Бизнес идея: магазин детских колясок

Каждый год в России рождается около двух миллионов детей. Родители каждого из этих малышей решают вопрос приобретения детской коляски. В процессе выбора у них рождается множество вопросов: где приобрести? какого бренда? как найти соотношение между ценой и качеством? Обычно коляски продаются в сетевых детских магазинах, там они стоят довольно дорого, и выбор там не большой. Поэтому в средних и крупных городах актуально открытие магазина по их продаже.

Итак, принято решение открыть магазин по продаже колясок. Для начала нужно зарегистрировать его должным образом. Обдумайте, какого формата будет ваш магазин, большая ли будет у него площадь, сколько сотрудников будет в штате, будет ли бизнес основан на франшизе.

Есть два варианта регистрации:

1. В качестве индивидуального предпринимателя
2. В качестве фирмы

Рассмотрим особенности каждого из вариантов.

Если магазин будет иметь небольшую площадь, маленький начальный капитал, одного или двух продавцов, вполне подойдёт вариант с ИП. К тому же в таком случае владелец бизнеса будет платить меньше налогов. Также для ИП предусмотрена упрощённая процедура регистрации. Но, при этом, в случае административных штрафов или других убытков, владелец бизнеса может потерять своё имущество.

В том случае, когда планируется арендовать или приобрести крупную торговую площадку, нанять большой штат сотрудников, в который будут входить продавцы, менеджеры, охранники, бухгалтер, администратор, оператор ПК, лучше зарегистрировать компанию в качестве юридического лица. В таком случае рекомендуется зарегистрировать организацию как общество с ограниченной ответственностью. Для ООО характерны следующие факторы: множество различных налоговых сборов, нотариальное подтверждение подлинности подаваемых на регистрацию документов, крупный начальный капитал, иногда наличие совладельцев бизнеса.

С того момента, как были поданы документы в органы, регистрирующие юридическое лицо, до момента получения разрешений на ведение бизнеса, может пройти чуть больше месяца.

Есть два пути построения бизнеса по продаже колясок:

1. Организовывать работу магазина полностью самому
2. Приобрести франшизу известного бренда, продающего или производящего коляски

В первом случае предприниматель должен самостоятельно подготовиться к открытию магазина. Эта подготовка будет состоять из следующих шагов:

* Построение бизнес-плана. Это крайне важная процедура при создании любой организации. Закончив расчёты, бизнесмен узнает, какой объем средств предстоит вложить в дело, какова будет прибыль, какие затраты будут произведены на закупку товара, на налоговые сборы и прочее. Бизнес-план можно составить самому или обратиться к специалисту.
* Выбор площади, на которой будет располагаться магазин. Для того чтобы больше людей заметило новую «точку», желательно приобрести или арендовать квадратные метры в торговом центре, где ежедневный поток людей очень велик. Когда бренд станет более известным, можно будет открыть магазин на улице.
* Покупка оборудования. Если, помимо колясок, магазин будет торговать аксессуарами для них, необходимо приобрести несколько стеллажей. Также понадобится стойка для продавца, кассовый аппарат.
* Оформление зала. В первую очередь придумайте звучное запоминающееся название для магазина. Затем в переднюю часть, справа и слева от входа, поставьте самый привлекательный товар. Помните, на стекле вокруг входной двери должны висеть красочные таблички или наклейки, сообщающие потенциальному покупателю о привлекательных предложениях и акциях, например, «супер-цены только у нас» или «скидка 30% на товары из прошлой коллекции».
* Закупка товара. Выберете несколько постоянных поставщиков, желательно, чтобы они находились в городах неподалеку от вас, так доставлять товар будет проще. Можно сотрудничать напрямую с производителями колясок, так вы сэкономите и получите больше прибыли. Доставлять товар можно самостоятельно или воспользоваться услугами транспортных компаний.
* Расстановка товара. Расставьте товар таким образом, чтобы покупатель, проходя вдоль рядов, мог обозреть весь ассортимент. Должно быть не слишком тесно и не слишком просторно.
* Ценообразование. Обычно на товары, не относящиеся к продуктам питания, ставится наценка от пятидесяти до ста процентов. Когда обдумываете, какая цена будет оптимальной, проанализируйте цены в магазинах-конкурентах, и укажите стоимость хотя бы на 1-5% ниже, чем у них, так магазин получит преимущество.
* Акции. Если коляску долго не покупают, следует сделать на нее скидку, тогда потребители ею заинтересуются, эту процедуру следует проводить со всеми товарами, которые плохо покупаются. Не бойтесь снижать цену, иначе, если она не будет меняться, спрос не появится.

В случае приобретения франшизы, бизнес строится совсем иначе:

* Бизнес-план. В данном случае, нет необходимости в его написании, так как организация, продавшая франшизу, уже все рассчитала.
* Выбор площади. Обычно в договоре с организацией, под чьим брендом будет открыт магазин, указано, какого типа помещение необходимо.
* Покупка оборудования и оформление зала. Чаще всего оно предоставляется, так как представителям бренда важно, чтобы все магазины этой марки были оформлены в схожем стиле.
* Закупка товара. Думать, откуда найти поставщика, тоже нет необходимости, бренд предоставляет первую партию в счёт первого взноса, более подробные условия поставок указываются в договоре.
* Ценообразование и акции. Эти моменты также регламентированы договором.

Единственным недостатком приобретения франшизы являются крупные выплаты представителю бренда:

1. Первоначальный взнос (покупка франшизы)
2. Ежемесячные и ежегодные выплаты

При этом у этого варианта ведения бизнеса есть большое достоинство, помимо перечисленных выше, – известное имя. Увидев знакомое название на вывеске, потенциальный покупатель сразу же заинтересуется и не сможет пройти мимо.