**БИЗНЕСС- ПЛАН ЦВЕТОЧНОГО МАГАЗИНА**

С каждым годом объемы цветочного рынка растут, что говорит об активном развитии отрасли. На сегодняшний день флористический бизнес является востребованным и прибыльным видом бизнеса. Цель проекта – открытие цветочного магазина в городе с населением более 1 миллиона человек. Основной источник дохода заведения – продажа цветочной продукции.Целевая аудитория – население города в возрасте от 20 до 50 лет со средним доходом.

**Основные преимущества цветочного магазина:**

* минимальные первоначальные затраты;
* высокие объемы прибыли в долгосрочной перспективе;
* рентабельность бизнеса 20-30%.

Для реализации проекта арендуется помещение общей площадью 20 м2, расположенное в непосредственной близости от торгового центра.Объем первоначальных инвестиций составляет 311 000 рублей. Инвестиционные затраты направлены покупку специализированного оборудования: обустройство торговой точки, закупку цветочной продукции. Для реализации проекта будут использованы собственные средства.

Финансовые расчеты охватывают трехлетний период функционирования проекта. Предполагается, что по истечении этого времени потребуется расширение бизнеса. В соответствии с расчетами, начальные инвестиции окупятся на пятый месяц работы. По итогам первого года работы прогнозируется чистая прибыль 682782 рубля и рентабельность продаж 21%. Интегральные показатели эффективности проекта представлены в таблице 1.

*Таблица 1. Основные показатели эффективности проекта*

|  |  |
| --- | --- |
| ПОКАЗАТЕЛЬ | ЗНАЧЕНИЕ |
| Срок окупаемости (PP), мес. | 5 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 5 |
| Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 88 312 |
| Коэффициент рентабельности инвестиций (ARR),% | 26,35 |
| Внутренняя норма прибыли (IRR),% | 23,06 |
| Индекс доходности (PI) | 1,01 |

# **Описание отрасли и компании**

Цветы – один из главных атрибутов праздника. Традиция дарить цветы и украшать ими пространство прочно обосновалась в России. Поэтому цветочные магазины всегда находят своего покупателя, несмотря на сезон и экономические кризисы. Спрос на цветы выступает своеобразным отражением финансового состояния общества – чем оно богаче, тем больше цветов покупается. И вместе с тем, даже в период кризисов цветочные магазины активно ведут свой бизнес – смещается только акцент на продажах, предпочтение отдается бюджетным вариантам, но объемы продаж не сокращаются.

На протяжении последних лет цветочный рынок России демонстрирует активный рост. О динамичном развитии цветочного рынка свидетельствует статистика объемов рынка. С каждым годом объемы рынка увеличиваются – за период с 2011 по 2015 года объем рынка срезанных цветов в натуральном выражении вырос на 1/3.

На сегодняшний день весь рынок России можно оценить в 160 млрд. рублей в денежном эквиваленте и в 35.8 тонн в натуральном выражении. Согласно прогнозам аналитикам, российский цветочный рынок будет продолжать расти. По мнению аналитической компании GLOBAL REACH CONSULTING, реальная емкость отечественного рынка оценивается в 40 млрд. долларов.

Таким образом, цветочный бизнес расценивается как один из наиболее перспективных, несмотря на рисковую составляющую. Средние показатели рентабельности цветочного бизнеса постоянно растут. Вместе с тем, усиливается и вероятность риска. Основные угрозы связаны с ярко выраженной сезонностью бизнеса и высокой вероятностью неправильного планирования объемов реализации цветочной продукции. Пики продаж цветов приходятся на февраль, март, май, сентябрь и декабрь, а летние месяцы считаются «мертвым» сезоном, что может стать причиной значительного сокращения прибыли. Кроме того, цветы не хранятся долго – максимальный срок их реализации ограничен одной неделей. В случае излишней закупки цветочной продукции магазин может понести убытки. Однако этот риск продавцы учитывают при формировании цены, предполагая, что около 60% цветов не будет продано.

Еще одним риском является сильная зависимость от импорта. На сегодняшний день Россия занимает шестое место по импорту срезанных цветов, а доля импорта в объеме продаж составляет около 90%. Однако наблюдается положительная динамика в доле отечественной продукции. По прогнозам аналитиков, в ближайшие десять лет Россия займет второе место в Европе по объему импорта после Германии. Данный риск заключается в возможном росте курса валют, вероятности запрета ввоза цветочной продукции из некоторых стран, ужесточение таможенной политики и т.д. На рисунке 3 представлена структура импорта цветов в разрезе стран-производителей. Наибольшая доля импорта приходится на Нидерланды – 44,7%, второе место и третье место занимают Эквадор и Колумбия с долей поставок 36% и 12,8% соответственно. На остальные страны приходится всего лишь 6,5% поставок.

Ценообразование на рынке складывается из двух компонентов – объем издержек (учитываются курс валют, таможенные пошлины, цена на бензин и т.д) и колебания спроса – повышение спроса влечет за собой рост цены. В среднем, ценовая политика на цветочном рынке подразумевает наценку в 100-300% от закупочной цены.

В большинстве случаев розничная продажа цветов осуществляется в формате цветочных павильонов и ларьков – 70%, около 10% приходится на магазины, менее популярны цветочные салоны и бутики, рассчитанные на премиум-сегмент. В последнее время популярность набирают интернет-магазины, которые представляют собой менее рискованную модель цветочного бизнеса.

Анализ цветочного рынка показал актуальность и востребованность  этого бизнеса. Главные преимущества заключаются в сравнительно быстрой организации и начале работы, отсутствии лицензирования деятельности, низкий порог входа на рынок, приемлемый уровень начальных инвестиций,  высоком спросе на товар и уровне рентабельности.Однако следует учитывать и недостатки цветочного бизнеса: нестандартизованность продукции, высокая зависимость от таможенной политики, курса валют, ярко выраженная сезонность, высокий уровень конкуренции.

# **Описание товаров и услуг цветочного магазина**

Основной вид деятельности флористического магазина – розничная торговля цветочными срезами. Для цветочного бизнеса важен набор дополнительных услуг, которые формируют его конкурентные преимущества. В качестве дополнительных услуг может выступать:

* курьерская служба доставки цветов;
* флористическое оформление торжеств;
* продажа сопутствующих товаров (открытки, мягкие игрушки, конфеты и т.д.);
* упаковка подарков;
* составление флористических коробок с цветами и сладостями;
* оригинальная упаковка  букетов, например, конусные пакеты с удобной ручкой или крафтовая бумага;
* нанесение надписей и рисунков на лепестки цветов;
* создание флористических композиций для декора.

Диапазон дополнительных услуг может быть намного шире – это зависит от формата магазина и его целей. Чтобы сформировать перечень услуг в цветочном магазине, рекомендуется изучить услуги конкурентов. На сегодняшний день продажа стандартных букетов – проигрышная модель бизнеса. Современные потребители ценят креативность, оригинальный подход и эксклюзивность предоставляемых флористических услуг.

# **Перечень услуг магазина цветов:**

1. **Продажа срезанных цветов** (роза, хризантема, тюльпан, пион, ранункулюс, гортензия, эустома, гвоздика, гербера, альстромерия, нарцисс, орхидея, лилия, фрезия) с учетом сезонности цветов;
2. **Подарочная упаковка цветов и букетов**;
3. **Составление флористических композиций и букетов**;
4. **Продажа сопутствующих товаров** (открытки, подарочные коробки с цветами и конфетами);
5. **Доставка букетов курьерской службой**;
6. **Флористическое оформление торжеств.** Услуги по оформлению помещений оказываются по предварительному заказу с учетом пожеланий клиента;
7. **Заказ букета по телефону** – чтобы сэкономить время клинтов, ожидающего составление букета, в магазине предусмотрена услуга предварительного заказа. Клиенту достаточно заехать, чтобы оплатить и забрать букет.

# **Продажи и маркетинг цветочного магазина**

Статистика по средним и крупным городам позволяет сформировать типичный «портрет» клиента цветочного магазина: 57,9% мужчин, 42,1% - женщины, средний возраст покупателя – 35 лет, материальный достаток – средний. В соответствии с приведенной статистикой, определяется и целевая аудитория магазина – население в возрасте от 20 до 50 лет со средним уровнем дохода.

На начальном этапе следует проанализировать конкурентную среду. Это позволит оценить уровень спроса и угрозы бизнеса, разработать свои конкурентные преимущества и определиться с маркетинговой стратегией.Для того, чтобы сформировать конкурентные преимущества и наработать свою клиентскую базу, в первые месяцы работы необходимо сделать ставку на дешевое сырье,  доступные дополнительные услуги, необычную упаковку, креативные услуги, представленные именно в вашем магазине.

Планируя рекламную кампанию, следует учитывать, что такие каналы продвижения, как реклама в газетах, на радио и телевидении в цветочном бизнесе не приносит должного эффекта. Это связано с тем, что покупка цветов зачастую импульсивное явление – человек проходит мимо цветочного ларька и принимает решение купить букет именно здесь. Поэтому наиболее эффективной будет наружная реклама. Кроме того, одним из параметров, определяющих конкурентные преимущества цветочного магазина, является выгодное местоположение. Наиболее удачное местоположение торговой точки – это павильон на пересечении нескольких улиц с большим трафиком прохожих. Производственный план цветочного магазина

Открытие цветочного магазина включает в себя шесть основных этапов, включая регистрацию, выбор метосположения и помещения, подбор кадров, приобретение оборудования, поиск поставщиков цветочной продукции, планирование продаж и закупка товара. Далее подробнее рассмотрим каждый из них.

1. **Регистрация в государственных органах.** Розничная торговля цветами является не лицензируемой деятельностью, что упрощает процесс сбора документов, необходимых для открытия цветочного магазина. Организационно-правовая форма предприятия может быть ИП или ООО. Для цветочного магазина рекомендуется зарегистрировать ИП с упрощенной системой налогообложения («доходы» по ставке 6%).  Виды деятельности согласно ОКВЭД-2:

* **47.76.1** Торговля розничная цветами и другими растениями, семенами и удобрениями в специализированных магазинах. Это основной вид деятельности. При диверсификации цветочного бизнеса и наличии дополнительных услуг можно указать следующие коды:
* **47.78.3** Торговля розничная сувенирами, изделиями народных художественных промыслов
* **64.12** Курьерская деятельность, кроме деятельности национальной почты
* **74.10** Деятельность специализированная в области дизайна
* **82.92** Деятельность по упаковыванию товаров

Не обязательно указывать весь перечень кодов, но если планируется дальнейшее расширение бизнеса, то рекомендуется внести все перечисленные коды, которые могут потребоваться в будущем.

# **Перечень документов для открытия цветочного магазина:**

* разрешение на торговлю цветами;
* программа санитарно-производственного контроля получается единожды после согласования в Роспотребнадзоре;
* договора на дератизацию, дезинсекцию и дезинфекцию;
* договор на обслуживание системы вентиляции и кондиционирования;
* договор на вывоз и утилизацию ТБО;
* внутренняя документация: журнал учета дезинфицирующих средств;
* гигиеническое разрешение СЭС или соответствующие сертификаты качества.

Также рекомендуется ознакомиться с постановлениями Россельхознадзора, связанными с растениями, и Таможенным кодексом.