## Магазин посуды

**Общее описание**

Бизнес – идея предусматривает организацию магазина по продаже посуды.

Посуда не относится к предметам первой надобности, но при этом люди постоянно приобретают новые сервизы, тарелки, столовые приборы и многое другое. Многие люди покупают посуду не только для себя, но ещё и в подарок.

Следует определиться с направлением магазина, то есть выбрать, какой посудой планируется торговать. Продавать можно как предметы ежедневного обихода, так и дорогие элитные товары. Следует обратить внимание также на одноразовую посуду, сегодня она имеет широкий ассортимент, начиная от самых простых тоненьких тарелочек, стаканчиков и заканчивая толстыми, плотными и очень красивыми пиалами, стаканами и фужерами. Одноразовая посуда оптом стоит совсем недорого, поэтому на ней можно хорошо заработать.

Начинающим бизнесменам специалисты рекомендуют не продавать посуду одной марки, а иметь в наличии товар различных производителей. При этом следует заранее выбрать ценовую категорию.

К низшей ценовой категории можно отнести посуду, которую поставляют из Турции и Китая. К средней ценовой категории относятся товары из Беларуси и Польши, а вот самую дорогую и качественную посуду изготавливают во Франции, Италии и Чехии.

***Классификация*** ***продукции***. Посуда относится к тем предметам быта, которые используются для приготовления пищи, а так же для ее хранения. Вся посуда разделяется на следующие категории:

1. Предметы, предназначенные для сервировки стола (тарелки, блюда, чашки, стаканы, блюдца и др);

2. Предметы, используемые для приготовления пищи (сковорода, кастрюля, сотейник, шумовка, весы кухонные);

3. Сосуды, предназначенные для хранения пищи.

Также посуда классифицируется по материалу, из которого она изготовлена: стеклянная, керамическая, фаянсовая и фарфоровая посуда, металлическая, пластиковая, посуда с антипригарным покрытием.

***Сбыт.*** Потенциальными покупателями будет являться население, приобретающее посуду для себя и в подарок. Можно заключить договора с руководителями социальных учреждений, таких как детские сады, школы, а также с предприятиями общественного питания (столовые, рестораны) на поставку посуды в их организации.

Для привлечения клиентов необходимо позаботиться о наружной рекламе (вывеска, штендер), так же можно предлагать постоянным клиентам скидки и проводить различные акции.

**Технология**

Торгово - технологический процесс в магазине можно разделить на три части:

- операции с товарами до предложения их покупателям;

- операции непосредственного обслуживания покупателей;

- дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

На качество торгового обслуживания существенное влияние оказывают операции с товарами до предложения их покупателям. К ним относят:

- разгрузку транспортных средств;

- доставку товаров в зону приемки;

- приемку товаров по количеству и качеству;

- доставку товаров в зону хранения, подготовки к продаже или непосредственно в торговый зал (в зависимости от степени готовности их к продаже);

- хранение товаров; подготовку товаров к продаже;

- перемещение товаров в торговый зал; выкладку товаров на торговом оборудовании.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляют операции непосредственного обслуживания покупателей:

- встреча покупателя;

- предложение товаров;

- отбор товаров покупателями;

- расчет за отобранные товары;

- оказание покупателям дополнительных услуг.

В магазине должны быть созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товаров.

Третья часть торгово-технологического процесса включает разнообразие услуг, связанных с приобретением товаров (прием предварительных заказов, комплектование подарочных наборов и т. д.).

Опытные предприниматели советуют начинать с небольшого магазинчика или отдела в крупном торговом центре. Выбирать место желательно, где есть «якорь» — торговые точки с тематическими товарами, такими как кухонный текстиль, бытовая техника и прочее. Необходимо помнить: посуда, как правило, приобретается на фоне других покупок. Можно расположиться и вблизи магазина подарков, поскольку многие покупатели считают кухонную утварь неплохим презентом и покупают ее по случаю тех или иных праздников. Также магазин посуды можно открыть в спальном районе.

При выборе места следует обратить внимание на то, есть ли поблизости конкуренты.

Самая оптимальная площадь для магазина посуды – 30 кв. м.

Если помещение можно арендовать, то торговое оборудование лучше приобретать - так с легкостью можно развернуть торговлю в другом месте, если понадобится.

**Персонал**

Для работы в небольшом магазине достаточно двух продавцов – консультантов. Желательно, чтобы они разбирались в производителях, материалах изготовления и самой посуде. На место продавца, по мнению опытных бизнесменов, лучше всего нанять женщину средних лет. На подсознательном уровне у покупателей именно она ассоциируется с опытной хозяйкой, которая может дать полезный совет по выбору посуды.

**Экономика**

***Первоначальные инвестиции***

Необходимо приобрести торговое оборудование (в случае приобретения оборудования б/у затраты составлят не более 100 000 тенге). Необходим также оборотный капитал. При ежедневной выручке в 25 000 тенге размер оборотного капитала (для приобретения первой партии товара) составит не менее 25 000 тенге/день \* 30 дней \* 100/130 (наценка) = 576 923 тенге. Таким образом, общая сумма первоначальных затрат составит 676 923 тенге.

***Доходы***

При выручке в 25 000 тенге в день ежемесячно можно будет выручить 750 000 тенге.

***Расходы***

Наценка на посуду в среднем составляет 30%, следовательно, для того, чтобы продать на 750 000 тенге, необходимо закупить на 750 000 \* 100/130 = 576 923 тенге.

Расходы на аренду торговой площади 30 м2 \* 2 000 тенге/м2 = 60 000 тенге в месяц.

Заработная плата 1 человек \* 35 000 тенге = 35 000 тенге в месяц.

Расходы по доставке, на рекламу, прочие расходы – 15 000 тенге в месяц.

Всего расходы составят 726 923 тенге в месяц, прибыль – 63 077 тенге. Окупаемость вложенных средств – 10 месяцев.