## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Цветочный магазин не только прибыльный бизнес, но и приятное хобби. Этот вид предпринимательства подходит для тех, кто стремится к финансовой независимости и любит флористику. Что может быть чудеснее, чем дарить людям радость и находиться в постоянном соприкосновении с природой? Возможно, со временем цветочный бизнес станет для его обладателя образом жизни. Подмечено, что люди, окунувшиеся в сферу флористики, уходят из него лишь в форс-мажорных ситуациях. Чтобы удачно совмещать искусство и бизнес, постараемся рассказать о самых важных моментах данного дела.

**Цель проекта**: получение прибыли за счет продажи востребованного ассортимента свежих цветов, сопутствующих товаров, а также оказания дополнительных услуг.

**Основные факторы успеха магазина цветов**:

* высокая наценка на продукцию;
* высокая квалификация персонала;
* большой ассортимент;
* предложение качественной услуги своим клиентам;
* наличие эффективных методов рекламы и продвижения собственной продукции.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **513 000** рублей.

Точка безубыточности достигается на **пятый** месяц работы.

Срок окупаемости составляет **18** месяцев.

Средняя ежемесячная прибыль 1-ого года реализации проекта **41 790** руб.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Цветочный магазин — выгодный бизнес, который позволит с минимальными вложениями получать значительную прибыль, ведь ни один праздник или торжество не обходится без букета.

**Ассортимент цветов:**

* гвоздика, кустовая гвоздика (минимум 3 оттенка);
* хризантемы (3-4 оттенка);
* розы (от 10 до 15 различных оттенков);
* кустовые розы (около 5 оттенков);
* гербера(3-5 оттенка);
* тюльпаны;
* пионы.

**Кроме привычных для российской территории цветов нужно предлагать и экзотические, привезенные из тропических стран:**

* орхидеи;
* стрелиции;
* фрезии;
* анемоны;
* ранункулюсы;
* ирисы;
* антуриумы.

Редкие виды цветов, в отличие от тех, которые покупают каждый день и в больших количествах, должны быть представлены в нескольких экземплярах. Для покупателей можно распечатать специальные брошюры, в которых будет рассказ не только о данном виде растений, но и способах ухода за ним, условиях содержания, и т.д.



**Ассортимент предлагаемого товара:**

* Срезанные цветы;
* Цветочная композиция, изготовленная флористом с использованием упаковочных материалов, играющих важную роль в цветочном бизнесе, ведь от них зависит красивое оформление букетов;
* Сувениры.

**Характеристика упаковочных материалов:**

* подарочная упаковка для цветов и цветочных композиций;
* сумочки из различных материалов;
* упаковочная бумага на любой вкус;
* коробки для упаковки цветочных композиций;
* корзины для букетов;
* ленты, флористические банты, стразы.

**Для увеличения прибыли вашего бизнеса можно оказывать следующие виды услуг:**

* услуги по оформлению помещений для торжеств;
* проведение мастер-классов по флористике.

## 3. Описание рынка сбыта

Сегодня на рынке цветочных магазинов достаточно высокая конкуренция. Здесь низкие барьеры входа и хорошие перспективы развития. Таким образом, для того чтобы занять свое место в данной нише, нужно по максимуму использовать свои возможности и находить новые и оригинальные пути развития. На данный момент особую актуальность приобретают онлайн-магазины цветов. Связано это с тем, что люди все активнее пользуются интернетом для совершения покупок, цветов и букетов в том числе. Сегодня цветочные магазины продают не только цветы, но еще и корзины со сладостями, винами, подарками, украшенные цветами. Особенно актуальными эти подарки становятся в предпраздничное время. Вообще, период с конца декабря до середины марта можно назвать самым пиковым из-за большого количества праздников в этот промежуток времени. Многие продавцы цветов за эти 3,5 месяца получают прибыли больше, чем за весь остальной год. Активность проявляется также в мае и сентябре.

Есть конкретные даты пика продажи цветов:

* 1 сентября;
* 14 февраля;
* 7 — 9 марта;
* 25 мая.

Целевая аудитория

Цветы активно покупают и дарят самые широкие слои граждан. Ядро целевой аудитории — работающая молодежь в возрасте 18-35 лет. Эту группу покупателей можно считать основной по части генерации выручки магазинов: они дарят цветы друг другу, своим родителям, бабушкам, дедушкам, оплачивают покупку цветов детям во время праздников.

Люди покупают цветы, имея различные цели:

* Желание поздравить кого-либо с торжественным событием;
* Желание оказать знак внимания противоположному полу;
* Приобрести средство украшения интерьера как частного жилища, так и общественных мест.

## 4. Продажи и маркетинг



За несколько недель до открытия цветочного магазина стоит начать заниматься рекламой.

Способы привлечение новых клиентов:

* реклама в социальных сетях;
* реклама в местных средствах массовой информации, транспортная реклама;
* раздача промо-листовок.

В разработке рекламной кампании важно учитывать следующие основные нюансы:

* Уделить внимание брендингу. Очень важно подобрать яркий, запоминающийся бренд. Важно, чтобы потребитель был привязан именно к названию, обстановке, а не к адресу магазина и работающему в нём персоналу. К тому же, именно бренд помогает вызвать доверие покупателя, развить в нём лояльность к магазину.
* Применение наружной рекламы резко увеличит количество спонтанных покупок, поэтому ей тоже нужно уделить особое внимание.
* Реклама в интернете. При условии, что у магазина будет собственная страница, продвижение на просторах интернета будет просто необходимым. В таком случае сам сайт магазина нужно будет продвигать в поисковых системах и социальных сетях.
* Уделить внимание выпуску дисконтных и бонусных карт, подарочных сертификатов, проведению акций.

## 5. План производства

Основная цель проекта — открытие цветочного магазина и максимизация его прибыли.

1 этап:

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

**Требования к помещению магазина:**

— Отдельный стационарный павильон площадью 20−40 м2 или помещение такой же площади на первом этаже офисного здания или жилого дома;

— Окна и вход должны открываться на первую линию или быть в зоне видимости с нее;

— Желательно, чтобы здание находилось вблизи проезжей части и рядом с остановкой общественного транспорта;

— Возможность размещения вывески;

— Наличие водопровода и санузла.

2 этап:

Оформление юридического лица.

Открывая собственный цветочный магазин, особое внимание необходимо уделить организационно-правовым вопросам. Очень важно владеть всей необходимой информацией и работать по закону, чтобы избежать различных штрафов.

1. Организационно-правовая форма — ИП или ООО.
2. Предпринимателю выгоднее выбрать УСН «Доходы минус расходы» 15%.
3. Обязательно наличие «Программы санитарно-производственного контроля». Он проводится единожды — после согласования в Роспотребнадзоре.
4. Обязательно наличие договоров на дератизацию, дезинсекцию и дезинфекцию.
5. Системы вентиляции и кондиционирования тоже должны обслуживаться, дезинфекция их обязательна.
6. Обязателен договор на вывоз и утилизацию ТБО.
7. Есть требования и к внутренней документации магазина. Так, в организации должны быть:
   * журнал по учету просроченной продукции;
   * журнал учета дезинфицирующих средств;
   * ассортиментный перечень реализуемой продукции.
8. На всю продукцию потребуются гигиенические разрешения СЭС или соответствующие сертификаты качества.
9. Стоит ознакомиться с Таможенным кодексом и постановлениями Россельхознадзора, которые относятся к растениям.
10. Обращаем ваше внимание, что получать лицензию на продажу цветов не нужно, а вот разрешение на торговлю цветами получить придется.
11. Если будете принимать оплату от клиентов по банковским картам, то вам необходимо открыть расчетный счет.

3 этап:

* Подбор персонала;
* Поиск поставщиков;
* Рекламная кампания;
* Ремонт помещения;
* Закупка необходимой мебели;
* Установка техники;
* Торжественное открытие;
* Рекламная кампания по плану годовых акций;
* Текущая работа цветочного магазина.

## 6. Организационная структура

**Штатное расписание:**

* директор — 1,
* продавец/флорист — 2,
* курьер — 1.

Общее количество персонала — 4 человека.

**Требования ко всем кандидатам:**

* активная жизненная позиция;
* высокие коммуникативные умения;
* доброжелательность;
* честность;
* дисциплинированность;
* ответственность.

**Требования к флористу:**

* хороший вкус;
* умение заинтересовать покупателя;
* опыт работы на аналогичных должностях;

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Постоянные расходы | Оклад | Количество сотрудников | Сумма | Средняя з/п в месяц на сотрудника |
| Директор | 30 000 | 1 | 30 000 | 39 737 |
| Продавец | 25 000 | 2 | 50 000 | 25 000 |
| Курьер | 15 000 | 2 | 30 000 | 15 000 |
| Страховые взносы |  |  | 33 000 |  |
| Итого ФОТ |  |  | 143 000 |  |

## 7. Финансовый план

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 513 000 руб.

|  |  |
| --- | --- |
| Инвестиции на открытие |  |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 10 000 |
| Дизайн-проект помещения | 70 000 |
| Ремонт | 80 000 |
| Вывеска | 50 000 |
| Рекламные материалы | 50 000 |
| Аренда на время ремонта | 48 000 |
| Закупка оборудования | 190 000 |
| Прочее | 15 000 |
| Итого | 513 000 |

План продаж по проекту прогнозируется с учетом сезонности данного бизнеса. Прогнозируется постепенное увеличение объёмов продаж в первые 3 месяца реализации проекта. Несмотря на сезонность данного бизнеса, структура продаж диверсифицирована таким образом, что магазин постоянно получает прибыль.

Таким образом, рассматриваемый базовый сценарий является реалистичным, и проект обладает резервом увеличения объемов продаж в случае удачного вхождения на рынок.

В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов продаж.

В таблице представлены усредненные ежемесячные издержки.

|  |  |
| --- | --- |
| Ежемесячные затраты |  |
| ФОТ (включая отчисления) | 152 737 |
| Аренда | 24 000 |
| Амортизация | 2 222 |
| Коммунальные услуги | 15 000 |
| Реклама | 20 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 10 000 |
| Закупка товара | 194 733 |
| Непредвиденные расходы | 15 000 |
| Итого | 433 692 |

Помимо данных, приведённых в таблице выше, основной статьей затрат в ежемесячных издержках является закупка товаров, сырья и материалов. Структура закупок первого года реализации проекта представлена в таблице.

Таким образом, 15% закупленных цветов остаются нереализованными и списываются на убытки. Наценка на цветы составляет 200%, наценка на сувениры составляет 100%. Стоимость упаковки составляет 5% от продажи букета.

С учётом закупки товаров, сырья и материалов сумма ежемесячных затрат в среднем составляет 384 500 рублей.

Финансовый результат за первый год деятельности представлен в таблице. Средняя чистая прибыль за первый год работы составляет 121 000 руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Выручка** | 12  100 | 18  438 | 291  900 | 291 900 | 656 775 | 1 042 500 |
| **(-) Ежемесячные затраты** | |  | | --- | | 281 764 | | |  | | --- | | 305 846 | | |  | | --- | | 351 820 | | |  | | --- | | 351 820 | | |  | | --- | | 505 068 | | |  | | --- | | 667 072 | |
| **(=) Валовый доход** | |  | | --- | | -156 664 | | |  | | --- | | -123 408 | | |  | | --- | | -59 920 | | |  | | --- | | -59 920 | | |  | | --- | | 151 707 | | |  | | --- | | 375 428 | |
| **(-) Налоги УСН (доходы-расходы, 15%)** |  |  |  |  | |  | | --- | | 22 756 | | |  | | --- | | 56 314 | |
| **(=) Чистая прибыль** | |  | | --- | | -156 664 | | |  | | --- | | -123 408 | | |  | | --- | | -59 920 | | |  | | --- | | -59 920 | | |  | | --- | | 128 951 | | |  | | --- | | 319 114 | |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | |  | | --- | | -156 664 | | |  | | --- | | -280 073 | | |  | | --- | | -339 993 | | |  | | --- | | -399 913 | | |  | | --- | | -270 962 | | |  | | --- | | 48 152 | |

При горизонте планирования 2 года можно выделить следующие экономические показатели:

**Срок окупаемости составляет 18 месяцев;**

**Дисконтированный срок окупаемости — 18 месяцев;**

**Чистый дисконтированный доход — 258 216 руб.;**

**Индекс прибыльности — 1,5;**

**Внутренняя норма рентабельности — 15,82%.**

## 8. Факторы риска



Перед открытием цветочного магазина стоит учесть возможные риски, а также пути их предотвращения.

**К рискам можно отнести:**

* Тот факт, что цветы являются скоропортящимся товаром. Чтобы избежать возможных убытков, нужно постоянно проводить мониторинг рынка, прогнозировать спрос. Все это требует больших знаний и времени.
* Возможность получения некачественного и бракованного товара. Причем не всегда удаётся его вернуть. Тут важно корректно составлять договор с поставщиками и выбирать добросовестных партнёров, которые тоже будут заинтересованы в своевременной доставке качественного продукта.
* Цикличность рынка цветов и эпизодичность спроса. Бороться с этими рисками напрямую почти невозможно. Но можно сглаживать последствия, открывая дополнительные возможности сегмента. Так, сегодня в цветочных ларьках можно встретить мягкие игрушки, открытки, сувениры и многое другое. Можно заниматься оформлением торжеств, что хотя бы частично поможет оценить планируемый объем прибыли.

**Способы предотвращения рисков:**

* Быть осторожным, сводить риски к минимуму;
* Сотрудничать с проверенными поставщиками (лучше предварительно посоветоваться со знающими людьми);
* Налаживать контакты сразу с несколькими поставщиками, чтобы цветы, их ассортимент непрерывно обновлялся;
* Ассортимент должен формироваться исходя из мониторинга рыночной обстановки.

Поставщиков, их резюме без труда можно найти в интернете, но сайты не расскажут о своих владельцах всю правду, поэтому нужно перестраховаться и все тщательно проверить.