы сотрудников торгового зала напрямую зависит объем продаж. Ведь именно они устанавливают контакт с конечным потребителем. Поэтому продавцы должны хорошо ориентироваться в ассортименте продукции, иметь представления о технических характеристиках материалов, уметь продавать сопутствующие товары. Они должны быть приветливыми и общительными, стрессоустойчивыми и находчивыми, от них требуется умение быстро улаживать конфликтные ситуации.

График работы продавцов- 2 рабочих дня/ 2 выходных дня. Часы работы- с 9.00 до 22.00. Зарплата- 18 000руб. + премия (1% от выручки)

Обязанности менеджера по закупкам:

1. Поиск поставщиков, заключение договоров;
2. Обслуживание крупных клиентов: от оформления заказа до доставки;
3. Формирование ассортимента товара (совместно с продавцом-консультантом);
4. Составление логистической цепочки и поиск транспортной компании;
5. Исследование конкурентного рынка, поиск возможностей расширения ассортимента;
6. Формирование стратегии ценообразования (совместно с директором).

Менеджер по закупкам должен быть инициативным сотрудником, который ежедневно исследует рынок и ищет возможности для снижения закупочной стоимости материалов. Он должен быстро находить возможности выгодного сотрудничества с оптовыми компаниями и дистрибьюторами, а также поддерживать дальнейшие отношения.

График работы менеджера по закупкам- 5 рабочих дней/2 выходных дня. Часы работы: с 9.00 — 19.00. Зарплата- 20 000руб. + премия (1,5% от выручки).

Обязанности бухгалтера:

1. Организация бухгалтерского учета компании;
2. Своевременная сдача отчетности;
3. Руководство кассирами;
4. Контроль за проведением инвентаризации;
5. Выполнение распоряжений директора.

Бухгалтер должен быть внимательным и требовательным человеком, который структурирует и поддерживает порядок ведения всего документооборота компании. Также он должен регулярно следить за изменениями в законодательстве и находить возможности сокращения затрат в области обязательных платежей.

График работы бухгалтера — 5 рабочих дней/2 выходных дня. Часы работы: 9.00 — 18.00. Зарплата — 20 000 руб.

Обязанности директора:

1. Осуществлять руководство сотрудниками магазина;
2. Разрабатывать стратегию развития компании;
3. Исследовать рынок недвижимости, а также искать возможности расширения компании;
4. Прописывать должностные инструкции, систематизировать работу всех сотрудников;
5. При необходимости заменять сотрудников;
6. Анализ деятельности компании, разработка мероприятий по повышению качества торговли.

В нашем магазине обязанности директора магазина выполняет владелец. Он контролирует весь процесс работы магазина от заключения договора с поставщиками до поставки товара конечному потребителю. Но в его обязанности входит не только обеспечивать бесперебойную работу магазина, но и искать дальнейшие пути развития. Во-первых, ему необходимо тщательно отслеживать изменения спроса в зависимости от того, на каком этапе ремонта находится основная часть покупателей. Во-вторых, ему нужно искать возможности переезда магазина в другой строящийся квартал после того, как произойдет полное заселение жилого комплекса, на территории которого магазин находится в данный момент. То есть магазин должен успеть переехать до того момента как выручка упадет ниже затрат.

Поскольку собственный бизнес можно сравнить с ребенком, то график работы владельца не ограничен. Основная задача- всегда быть в курсе как внутренних изменений бизнеса, так и внешних рыночных изменений. Зарплата владельца зависит от прибыли магазина, а также от решения по распределению прибыли.

Общий фонд заработной платы в месяц (без учета премий) — 169 500руб.

## 7. Финансовый план

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 10 000 |
| Ремонт | 170 000 |
| Вывеска | 60 000 |
| Рекламная кампания | 70 000 |
| Аренда на время ремонта | 85 000 |
| Закупка оборудования | 404 600 |
| Прочее | 5 000 |
| Итого | 804 600 |

|  |
| --- |
| **Ежемесячные затраты** |
| ФОТ (включая отчисления) | 296 913 |
| Аренда | 85 000 |
| Амортизация | 0 |
| Коммунальные услуги | 12 000 |
| Реклама | 10 000 |
| Закупка товара | 1 077 267 |
| Непредвиденные расходы | 5 000 |
| Итого | 1 486 180 |

План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.

## 8. Факторы риска

Основной фактор риска, на наш взгляд, состоит в том, что рынок недвижимости на данный момент демонстрирует спад.

Однако те, кто уже приобрел квартиры, в любом случае продолжают вести ремонтные работы. И в кризисных условиях возможность сэкономить на доставке товара, а также выбрать продукцию по ценам среднерыночным и ниже привлекает клиента. Это, в свою очередь, обеспечивает магазину стройматериалов стабильное существование в рамках выбранной стратегии.

Главное — вовремя успевать занять выбранную нишу. Так как данная стратегия является внеконкурентной, важно заранее договариваться с застройщиками новых ЖК и въезжать в новостройки сразу после сдачи домов.