БИЗНЕС-ПЛАН СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО МАГАЗИНА НОЖЕЙ

1.Резюме проекта

Цель проекта – открытие специализированного магазина по розничной продаже хозяйственно-бытовых, туристических, разделочных и прочих видов ножей и аксессуаров к ним и извлечение прибыли. В планируемом к открытию магазине будут представлены ножи, не относящиеся к холодному оружию, а их реализация не будет подлежать лицензированию.

Суть идеи заключается в создании торговой точки мультибрендового формата, где будут представлены ножи как от отечественных, так и зарубежных производителей. В виду узкой специализации магазина основной упор будет сделан на широту ассортимента. В магазине можно будет найти как недорогие ножи китайского производства на любые случаи жизни, так и дорогостоящие коллекционные ножи. Помимо реализации ножей и аксессуаров магазин будет предоставлять услуги по профессиональной заточке ножей. Целевой аудиторией проекта станут мужчины возрастом от 23 лет: охотники, рыболовы, туристы, выживальщики и «ножеманы» всех мастей.

Инвестиции в открытие магазина – 1 785 000 руб. Для запуска проекта будут использованы собственные средства. Этап подготовки к началу продаж составит 3 месяца, включая ремонт и оснащение помещения, подбор персонала, формирование стартового ассортимента. Данный бизнес-план актуален для городов с населением более 500 тыс. человек.

|  |
| --- |
| **Ключевые финансовые показатели проекта** |
| Ставка дисконтирования, % | 17 |
| Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 2 312 964 |
| Чистая прибыль проекта, руб. | 50 000 – 200 000 |
| Рентабельность продаж, % | 5,71 |
| Срок окупаемости (PP), мес. | 24 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 29 |
| Индекс прибыльности (PI)% | 1,3 |

2.Описание отрасли и компании

История ножа в России уходит корнями в глубокое прошлое. Находясь между Востоком и Западом, совмещая на одной территории множество народов и климатических зон, Россия повидала тысячи ножей с различными конструктивными особенностями. В России существовали как национальные ножи, например, полевой, поясной и подсайдашный нож, так и большое число ножей других народов. Освоение новых территорий либо установление тесных связей с ними, способствовали появлению новых видов ножей. При покорении Кавказа началась мода на кавказское оружие, из Европы пришли охотничьи кортики и складные ножи. Наиболее известными центрами производства ножей стали Златоуст, Тула, Ворсма, Фискарс. В советские времена ножевая культура пережила колоссальный упадок. Производство ножей свернулось в 30-е годы прошлого века. В СССР действовали строгие законы, ограничивающие ношение холодного оружия, в результате чего отрасль полностью деградировала. Оставались лишь незначительные цехи товаров народного потребления при предприятиях, занимающихся выпуском металлоизделий. Лишь в 1992 году принятый закон «Об оружии» смягчил возможности приобретения качественного холодного оружия. В отсутствие собственного производства в страну хлынул поток дешевой китайской продукции, а также современные складные ножи, произведенные в Америке и Европе. Прорыв на мировом рынке ножей с точки зрения инноваций и  дизайна связан с деятельностью американской компании Spyderco, которая имеет патенты на отверстие в клинке, клипсу-держатель и серрейтерную заточку клинка. Постепенно стало возрождаться и отечественная ножевая промышленность. Продукция, не уступающая по качеству зарубежным фирмам, ныне выпускается в различных городах и регионах страны (в Кизляре, Москве, Златоусте, Нижегородской области, Туле, Ижевске, Угличе, Волгограде и др.).

Целью настоящего проекта является открытие специализированного магазина по розничной продаже хозяйственно-бытовых, туристических, разделочных и прочих видов ножей и аксессуаров к ним и извлечение прибыли. В магазине, планируемом к открытию, будут представлены ножи, не относящиеся к холодному оружию, а их реализация не будет подлежать лицензированию.

Магазин будет представлять собой небольшую торговую точку мультибрендового формата, где будут представлены ножи как от отечественных, так и зарубежных производителей. В виду узкой специализации магазина основной упор будет сделан на широту ассортимента. В магазине можно будет найти как недорогие ножи китайского производства на любые случаи жизни, так и дорогостоящие коллекционные ножи. Помимо реализации ножей и аксессуаров магазин будет предоставлять услуги по профессиональной заточке ножей. Целевой аудиторией проекта станут мужчины возрастом от 23 лет: охотники, рыболовы, туристы, выживальщики и «ножеманы» всех мастей. Поскольку ножи являются малогабаритным товаром, то для магазина будет достаточно площади в 30 кв. метров.

Деятельность будет зарегистрирована как ИП (индивидуальный предприниматель). Система налогообложения – упрощенная («доходы минус расходы 15%»). Управляющим магазина выступит индивидуальный предприниматель, в подчинении которого будет находиться торговый персонал (продавцы-консультанты).

3.Описание товаров

В ассортимент магазина планируется включить отечественную и зарубежную продукцию, включая ножи из стали, булата, дамасской стали, кованной стали, керамические ножи. В основе товарной матрицы будут находиться ножи трех категорий: дешевые ножи китайского производства, пользующиеся массовым спросом, а также отечественные и брендовые ножи нижнего, среднего и премиум-сегментов. Также в магазине можно будет приобрести аксессуары и предметы по уходу за ножами и заточки (подробнее см. Табл. 3). В процессе развития ассортимент может быть расширен за счет включения других товаров (пневматики, арбалетов и прочее). Кроме этого, клиенты магазина смогут воспользоваться услугами по заточке, переточке и доводке ножей.

Таблица 1. Перечень товаров

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Описание** | **Стоимость, руб.** |
| *Ножи китайские* |
| 1 | Нескладные ножи | Мачете, метательные ножи, разделочные ножи, сувенирные ножи, туристические ножи | 150-2000 |
| 2 | Складные ножи | Ножи-брелоки, ножи-карты, туристические ножи | 120-1900 |
| 3 | Выкидные ножи | Ножи с автоматическим извлечением клинка (туристические ножи) | 150-700 |
| 4 | Ножи-бабочки | Ножи с динамическим извлечением клинка (туристические ножи) | 250-600 |
| *Ножи российские* |
| 5 | Нескладные ножи | Авторские ножи, кинжалы, метательные ножи, охотничьи ножи, разделочные ножи, рыбацкие ножи, сувенирные ножи, туристические ножи, мачете, | 250-40000 |
| 6 | Складные ножи | Туристические ножи | 1500-5000 |
| 7 | Ножи-бабочки | Ножи с автоматическим извлечением клинка | 1000-1500 |
| 8 | Кухонные ножи | Кухонные универсальные, поварские ножи, пчак, филейные ножи | 200-8500 |
| *Брендовые ножи* |
| 9 | Брендовые ножи | Складные, нескладные, выкидные ножи зарубежных брендов | 400-26000 |
| 10 | Брендовые мачете | Мачете зарубежных брендов | 2200-5500 |
| 11 | Кукри | Ножи кукри | 5000-11000 |
| 12 | Кухонные ножи | Кухонные универсальные ножи, ножи для чистки картофеля | 150-6800 |
| *Прочие виды ножей и других изделий* |
| 13 | Коллекционные авторские изделия | Шашки, сабли, кортики, ятаганы | 3500-35000 |
| 14 | Многофункциональные ножи | Мультиинструменты, многофункциональные ножи, ножи выживания | 200-17000 |
| 15 | Наборы ножей | Наборы охотничьих ножей, наборы кухонных ножей | 600-20000 |
| 16 | Перочинные ножи | Перочинные ножи, лезвия | 100-200 |
| 17 | Садовые ножи | Садовые ножи | 150-300 |
| 18 | Тактические ручки | Тактические ручки | 600-1200 |
| 19 | Туристические приборы | Ложки, вилки, открывашки, топоры туристические | 200-1300 |
| *Аксессуары и средства по уходу за ножами* |
| 20 | Ножны | Чехлы, футляры | 150-2000 |
| 21 | Подвески | Подвески на ремень, перевесы под шашку | 400-1000 |
| 22 | Подставки для ножей | Подставки для коллекционных ножей, кухонных ножей, подставки под сабли | 200-5500 |
| 23 | Смазки, салфетки | Смазки, салфетки для ножей | 300-950 |
| 24 | Точильные предметы | Точилки, точильные камни, точильные станки, наборы для заточки, мусаты, масло для заточки | 50-5800 |
| *Прочее* |
| 25 | Журналы, литература | Журналы и литература о ножах | 150-350 |
|  |  |  |  |  |

Вся представленная в магазине продукция будет находиться в свободной продаже в соответствии с законодательством РФ, не требуя лицензии как на продажу и приобретение. При покупке клиентам будут выдаваться сертификаты соответствия или так называемые информационные листки, подтверждающие, что товары не подлежат лицензированию и не являются холодным оружием. Признаки, по которым ножи не являются холодным оружием, а принадлежат к другим категориям, описаны в законе «Об оружии» №150-ФЗ, а также в следующих ГОСТах: ГОСТ Р 51501-99 Ножи туристические и специальные спортивные; ГОСТ Р 51644-2000 Ножи разделочные и шкуросъемные; ГОСТ Р 51215-98 Оружие холодное. Термины и определения; ГОСТ Р 51500-99 Ножи и кинжалы охотничьи. Общие технические условия; ГОСТ Р 51548-2000 Ножи для выживания, ГОСТ Р 51715-2001 Изделия декоративные и сувенирные, сходные по внешнему строению с холодным и метательным оружием.

4.Продажи и маркетинг

Целевой аудиторией магазина будет являться преимущественно мужское население города. На основе анализа участников групп в социальных сетях специализированных магазинов ножей, выяснено, что доля покупателей-женщин не превышает 10-15%. Если говорить о мужском контингенте покупателей, то подобная продукция пользуется наибольшим спросом у мужчин возрастом от 23 до 40 лет (около 60% покупателей), остальные 40% приходятся на аудиторию до 23 лет, либо лиц, старше 40 лет. В основном покупателями подобным магазинов являются:

- рыбаки;

- охотники;

- военные;

- туристы, путешественники и любители активного отдыха;

- выживальщики.

Помимо специализированных магазинов подобного формата, ножевая продукция бывает представлена в более узком ассортименте в отделах туристических, охотничьих, рыболовных магазинов, а также в магазинах сувениров и товаров для дома, если речь идет о продаже кухонных ножей. Все большую конкуренцию также создают также интернет-магазины, имеющие успех благодаря отсутствию издержек за недвижимость и заработную плату сотрудникам.

Требования покупателей к ножам различаются в зависимости от конкретных видов ножей и областей их применения. Если говорить общими словами, то наибольшим успехом среди активных потребителей пользуются ножи, сочетающие в себе два качества: практичность в использовании и стильный внешний вид. На выбор того или иного товара могут повлиять несколько основных критериев, включая вид и качество стали, твердость по шкале Роквелла, форму лезвия, бренд и страну-производителя, доступную стоимость, удобство и дизайн ручки, износостойкость и срок гарантии от производителя.

Стоит отметить и тот факт, что в отличие от 90-х годов, покупатель стал более требовательным. Кругозор покупателей расширился, при этом все больше из них точно знают, какой именно нож им нужен. Современный покупатель получил возможность приобрести индивидуальный продукт, подходящий именно ему по характеристикам и внешнему исполнению. При этом появился новый тип ножа – Every Day Carry, то есть нож на каждый день, - нож городского типа, который можно без боязни использовать и демонстрировать в публичных местах. Они неагрессивны по дизайну, удобны в ношении и использовании. В последние годы также стали пользоваться популярностью так называемые ножи выживания, предназначенные для многофункционального использования в экстремальных условиях дикой природы. С помощью них можно нарезать ветки для разжигания костра, заниматься приготовлением пищи, очищать шкуры животных, строить жилище и прочее.

В связи с вышеназванными тенденциями в магазине планируется представить многообразие современной продукции для совершения покупки, отвечающей индивидуальным потребностям покупателя. Создание стационарного специализированного магазина будет наиболее целесообразно в городе с населением более 500 тыс. человек, который располагает большим числом потенциальных платежеспособных клиентов. Об уровне спроса на ножи можно судить на основе количества запросов в электронных поисковых системах (см. Табл. 2-3).

Табл. 2 Количество интернет-запросов, связанных с покупкой ножей по городам России\*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Город** | **Запрос «купить нож»** | **Всего запросов, связанных с покупкой ножей\*\*** |
| Вся Россия | 251 216 | 489 933 |
| 1 | Москва | 61 645 | 119 522 |
| 2 | Санкт-Петербург | 23 548 | 47 090 |
| 3 | Екатеринбург | 6 763 | 11 975 |
| 4 | Ростов-на-Дону | 5 629 | 10 983 |
| 5 | Нижний Новгород | 5 699 | 10 581 |
| 6 | Новосибирск | 5 603 | 10 130 |
| 7 | Воронеж | 4 185 | 8 085 |
| 8 | Краснодар | 3 663 | 6 827 |
| 9 | Челябинск | 3 039 | 5 613 |
| 10 | Красноярск | 3 013 | 5 576 |
| 11 | Самара | 2 995 | 5 435 |
| 12 | Волгоград | 2 442 | 5 402 |
| 13 | Пермь | 2 620 | 5 293 |
| 14 | Саратов | 2 252 | 4 400 |
| 15 | Кемерово | 2 034 | 3 989 |
| 16 | Уфа | 2 055 | 3 948 |
| 17 | Тула | 2 006 | 3 842 |
| 18 | Казань | 1 992 | 3 715 |
| 19 | Тюмень | 1 769 | 3 383 |
| 20 | Ставрополь | 1 676 | 3 381 |

\*на основе статистики Яндекс Wordstat на 14.04.2016

\*\*в сумму включены запросы «купить нож», «ножи цена», «магазин ножей», «интернет магазин ножей», «купить нож в москве», «купить складной нож», «нож бабочка купить», «нож магазин купить», «ножи купить интернет», «купить охотничий нож», «штык нож купить», «где купить нож», «купить ножи в интернет магазине», «купить нож в спб», «кухонные ножи купить», «метательные ножи купить», «купить набор ножей», «продажа ножей», «купить нож кизляр», «купить нож цена», «купить нож керамбит», «купить выкидной нож», «купить дамасский нож», «купить нож ручной», «недорогие ножи купить», «купить нож недорого», «японские ножи купить», «ножи выживания купить».

Табл. 3  Самые популярные интернет-запросы со словом «нож» по версии Яндекса

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Запрос** | **Количество запросов** |
| 1 | купить нож | 318 461 |
| 2 | складные ножи | 61 835 |
| 3 | складной нож | 61 891 |
| 4 | ножи цена | 50 313 |
| 5 | охотничьи ножи | 47 112 |
| 6 | магазин ножей | 42 010 |
| 7 | ножи отзывы | 34 089 |
| 8 | кухонные ножи | 33 509 |
| 9 | набор ножей | 30 347 |
| 10 | лучшие ножи | 24 733 |
| 11 | интернет магазин ножей | 23 897 |
| 12 | ножи в москве | 22 761 |
| 13 | купить нож в москве | 16 370 |
| 14 | купить складной нож | 13 168 |
| 15 | складный ножи купить | 13 167 |
| 16 | сталь для ножей | 12 695 |
| 17 | нож бабочка купить | 11 943 |
| 18 | дамасские ножи | 11 538 |
| 19 | нож магазин купить | 11 115 |
| 20 | боевые ножи | 10 388 |
| 21 | ножи купить интернет | 10 373 |
| 22 | выкидной нож | 9 768 |
| 23 | купить охотничий нож | 9 710 |
| 24 | ножи в интернете | 9 321 |
| 25 | штык нож купить | 8 530 |
| 26 | где купить нож | 8 469 |
| 27 | купить ножи в интернет магазине | 8 038 |
| 28 | ножи из дамасской стали | 7 580 |
| 29 | купить нож в спб | 7 414 |
| 30 | заточка для ножей купить | 6 903 |
| 31 | кухонные ножи купить | 6 849 |
| 32 | ножи для выживания | 6 320 |
| 33 | клинки для ножей | 5 495 |
| 34 | метательные ножи купить | 5 527 |
| 35 | купить набор ножей | 5 386 |
| 36 | продажа ножей | 5 208 |
| 37 | купить нож кизляр | 4 645 |
| 38 | купить нож керамбит | 4 629 |
| 39 | точилка для ножей купить | 4 474 |
| 40 | купить нож цена | 4 260 |
| 41 | купить нож для мясорубки | 3 438 |
| 42 | купить выкидной нож | 3 429 |
| 43 | клинки для ножей купить | 3 311 |
| 44 | купить ножи для станка | 3 302 |
| 45 | купить дамасский нож | 3 262 |
| 46 | купить нож ручной | 3 220 |
| 47 | недорогие ножи купить | 2 960 |
| 48 | купить нож недорого | 2 960 |
| 49 | японские ножи купить | 2 789 |
| 50 | ножи выживания купить | 2664 |

\*на основе данных сервиса Яндекс Wordstat на 14 апреля 2016

Основным каналом продвижения на рынке планируется использовать интернет. Для магазина будет создан собственный сайт, на котором будет представлен каталог продукции с основными характеристиками товара. Для клиентов будет доступна возможность заказа онлайн и бесплатной доставки по городу. Заказы в другие города будут отправляться по почте либо транспортными компаниями. В основе сервиса будет лежать клиентоориентированный подход. Магазин будет представлен в популярных социальных сетях, где будет публиковаться информация о новых поступлениях, акциях и скидках, даваться консультации клиентам в форме вопрос-ответ. Для расширения рынка сбыта руководство магазина планирует вести активное сотрудничество с городскими охотничьими обществами, клубами рыбаков, туристов и т.д.

5.План производства

Магазин ножей будет открыт в центральном районе города, в помещении с отдельным входом в многоэтажном здании. График работы магазина: ежедневно, с 9:00 до 19:00.

Для открытия магазина в аренду будет взята площадь в размере 30 кв. метров. Арендная плата составит 1 тыс. руб. за кв. метр.  В помещении потребуется провести ремонт из расчета 10 тыс. руб. за кв. м. Также понадобится необходимое торговое оборудование (подробнее – Табл. 4).

Таблица 4. Затраты на оборудование

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Цена, руб.** | **Кол-во, шт.** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Витрина | 9 000 | 8 | 72 000 |
| 2 | Стеллаж | 6 000 | 4 | 24 000 |
| 2 | Световое оборудование | 5 000 | 1 | 5 000 |
| 3 | Вывеска | 20 000 | 1 | 20 000 |
| 4 | Кассовый аппарат | 18 000 | 1 | 18 000 |
| 5 | Терминал безналичного расчета | 25 000 | 1 | 25 000 |
| 6 | Точильное оборудование | 16 000 | 1 | 16 000 |
| 7 | Компьютерная и оргтехника | 90 000 | 1 | 90 000 |
| 8 | Прочее | 20 000 | 1 | 20 000 |
| **Итого:** | **290 000** |

Для работы магазина потребуется два продавца-консультанта, работающих в посменном режиме. На начальном этапе работу  качестве одного из продавцов возьмет на себя сам предприниматель. Основные требования к продавцам – это умение хорошо разбираться в ножах, хорошо знать теорию, различать виды стали, хорошо ориентироваться в отечественных и зарубежных торговых марках (ФОТ – см. в Табл. 5).

Таблица 5. Штатное расписание и фонд оплаты труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Кол-во, чел.** | **ФОТ, руб.** |
| 1 | Продавец-консультант | 30 000 | 30 000 |
| **Итого:** | **30 000** |
| **Отчисления:** | **9 000** |
| **Итого с отчислениями:** | **39 000** |

Примерные расчеты по выручке и прибыли магазина приведены в Приложении 1. В расходные статьи, помимо заработной платы и отчислений в Пенсионный фонд, войдет арендная плата, траты, связанные с закупкой товара у поставщиков, плата за обслуживание сайта и ведение бухгалтерии, коммунальные услуги, услуги охраны и прочее.

6.Организационный план

Этап подготовки к старту продаж займет 3 месяца, которые понадобятся на операции с недвижимостью (заключение договора аренды, ремонт и оснащение), формирование ассортимента, найм персонала, разработку  и запуск сайта и прочее. Обязанности по руководству штатными и внештатными сотрудниками возьмет на себя предприниматель. На нем будет лежать работа по налаживанию контактов с поставщиками, стратегическое планирование, маркетинговая деятельность, а также обязанности продавца консультанта в начальный период работы. Продавцы-консультанты будут ответственны за прием, выкладку, ореализацию товара, ведение учета продаж и консультирование клиентов. Обязанности, не связанные с извлечением прибыли, такие как бухгалтерия, обслуживание сайта, будут переложены на сторонние организации.

7.Финансовый план

Размер первоначальных вложений составит 1 785 000 руб. Статьи инвестиционных затрат представлены в Табл. 6. Показатели по планируемой выручке, чистой прибыли и издержкам, приведены в Приложении 1.

Таблица 6. Инвестиционные затраты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Статья затрат** | **Сумма, руб.** |
| *Вложения в недвижимость* |
| 1 | Ремонт помещения | 300 000 |
| *Оборудование помещения* |
| 2 | Закупка оборудования | 290 000 |
| *Нематериальные активы* |
| 3 | Создание сайта | 80 000 |
| 4 | Прочие траты (транспортные расходы, регистрация, телефонные переговоры) | 15 000 |
| *Оборотные средства* |
| 5 | Оборотные средства | 200 000 |
| 6 | **Стартовое товарное наполнение** | **900 000** |
| **Итого:** | **1 785 000** |

8.Оценка эффективности проекта

Произведенные расчеты позволяют утверждать о рентабельности проекта. В Табл. 7 приведены показатели эффективности магазина.

Таблица 7. Показатели эффективности проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Показатель** | **Значение** |
| 1 | Ставка дисконтирования, % | 17 |
| 2 | Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 2 312 964 |
| 3 | Чистая прибыль проекта, руб. | 50 000 – 230 000 |
| 4 | Рентабельность продаж, % | 5,71 |
| 5 | Срок окупаемости (PP), мес. | 24 |
| 6 | Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 29 |
| 7 | Индекс прибыльности (PI)% | 1,3  |

9.Риски и гарантии

Проект по открытию специализированного магазина ножей имеет средний уровень риска. Основная опасность данного вида бизнеса связана с узостью целевой аудитории, в связи, с чем магазину для рентабельности необходимо тесно работать с покупателями, предлагая им не только качественную продукцию, но и дальнейший сервис (заточка ножей). Кроме того, нестабильность спроса может быть непосредственно связана с самой продукцией: качественный нож способен служить хозяину годами, до тех пор, пока он не придет за второй покупкой. В связи с этим, руководство магазина будет постоянно заинтересовано в расширении каналов сбыта продукции.

Таблица 8. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Риск** | **Вероятность наступления** | **Степень тяжести последствий** | **Меры по предотвращению** |
| 1 | Нестабильность спроса | средняя | высокая | Более активная работа с клиентом в социальных сетях, предоставление сезонных скидок, рекламные акции, расширение партнерской сети |
| 2 | Проблемы с правоохранительными органами (например, привлечение к уголовной ответственности за незаконный сбыт холодного оружия) | низкая | высокая | Наличие соответствующих документов на товары, которые не относятся к холодному оружию (сертификаты, информационные листки) |
| 3 | Проблемы с растаможкой продукции | средняя | средняя | Закладывание в бюджет издержек на таможенную очистку, заказ небольшими партиями, заказ товара, не относящегося к холодному оружию |
| 4 | Чрезвычайная ситуация, стихийное бедствие, вооруженный конфликт и прочее | низкая | высокая | Наличие пожарно-охранной сигнализации, страхование |
| 5 | Повышение арендной платы | низкая | средняя | Заключение долгосрочного договора аренды с фиксированным уровнем платежа в рублях |

10.Приложения