БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ПИРОТЕХНИКИ

1.Резюме проекта

Цель проекта – открытие стационарного магазина пиротехники для реализации пиротехнической продукции жителям города с населением 500 тыс. человек. Основными реализуемыми товарами будут являться пиротехнические изделия I-III классов опасности, включая петарды и хлопушки, бенгальские огни, салюты, пиротехнические ракеты, фонтаны, римские свечи, фестивальные шары и наземные фейерверки. Магазин будет иметь площадь 20 кв. метров и располагаться в отдельно стоящем здании.

Открытие магазина пиротехники будет предусматривать последовательную реализацию следующих шагов:

1.Регистрация бизнеса (ИП);

2. Поиск подходящего для размещения магазина места и заключение договора аренды;

3. Оформление разрешительных документов на торговую деятельность;

4.Поиск поставщиков и заключение договоров на поставку;

5. Оборудование помещения и закупка пиротехники;

6.Доставка и хранение пиротехнических изделий;

7. Предпродажная подготовка и обучение персонала;

8. Реализация.

Срок подготовительного периода до начала продаж – 3 месяца. Стоимость проекта по открытию магазина пиротехники составит 800 тыс. рублей. Для реализации проекта будут использованы собственные денежные средства. Срок окупаемости магазина с момента начала проекта составит 5 месяцев. После выхода проекта на окупаемость следующей целью будет увеличение доли рынка и открытие новых торговых точек. Финансовые расчеты данного бизнес-плана сделаны на пятилетний период с учетом факторов сезонности и роста узнаваемости торговой точки у населения.

|  |  |
| --- | --- |
| **Ключевые финансовые показатели проекта** | |
| Ставка дисконтирования, % | 20 |
| Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 7 096 674 |
| Чистая прибыль проекта\*, руб. | 700 000 – 1 500 000 |
| Рентабельность продаж, % | 25 |
| Срок окупаемости (PP), мес. | 5 |
| Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 5 |
| Индекс прибыльности (PI)% | 8,59 |

\*в пиковые месяцы продаж

2.Описание отрасли и компании

Рынок пиротехники представляет собой широкий ассортимент продукции, включая бытовую пиротехнику (петарды, хлопушки) и продукцию для профессионального использования (высотные фейерверки и салюты). Данное направление стало активно развиваться в нашей стране после распада СССР, когда на прилавки хлынула импортная продукция (в основном, китайского производства). По данным агентства Discovery Research Group, к концу 2012 года около 90% российского рынка пиротехники приходилось на несколько крупных компаний-импортеров, которые являлись официальными дилерами иностранных компаний. Оставшиеся 10% составляли небольшие компании, занимающиеся продажами и организациями пиротехнических шоу и представлений. Подобный расклад сил остается и сейчас. В основном в Россию импортируется пиротехника китайского производства. Из-за обилия контрафактной продукции рынок пиротехники с трудом поддается подсчету. С 2000-го года до кризисного 2008 рынок пиротехники показывал уверенный рост в пределах 10-12% ежегодно и достиг показателя около 3 млрд. рублей. В 2008 году продажи упали до 2,2 млрд. рублей, после чего ситуация стала постепенно выравниваться. В 2014 году, по оценкам экспертов, объем рынка пиротехники оценивался в 3-3,5 млрд. рублей.

Целью данного проекта является открытие магазина пиротехники в городе с населением 500 тыс. человек. На начальном этапе развития магазин будет реализовывать пиротехнические изделие I-III категории опасности, которые не относятся к категории лицензируемых. Магазин планируется разместить в отдельностоящем здании площадью 20 кв. метров в крупном жилом районе города с населением около 90 тыс. человек.

Структура управления магазином представлена руководителем (индивидуальный предприниматель), совмещающим обязанности по руководству магазинов с функциями продавца-консультанта и одним штатным продавцом-консультантом.

В качестве формы собственности магазина пиротехники выбрано ИП. Основной код ОКВЭД для данной деятельности – 52.48.38 «Розничная торговля пиротехническими изделиями». (ОКВЭД 52.48 – Прочая розничная торговля в специализированных магазинах). Система налогообложения – упрощенная (УСН). Объектом налогообложения является доход (6%).

3.Описание товаров

Основным реализуемым товаром магазина является бытовая пиротехника, относящаяся к I-III классу опасности. Перечень основных товарных групп (9 категорий) и расценок приведен в Табл. 1.

Таблица 1. Перечень товаров

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование и описание товара** | **Стоимость, руб.** |
| *Петарды/хлопушки* | | |
| 1 | Петарда терочная, 1 хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.150 кг. Габариты – 8-15-2 | 30 |
| Петарда фитильная терочная, 2 громких хлопка, упаковка 10 шт. Вес 1 шт. – 0.050 кг. Габариты – 8-6-2 см. | 40 |
| Петарда фитильная терочная, 3 громких хлопка, упаковка 10 шт. Вес 1 шт. – 0.050 кг. Габариты -  4-9-2 см. | 70 |
| Петарда фитильная терочная, 1 оглушительный хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 80 |
| Петарда терочная, свист и 1 громкий хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 65 |
| Петарда терочная, 1 громкий хлопок и дым, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 135 |
| Петарда фитильная терочная, 1 громкий хлопок, упаковка 10 шт. Вес 1 шт. – 0.050 кг. Габариты – 8-6-2 см. | 50 |
| Петарда терочная, 2 громких хлопка, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 100 |
| Петарда фитильная терочная, 1 оглушительный хлопок, упаковка 10 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 8-6-4 см. | 40 |
| Петарда фитильная терочная, 1 оглушительный хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 20-10-2 см. | 110 |
| Петарда терочная, 3 громких хлопка, упаковка 6 шт. Вес 1 шт. – 0.030 кг. Габариты – 5-8-2 см. | 90 |
| Петарда фитильная терочная, фонтан зеленых искр и громкий хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 90 |
| Петарда фитильная, один оглушительный хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.400 кг. Габариты – 13-17-3 см. | 100 |
| Петарда терочная, фонтан из зеленых искр, свист и громкий хлопок, упаковка 12 шт. Вес 1 шт. – 0.100 кг. Габариты – 15-10-2 см. | 110 |
| Хлопушка пневматическая, высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.120 кг. Габариты – 20-4-4 см. | 100 |
| Хлопушка пневматическая,  высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.150 кг. Габариты – 30-5-5 см. | 130 |
| Хлопушка пневматическая, высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.200 кг. Габариты – 40-5-5 см. | 150 |
| Хлопушка пневматическая, высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.250 кг. Габариты – 50-5-5 см. | 180 |
| Хлопушка пневматическая,  высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.250 кг. Габариты – 60-5-5 см. | 220 |
| Хлопушка пневматическая, высота подъема – 10 м. Вес 1 шт. – 0.450 кг. Габариты – 80-5-5 см. | 250 |
| Многозарядная петарда, 32 последовательных хлопка, упаковка 32 шт. Вес 1 шт. – 0.180 кг. Габариты – 11-20-2 см. | 275 |
| Петарда фитильная, разрыв белым, трещащим огненным шаром, упаковка – 6 шт. Вес 1 шт. – 0.050. Габариты – 8-9-2 см. | 65 |
| *Салюты* | | |
| 2 | Салюты. Число залпов – 8-200. Длительность – 25-70 с. Высота подъема – 25-60 м. Вес – 0.600 -25 кг. | 350 – 20 000 |
| *Комбинированные салюты* | | |
| 3 | Комбинированные салюты. Число залпов – 4-200. Длительность – 25-130 с.  Высота подъема – 30-60 м. Вес – 0.6 – 26 кг. | 750 – 20 000 |
| *Фонтаны* | | |
| 4 | Фонтаны. Длительность – 30-300 с. Высота подъема – 1-5 м. Вес – 0.020-1.5 кг. | 150 – 2 200 |
| *Ракеты* | | |
| 5 | Ракеты. Длительность – с. Высота подъема – 20-80 м. Вес – 0.050- 0.800 кг. | 200 – 3 800 |
| *Римские свечи* | | |
| 6 | Римские свечи. Число залпов – 5-20. Длительность – 15-75 с. Высота подъема – 10-50 м. Вес – 0.020 – 0.600 кг. | 130 – 850 |
| *Наземные фейерверки* | | |
| 7 | Наземные фейерверки. Вес – 0.050 – 0.200 кг. | 50 - 1600 |
| *Фестивальные шары* | | |
| 8 | Фестивальные шары. Число залпов – 1-12. Высота подъема – 35-70 м. Вес – 0.100-1.350 кг. | 300-3 500 |
| *Бенгальские огни* | | |
| 9 | Бенгальские огни. 175-600 мм. | 50-250 |
| *Празднично-карнавальная продукция* | | |
| 10 | Товары для оформления и проведения праздников, небесные фонарики и проч. | 50-4000 |

Пиротехническую продукцию планируется закупать у надежного поставщика, который еапрямую работает со всеми крупными производителями. Магазин будет иметь широкий ассортимент товаров, а также доступные цены на реализуемую продукцию. В магазине планируется реализовывать исключительно сертифицированную продукцию с действующим сроком годности. На всех пиротехнических изделиях будут указаны: наименование и вид продукции, информация о компании-изготовителе, сведения об основных потребительских свойствах, правила безопасного использования с указанием радиуса опасной зоны, срок годности, а также сертификат или декларация о соответствии.

Особое внимание будет уделено обеспечению безопасности при продажах пиротехники. В частности, пиротехнические изделия будут располагаться на удалении от электроприборов, не заслонять выходы из помещения и будут реализовываться только в заводских упаковках. Также в магазине исключается непосредственный доступ покупателей к пиротехнике.

Транспортировка товара происходит в соответствии с требованиями российского законодательства. При перевозке поставщиком должны применяться специализированные автомобили, освидетельствованные в установленном порядке и оборудованные отличительными знаками. Загрузка торгового помещения пиротехническими изделиями устанавливается согласно требуемым нормам из расчета 1200 кг изделий по массе брутто на каждые 25 кв. метров торгового помещения. Нормы загрузки торгового зала не превышают 333 кг.

Поскольку в магазине будет реализовываться только бытовая пиротехника I-III класса опасности, лицензия на ее продажу не потребуется. Для оформления магазина потребуется заключение Госпожнадзора, заключение Роспотребназора и свидетельство о внесении в общий торговый реестр. Полный перечень необходимых документов приведен ниже:

1.Свидетельство о создании организации (ОГРНИП);

2.Свидетельство о постановке на налоговый учет (ИНН);

3.Договор аренды;

4.Поэтажный план БТИ;

5.Договор на техническое обслуживание противопожарной сигнализации;

6.Заключение Роспотребнадзора (для получения разрешения на торговлю);

7.Заключение Госпожнадзора (для получения разрешения на торговлю).

8.Документ о регистрации ККТ.

При открытии бизнеса по продаже пиротехники, а также в процессе своей деятельности магазин руководствуется следующими нормативно-правовыми документами:

- Постановление Правительства РФ от 22 декабря 2009 г. № 1052 «О пожарной безопасности при распространении и использовании пиротехнических изделий;

- Технический регламент Таможенного Союза «О безопасности пиротехнических изделий» от 16.08.2011.

- Государственный стандарт РФ. Изделия пиротехнические. Общие требования безопасности. ГОСТ Р-51270-99;

- Постановление Правительства РФ от 25 апреля 2012 г. № 390 «О противопожарном режиме»;

- Федеральный закон Российской Федерации от 22 июля 2008 г. № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности»;

- Федеральный закон Российской Федерации от 04.05.2011 г. N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;

- Европейское соглашение о международной дорожной перевозке опасных грузов (ДОПОГ) (принят Российской Федерацией);

- Приказ Минтранса РФ от 8 августа 1995 г. N 73 «Об утверждении Правил перевозки опасных грузов автомобильным транспортом»;

-Рекомендации по обеспечению пожарной безопасности при распространении пиротехнической продукции гражданского назначения (утв. МЧС РФ 07.12.2006);

- Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации»;

- Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей».

4.Продажи и маркетинг

Наибольший доход магазины пиротехники приносят во второй половине декабря, в канун Нового года, а выручка от продаж за один месяц нередко достигает до 80% ежегодного дохода. Новогодний фейерверк является неотъемлемым атрибутом праздника, и позволить такое удовольствие хотя бы раз в год может большая часть населения страны. Данным фактом успешно пользуются предприниматели, организующие в декабре временные торговые точки. Наибольшим спросом пользуется мелкая пиротехника, стоимостью до 500-1000 рублей. Однако в последние годы все больше россиян (особенно жители крупных городов) стали отдавать предпочтения не только бенгальским огням, петардам и дешевым ракетам, но и дорогостоящим салютам. Причем, их покупка может быть приурочена не только к празднованию Нового года, но и к другому поводу – дню рождения или юбилею, к свадьбе, к корпоративу или вечеринке и т.д.

Среди ключевых требований покупателей пиротехнических изделий – это эффект от их использования. Это могут быть требования к красочности и зрелищности, к уровню громкости, к высоте подъема изделия или к продолжительности его действия (например, по числу залпов). Также определяющим для потребителя является такой фактор как доступная цена. Здесь существует известная опасность – покупая слишком дешевую пиротехнику на временной торговой точке велик риск заполучить «кота в мешке», либо ожег и травму. Продавцы в таких магазинах в последнюю очередь думают о безопасности клиентов и могут торговать не сертифицированным товаром китайского производства.

В отличие от стихийной торговли в специализированном магазине, к коим относится данный проект, можно более грамотно подойти к выбору пиротехники. Во-первых, продажи в таком магазине осуществляет продавец-консультант, обладающий более широким багажом знаний. Обучение персонала технике продаж и ассортименту будет проведено специалистами компании-поставщика, имеющий долгий опыт работы на данном рынке. Во-вторых, вся продукция в магазине является сертифицированной и имеет все необходимые документы, подтверждающее ее качество. В-третьих, любой клиент магазина пиротехники может не только получить профессиональную консультацию, но и увидеть, как действует то или иное пиротехническое изделие на видео – качественная продукция всегда поставляется в магазины с видеозаписями для демонстрации. Информацию о продукте можно узнать также на официальном сайте и в социальных сетях, где представлены каталоги реализуемой пиротехники. Основными способами привлечения клиентов являются наружная реклама, размещенная на фасаде магазина (световая вывеска) и контекстная реклама в поисковых системах.

На данный момент в городе существует 15 магазинов, занимающихся оптовой и розничной реализацией пиротехники. Большую часть из них (10 магазинов) составляют фирменные магазины федеральных сетей и официальные дилеры крупных компаний.  Помимо оптово-розничных продаж они занимаются организацией крупных праздников и мероприятий для корпоративных заказчиков и администрации. Остальная доля рынка приходится на единичные магазины, помимо бытовой пиротехники занимающиеся продажей сопутствующей продукцией для проведения различных праздников, что позволяет им несколько расширять круг потенциальных клиентов и выдерживать конкуренцию с сетевиками. Обозначенный поход планируется использовать и в концепции данного проекта, расширяя ассортимент сопутствующих товаров в «низкий сезон».

5.План производства

Магазин планируется расположить в крупной строящейся части города, практически неохваченной конкурентами. В непосредственной близости от магазина находится крупная транспортная развязка, торговый центр с якорным продуктовым арендатором, многоэтажные жилые кварталы. График работы магазина: ежедневно с 10:00 до 21:00.

Технология продаж представляет собой прямые розничные продажи на торговой точке. Для реализации пиротехники продавец-консультант пиротехнического магазина должен обладать следующим минимальным объемам знаний:

1.Знание ассортимента продукции и способов ее безопасного использования;

2.Знание мест, запрещенных для реализации пиротехники;

3.Правила хранения и демонстрации продукции;

4.Владение информацией о сертификатах на продукцию;

5.План действий по эвакуации в случае пожара и владение огнетушителем;

6.Возрастные ограничения покупателей (пиротехнические изделия запрещено продавать детям, не достигшим 16-летнего возраста.).

Для открытия магазина пиротехники планируется использовать отдельно стоящее здание площадью 20 кв. метров, взятое в аренду. С арендодателем заключен договор сроком на 5 лет, предусматривающий пролонгацию договора. Стоимость аренды составит 20 тыс. руб. в месяц. Для отделки помещения потребуется сумма в размере 70 тыс. руб. Павильон будет необходимо оснастить охранно-пожарной сигнализацией, аварийным освещением и первичными средствами пожаротушения. При отделке помещения будут исключены горячие материалы и материалы, выделяющие при нагревании токсичные средства. Также в магазине потребуется предусмотреть запасной выход. Согласно требованиям пожарной безопасности в помещении будет полностью исключено попадание прямого солнечного света пиротехнические изделия.

 Для оборудования магазина пиротехники всем необходимым понадобится 210 тыс. руб.  Затраты на оборудование представлены в Табл. 2. Согласно правилам пожарной безопасности, пиротехнические изделия будут храниться на стеллаж и в витринах, изготовленных без использования легковоспламеняемых материалов.

Таблица 2. Затраты на оборудование

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Цена, руб.** | **Кол-во, шт.** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Кассовый аппарат | 15 000 | 1 | 15 000 |
| 2 | Терминальный аппарат для приема банковских карт | 25 000 | 1 | 25 000 |
| 3 | ЖК Телевизор | 16 000 | 1 | 16 000 |
| 4 | Пожарная сигнализация | 25 000 | 1 | 25 000 |
| 5 | Огнетушитель | 12 500 | 1 | 12 500 |
| 6 | Витрина | 9 500 | 4 | 38 000 |
| 7 | Стеллаж металлический | 4 000 | 6 | 24 000 |
| 8 | Уголок потребителя | 2 000 | 1 | 2 000 |
| 9 | Полка настенная | 1 500 | 10 | 10 500 |
| 10 | Вывеска наружная | 15 000 | 1 | 15 000 |
| 11 | Световое оборудование | 8 000 | 1 | 8 000 |
| 12 | Прочее | 19 000 | до 10% от общей стоимости | 19 000 |
| **Итого:** | | | | **210 000** |

Так как обязанности по продажам частично возьмет на себя индивидуальный предприниматель, на начальном этапе потребуется один штатный сотрудник (см. Табл.3) для работы в посменном режиме. В последствие возможно расширение штата. В высокий сезон (во второй половине декабря) возможно привлечение наемных работников за сдельную плату.

Таблица 3. Штатное расписание и фонд оплаты труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Кол-во, чел.** | **ФОТ, руб.** |
| 1 | Продавец-консультант | 1 | 20 000 |
| **Итого:** | | | **20 000** |
| **Отчисления:** | | | **6 000** |
| **Итого с отчислениями:** | | | **26 000** |

Бизнес по продаже пиротехники отличается высокими наценками, которые могут составлять от 100 до 300%. При наценке в 200% и среднем чеке магазина в 2500 рублей проект окупится за первые два месяца работы (5 месяц начала проекта). Основной спрос ожидается на мелкую продукцию  - ракеты, петарды и римские свечи стоимостью в пределах 2000 руб.

Издержки основного периода будут включать закупку продукции с основным пополнением ассортимента в начале декабря, арендную плату, зарплату проавцу-консультанту, рекламу, оплату электроэнергии, прочие текущие расходы.

6.Организационный план

Открытие магазина пиротехники потребует последовательную реализацию следующих этапов:

1. Регистрация бизнеса (ИП) – до 5 дней;

2. Заключение договора аренды – до 2 недель;

3. Оформление разрешительных документов на торговую деятельность – до 2 месяцев;

4. Заключение договоров на поставку – 5 дней;

5. Оборудование помещения, закупка и доставка пиротехники – 1,5 недели;

5. Предпродажная подготовка, обучение персонала – 2 дня.

Таким образом, подготовительный период планируется завершить в течение 3 месяцев. Открытие магазина запланировано на ноябрь 2016 года.

Руководство магазином осуществляет индивидуальный предприниматель, который совмещает свои обязанности с функциями продавца-консультанта. В обязанности руководителя входит взаимодействие с поставщиками и закупка пиротехники, установка рабочего расписания, стратегическое планирование бизнеса и выбор способов маркетингового продвижения. Для ежедневной работы магазина потребуется нанять одного сотрудника. В обязанности продавцов-консультантов входит консультирование и обслуживание покупателей, работа на кассе, решение организационных вопросов по открытию/закрытию магазина, ведение отчетности по продажам, мерчендайзинг, трансляция видеороликов на экране.

7.Финансовый план

Объем вложений в открытие магазина пиротехники составит 800 000 руб. В данную сумму войдут средства на отделку помещения -  70 000 руб., закупка оборудования – 210 000 руб., стартовая закупка пиротехники – 200 000, средства на создание сайта – 20 000, оборотные средства инвестиционного периода – 300 000. Для реализации проекта будут привлечены собственные денежные средства. В затраты основного периода войдут арендная плата (20 тыс. руб.), закупка пиротехники, размер которой будет зависеть от объемов продаж, зарплата продавцу-консультанту (вместе с отчислениями – 26 тыс. руб.), траты на рекламу, электроэнергию и прочее. Финансовые показатели проекта, представленные на пятилетний период, можно увидеть в Приложении 1. Показатели нагрузки, использованные при расчетах в «несезон» - от 75 до 200 клиентов в месяц при среднем чеке 2,5 тыс. руб., в сезон – 530-1200 клиентов в месяц.  Также были учтены показатели сезонности, фактор роста продаж в связи с узнаваемостью заведения в каждый новый сезон, налоговые вычеты.

8.Оценка эффективности проекта

С учетом старта продаж перед Новым годом выход на окупаемость магазина пиротехники произойдет уже на 2 месяц с момента начала продаж и 5 месяц со старта проекта. В Табл. 4 можно увидеть основные показатели эффективности.

Таблица 4. Показатели эффективности проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Показатель** | **Значение** |
| 1 | Ставка дисконтирования, % | 20 |
| 2 | Чистая приведенная стоимость (NPV), руб. | 7 096 674 |
| 3 | Чистая прибыль проекта\*, руб. | 700 000 – 1 500 000 |
| 4 | Рентабельность продаж, % | 25 |
| 5 | Срок окупаемости (PP), мес. | 5 |
| 6 | Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес. | 5 |
| 7 | Индекс прибыльности (PI)% | 8,59 |

\*в пиковые месяцы продаж

9.Риски и гарантии

Основная особенность магазинов пиротехники состоит в сильной зависимости от сезона – пик продаж приходится на короткий промежуток времени, начиная со второй половины декабря. В связи с этим, для снижения рисков по нерентабельности открытие магазина запланировано на ноябрь. Минимизации рисков должно поспособствовать позиционирование магазина в качестве доступного для рядового потребителя, удачное расположение и отсутствие конкурентов поблизости. Для успешной реализации проекта понадобится грамотная стратегия по издержкам: минимальные траты при максимальном эффекте. Оценка основных рисков дана в Табл. 5.

Таблица 5. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Риск** | **Вероятность наступления** | **Степень тяжести последствий** | **Меры по предотвращению** |
| 1 | Уход в нерентабельность в «низкий сезон» | средняя | средняя | Скидки на продукцию, активная работа с корпоративными клиентами, реализация товаров других групп, наличие денежных средств в качестве «подушки безопасности» |
| 2 | Рейды МЧС, взимание штрафов и «поборы» проверяющих | средняя | низкая | Соблюдение всех норм торговли и хранение продукции, наличие сертификатов на продукцию, постоянное наличие денежных средств в качестве «подушки безопасности» |
| 3 | Давление конкуренции | средняя | средняя | Расширение ассортимента, использование новых способов по повышению лояльности клиентов, активная работа по продвижению |
| 4 | Чрезвычайная ситуация, пожар | низкая | высокая | Следование нормам пожарной безопасности, наличие средств пожаротушения, соблюдение норм хранения пиротехнических изделий |

10.Приложения