

# БИЗНЕС-ПЛАН: СВАДЕБНЫЙ САЛОН

Выполнили: Иванова А.А.  
Илюшина Д.Р.  
Хрипунова Е.Н.  
Группа 03151

# РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- Цель проекта - открытие свадебного салона в г. Сургуте (Ханты-Мансийский автономный округ - Югра).
- Востребованность в свадебных салонах в указанном регионе велика - ХМАО занимает лидирующие позиции по количеству браков на 1000 населения, занимая второе место по этому показателю в России. Целевая аудитория покупателей салона - женская часть населения от 8 до 60 лет, около 77% основных покупателей - девушки от 18 до 35 лет, желающие вступить в брак.

# РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

В ассортимент свадебного салона входят:

- ◉ Свадебные платья 6 отечественных и зарубежных брендов;
- ◉ Вечерние платья отечественных брендов;
- ◉ Детские платья отечественных брендов;
- ◉ Свадебные аксессуары и бижутерия.



# РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

- Инвестиционные вложения составляют 1 604 000 руб. Объем стартовых инвестиций, включая оборотные средства - 2 500 000 руб. Объем собственных средств - 2 500 000 руб., заемных - 0 руб. Срок выхода на плановый объем продаж в 1 млн. руб. с момента старта продаж составляет 2 мес. Срок окупаемости проекта - 21 мес.

Ключевые финансовые показатели проекта	
Чистая прибыль проекта*, руб.	1 628 070
Рентабельность продаж, %	18
Индекс прибыльности, PI	1
Срок окупаемости, мес.	21
Дисконтированный срок окупаемости, мес.	31

# ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ

- Целью проекта является открытие свадебного салона в г.Сургут. В качестве направления деятельности салона выбрана продажа свадебных и вечерних платьев, а также свадебных аксессуаров и бижутерии.



# ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ

- Основной доход свадебного салона строится на продаже свадебных платьев и реализации сопутствующих товаров (обувь, фата, аксессуары и т.д.). Дополнительный доход извлекается от продажи вечерних платьев, спрос на которые менее подвержен сезонным колебаниям. Также клиентам салона предоставляется ряд дополнительных услуг, таких как хранение платья до свадьбы, отпаривание перед праздником и прочее.

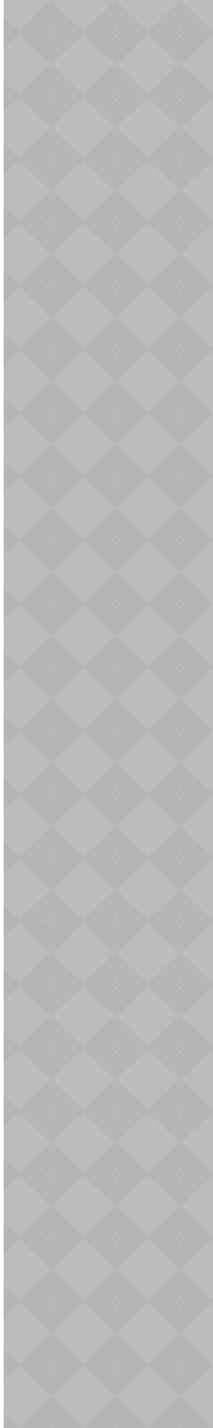
# ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ И КОМПАНИИ

- 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.



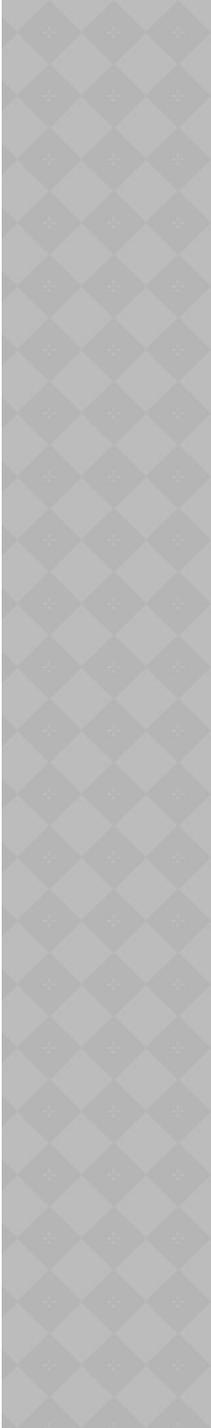
# ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ

- В основе товарной матрицы салона - 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. Основной упор сделан на ценовую категорию до 30 тыс. руб., на которую приходится около 75% ассортимента свадебных платьев. 25% имеют стоимость от 30 до 50 тыс. руб.



# ОПИСАНИЕ ТОВАРОВ

- 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%. Таким образом, начальный ассортимент свадебного салона можно описать схемой: «20 моделей свадебных платьев - 7 моделей вечерних и детских платьев - 77 видов аксессуаров».



# ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

- Свадьба - один из самых незабываемых дней в жизни любого человека, поэтому в этот день любая невеста желает выглядеть неотразимо. Требования к качеству свадебных платьев предъявляются повышенные. Более того, современные невесты стремятся выбирать неповторимые платья, подчеркивающие их индивидуальность. В ассортименте салона учтены эти тенденции. 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 «несезона» (холодное время года), происходит расширение ассортимента вечерних и детских платьев до 40-45%.

# ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

- **Спрос на товары свадебных салонов напрямую связан с такими показателями, как количество зарегистрированных браков, которое ведется Росстатом и его региональными подразделениями.**



# ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

- 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»). Привлечь потенциальных клиентов планируется с помощью активного ведения аккаунтов и групп в социальных сетях (Вконтакте, Instagram), а также с помощью SEO-продвижения сайта с выходом на первые строки поисковых запросов «свадебное платье», «свадебный салон», «свадебное платье купить».

# ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

- Географически свадебный салон расположен в г. Сургут с населением в 340 тыс. чел., в центральном районе города. 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. Выбирая свадебный наряд, невеста стремится обойти как можно большее количество салонов, поэтому в первую очередь посещает так называемые «свадебные кварталы», а не одиночные точки.

# ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

- Площадь здания составляет 52 кв. метров с площадью торгово-выставочного зала 40 кв. м.
- 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.



# ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

- Срок запуска проекта от процедур по регистрации ИП, до фактического открытия составляет 3 месяца. Руководителем салона является собственник бизнеса, который не обязан постоянно присутствовать в салоне, осуществляя руководство в удаленном режиме. 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.

# 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 (аутсорсинг) - 7 тыс. руб.;
- SEO-продвижение сайта - 6 тыс. руб.;
- коммунальные услуги - 3 тыс. руб.;
- электроэнергия - 1,5 тыс. руб.

# 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.
- Срок окупаемости проекта составляет 21 мес., дисконтированный срок окупаемости - 31 мес. Основные показатели, рассчитанные для трехлетнего периода, приведены в Табл. 4. Согласно им, чистая прибыль свадебного салона, составит 1628 тыс. руб.

# РИСКИ И ГАРАНТИИ

- Проект по открытию свадебного салона относится к традиционному и хорошо освоенному виду бизнеса. Свадебному делу способствует выбранный регион развития: показатели по количеству браков на тысячу человек в Ханты-Мансийском автономном округе одни из самых высоких.
- Один из основных рисков свадебного салона - фактор сезонности. В связи с длительностью холодного времени года велика опасность растраты полученных в пик продаж доходов в основные месяцы.
- Для минимизации негативных последствий для эластичности спроса и повышения рентабельности предлагается проводить комплекс мер по активизации маркетинговой деятельности, введение больших скидок на прошлые коллекции платьев (до 30-50%), упор на продажи вечерних платьев и дополнительных услуг.

# СВОТ-АНАЛИЗ

## Сильные стороны

- ❖ большой ассортимент
- ❖ привлекательное оформление витрин
- ❖ качественное обслуживание
- ❖ приемлемые цены
- ❖ расположение в центре города
- ❖ накрутка на товар до 200%, в то время как у конкурентов она превышает 300%
- ❖ оказание спектра услуг по хранению, подшивке, отпариванию платья

## Слабые стороны

- ❖ недостаточная развитость сети
- ❖ низкая узнаваемость торговой марки
- ❖ затоваривание салона неликвидными товарами

## Возможности

- ❖ внедрение новых товарных групп
- ❖ расширение сети внутри страны
- ❖ появление новых потребителей на текущих рынках
- ❖ охват новых потребностей текущих покупателей
- ❖ увеличение объема покупки
- ❖ увеличение частоты покупки

## Угрозы

- ❖ снижение уровня продаж в «холодные» сезоны
- ❖ возможность снижения показателей зарегистрированных браков
- ❖ рост конкуренции в регионе
- ❖ повышение закупочных цен
- ❖ резкое ухудшение платежеспособности клиентов