

Свадебный салон “ВЕСНА”

Цель проекта - открытие свадебного салона “ВЕСНА”.

В ассортимент свадебного салона входит:

- 1) Свадебные платья
- 2) Вечерние платье отечественных брендов
- 3) Детские платья отечественных брендов
- 4) Свадебные аксессуары и бижутерии



Инвестиционные вложения составляют 1 604 000 руб.

Объем стартовых инвестиций, включая оборотные средства – 500 000 руб.

Объем собственных средств – 500 000 руб., заемных – 0 руб.

Срок выхода на плановый объем продаж в 100 тыс. руб. с момента старта

продаж составляет 10 мес.

Срок окупаемости проекта – 10 мес.

| Ключевые финансовые показатели проекта | |
|---|-----------|
| Чистая прибыль проекта*, руб. | 1 628 070 |
| Рентабельность продаж % | 18 |
| Индекс прибыльности, PI | 1 |
| Срок окупаемости, месяц | 10 |
| Дисконтированный срок окупаемости, мес. | 31 |

2.Описание отрасли и

компании

Целью проекта является открытие свадебного салона в г. Москва.

В качестве направления деятельности салона выбрана продажа свадебных и вечерних платьев, а также свадебных аксессуаров и бижутерии.

Основной доход свадебного салона строится на продаже свадебных платьев и реализации сопутствующих товаров (обувь, фата, аксессуары и т.д.).

Также клиентам салона предоставляется ряд дополнительных услуг, таких как хранение платья до свадьбы, отпаривание перед праздником и прочее.

Свадебный салон представляет собой помещение площадью 52 кв. метра, 40 к. м. из которых приходится на торгово-выставочный зал с примерочной.

Салон расположен в центральной части города, в многоэтажном жилом здании, формат салона – стрит-ритейл.

Затраты на ремонт и оборудование салона составляют 445 тыс. руб.

Объем стартовой закупки – 1104 тыс.руб.

Итого инвестиционные затраты с учетом прочих стартовых расходов (поездка на свадебную выставку для поиска поставщиков, создание сайта) – 1604 тыс. руб.

Также понадобится порядка 896 тыс. в качестве оборотных средств, необходимых на ФОТ, арендную плату, закупки и т.д.

Итого открытие бизнеса потребует 2,5 млн. руб., которые планируется взять из личных сбережений.

В качестве формы собственности свадебного салона выбрано ИП с упрощенной системой налогообложения (6% от полученного дохода).

3. Описание товаров

1) В ассортимент свадебного салона входят – свадебные платья, которые составляют базовый ассортимент салона.

Это платья 6 брендов от европейских, российских, китайских, американских и турецких производителей, реализуемые с наценкой в 100-200% от закупочной стоимости.

Ценовой диапазон платьев составляет от 10 до 50 тыс. руб.

2) Другую часть ассортимента составляют свадебные аксессуары – фата, перчатки, тиары, свадебные шубки и накидки, бижутерия, а также прочие праздничные атрибуты и украшения, наценка на которые достигает 300%.

3) Готовые платья заказываются напрямую у производителей. Затраты на первую партию свадебных платьев составят 833 300 руб. (с учетом необходимости закупки нескольких наиболее ходовых размеров платьев). Общие траты на стартовое товарное заполнение салона – 1 260 000 руб.

Поиск поставщиков осуществляется руководителем салона.

В инвестиционные затраты входит посещение специализированной свадебной выставки в г. Москва для налаживания связей с производителями платьев.

4. Продажи и маркетинг

Свадьба – один из самых незабываемых дней в жизни любого человека, поэтому в этот день любая невеста желает выглядеть неотразимо.

Более того, современные невесты стремятся выбирать неповторимые платья, подчеркивающие их индивидуальность.

Подобраны платья 6 различных брендов и 20 моделей, оказываются услуги по индивидуальному пошиву и подгонке.

Учтены также и требования к ценовой доступности товаров (75% платьев имеют цену от 10 до 30 тыс. руб.).

В период «не сезона» (холодное время года), происходит расширение ассортимента вечерних и детских платьев до 40-45%.

Помимо этого, в салоне можно приобрести некоторые сопутствующие аксессуары.

Продажи планируется осуществлять непосредственно в салоне.

Клиентам предлагается осуществить выбор из представленного в салоне ассортимента либо совершить заказ по печатному каталогу или через электронную версию на официальном сайте с возможностью увеличения изображения (инструмент «увеличительное стекло»)



Создание сайта планируется завершить за Неделю до официального открытия.

Группы салона в социальных сетях планируется открыть за 2 месяца до старта.

Наполнение – анонс будущего открытия салона, ассортимент, социальные опросы для определения предпочтений аудитории и прочее.



5. План производства

В качестве места для открытия выбрано помещение на 1 этаже многоэтажного здания, в непосредственной близости от городского ЗАГСА и «свадебной зоны», то есть действующими свадебными салонами.

Выбор данного местоположения обусловлен психологией клиента.

Площадь здания составляет 52 кв. метров с площадью торгово-выставочного зала 40 кв. м., что является оптимальным вариантом исходя из средних нормативов отрасли.

Для ремонта помещения (отделочно-покрасочные работы, обустройство витрины, монтаж вывески и т.д.) понадобится 180 тыс. руб.

Для создания интерьера торгово-выставочного зала с романтическим ладом привлечен дизайнер (стоимость работы - 40 тыс. руб.).

Планируемый срок ремонта и отделки – 1,5 месяца.

Затраты на оснащение свадебного салона составят 265 тыс. руб.

| № | Наименование | Цена, руб. | Кол-во, шт. | Стоимость, руб. | САЙТЫ |
|---|------------------|------------|-------------|-----------------|---|
| 1 | Светильник | 575 | 8 | 4 600 | <u>Светильник настенно-потолочный Kusta 1xE27x100 Вт, цвет белый/бронза</u> |
| 2 | Кассовый аппарат | 24 000 | 1 | 24 000 | <u>Меркурий-115Ф</u> |

| | | | | | |
|---|-----------------------------------|-------|----|--------|---|
| 3 | Зеркало настенное (1 кв. м) | 5289 | 10 | 52 890 | Зеркало настенное Ricom, дерево, темный орех, 60x2,5x145 см |
| | | | | | |
| 4 | Подиум для примерки | 7 200 | 1 | 7 200 | Трансформер «Угловой подиум» |
| 5 | Ширма | 5 250 | 1 | 5 250 | Ширма "Белая орхидея" |

| | | | | | |
|---|------------------------------------|--------|----|--------|---|
| 6 | Кресло | 9 999 | 2 | 19 998 | Кресло Джон |
| 7 | Чехол для платьев | 449 | 50 | 22 450 | Чехол для платья Hausmann, 135x60 см, нетканый материал |
| 8 | Плазменный телевизор | 31 990 | 1 | 31 990 | Телевизор LG 43UH603V |
| 9 | Витрина стеклянная для аксессуаров | 8 000 | 1 | 8 000 | ВИТРИНЫ, ПРИЛАВКИ. НОРД |

| | | | | | |
|----|---------|------------|---|--------|--|
| 10 | Манекен | 19 800 | 5 | 99 000 | Pинко-01 Портновский женский манекен Pинко-01 |
| 11 | Диван | 11 49 0 | 1 | 11 490 | Диван-кушетка Верди Правый |

Задачи по обеспечению функционирования свадебного салона возложены на собственника бизнеса и управляющего.

В штат салона входят 3 продавца, работающих посменно. График работы – 11.00-19.00 без выходных.

В основе текущих расходов салона – выплата арендной платы (45тыс. руб.), заработная плата сотрудниками (вместе с отчислениями – 119,7 тыс. руб.), коммунальные платежи.

Ключевой фактор, влияющий на переменные затраты - сезонность.

Снижение продаж происходит с октября, «низкий сезон» длится до апреля.

В качестве мотивации персонала, продавцы получают дополнительно к окладу по 2% от продаж. Критерии отбора персонала – коммуникабельность, вежливость, приятная внешность, уравновешенность.

Серьезных требований к квалификации персонала нет.

Обучение проводится руководителем и управляющим салона и не требует больших временных



6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Срок запуска проекта от процедур по регистрации ИП, до фактического открытия составляет 3 месяца. Руководителем салона является собственник бизнеса.

В его обязанности входит стратегическое планирование бизнеса, поиск новых поставщиков и партнеров.

Непосредственное ежедневное управление салоном осуществляет администратор. Руководит продажами старший менеджер по продажам. В его подчинении находятся два продавца консультанта.

Все сотрудники, включая управляющего, также напрямую подчиняются собственнику проекта.

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Затраты инвестиционного периода составляют 1604 тыс. руб. К ним относятся:

- ремонт помещения и создание дизайна интерьера – 180 тыс. руб.;
- покупка оборудования – 265 тыс. руб.;
- стартовое товарное наполнение – 1 104 тыс. руб.;
- рабочая поездка на специализированную выставку платьев в Москву,
- включая проживание и авиаперелет – 45 тыс. руб.;
- создание сайта – 10 тыс. руб.

В затраты основного периода входят:

- закупка платьев и аксессуаров – 518,5 тыс. руб.;

- ФОТ – 119,7 тыс. руб.+2% от продаж;
- арендная плата за 50 кв. м. – 45 тыс. руб.;
- реклама – 15 тыс. руб.;
- бухгалтерия – 7 тыс. руб.;
- На продвижения сайта – 6 тыс. руб.;
- коммунальные услуги – 3 тыс. руб.;
- электроэнергия – 1,5 тыс. руб.

8. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Проект по открытию свадебного салона отличается высоким уровнем наценок на товары (от 100% до 300%) и готовностью клиентов тратить на покупку большие средства, что значительно снижает уровень рисков и обеспечивает хорошую рентабельность по факту выхода на плановые объемы продаж.



ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА СОТРУДНИКОВ

| № | Должность | Кол-во чел. | ФОТ, РУБ. |
|--------|------------------------------|-------------|-----------|
| 1 | Администратор салона | 1 | 75000 |
| 2 | Старший менеджер по продажам | 1 | 50000 |
| 3 | Продавец-консультант | 2 | 35000 |
| 4 | Уборщик | 1 | 25000 |
| Итого: | | | 185 000 |



9. Календарный план реализации проекта.

| Работы | Сроки выполнения | | Ответственный исполнитель |
|---|------------------|------------|---------------------------|
| | Начало | Окончание | |
| Написание бизнес плана | 02.11.2015 | 08.11.2015 | Директор |
| Заключение предварительного договора аренды помещения | 10.11.2015 | 15.11.2015 | Директор |
| Регистрация в качестве ООО | 16.11.2015 | 18.11.2015 | Директор |
| Заключения договора аренда помещения | 19.11. 2015 | 19.11.2015 | Директор |
| Закупка оборудования | 21.11. 2015 | 23.11.2015 | Директор |
| Доставка оборудования | 26.11. 2015 | 27.11.2015 | Директор |
| Начало и запуск оборудования | 28.11. 2015 | 30.11.2015 | Директор |
| Наем персонала | 10.12.2015 | 20.12.2015 | Директор |
| Начало работы салона | 06.01.2016 | | Директор |

10.Риск и гарантии

| № | Риск | Вероятность наступления | Степень тяжести последствий | Меры по предотвращению |
|---|--|-------------------------|-----------------------------|--|
| 1 | Связанный спад продаж в связи с наступлением холодного времени года, нерентабельность салона | ВЫСОКАЯ | ВЫСОКАЯ | Активация маркетинговой деятельности ,предоставление больших скидок на коллекции , расширение коллекции вечерней одежды продажа дополнительных услуг |
| 2 | Затоваривание салона неликвидными товарами | СРЕДНЯЯ | СРЕДНЯЯ | Предоставление скидок, обновление коллекции поиск новых моделей и поставщиков, использование стратегии заказ пробных товаров минимальными партиями |
| 3 | Рост конкуренции в регионе | СРЕДНЯЯ | СРЕДНЯЯ | Использование конкурентных преимуществ, поиск новых маркетинговых ходов, наложение предпродажного сервиса, совершенствование ассортиментной политики |
| 4 | Рост курса доллара и евро , повышение закупочных цен | СРЕДНЯЯ | СРЕДНЯЯ | Переход на отечественную продукцию, поиск новых поставщиков, посещение специализированных выставок |
| 5 | Резкое ухудшение экономической ситуации , снижение платежеспособности | НИЗКАЯ | СРЕДНЯЯ | Выбор более эффективной ценовой политики, пересмотр ассортиментной матрицы, активизация сотрудничества с посредниками |

11. Окружение и нормативная информация.

Риски

| Предпринимательские | Экологические | Социальные |
|---|--|--|
| 1. Риск некачественного выполнения работ | Внутренняя угроза физического характера связанная с высоким уровнем шума | Забастовки , связанные с неправильным распределением денежных средств от выполненных заказов |
| 2. Риск , связанные с краже оборудования | | |
| 3. Риск связанный с выходом из строя оборудования | | |
| 4. Внутренние техногенные пожары и аварии от неправильного обращения с электроприборами | | |
| 5. Отключение электроэнергии | | |