

Аннотация бизнес-плана
цветочный бутик ООО «Цветущий дом»

Автор: студент 3 курса Частного образовательного
учреждения высшего образования
Брянский институт управления и бизнеса
Иванов Иван Иванович
(номер телефона 8-903-415-98-21)

БИЗНЕС – ПЛАН

создания цветочного бутика ООО «Цветущий дом»

Краткое название проекта - Цветочный бутик

Полное название проекта – Общество с ограниченной ответственностью «Цветущий Дом»

Дата начала реализации проекта - 01.06.2019 г.

Продолжительность проекта – 3 года

Разработчик - Иванов Иван Иванович

1. РЕЗЮМЕ

Актуальность цветочного бизнеса заключается в сравнительно быстрой организации и начале работы, отсутствии специальных лицензий, сложнотехнического оборудования, ходовом товаре и множестве потребителей.

Для создания бутика необходимо 530 000 рублей (собственные средства совладельцев).

Предприятие будет носить статус Общества с Ограниченной Ответственностью. Уставной капитал поделён на доли: Иванов И.И. - 50 %, Петров П.П. - 25 %, Сидоров С.С. - 25 %.

В магазине предполагается широкий выбор продукции, а также новые сорта и экзотические виды растений.

Об открытии нашего цветочного магазина пройдет реклама в средствах массовой информации, будут красочные плакаты на въезде в город и местах наибольшего скопления населения.

2. ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В течении последних 5 лет рынок декоративно-лиственной и цветочной продукции стабильно растет. В декоративно-лиственный и цветочный бизнес приходят новые технологии, появляются и развиваются новые направления - ландшафтные, поливочные, предоставляются услуги по озеленению.

Рассмотрев потенциал рынка, мы пришли к выводу, что продажа только одних живых цветов и букетов, даже декорированных будет недостаточно, особенно когда растет потребность в ландшафтном дизайне. Мы не могли обойти этот рынок стороной. Ограниченный ассортимент будет в бутике в наличии, но так как ассортимент для ландшафтного дизайна довольно широк, мы не сможем его разместить и представить в полной мере, поэтому с помощью поставщика мы разработали свой каталог. В каталоге представлены позиции, которые постоянно находятся в наличии у поставщика.

3. ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ

Открытие магазина цветов может оказаться не только прибыльным бизнесом, но и приятным хобби. Этот вид предпринимательства подходит для тех, кто стремится к финансовой независимости и любит флористику. Возможно, со временем цветочный бизнес станет для его обладателя образом

жизни. Подмечено, что люди, окунувшись в сферу флористики, уходят из него лишь в форс-мажорных ситуациях. Цель проекта: получение прибыли за счет продажи востребованного ассортимента свежих цветов, сопутствующих товаров, а также оказания дополнительных услуг.

4. ОЦЕНКА СВОИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

В бутике предполагается широкий выбор продукции, а также новые сорта и экзотические виды растений. В каждом бизнесе, в том числе и в цветочном есть сильные и слабые стороны.

Таблица 1-Анализ сильных и слабых сторон товара.

Сильные стороны товара		Слабые стороны товара	
Преимущества товара	Причины преимущества	Недостатки товара	Методы их преодоления
1 Высокое качество	Доставка в короткие сроки		
2 Экзотические виды растений	Растения выведены селекционным путем	Высокая цена	Снижение цены за счет роста объемов продаж

5. ОПИСАНИЕ ТОВАРА

Мы открываем цветочный бутик «Цветущий Дом» в городе Клинцы. Размещаться магазин будет в торговом центре, который находится в центре города, по адресу: ул. Александрова 49. Помещение под магазин составляет 50 кв. м., и оно арендуется.

Ассортимент магазина предполагается следующий:

- живые цветы;
- Семена (овощи, цветы и т.д.);
- Горшки для цветов;
- Горшки для цветов ручной работы;
- Цветы в горшках;
- Удобрения;
- Посадочный инвентарь.

Для всех покупателей (по желанию) будут проводиться бесплатные консультации флориста по уходу за растениями и их выращиванию.

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Совет учредителей, являющийся главным органом управления ООО «Цветущий Дом», определяет основные направления производственного и социального развития, утверждает планы и принимает отчет об их выполнении.

Прибыль подлежит распределению между учредителями после осуществления обязательных платежей в бюджет.

Руководство деятельностью предприятия ведёт генеральный директор, принимаемый по контракту Советом учредителей. Генеральный директор несёт материальную и административную ответственность за достоверность данных статистического и бухгалтерского учётов.

Генеральный директор назначает коммерческого директора, который должен организовывать маркетинговые исследования, рекламу и сбыт продукции. Бухгалтерия осуществляет все расчёты с поставщиками продукции, ведёт учёт по товарообороту, прибыли, издержкам, рассчитывает заработную плату и составляет отчёты.

Все работники предприятия в зависимости от отношения к производственным процессам подразделяются на 2 группы: производственный персонал и руководящий. На предприятии к производственному персоналу относятся 6 работников, к управляющему – бухгалтер и 2 директора.

График работы торгового зала: с 9:00 до 21:00.

У нас созданы условия для карьерного роста сотрудников. Кроме того, как и в любой торговой организации, принята система бонусов в зависимости от уровня продаж.

7. МАРКЕТИНГ-ПЛАН

Бутик планирует реализовать следующие методы стимулирования сбыта:

Оптовые скидки 5 % при покупке от 5 единиц наименования товара.

Скидки по дисконтным картам постоянным покупателям (до 10 %).

Безналичный расчет для организаций. Многие организации хотят «озелениться», но многие из них не имеют возможности производить оплату наличными средствами, для них эта функция будет полезной.

Для всех покупателей (по желанию) будут проводиться бесплатные консультации флориста по уходу за растениями и их выращиванию.

Продажа цветов осуществляется как оптовыми, так и мелко оптовыми партиями.

Для успешного развития бизнеса необходима реклама.

Реклама нашего бутика будет представлена в местных газетах «Ваше личное дело», «Деснянская правда», «Комсомольская правда Брянск» и «Труд», на рекламных щитах при въезде в город и на главной улице, будет проводиться также рассылка рекламных листовок.

Проведение рекламной кампании необходимо при открытии нового магазина.

Также, имея в нашей команде опытного флориста, планируется участие в благоустройстве городских улиц и парков, детских и спортивных площадок города и района

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Для создания магазина необходимо 530 000 рублей. Из них:

Приобретение оборудования – 165 000 рублей
Данное торговое оборудование позволит фирме продавать более 30 000 единиц продукции в год.

Рекламная кампания (публикации в прессе и изготовление рекламного щита и распространение рекламных листовок) – 18 000 руб.

Расходы на ремонт 37 500 руб.

Разработка и печать каталога 10 000 руб.

Фирма арендует торговый павильон площадью 50 кв. м. – 50 000 руб.

Закупка товара 125 900 руб.

Прочие расходы 93 600 руб.

Источники финансирования:

530 000 рублей - собственные средства совладельцев

Таблица 2 – Планируемый размер прибыли

Период времени	Объём продаж (ед. товара)	Выручка (руб.)	Затраты, включая налоги (руб.)	Чистая прибыль (руб.)
1 год	30 000	3 млн.	2.4 млн.	600 000

В сумму налогов вошли НДС, налог на имущество, транспортный налог, страховые взносы.

В затратах учитывались следующие расходы:

Заработная плата персонала и начисления на неё, амортизация основных средств, телефонные переговоры, отопление, канцтовары, реклама, изготовление дисконтных карт, себестоимость товара, стоимость упаковочных материалов, электроэнергии и содержание временных торговых точек.

9. ОЦЕНКА ВОЗМОЖНЫХ РИСКОВ

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

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, который не всегда удаётся 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 объём прибыли.

10. ПРОФАЙЛИНГ СОТРУДНИКОВ (менеджер по продажЕ цветов)

Быстрое определение типа личности потенциального клиента и правильное выстраивание коммуникации с ним.

Совершение продажи при помощи подстройки по целям клиентов.

Грамотное создание впечатления о компании и продукте для клиентов.

Успешное преодоление явных и скрытых возражений.

Результат:

Увеличение количества клиентов, прирост объема продаж и повышение репутации компании.