

эксперты



Ольга Сергеева продавец-консультант магазина кожгалантереи (ИП Новикова А. Н.)

Рынок кожгалантереи в Нижнем Новгороде развит, но не монополизирован крупными игроками. На нем достаточно просто открыть свое дело и новичку, и тому, кто решил перепрофилировать свой бизнес. Более 50% рынка сегодня принадлежит небольшим торговым точкам индивидуальных предпринимателей.

На рынке кожгалантереи держится стабильный спрос

Значительная доля малого и среднего бизнеса на нижегородском рынке кожгалантереи обуславливается стабильным спросом на продукцию, который отмечается в течение нескольких лет. Причем, такой спрос сохраняется во всех сегментах — от luxury до есопот. Эта тенденция в свою очередь обусловлена тем, что продукция на данном рынке носит имиджевый характер. Сумки, барсетки, кошельки и прочая кожгалантерея — для большинства нижегородцев элемент стиля.



Самыми заметными участниками рынка, несомненно, являются салоны и бутики, такие, как сеть «Сумки», магазин «Сумки Соло», «Савио», «Стиль». Однако это так называемые «крупняки». Подавляющее большинство участников рынка имеет меньшие объемы. Это небольшие фирмы разных организационно-правовых форм (от ООО до ИП), которые располагаются в торговых центрах, на рынках, в шаговой доступности от покупателя, удовлетворяя его спрос в самых разных ценовых сегментах.

Кожгалантерейщики поменяли центр на периферию

Одним из самых насущных вопросов при открытии такого бизнеса, как торговля кожгалантереей, является выбор помещения. Место, в котором оно находится, обязано иметь высокую проходимость, ибо спрос на наш товар обречен быть импульсивным. На проходимое место можно рассчитывать, если предприниматель будет арендовать площади в центре города, однако в Нижнем Новгороде это мало реально. Дело даже не в высокой арендной ставке, а попросту в отсутствии площадей. В деловом центре мы замечаем усиление позиций сегмента luxury. Основной поток предпринимателей сегодня перетекает в торговые центры Советского и Приокского районов, а также нижней части

города. Разумной альтернативой становятся квадратные метры в больших рабочих районах, таких, как Сормово и Автозавод (по красным линиям). Такое расположение торговой точки в большинстве случаев более выгодно для кожгалантерейного магазина, чем торговая точка в центре города.

Оптимальный стартовый капитал для кожгалантереи — полмиллиона рублей.

Оптимальной площадью для кожгалантереи считается 30 кв. м. Бывают и точки меньшей площади, которые располагаются на «островках» в торговых центрах и отдельных магазинах. Очень частой ошибкой начинающих предпринимателей являются большие амбиции: многие сразу арендуют большие помещения (60 кв. м и выше), завозят большой ассортимент продукции, который потом не могут распродать годами. Это в корне неверный шаг. Главный закон рынка кожгалантереи: окупаемость торговой точки будет быстрой при малых вложениях в открытие, разумном ассортименте и «проходимой точке». Развивать такой бизнес надо постепенно, иначе очень легко стать банкротом в одночасье. Мы открывали торговую точку два года назад. Стартовый капитал составил 550 тыс. руб. Из них 300 тыс. руб. были собственные средства учредителей, 250 тыс. руб. — заемные. Мы выбрали для работы нижнюю часть города и работаем в пошаговой доступности от рынка и большого спального района. Аренда за 23 кв. метра не превышает 70 тыс. руб. в месяц. Это дает возможность нашей торговой точке работать безубыточно.

Кожгалантерея окупается за три года

Из положительных моментов открытия кожгалантереи могу отметить, что, в отличие от других сфер и отраслей, здесь нет проблем с поиском продавцов. Сотрудников не требуется профориентировать или переобучать. Достаточно взять на точку двух ответственных работников, которые обладали бы информацией о реализуемом товаре. Что касается заработной платы продавцов, то она обычно включает в себя минимальный фиксированный оклад, прибавка к которому (премия) будет зависеть от торгового оборота. В разных регионах уровень этого фиксированного оклада различный, но редко превышает 5 тыс. руб. В заключение скажу, что работа кожгалантереи становится безубыточной, если предприниматель смог довести ежемесячную выручку до 100 тыс. руб. в месяц. При таких показателях 1 млн. руб. стартового капитала окупится за 2-3 года. Есть редкие примеры, когда торговая точка окупалась быстрее, но это, скорее, удачные исключения из правил.

Смешанный ассортимент поможет завоевать покупателя

Формирование ассортимента — еще один важный пункт программы при старт-апе. Сразу хочу развеять «розовые» иллюзии новичков: кожгалантерея, предлагающая определенные марки и модели — удел «крупняков». Индивидуальные предприниматели избирают смешанный ассортимент брендов. Для начала торговли будет вполне

достаточно закупить 400-500 ассортиментных единиц. Товар приобретается у оптовых компаний и фирм-производителей по прямым договорам. В последнем случае преимущества состоят не только в цене, но и в возможности приобретения эксклюзивных видов и моделей кожгалантереи. Однако последний вариант, скорее, из разрядов планов на перспективу, он возможен только при больших объемах заказов, а на первоначальных этапах работы их у предпринимателей обычно не бывает. Про наш опыт могу сказать одно: мы искали поставщиков на профессиональных форумах через Интернет. У нас есть несколько поставщиков в Европе и США, которые занимаются поставками товаров с оптовых фирм, аукционов и стоков. Цены у них реально низкие, как на товары, так и на доставку, а продукция может составить конкуренцию Китаю. Особо отмечу, что магазины, в которых номенклатура товаров расширена за счет таких позиций, как кошельки, ключницы, обложки на паспорт, бумажники водителей, выигрывают от продаж больше. Мы также включали кожгалантерею «повседневного» спроса в линейку продукции. Сейчас доходы от ее реализации составляют 40% от ежемесячной прибыли.