

*Консалтинговая группа  
«ШКОЛА БИЗНЕСА»*

# БИЗНЕС-ПЛАН САЛОН-МАГАЗИН ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ



Пермь 2012

## ОПИСАНИЕ

Разработка бизнес-плана салон-магазин подарков и сувениров осуществлена с использованием материалов реально работающего проекта. Большинство бизнес-планов, разработанных специалистами компании «Школа бизнеса», получили успешное претворение в жизнь и приносят прибыль не одному предпринимателю.

Данный бизнес-план оснащен финансовыми расчетами, изложенными в формате Excel. Возможность быстрого изменения основных финансовых показателей, позволяет быстро и без проблем рассчитать новый, адаптированный проект, с учетом запросов клиента.

Простота подачи материала позволяет совершать все изменения проекта под свои нужды молниеносно даже людям, не обладающим знакомством с основами предпринимательской деятельности.

Все расчеты преподнесены в формате, который позволяет быстро внести новые параметры и тут же ознакомиться с финансовыми прогнозами. Изменение плана для работы в любом другом крае России совершается просто и без применения специальных знаний.

Бизнес-план салон-магазин подарков и сувениров создан с учетом анализа тенденций развития данного рынка в ближайшие годы. Учтены все факторы, влияющие на успешность развития бизнеса в этой сфере.

### **Цель проекта:**

- удовлетворение спроса населения на сувенирно-подарочные товары;
- обоснование экономической эффективности открытия магазина сувенирной продукции;

– получение прибыли и увеличение благосостояния за счет организации и развития магазина сувенирной продукции.

**Идея проекта:**

Настоящий проект предполагает создание салона-магазина сувенирно-подарочной продукции брендовых марок.

**Местоположение бизнеса: г. \*\*\***

Целевая клиентская группа: люди с семейным уровнем дохода от 80 тыс. руб.

**Способы продаж:**

– продажи в торговом зале;

**Актуальность проекта:**

Для подарочного рынка сейчас характерна тенденция роста спроса на более дорогие ассортиментные позиции.

**Инициатор (владелец) проекта: \*\*\***

**Организационно-правовая форма проекта:**

Предприниматель без образования юридического лица (ПБОЮЛ).

**Система налогообложения:**

УСНО (объект налогообложения – доходы).

**Финансирование проекта: собственные средства.**

**Период реализации:**

- инвестиционный этап: июнь-август \*\*\* года;
- функциональный этап: сентябрь \*\*\* годы.

**Расчетный период:**

\*\*\* года.

**Сумма инвестиций:**

Подготовительный этап – \*\*\* тыс. руб.

Оборудование – \*\*\* тыс. руб.

Оборотные средства – \*\*\* тыс. руб.

**Финансовые показатели проекта:**

Средняя выручка по проекту – \*\*\*млн. руб.

Средняя прибыль по проекту – \*\*\* тыс. руб.

**Инвестиционные характеристики проекта:**

Срок окупаемости (простой) – \*\*\* год

Чистая текущая стоимость (NPV) – \*\*\* млн. руб.

Внутренняя норма доходности (IRR) – \*\*\*%.

## **ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Ассортимент продукции**

Магазин будет предоставлять широкий ассортимент продукции различной ценовой категории. Это будет тщательно подобранная коллекция лучшей сувенирной продукции известных европейских и американских торговых марок:

- подарочные письменные приборы и аксессуары к ним;
- деловая кожгалантерея;
- игорные принадлежности;
- дорожные и бизнес аксессуары,
- подарочные фляги;
- винные наборы;
- аксессуары для курения;
- визитницы, брелоки, зажимы для денег;
- шкатулки различного назначения;
- ножи Victorinox;
- предметы для оформления интерьера;
- оригинальные образцы подарочной посуды, игрушек.

\*\*\*

Сегодня на рынке в основном представлены сувениры иностранного производства. Причем лидером (и практически единственным поставщиком сувенирной продукции) является Юго-Восточная Азия: отсюда (из Китая, Тайваня, Индии и пр.) поступает \*\*\*% всех сувениров, в том числе и VIP- и бизнес-подарки от многих европейских компаний, которые размещают в ЮВА заказы на производство собственной продукции.

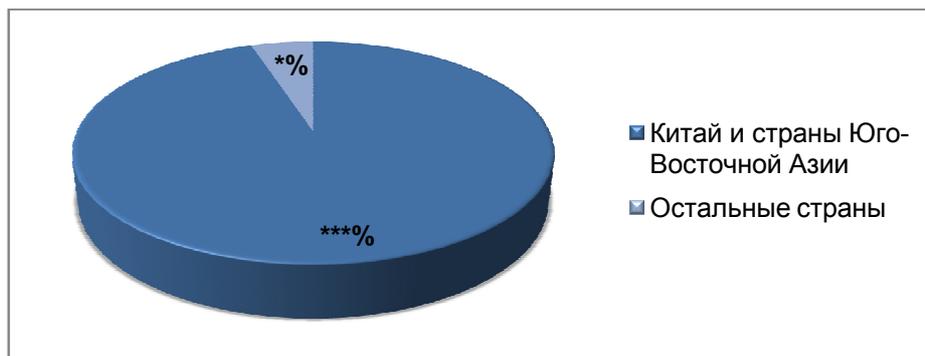


Диаграмма – Структура сувенирной продукции отечественного и импортного производства

Но спрос потребителей не удовлетворен в силу его разнообразия. При внешнем изобилии сувенирной продукции на рынке нет большого выбора. Сложно найти что-то оригинальное. Заполнить нишу эксклюзивной продукции могли бы российские производители сувениров, но их положение на рынке довольно скромное. Обычно это художественные или ремесленные мастерские.

В VIP-каталогах товары из Европы занимают \*\*\*%. В группе бизнес-сувениров доля товаров из Европы намного меньше. А промопродукции европейского производства на рынке практически нет. То есть, чем дешевле сувенир, тем вероятнее, что он произведен в Юго-Восточной Азии.

## СОДЕРЖАНИЕ

### **1 РЕЗЮМЕ**

### **2 КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА**

- 2.1 Цель проекта
- 2.2 Описание магазина
- 2.3 Ассортимент продукции

### **3 АНАЛИЗ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

- 3.1 Объем и динамика рынка подарочно-сувенирной продукции
- 3.2 Структура рынка
  - 3.2.1 Классификация сувенирно-подарочной продукции
  - 3.2.2 Ценовая сегментация
- 3.3 Производство сувенирно-подарочной продукции
- 3.4 Анализ конкурентов
- 3.5 Анализ спроса сувенирно-подарочной продукции
  - 3.5.1 Потребительские предпочтения
  - 3.5.2 Влияние сезонности на спрос
- 3.6 Выводы

### **4 ПЛАН МАРКЕТИНГА**

- 4.1 Месторасположение магазина
- 4.2 Характеристика потребителей
- 4.3 Сезонность
- 4.4 Ценообразование
- 4.5 Поставщики

### **5 ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

- 5.1 Организационно-правовая форма
- 5.2 Персонал
- 5.3 Разрешительная документация

### **6 ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

- 6.1 План продаж
- 6.2 Необходимое оборудование

## **7 ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН**

## **8 ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

### 8.1 Оценка доходов с продаж

#### 8.1.1 Цена на продукцию

#### 8.1.2 Расчет объемов выручки

### 8.2 Оценка расходов

#### 8.2.1 Расходы на оплату труда

#### 8.2.2 Общие издержки

#### 8.2.3 Амортизационные отчисления

#### 8.2.4 Переменные расходы

#### 8.2.5 Расчет налогов

### 8.3 Оценка безубыточности

## **9 АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

### 9.1 Методика оценки эффективности проекта

### 9.2 Финансовый анализ

#### 9.2.1 Показатели основной деятельности

### 9.3 Показатели экономической эффективности проекта

## **10 АНАЛИЗ РИСКОВ ПО ПРОЕКТУ**

### 10.1 Качественный анализ рисков

## **СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ**

### **Список графиков:**

График 1 – Сравнение приобретаемых и желаемых подарков на Новый год (2012)

График 2 – Спрос на сувенирно-подарочную продукцию

График 3 – Динамика расходов

### **Список диаграмм:**

Диаграмма 1 – Структура сувенирной продукции отечественного и импортного производства

Диаграмма 2 – Спрос на рынке подарочной продукции

Диаграмма 3 – Структура выручки

### **Список таблиц:**

Таблица 1 – Сегментация сувенирного рынка по ценовому критерию

Таблица 2 – Анализ конкурентов

Таблица 3 – Интернет-магазины сувениров и подарков

Таблица 4 – Факторы сегментации рынка

Таблица 5 – Коэффициент сезонности

Таблица 6 – Персонал

Таблица 7 – План продаж (в натуральном выражении)

Таблица 8 – Перечень инвестиционных вложений

Таблица 9 – Смета затрат подготовительного этапа

Таблица 10 – График реализации проекта

Таблица 11 – Средняя стоимость продукции

Таблица 12 – Прогноз выручки

Таблица 13 – Расчет издержек на заработную плату

Таблица 14 – Расчет амортизационных отчислений

Таблица 15 – Налоговые выплаты

Таблица 16 – Расчет безубыточного дохода

Таблица 17 – Показатели основной деятельности

Таблица 18 – Экономическая эффективность проекта

Таблица 19 – Оценка рисков