



# БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ

ИП Дрогайцева А.Н.

# 1. КРАТКИЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Постельное белье — это важный предмет личной гигиены и комфорта. Бельё покупают для себя и близких, в подарок, текстиль используют для создания уюта в доме.

Магазин постельного белья относится к актуальным видам бизнеса благодаря востребованности домашнего текстиля. Ассортимент постельных принадлежностей огромен, мода на модели практически не меняется.

Концепция интересна развитием на перспективу при небольших вложениях и простоте открытия. Кроме того, продажа постельного белья — бизнес с вложениями до 500 тысяч и сроком окупаемости менее 1 года.

Срок окупаемости — 6-8 месяцев.

## ПРЕИМУЩЕСТВА:

- Постоянство спроса на постельное бельё
- Насыщение рынка на среднем уровне, позволяющее занять свободную нишу
- Капиталовложения от 250 тыс. руб.
- Отсутствие сезонности
- Охват широкой целевой аудитории

## НЕДОСТАТКИ:

- Небольшая наценка на бельё низкой и средней ценовой категории
- Окупаемость в течение года или полутора лет

Перевес положительных сторон над отрицательными моментами позволяет оценить возможности бизнеса и смело приступать к составлению организационного плана.

## КАК ЗАПУСТИТЬ МАГАЗИН ПО ПРОДАЖЕ ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ:

- Арендовать помещение — площадью 7-10 м<sup>2</sup> — для продажи и хранения постельного белья и аксессуаров: подушек, одеял, пледов, покрывала и полотенца.
- Нанять 1-2 продавцов (первые 6 месяцев буду работать сама)

Ежемесячно планируется продавать по 70 комплектов белья — 35 комплектов низкого ценового сегмента, 25 среднего и 10 высокого и премиум-сегмента.

Цена — от 980 до 10 500 рублей.

Средняя наценка — 100%.

## ФИНАНСОВЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРИ ЭТИХ ПОКАЗАТЕЛЯХ:

Сумма первоначальных инвестиций — 249 180,00 рублей;

Средняя ежемесячная выручка - 264 583,33 рублей

Средние ежемесячные затраты — 208 166,67 рублей;

Средняя ежемесячная прибыль — 56 416,67 рублей;

Срок окупаемости — 6-8 месяцев;

Точка безубыточности — 2-3 месяцев;

Рентабельность продаж — 20%.



## 2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

В 2009-2013 гг. наблюдался спад в производстве и фабрики закрывались из-за отсутствия спроса. После 2014 года спрос на бельё начал возрастать, а предложений на рынке было мало. Появилось очень много представителей малого бизнеса и самозанятых (дропшиппинг).

В 2020 году многие закрылись из-за отсутствия спроса на данную категорию товаров. Сейчас спрос вновь растёт. Крупные торговые центры сами звонят и предлагают торговые площади. Поэтому сегодня продажа постельного белья — бизнес со средним уровнем конкурентной среды.

### 3. АНАЛИЗ РЫНКА И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Современный рынок товаров для сна представлен иностранными и отечественными производителями. Доля последних составляет около 75%. Среди них: "Шуйские ситцы", "Василиса", "Эльф", «Русский текстиль», "Ситрейд" и другие. Импортная продукция, в основном, поставляется Китаем, Турцией, Италией и Пакистаном.

Покупатели предпочитают бельё из хлопка, льна и шёлка. При этом, чаще выбирают бельё из хлопка, как среднее, между грубым льняным и дорогим шёлковым материалом.

В магазинах предполагаются сопутствующие товары: подушки, одеяла, пледы, отдельные предметы постельного белья: наволочки, пододеяльники, простыни на резинке и без; аксессуары для сна: маски, пижамы, пеньюары; полотенца и товары для уюта дома.

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Основные конкуренты вблизи открываемой торговой точки:

- "Эльф" - розничная точка фабрики (постельного белья нет, только пледы, полотенца и аксессуары для сна)
- "Приданное" - постельное бельё и аксессуары для сна (розничный магазин, ассортимент только классический, цены от 2300 руб, нет товаров для детей)

Возможными конкурентами также являются любые других магазины товаров для сна по городу; все крупным масс-маркетом, в которых представлен данный товар и интернет-магазины и маркетплейсы.



## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Основа целевой аудитории этой ниши — женщины в возрасте от 20 лет до 75 лет.

МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ НА НЕСКОЛЬКО ОСНОВНЫХ КАТЕГОРИЙ:

- "молодожёны, скоро свадьба" (от 25 до 35 лет) - постельное белое, светлое и нежные тона;
- "мамы в декрете" (от 25 до 40 лет) - детское постельное бельё, одеяла, подушки пледы, покрывало и семейные комплекты - недорогие комплекты, бязь и поплин
- "любители уюта" (от 30 до 55 лет) - комплекты постельного белья, пледы, покрывала, полотенца, аксессуары для сна и для уюта дома.
- "для внуков" (от 50 до 65 лет) - детское постельное бельё, детские покрывала
- "на пенсии" (от 65 лет) - бюджетные комплекты, натуральные ткани, одеяло и подушки из шерсти.

## 4. ВЫБОР МЕСТА И КОНЦЕПЦИИ

Практическая часть организации магазина начинается с подбора помещения. От того, где будет находиться торговая точка и насколько комфортно будет в ней покупателям, во многом зависит успешность всего предприятия.

### МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ

Моей компанией заинтересовались из отдела аренды в ТРЦ Фокус, торгово-развлекательный Этаж. На Этаже расположен кинотеатр, детский развлекательный центр "PLAY", семейные кафе, салон мебели "Шатура", салон мебели "ОРМАТЕК". Мне предложили поставить магазин остров напротив эскалатора в центре. Так через магазин будет идти максимальный поток покупателей.

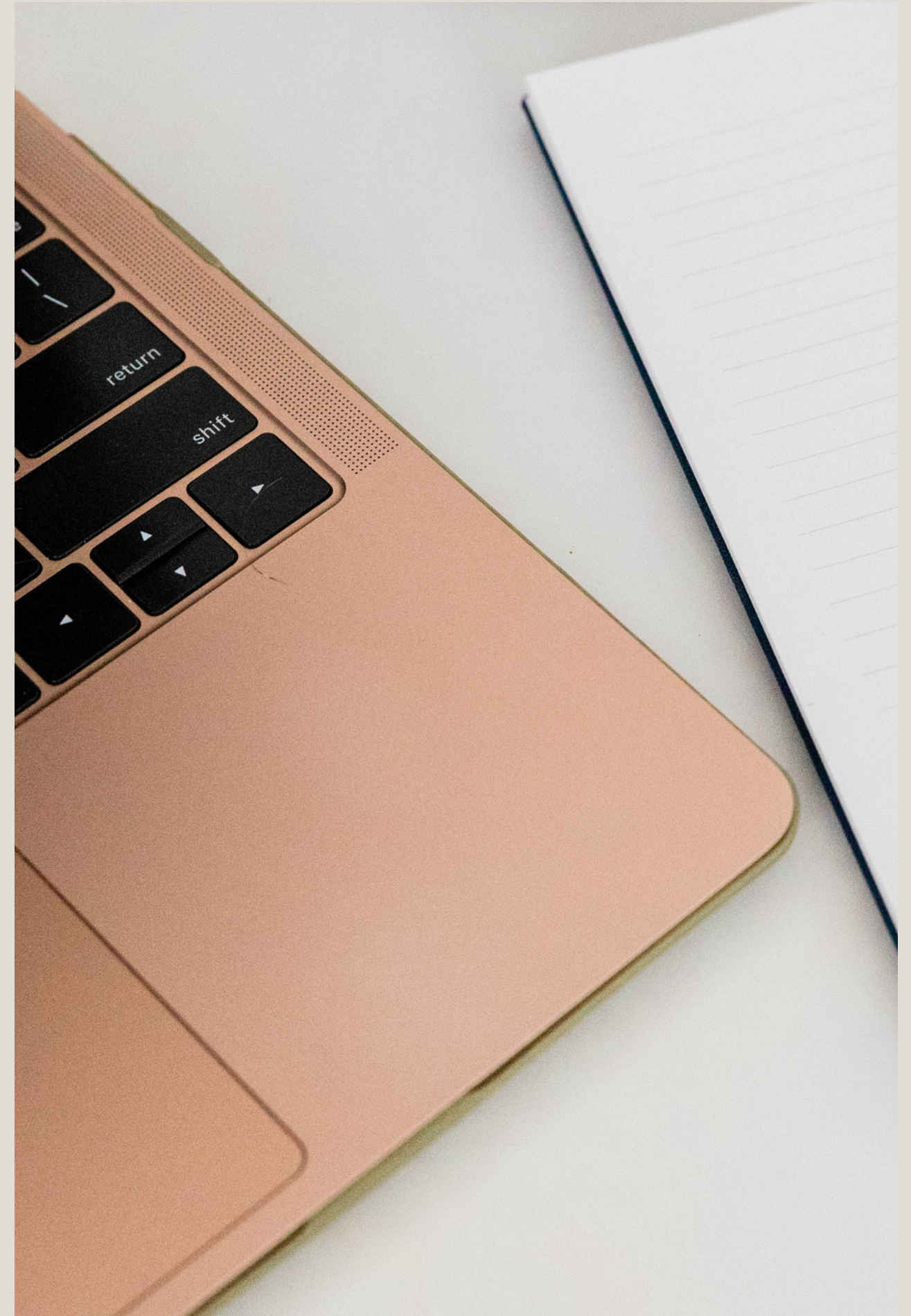
Особый интерес вызвали детские постельные принадлежности, однотонные и комплекты с современными и актуальными рисунками.

# Челябинск, Молдавская улица, 16 ТРЦ Фокус, 3 этаж



Данное месторасположение обеспечивает несколько факторов, позволяющие предположить успешность предприятия и быструю окупаемость вложений:

- целевую аудиторию и ее покупательскую способность;
- проходимость места – чем она выше, тем больше будет потенциальных клиентов;
- наличие поблизости торговых объектов, продающих товары смежных категорий (домашний текстиль, кровати и диваны, детская одежда, предметы для дизайна интерьера и т.п.).



Выгодно торговать постельным бельем на территории крупных торговых центров и рынков, куда люди целенаправленно идут за покупками.

Недостатком такого варианта расположения считается дорогая аренда и вытекающая отсюда необходимость экономии на площади.

Компенсировать отсутствие полного ассортимента нашего интернет-магазина <https://mirposteli.pw/> будем раздаточным материалом: буклеты с ассортиментом и адресом магазина, купонами со скидкой на следующую покупку, бесплатной доставкой по городу, подарками при покупке детских комплектов постельного белья (маленькая игрушка в тематике комплекта, игрушка-сплюшка, текстильные погремушки)

## 5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТА

Подбор ассортимента будет осуществляться, ориентируясь на потребности и финансовых возможностей целевой аудитории.

- "молодожёны, скоро свадьба" (от 25 до 35 лет) - белое ажурное, светлые однотонные, с сердечками, романтичные модели, а также премиальные модели из индийского и египетского хлопка.
- "мамы в декрете" (от 25 до 40 лет) - детские комплекты постельных тонов для новорождённых, яркие и с героями мультфильмов от 0 до 3 лет; 1,5 спальные с героями мультфильмов (3+); с животными, машинами, супергероями и рисованными персонажами; семейные недорогие комплекты из натуральных тканей, расцветки "немаркированные", пледы и покрывала, разные виды одеял и подушек. Консультация по подбору постельного белья для родителей с учетом средней температуры в спальне, стороны света, на которых выходит окна спальни, возможности аллергии, тревожности сна и других факторов.

- "любители уюта" (от 30 до 55 лет) - современные комплекты, покрывала и пледы, рекомендованные стилистами, организаторами пространства и лайф-коучами; аксессуары для сна: маски, пижамы, дизайнерские свечи, арома-аксессуары и другие товары для уюта дома.
- "для внуков" (от 50 до 65 лет) - детское постельное бельё и покрывала - постельные и "милые" расцветки, хлопок 100%.
- "на пенсии" (от 65 лет) - бюджетные комплекты, натуральные ткани, одеяло и подушки из шерсти, ценовой диапазон от 1000 руб до 2000 руб за комплект.



## 6. ЗАКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ

Специфика деятельности не требует большого объёма оборудования.  
Для старта достаточно приобрести:

- прилавок
- стеллажи для размещения товара
- кассовое оборудование и сканер, поддерживающий маркировку
- терминал для расчёта пластиковыми картами



## 7. РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

Для развития любого бизнеса нужна реклама. Первые 1-3 месяца будет активной первичная рекламная кампания, направленная на максимально широкое информирование об открытии новой торговой точки. Для этого мы используем все возможные ресурсы как бесплатные методы продвижения, так и платные.

Привлечь покупателей также позволит программа лояльности с предоставлением скидок постоянным клиентам, бонусов, проведением праздничных акций.

В день открытия можно устроить розыгрыш призов, подарочных сертификатов, сделать скидки первым покупателям.



## БЕСПЛАТНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ:

- собственный сайт (размещение информации в разделе "контакты")
- социальные сети (информация в своём коммерческом аккаунте; взаимопиар с блогерами, аккаунты смежной продукции, стилистами, дизайнерами, организаторами пространства и т.д.)
- партнёрство и взаимопиар с магазинами смежной продукции в торговом комплексе
- аудиореклама в ТРК Фокус (бесплатно первые месяц после открытия)
- взаимопиар с магазинами - партнёрами
- сарафанное радио
- сбор контактов-рекомендаций (с последующим звонком: Здравствуйте! ИМЯ оставила для Вас подарок в нашем магазине (например, полотенце или недорогой аксессуар для сна). Ваш подарок ждёт Вас по адресу...)
- Рассылки в социальных сетях по группам с потенциально целевой аудиторией

## ПЛАТНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ:

- Таргетированная реклама в социальных сетях (Instagram, Вконтакте)
- Контекстная реклама
- Вывеска и оформление магазина
- Проведение промо-акций
- Участие в мероприятиях ТРК Фокус в качестве спонсора (сертификаты на покупки и купоны на скидку)
- Распространение листовок, буклетов, визиток и купонов со скидкой на следующую покупку как в магазине, так и в местах большой проходимости людей
- Расклейка объявлений в подъездах домов в радиусе 1 км и на остановках



# 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Затраты на создание торговой точки магазин-остров будут направлены на следующие статьи:

- Покупка мебели (торговый остров) - 75000,00 рублей;
- СБИС Склад 1-й точки продаж - 5000,00 рублей;
- Разовая настройка ККТ+ОФД+ФНС+ЧЗ - 5600,00 рублей;
- Сканер штрих-кодов - 3080,00 рублей;
- Касса - 8000,00 рублей;
- Фискальный накопитель 15 мес. Сертифицирован в соотв. с 54-ФЗ - 7500,00 рублей
- Оформление торговой точки - 10000,00 рублей;
- Первичная рекламная кампания - 10000 рублей
- Аренда помещения размером площадью 7-10 м<sup>2</sup> (остров) - 25000,00 рублей
- Первоначальная закупка товара 100000,00 рублей

Общая сумма единовременных затрат составит 249180,00 рублей

## РЕГУЛЯРНЫЕ ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ПЛАТЕЖИ

К регулярным платежам магазина относятся ежемесячные выплаты по следующим статьям:

- арендная плата – 25000 рублей;
- рекламные мероприятия – 20000 рублей;
- отчисления инвестору;
- налоги - 6% от товарооборота;
- непредвиденные расходы - 15000 рублей;
- восполнение ассортимента.

# ПЛАН ПРОДАЖ

План продаж на один год													
	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	
<b>Выручка в месяц</b>	<b>150 000,00</b>	<b>175 000,00</b>	<b>250 000,00</b>	<b>250 000,00</b>	<b>300 000,00</b>	<b>300 000,00</b>	<b>500 000,00</b>	<b>100 000,00</b>	<b>250 000,00</b>	<b>300 000,00</b>	<b>300 000,00</b>	<b>300 000,00</b>	
Средкий чек	2 500,00	2 501,00	2 502,00	2 503,00	2 504,00	2 505,00	2 506,00	2 507,00	2 508,00	2 509,00	2 510,00	2 511,00	
Количество чеков	60	70	100	100	120	120	200	40	100	120	120	119	
Количество чеков в день	2,0	2,3	3,3	3,3	4,0	4,0	6,7	1,3	3,3	4,0	4,0	4,0	
Минимальная выручка в день	5 000,0	5 833,3	8 333,3	8 333,3	10 000,0	10 000,0	16 666,7	3 333,3	8 333,3	10 000,0	10 000,0	10 000,0	
<b>Расходы переменные</b>	<b>75 000,00</b>	<b>87 500,00</b>	<b>125 000,00</b>	<b>125 000,00</b>	<b>150 000,00</b>	<b>150 000,00</b>	<b>250 000,00</b>	<b>50 000,00</b>	<b>125 000,00</b>	<b>150 000,00</b>	<b>150 000,00</b>	<b>150 000,00</b>	
Восполнение ассортимента	75 000,00	87 500,00	125 000,00	125 000,00	150 000,00	150 000,00	250 000,00	50 000,00	125 000,00	150 000,00	150 000,00	150 000,00	
<b>Расходы постоянные</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	<b>45 000,00</b>	
Арендная плата	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	
Рекламные мероприятия	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	20 000,00	
<b>Расходы непредвиденные</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	
<b>Единый налог 6%</b>	<b>9 000,00</b>	<b>10 500,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>30 000,00</b>	<b>6 000,00</b>	<b>15 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	<b>18 000,00</b>	
<b>Итого расходы за месяц</b>	<b>144 000,00</b>	<b>158 000,00</b>	<b>200 000,00</b>	<b>200 000,00</b>	<b>228 000,00</b>	<b>228 000,00</b>	<b>340 000,00</b>	<b>116 000,00</b>	<b>200 000,00</b>	<b>228 000,00</b>	<b>228 000,00</b>	<b>228 000,00</b>	
Расчетная прибыль	6 000,00	17 000,00	50 000,00	50 000,00	72 000,00	72 000,00	160 000,00	-16 000,00	50 000,00	72 000,00	72 000,00	72 000,00	
Расчетная прибыль накопительным итогом		23 000,00	73 000,00	123 000,00	195 000,00	267 000,00	427 000,00	411 000,00	461 000,00	533 000,00	605 000,00	677 000,00	
Торговая рентабельность	4%	10%	20%	20%	24%	24%	32%	-16%	20%	24%	24%	24%	
<b>Распределение прибыли</b>													
Выплаты инвестору	15 000,00	15 000,00	30 000,00	30 000,00	35 000,00	35 000,00	65 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	
Прибыль/убытки компании	-9 000,00	2 000,00	20 000,00	20 000,00	37 000,00	37 000,00	95 000,00	-46 000,00	20 000,00	42 000,00	42 000,00	42 000,00	

## ИТОГО ПЛАН НА ПЕРВЫЙ ГОД

Выручка - 3 175 000,00 рублей

Все расходы - 2 498 000,00 рублей

Прибыль/Убытки - 677 000,00 рублей

Отчисления инвестору (250т.р.+50%) - 375 000,00 рублей

Прибыль/убытки для компании - 302 000,00 рублей

Средняя ежемесячная выручка - 264 583,33 рублей

Средняя ежемесячная прибыль - 56 416,67 рублей

## 8. ФАКТОРЫ РИСКА

В бизнесе по продаже постельного белья можно столкнуться с некоторыми сложностями и рисками:

- Ростом конкуренции, справиться с которой возможно посредством рекламы, доступных цен, расширения ассортимента
- Ненадлежащим качеством товара, выявить которое позволит проверка сертификатов соответствия, выбор проверенных поставщиков
- Отсутствием спроса и низкой посещаемости магазина, вызванной неправильным расположением точки, плохо организованному маркетингу

Чтобы избежать избежать возможных проблем, свести риск к минимуму, необходимо иметь стратегию и план развития, а также своевременно реагировать и предугадывать их появление возможных рисков.



# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Продажа постельного белья – отличный вариант для открытия собственного дела как предпринимателю-новичку, так и опытному бизнесмену. Создание такого магазина представляет собой относительно простой процесс, который выполняется по стандартной схеме, зато при правильной организации может стать доходным и перспективным бизнесом. Заранее просчитав риски, спланировав деятельность и верно выбрав концепцию, можно ожидать быстрых результатов. Успеху способствует разнообразный ассортимент, гибкая ценовая политика, вежливый персонал и хорошее качество обслуживания.

ИП Дрогайцева Анастасия Николаевна  
ИНН 743014839886  
Адрес: г. Челябинск

Тел моб: +7 968 111-26-36  
WhatsApp, Viber: +7 968 111-26-36  
E-mail: 1@mirposteli.pw

Сайт: <https://mirposteli.pw/>  
Instagram: @mirposteli.pw  
Вконтакте: [vk.com/mirposteli](https://vk.com/mirposteli)

**МЫ ПРЕДСТАВЛЕНЫ В ДВУХ МАГАЗИНАХ  
В ЧЕЛЯБИНСКЕ:**

- 1. ТЦ "Юлия", Комсомольский проспект, 108;  
2 этаж, бутик "MOSS"
- 2. Магазин товаров для детей "Youta.kids"  
ул. 250-летия Челябинска, 48; ЖК "Ньютон"

