## Киоск по продаже овощей

**Общее описание**

Бизнес – идея предусматривает организацию деятельности киоска по продаже овощей.

Здоровое питание сложно представить без овощей. Однако приобрести свежие и качественные овощи представляется возможным далеко не всегда. Торговая точка с такой продукцией способна окупиться за короткий срок и приносить стабильную прибыль.

Открытие киоска, продающего овощи, всегда было, есть и будет довольно прибыльным бизнесом. Крупные супермаркеты не закупают спелые плоды, так как берут продукты большими партиями, поэтому сетевые магазины обычно продают недозрелые овощи. А киоск с маленьким объемом продаж может зарекомендовать себя как поставщик спелой и свежей продукции.

Фруктово-овощной бизнес характеризуется сезонностью. Спад продаж наблюдается с конца июля по октябрь, пик приходится на декабрь-январь.

***Характеристика продукции****.* Ни для кого не секрет, что овощи, фрукты и зелень – это основные источники минералов и витаминов. Большинство овощей употребляют в пищу в свежем виде. При этом потери витаминов, особенно каротина, резко уменьшается. В ряде овощей содержатся активные вещества (эфирные масла, гормоны, антибиотики, органические кислоты), которые положительно влияют на внутреннюю секрецию организма, способствуют пищеварению. Отдельные овощи (чеснок; лук, хрен, катран, редька) содержат летучие вещества - фитонциды, которые губительно действуют на ряд патогенных и сапрофитных микроорганизмов и простейшие одноклеточные организмы.

Свежие овощи делят на две группы: вегетативную и плодовую. У вегетативных овощей в пищу используют корни, клубни, стебли, листья, луковицы и другие вегетативные органы, у плодовых - плоды и семена.

Более подробно о свойствах и классификации различных овощей можно прочитать, пройдя по ссылке, которая указана в разделе «Полезные ссылки» настоящей бизнес – идеи.

***Сбыт продукции***. Постоянными клиентами киоска по продаже овощей в случае расположения в спальном районе являются местные жители, живущие неподалеку, которые проходят мимо киоска на работу и с работы.

**Технология**

Торгово-технологический процесс в киоске по продаже овощей состоит из следующих этапов:

1. Приемка товаров по количеству и качеству.

2. Хранение товаров.

3. Размещение и выкладка на торговом оборудовании.

4. Организация продажи товаров.

Выбор места для торговли. Желательно, чтобы поблизости не находилось рынков и аналогичных овощных киосков. При этом близость к крупному супермаркету способна даже повысить товарооборот, если предложить хорошие цены и достойный ассортимент.

Установка киоска в удобном для этого месте потребует обращения в районную администрацию, куда подается заявка об установке розничного торгового места на данной территории. Далее следует обратиться в Земельный комитет и Архитектуру, где нужно будет получить соответствующие разрешения.

Ассортимент киоска должен быть достаточно широким. На всю продукцию нужно иметь сертификаты. Начать следует с самого стандартного овощного набора, который есть в любом магазине (картофель, капуста, морковь, лук и т.д.). Целесообразно ввести в ассортимент несколько эксклюзивных позиций овощей. Это могут быть артишоки, спаржа, зелень горчицы, топинамбур, флажоле. Постепенно наработается постоянная клиентура, которая будет ехать в киоск специально за этими овощами, покупая заодно и более привычные.

Также следует получить разрешение санитарно-эпидемиологической службы и пожарной охраны. «Санитарно-гигиенические требования к условиям хранения и срокам реализации скоропортящихся пищевых продуктов" утверждены Приказом Главного государственного санитарного врача Республики Казахстан от 1 августа 2002 года N 32.

Необходимо найти поставщиков для киоска. Это могут быть крупные оптовые фирмы, а также местные тепличные хозяйства. Поставщик для самых ходовых овощей должен находиться поблизости, чтобы регулярно снабжать киоск продукцией.

**Персонал**

Персонал овощного киоска – это несколько продавцов - кассиров и грузчики, которые доставляют и раскладывают товары.

Что касается продавцов, то в данном случае это могут быть как мужчины, так и женщины. Приятная внешность, вежливость и хорошее знание товаров сотрудниками – залог успеха бизнеса. Женщине средних лет будет проще найти общий язык с покупателями, так как молодежь за покупками ходит мало. Продавец должен иметь санитарную книжку с печатями от пройденных врачей, последующее прохождение которых обычно оплачивает владелец киоска.

**Экономика**

***Первоначальные инвестиции***

Необходимо приобрести палатку. Приобретение новой палатки обойдется в пределах от 25 000 до 50 000 тенге, в среднем – 35 000 тенге. Приобретение торговой палатки б/у обойдется гораздо дешевле. Необходим также оборотный капитал. При ежедневной выручке 15 000 тенге размер оборотного капитала (для приобретения первой партии товара) составит 15 000 тенге/день \* 30 дней \* 100/140 (наценка) = 321 429 тенге. Таким образом, общая сумма первоначальных затрат составит 356 429 тенге.

***Доходы***

При выручке в 15 000 тенге в день ежемесячно можно будет выручить 450 000 тенге.

***Расходы***

Наценка на овощи в среднем составляет от 40%, следовательно, для того, чтобы продать на 450 000 тенге, необходимо закупить на 450 000 \* 100/140 = 321 429 тенге.

Расходы на аренду склада (для хранения товарных остатков) 25 м2 \* 1 000 тенге/м2 = 25 000 тенге в месяц.

Заработная плата 1 продавец (вторым продавцом может быть сам предприниматель) \* 35 000 тенге = 35 000 тенге в месяц. Грузчик (неполный рабочий день) - 10 000 тенге. Итого расходы по заработной плате составят 45 000 тенге ежемесячно.

Расходы по доставке (ГСМ), прочие расходы – 12 000 тенге в месяц.

Всего расходы составят 403 429 тенге в месяц, прибыль – 46 571 тенге. Окупаемость вложенных средств – 8 месяцев.