## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Открытие свадебного салона может стать для вас не только выгодным вложением, но и приятным хобби. Данный вид бизнеса всегда считался прибыльным. Быть владельцем салона престижно, к тому же работа в свадебной индустрии всегда привлекала своей праздничной атмосферой. Счастливые покупатели, красивые невесты, море удовольствия и, главное, высокий доход — кто же не мечтает работать в данном сегменте.

Так как данная ниша является очень привлекательной, в ней присутствует высокая конкуренция. Для наиболее успешного вхождения в эту сферу необходимо составить подробный бизнес-план, учитывая все нюансы данного дела.

Мы рассмотрим свадебный салон в городе с населением более 1 млн. людей, целевая аудитория которого — женщины со средним уровнем достатка.

**Цель проекта**: получение прибыли в сфере бизнеса свадебных салонов. В качестве направления деятельности выбрана продажа платьев для невест, вечерних платьев, а также аксессуаров и бижутерии.

**Основные факторы успеха**:

* ликвидный товар;
* большой ассортимент;
* высокое качество продукции;
* доступные цены;
* продуманная маркетинговая политика.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **1 874 000** рублей.

Точка безубыточности достигается **во второй** месяц работы.

Срок окупаемости составляет **8** месяцев.

Средняя ежемесячная прибыль 1-ого года реализации проекта **210 000** руб.

Рентабельность продаж **19%**.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Свадебный салон — выгодный бизнес, который имеет высокую рентабельность.

В данном бизнес-плане мы рассмотрим открытие салона в городе с населением более 1 млн. человек. Для такого города оптимально открывать салон с площадью 80-100 м2 с расположением в центре города.

**Основной доход свадебного салона строится на продаже свадебных платьев** **и реализации сопутствующих товаров, такие как аксессуары**. Дополнительный доход извлекается от продажи вечерних платьев, спрос на которые менее подвержен сезонным колебаниям.

Структура управления салоном отличается простотой. Непосредственное руководство осуществляют собственник проекта и управляющий. В их ведении находятся все административные вопросы, включая закупку продукции. Непосредственно продажами занимаются три менеджера по продажам, работающих посменно.

**В ассортимент свадебного салона входят:**

1) Свадебные платья отечественных и зарубежных брендов;

2) Вечерние платья отечественных и зарубежных брендов;

3) Свадебные аксессуары и бижутерия.

Для увеличения прибыли рекомендуем ввести прокат свадебных и вечерних платьев.

Дополнительно заключим договор с ателье на пошив эксклюзивных платьев и подгонку готовой одежды.

Часы работы: 10:00-22:00.



## 3. Описание рынка сбыта

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

Согласно статистике, число браков в год на 1000 человек за последние 5 лет составляет 8-9. В 2016 году наблюдается значительный спад до 6,7 браков, однако это связано с тем, что год был високосный. Начиная с 2017 года прогнозируется положительная динамика числа регистрируемых браков, что уже можно наблюдать сейчас. 2017 год стал бумом свадеб, поэтому сейчас самое время войти в эту нишу наиболее эффективным образом.

**Ценовой диапазон, в котором планируется работа салона составляет 10 000 — 50 000 руб.**, где оптимальная стоимость платья составит — 30 000 руб. В этой нише находится около 70% покупателей, остальные 30% распределятся следующим образом:

— 20% — 10 000 — 30 000 руб.

— 10% — 30 000 — 50 000 руб.

Основная целевая аудитория — женщины со средним уровнем достатка в возрасте от 18 — 37 лет.

## 4. Продажи и маркетинг

Основным является то, что не нужно экономить на рекламе, особенно в первое время.

Для начала следует продумать логотип вашего салона. Он должен быть ярким и запоминающимся, чтобы обеспечить узнаваемость вашего магазина.

Для увеличения продаж и развития бизнеса следует создать сайт, с помощью которого вы сможете осуществлять продажи онлайн, а также найти представителей в других городах.

Свадебная индустрия предусматривает тесные контакты и взаимную поддержку с другими участниками проведения данного мероприятия. Сюда входят ивент-агентства, флористы, ведущие вечеров, аниматоры. С ними можно договориться о взаимном пиаре. Также рекомендуем распечатать визитки и оставьте их в ЗАГСах, кафе, ресторанах, салонах красоты.

**К самыми эффективными способами рекламирования своей продукции можно отнести:**

* наружная реклама;
* раздача флаеров и визиток;
* продвижение в сети.

Для привлечения внимания к своему салону следует устроить праздничное открытие с шариками, приятными сюрпризами, подарками и фотографами. Заранее следует анонсировать данное мероприятие в социальных сетях для привлечения большего числа гостей.

В дальнейшем следует периодически проводить регулярные рекламные кампании, участвовать в различных свадебных выставках.

## 5. План производства

**Основная цель проекта** — открытие свадебного салона и максимизация его прибыли.

**1 этап:**

Обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения.

**Требования к помещению:**

* Месторасположение — центр города.
* Площадь помещения: 80−100 м2;
* Отдельный вход;
* Наличие парковки;
* Желательно, чтобы здание находилось вблизи проезжей части и рядом с остановкой общественного транспорта;
* Возможность размещения вывески;
* Желательно наличие витринных окон, которое станет лучшей рекламой магазина;
* Наличие системы сигнализации и видеонаблюдения.

**2 этап:**

**Оформление юридического лица.**

**Регистрация предприятия как ИП станет наиболее простым и рациональным решением**.

Для ведения торговли предпринимателю необходим следующий пакет документов:

* свидетельство о регистрации;
* уставные и учредительные документы ;
* паспорт салона с реквизитами;
* подтверждение постановки на налоговый учет;
* справка из Госкомстата;
* договор аренды или права собственности на недвижимость;
* разрешение СЭС, пожарной инспекции;
* справки из коммунальных служб;
* БТИ документы;
* подтверждение на использования некоторых видов рекламы.

**3 этап:**

**Поиск поставщиков:**

Одной из самых важных составляющих бизнеса является собственно товар, который вы будете реализовывать. Поэтому следует очень внимательно отнестись к процессу выбора поставщиков. Также следует учесть, что одни производители могут уходить с рынка, другие появляться, да и клиенты всегда ждут чего-то нового, поэтому следует постоянно отслеживать меняющиеся тенденции. Не стоит забывать, что модели платьев, которые вы планируете предлагать, должны быть действительно интересными и стильными. Старайтесь избегать покупок тривиальных моделей. При этом важно учитывать, что размеры и фасоны нарядов должны соответствовать разным типам фигуры.

Специалисты советуют начинать примерно с 40 моделей свадебных платьев и 20 вечерних.

**Товар должен быть представлен классическими и ультрасовременными новинками**. При этом учитывайте последние тенденции в мире моды, чтобы ваши клиенты остались довольны выбором и рекомендовали ваше заведение знакомым. Также важно заключить соглашения на регулярное снабжение моделями в четко оговоренные сроки, чтобы исключить возможность простоя салона в период повышенного спроса на ваши услуги. Помните, найти надежных поставщиков можно в сети. Это дает возможность сотрудничества с известными зарубежными брендами.

Заключая договора на поставку, помните и о стоимости готовых моделей. Чем шире ценовой диапазон в вашем салоне, тем больше потенциальных клиентов можно привлечь.

Что касается выбора производителя, здесь лучше ориентироваться на очень широкий диапазон. Как правило, вы обязательно найдете желающих приобрести вещи и отечественного, и зарубежного производства.



**4 этап:**

* Подбор персонала;
* Рекламная кампания;
* Ремонт помещения;
* Закупка необходимой мебели;
* Установка оборудования;
* Торжественное открытие;
* Рекламная кампания по плану годовых акций;
* Текущая работа свадебного салона.

## 6. Организационная структура

**Штатное расписание:**

* управляющий — 1,
* продавец-консультант — 4,
* уборщица — 1.

Общее количество персонала — 6 человек.

На начальном этапе роль управляющего как правило выполняет сам владелец бизнеса.

**Продавцы-консультанты выполняют наиболее важную роль**. Ведь именно от их мастерства зависит количество продаж и уровень удовлетворения клиентов. Поэтому следует очень внимательно отнестись к подбору персонала. Рекомендуем обратиться в кадровое агентство для поиска наиболее подходящей кандидатуры.

Консультанты должны досконально изучить весь ассортимент салона. Знание основ психологии поможет увеличить объемы продаж, а вежливость персонала станет залогом хорошей репутации вашего заведения.

**Требования к кандидатам:**

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

У управляющего и уборщицы фиксированный оклад — 30 000 руб. и 10 000 руб. соответственно. У продавцов-консультантов окладная часть составляет 10 000 руб. и премиальная часть 10% от продаж.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Продавцы (4 чел), окладная часть** | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 |
| **Продавцы (4 чел), премиальная часть** | 41 000 | 60 900 | 81 000 | 117 500 | 147 500 | 174 000 |
| **Уборщица** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **Управляющий** | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Страховые взносы (30% ФОТ)** | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| **Итого:** | 145 000 | 164 900 | 185 000 | 221 500 | 251 500 | 278 000 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Продавцы (4 чел), окладная часть** | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 | 40 000 |
| **Продавцы (4 чел), премиальная часть** | 174 000 | 174 000 | 114 000 | 86 000 | 76 000 | 73 000 |
| **Уборщица** | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| **Управляющий** | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| **Страховые взносы (30% ФОТ)** | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| **Итого:** | 278 000 | 278 000 | 218 000 | 190 000 | 180 000 | 177 000 |

## 7. Финансовый план

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют 1 874 000 руб.

|  |  |
| --- | --- |
| Аренда на время ремонта помещения и проведение реставрационных работ | 64 000 |
| Изготовление вывески и офрмление фасада | 120 000 |
| Ремонт (косметический ремонт) | 180 000 |
| Оформление интерьера | 50 000 |
| Обоудование (подиум, зеркала, манекены, вешалки, мебельный гарнитур, витрина, примерочные.) | 200 000 |
| Первоначальная закупка товара | 1 000 000 |
| Оформление документов | 20 000 |
| Создание сайта | 90 000 |
| Рекламная кампания | 150 000 |
| **Итого:** | **1 874 000** |

**План продаж по Проекту прогнозируется с учетом сезонности данного бизнеса**. Приведены усредненные показатели. Прогнозируется постепенное увеличение объёмов продаж. 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.



**План продаж 1-ого года реализации проекта, руб.**

|  |
| --- |
| **ПРОДАЖИ** |
| **Структура продаж** | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Свадебные платья** | количество продаж | 10 | 15 | 20 | 30 | 40 | 50 |
| средний чек, руб. | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| итого, руб. | 300 000 | 450 000 | 600 000 | 900 000 | 1 200 000 | 1 500 000 |
|  | количество продаж | 8 | 12 | 15 | 20 | 20 | 15 |
| **Вечерние платья** | средний чек, руб. | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
|  | итого, руб. | 80 000 | 120 000 | 150 000 | 200 000 | 200 000 | 150 000 |
| **Аксессуары** | количество продаж | 10 | 13 | 20 | 25 | 25 | 30 |
| средний чек, руб. | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 |
| итого, руб. | 30 000 | 39 000 | 60 000 | 75 000 | 75 000 | 90 000 |
| **Выручка итого, руб.** | 410 000 | 609 000 | 810 000 | 1 175 000 | 1 475 000 | 1 740 000 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Свадебные платья** | количество продаж | 50 | 50 | 30 | 20 | 15 | 15 |
| средний чек, руб. | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| итого, руб. | 1 500 000 | 1 500 000 | 900 000 | 600 000 | 450 000 | 450 000 |
|  | количество продаж | 15 | 15 | 15 | 20 | 25 | 25 |
| **Вечерние платья** | средний чек, руб. | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
|  | итого, руб. | 150 000 | 150 000 | 150 000 | 200 000 | 250 000 | 250 000 |
| **Аксессуары** | количество продаж | 30 | 30 | 30 | 20 | 20 | 10 |
| средний чек, руб. | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 | 3 000 |
| итого, руб. | 90 000 | 90 000 | 90 000 | 60 000 | 60 000 | 30 000 |
| **Выручка итого, руб.** |  | 1 740 000 | 1 740 000 | 1 140 000 | 860 000 | 760 000 | 730 000 |

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

В таблице представлены усредненные ежемесячные издержки.

|  |
| --- |
| **ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ ЗАТРАТЫ, руб.** |
| Закупка товаров | 549 542 |
| Аренда | 64 000 |
| Коммунальные услуги | 5 000 |
| Реклама | 15 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 5 000 |
| ФОТ | 213 908 |
| **Итого:** | **852 450** |

Основной статьей затрат в ежемесячных издержках является закупка товаров. Таким образом, считаем целесообразным расписать данный пункт в отдельной таблице, чтобы наглядно видеть структуру закупок.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура закупок, руб.** | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| Свадебные платья | 150 000 | 225 000 | 300 000 | 450 000 | 600 000 | 750 000 |
| Вечерние платья | 40 000 | 60 000 | 75 000 | 100 000 | 100 000 | 75 000 |
| Аксессуары | 15 000 | 19 500 | 30 000 | 37 500 | 37 500 | 45 000 |
| Закупки, итого: | 205 000 | 304 500 | 405 000 | 587 500 | 737 500 | 870 000 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Структура закупок, руб.** | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| Свадебные платья | 750 000 | 750 000 | 450 000 | 300 000 | 225 000 | 225 000 |
| Вечерние платья | 75 000 | 75 000 | 75 000 | 100 000 | 125 000 | 125 000 |
| Аксессуары | 45 000 | 45 000 | 45 000 | 30 000 | 30 000 | 15 000 |
| Закупки, итого: | 870 000 | 870 000 | 570 000 | 430 000 | 380 000 | 365 000 |

Наценка на товар составляет 100%.

Финансовый результат за первый год деятельности представлен в таблице. Средняя чистая прибыль за первый год работы составляет 210 000 руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1 месяц** | **2 месяц** | **3 месяц** | **4 месяц** | **5 месяц** | **6 месяц** |
| **Выручка** | 410 000 | 609 000 | 810 000 | 1 175 000 | 1 475 000 | 1 740 000 |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 439 000 | 558 400 | 679 000 | 898 000 | 1 078 000 | 1 237 000 |
| **(=) Валовый доход** | — 29 000 | 50 600 | 131 000 | 277 000 | 397 000 | 503 000 |
| **(-) Налоги УСН (доходы-расходы, 15%)** | — 4 350 | 7 590 | 19 650 | 41 550 | 59 550 | 75 450 |
| **(=) Чистая прибыль** | — 24 650 | 43 010 | 111 350 | 235 450 | 337 450 | 427 450 |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | — 24 650 | 18 360 | 129 710 | 365 160 | 702 610 | 1 130 610 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **7 месяц** | **8 месяц** | **9 месяц** | **10 месяц** | **11 месяц** | **12 месяц** |
| **Выручка** | 1 740 000 | 1 740 000 | 1 140 000 | 860 000 | 760 000 | 730 000 |
| **(-) Ежемесячные затраты** | 1 237 000 | 1 237 000 | 877 000 | 709 000 | 649 000 | 631 000 |
| **(=) Валовый доход** | 503 000 | 503 000 | 263 000 | 151 000 | 111 000 | 99 000 |
| **(-) Налоги УСН (доходы-расходы, 15%)** | 75 450 | 75 450 | 39 450 | 22 650 | 16 650 | 14 850 |
| **(=) Чистая прибыль** | 427 550 | 427 550 | 223 550 | 128 350 | 94 350 | 84 150 |
| **(=) Чистая прибыль нарастающим итогом** | 1 557 710 | 1 985 260 | 2 208 810 | 2 337 160 | 2 431 510 | 2 515 660 |

**При горизонте планирования 1 год можно выделить следующие экономические показатели:**

**Срок окупаемости составляет 8 месяцев;**

**Дисконтированный срок окупаемости — 9 месяцев;**

**Чистый дисконтированный доход — 313 530 руб.;**

**Индекс прибыльности — 1,17;**

**Внутренняя норма рентабельности — 17%.**

## 8. Факторы риска

Перед открытием свадебного салона стоит учесть возможные риски, а также пути их предотвращения.

**К рискам можно отнести:**

* **Высокую конкуренцию**. Данная сфера является высокорентабельной, поэтому привлекательна для вхождения все большего числа участников. Для того чтобы оставаться на высоте необходимо всегда поддерживать высокое качество товара, а также держать сервис на высоком уровне. Забота о клиенте — вот что должно быть на первом месте. Следует создать в салоне очень дружественную и теплую атмосферу.
* **Сезонность**. Данная сфера бизнеса имеет наиболее высокие показатели с апреля по сентябрь включительно, в остальное время наблюдается спад. В не сезон рекомендуем особое внимание уделить вечерним платьям. А также больше внимания уделять рекламе.
* **Сбои в поставках**. Всегда присутствует человеческий фактор. И в результате различных обстоятельств поставки могут происходить не по графику. Чтобы обезопасить себя от этого риска, рекомендуем сотрудничать сразу с несколькими поставщиками и заключать договоры, где предусмотрены штрафные санкции за сбои.