

Бизнес план

Магазин одежды больших размеров

Офлайн магазин с размерной матрицей возвратами и отдельным бюджетом товарного запаса



Россия Готовый арендованный объект и оплаченная команда Прогноз 2027–2031

Word/PDF 40 страниц и Excel 60 месяцев, 13 листов

TEOPlan Версия 1.0 30 октября 2026 года

Содержание

Разделы открываются по ссылкам. Финансовые показатели относятся к сохранённой базовой модели и условиям готового объекта.

Раздел	Стр.
01. Решение о запуске	3
02. Покупательницы и размерная задача	4
03. Район и конкуренты	5
04. Три финансовые группы	6
05. Цена и фактическая наценка	7
06. Выбор поставщиков	8
07. Документы и маркировка товара	9
08. Матрица по модели цвету и размеру	10
09. Возвраты и восстановление запаса	11
10. Уценка и возраст остатков	12
11. Приёмка и товарный учёт	13
12. Путь покупательницы в магазине	14
13. Оплаченный запас и срок поставки	15
14. Мощность и ограничение продаж	16
15. Полная стоимость команды	17
16. Помещение и обязательства аренды	18
17. Оборудование и ввод в работу	19
18. Контроль качества и ответственность	20
19. Продажи и условия расчётов	21
20. Привлечение и проверка спроса	22
21. Документы и работа с данными	23
22. Безопасность рабочего места	24
23. Платный пилот перед расширением	25
24. Еженедельные показатели	26
25. Условия устойчивого масштаба	27
26. Стартовые затраты и капитал	28
27. Постоянные и переменные расходы	29
28. Помесячный прогноз первого года	30
29. Пятилетний результат	31
30. Денежный поток и окупаемость	32
31. Запас дебиторка и свободные деньги	33
32. Налоги и НДС в цене	34
33. Заём и погашение долга	35
34. Долевой инвестор и выплаты	36
35. Стресс и чувствительность	37
36. Риски и ограничения формата	38
37. Последовательность запуска	39
38. Источники и обновление расчёта	40

01 Решение о запуске

Магазин женской одежды размеров 50–64 на готовой арендованной площади 65 м². Три финансовые группы: платья, брюки, блузы и трикотажные верха. Внутри каждой ведут модель, цвет и размер; закупка осуществляется у российских оптовых поставщиков с документами и кодами маркировки для соответствующих товаров. Собственный импорт, производство под своей маркой, обувь, бельё, продажи маркетплейсов и дистанционная доставка в базовый расчёт не включены.

Плановый капитал составляет 6 000 000 ₽, фактические стартовые затраты 3 535 500 ₽. Положительный базовый результат зависит от проверяемых цен, спроса и норм. До полной закупки нужно подтвердить условия пилотом; для нового региона пересчитывается весь горизонт. Запас денег оплачивает разгон и закупки, а не является дополнительной прибылью.

Решение о вложении принимают после сопоставления цены пилота с полным бюджетом. В итог включена стоимость труда руководителя даже при работе собственника. Если исключить её, получится доход от собственного рабочего места, а не сопоставимый результат бизнеса. Минимальный остаток денег проверяется после закупок, налоговых резервов и распределений. Он важнее суммы на счёте в удачном месяце. Вариант с другим объектом или сроком поставки сохраняют отдельной копией модели, чтобы не потерять исходные условия.

Таблица 1 Решение о запуске

Показатель	База
Выручка первого года без НДС ₽	15 408 741
После труда и налогов первый год ₽	889 179
Минимум свободных денег ₽	1 734 784
NPV20% до финансирования ₽	2 892 973

02 Покупательницы и размерная задача

Магазин ориентирован на женщин, которым важно примерить одежду нужного размера и посадки в одном месте. Возраст, стиль и доступный бюджет проверяются интервью и пробными продажами, а не выводятся из слова «плюс сайз». Важно разделять отсутствие размера, неудобную посадку и неподходящий ассортимент.

Во время пилота записывают запрос, примеренные модели, размер, итог и причину отказа без избыточных персональных данных. Продажа начинается с уважительного обслуживания и понятной размерной информации. Консультант предлагает варианты по запросу покупательницы и не делает оценочных замечаний о внешности.

Сегменты проверяют отдельно: одинаковое число обращений может давать разную покупку и разную стоимость обслуживания. Для каждого сегмента сохраняют количество предложений, состоявшихся сделок, среднюю сумму и повторные обращения. Причину отказа фиксируют конкретно: цена, срок, отсутствие нужного товара, качество или условия расчётов. Это позволяет изменить предложение адресно. Сумма интереса без оплаты остаётся в воронке и не переносится в финансовый прогноз как принятая продажа.

Таблица 2 Покупательницы и размерная задача

Сигнал спроса	Что записать
Нет размера	Модель цвет размер
Не подходит посадка	Конкретная причина
Не подходит цена	Сравнимый бюджет покупки
Есть покупка	Количество и повторный визит

03 Район и конкуренты

Нужен район с достижимой целевой аудиторией, удобным входом и возможностью повторного посещения. Оценка трафика включает разные дни и часы, а не один удачный замер. Сравнивают соседние магазины, специализированные сети и дистанционных продавцов, учитывая возможность примерки и возврата.

Объявление об аренде не доказывает, что поток прохожих даст плановые покупки. До договора проверяют видимость вывески, маршрут до входа и наличие подходящих примерочных. Оплату аренды моделируют полностью с первого месяца. Если район не подтверждает нужный поток, сначала меняют помещение или масштаб, затем пересчитывают капитал.

Для сравнения полезно составить корзину из нескольких одинаковых позиций и записать дату, количество, условия оплаты и фактическую доступность. Обещанная цена при закупке большой партии не применяется к малой стартовой поставке автоматически. Отдельно сравнивают доставку и возможность решить спор по качеству. Прайс конкурента показывает существующее предложение, но не раскрывает его затраты или прибыль. Для нового предприятия расчёт опирается на собственные оплаченные сделки и доступные условия закупки.

Таблица 3 Район и конкуренты

Проверка района	Доказательство
Доступность	Реальный маршрут покупательницы
Поток	Замеры по часам и дням
Конкуренция	Сравнимые товары и размеры
Цена аренды	Предложение и все платежи

04 Три финансовые группы

Финансовые группы — платья, брюки, блузы и трикотажные верха. Каждая включает реальные модели, цвета и размеры. Одна строка финансовой модели не означает один артикул на полке. Товарный учёт ведётся глубже: по модели, цвету, размеру и коду экземпляра.

Размеры 50–64 являются границами стартового предложения. Наличие всей сетки у каждого поставщика не предполагается автоматически. Для пилота выбирают ограниченное число моделей, согласуют примерку и распределяют закупку по измеренному спросу. Глубину по конкретным размерам меняют после первых продаж, сохраняя общий лимит денег.

Количество финансовых групп не равно количеству артикулов. Изменение долей внутри группы может поменять среднюю цену и нормы даже при прежнем общем количестве продаж. Поэтому при адаптации сначала обновляют ассортимент и его структуру, затем объём. Редкая дорогая позиция не должна скрыто поднимать среднюю цену всей корзины. В учёте сохраняют исходный артикул, размер и цену каждой операции; месячные итоги собираются из этих записей.

Таблица 4 Три финансовые группы

Группа	Розница гипотеза Р	Закупка гипотеза Р
Платья	4 500	1 600
Брюки	3 200	1 000
Блузы и трикотаж	2 200	650

05 Цена и фактическая наценка

Розничные цены 4 500 / 3 200 / 2 200 ₽, закупка 1 600 / 1 000 / 650 ₽ и спрос являются бюджетными гипотезами пилота. Ассортимент CHARUTTI и Milena подтверждает наличие оптовых размерных линеек, но не среднюю закупочную цену всего магазина. В расчёте 12% продаж проходят со скидкой 25%, 8% единиц возвращаются, 90% возвратов снова доступны со следующего месяца. Ещё 10% спроса теряется из-за несовпадения размеров. Эти доли необходимо измерить на собственных продажах.

Наценка рассчитывается к закупке, маржа — к выручке; эти проценты нельзя подменять друг другом. Из валовой разницы оплачиваются труд, аренда, приём платежей, реклама, потери и налоги. Средняя цена магазина не определяется единичной распродажной позицией поставщика. До запуска собирают сопоставимую корзину закупки и проверяют цену пробной продажей.

При переговорах о скидке нужно пересчитать конечную маржу и деньги. Снижение прайса на десять процентов не означает снижение прибыли на те же десять процентов: оклады и аренда остаются прежними. Скидка может съесть значительную часть результата. Объёмный заказ оценивают вместе с занятостью ресурсов и необходимостью пополнить запас.

Дополнительная выручка не компенсирует цену ниже полной себестоимости автоматически. Решение о специальном предложении сохраняют с расчётом и сроком действия.

Таблица 5 Цена и фактическая наценка

В расчёте цены	Как учитывать
Полная цена	Согласованный розничный прайс
Уценка	12% продаж со скидкой 25%
Возврат	Уменьшает нетто продажу
НДС	При включении находится внутри цены

06 Выбор поставщиков

База предполагает закупку у российских оптовиков, которые передают необходимые документы на товар и маркировку. Проверяют конкретное юридическое лицо, условия оплаты, размерные ряды, минимальную партию и процедуру работы с дефектами. Фотография каталога не подтверждает состав ткани или посадку.

Сначала заказывают ограниченную пробную подборку и сравнивают изделия с описанием. Товар с неудовлетворительной посадкой не становится хорошей закупкой только из-за скидки. По возможности распределяют поставки между несколькими проверенными партнёрами, избегая одновременного накопления слишком похожих моделей.

Расходы подготовки делят на первоначальные и повторяющиеся. Первые оплачиваются до выпуска или открытия, вторые включаются в постоянный бюджет. Необходимая процедура не исчезает из затрат только потому, что проводится раз в год. Если фактическая стоимость выше резерва, корректируют денежный график до принятия обязательств. Ответственный сохраняет версию документа, дату проверки и основание применимости. Общая ссылка на каталог или регламент не заменяет документы конкретного изделия.

Таблица 6 Выбор поставщиков

Условия	Что подтвердить
Размерный ряд	Наличие нужных размеров
Качество	Пробные образцы и документы
Поставка	Срок и состав партии
Дефекты	Письменный порядок решения
Маркировка	Корректная передача кодов