

эксперты



Алевтина Гегина собственник магазина «Орто-МАГ» (г. Владимир)



Виталий Беляков директор магазина ортопедических товаров, ИП Белякова И. А. (г. Н. Новгород)

В настоящее время конкуренция в сегменте ортопедических товаров невелика, а торговая наценка весьма значительна. Благодаря этому предприниматель может полностью окупить стартовые инвестиции за сравнительно небольшой срок. Перспективы у магазина ортопедических товаров огромные. В наши дни каждый второй городской житель — потенциальный его клиент: продавцы сферы услуг и торговли, занятые на стоячей работе; «белые воротнички», у которых от сидения в офисе к концу дня отекают ноги; родители, озабоченные здоровым ростом своих детей; пожилые люди и даже активно занимающиеся спортом граждане. Так или иначе, все они постоянно пользуются ортопедическими товарами.

Есть и еще несколько положительных для индивидуальных предпринимателей моментов работы в данной сфере. Во-первых, лицензирование требует только производство ортопедических товаров, а для продажи необходима обычная лицензия на розничную торговлю. Во-вторых, существует множество путей выхода на рынок. Иначе говоря, бизнес по продаже ортопедических товаров доступен предпринимателям с разным уровнем стартовых инвестиций.

Путь первый. Готовый бизнес

Год назад индивидуальному предпринимателю из Нижнего Новгорода Алевтине Гегиной, занимавшейся продажей медоборудования, один из клиентов сделал предложение, от которого было трудно отказаться. Он продавал небольшой магазинчик ортопедических товаров в соседней области — во Владимире. Всего за 300 тыс. руб., с торгом.

«Я была очень удивлена. Бизнес, которому три года, отличное место — точка в торговых рядах, располагается рядом со входом в супермаркет «Спар», небольшая, но своя клиентская база и такая низкая цена! Естественно, я ухватилась за это предложение, сама до конца не понимая, как я буду работать в незнакомом городе и в незнакомой, хотя и смежной с моим родом деятельности, сфере», — вспоминает предприниматель Гегина.

По условиям договора купли-продажи за 300 тыс. руб. г-жа Гегина получила вместе с площадями стеклянные витрины с накопителями и установленным светом, отдельный вход в магазин, согласованную световую вывеску над этим входом, ноутбук, демон-страционный ЖК-монитор.

Алевтина Гегина: «Я выделила свободный день, поехала во Владимир посмотреть магазин. Внутри все оборудование было в отличном состоянии, точка — на проходном месте, товара — на месяц торговли. Я согласилась на сделку, которая затянулась почти на 5 месяцев!»

Причиной волокиты стало переоформление учредительных документов на нового собственника. Сначала выяснилось, что пакет документов изначально оформлен с грубыми ошибками, потом возникли проблемы с арендодателем и пришлось приложить

немало усилий для того, чтобы подписать новый договор на 11 месяцев с пролонгацией. При этом ставка за квадратный метр выросла с 2,3 до 2,5 тыс. руб., в итоге арендная плата составила 18,7 тыс. руб. в месяц.



«Со всеми расходами и разъездами готовый бизнес обошелся в цену, вдвое превышающую ту, что вначале назвал продавец, — признается предприниматель. — Всем начинающим в этой сфере советую изначально проверять свою документацию, чтобы не тратить время и деньги. Это был самый негативный опыт при выходе на данный рынок. Во всем остальном вижу положительные моменты: выйти в ноль планирую через два-три месяца, клиентская база расширилась, укрепились связи с поставщиками. Сейчас чистая прибыль в месяц составляет порядка 360-400 тыс. руб.»

Плюсы и минусы покупки ортопедического салона:

- + невысокая цена
- + есть оборудованное помещение и ассортимент товара
- + сформирована клиентская база
- длительное переоформление документов на нового собственника
- могут возникнуть проблемы с арендодателем и повыситься арендная ставка
- в итоге бизнес может стоить гораздо дороже суммы, названной продавцом

Путь второй. Начать с нуля

Открыть магазин ортопедических товаров собственными силами, безусловно, обойдется дороже. По оценкам индивидуального предпринимателя Виталия Белякова, сегодня для этого необходимо иметь порядка 1-2 млн. руб. Величина стартовых инвестиций колеблется в зависимости от площади торгового зала (необходимо от 8 до 30 кв. м.), месторасположения и объемов первоначальной закупки товара.

«При поиске помещения советую придерживаться целевого принципа размещения магазина, то есть, максимальная близость места продажи к целевой аудитории, к тому покупателю, который заинтересован в покупке ортопедических товаров, — советует предприниматель Беляков. — Я искал торговую точку рядом с поликлиниками, больницами, лечебно-диагностическими центрами. Как оказалось, не ошибся: непосредственная географическая близость всех участников треугольника «врач — покупатель — продавец» способствует увеличению объемов продаж».

Ассортиментный ряд у магазинов ортопедических товаров довольно стандартный: ортопедические стельки и полустельки, медицинские биндажи, спортивно-варикозный трикотаж, гимнастические мячи, массажные подушки, ортопедические матрасы, подушки, обувь. А вот объем первоначальных инвестиций в товар зависит от амбиций и кошелька предпринимателя и может составлять от 500 тыс. руб. до 1 млн. руб. (с

возможностью обмена непроданной продукции). Пожалуй, самая небольшая статья расходов в открытие данного вида бизнеса — оборудование (витрины, стеллажи, демонстрационная техника). На него редко тратят более 200 тыс. руб.

«Я открывался не так давно, поэтому помню, что особо остро передо мной стояла проблема кадров — отмечает Виталий Беляков. — Квалифицированный специалист-продавец в этой сфере стоит 25-30 тыс. руб., а их на один магазин надо несколько! Вот тогда-то я и задался вопросом, а нужны ли моему бизнесу дорогие в оплате суперпрофессионалы? А есть ли для суперпродавцов необходимый объем работы? Нет ли возможности организовать полноценный бизнес за счет небольших и приемлемых сейчас затрат на персонал?»

Проанализировав ситуацию, предприниматель пришел к выводу, что если речь идет не о работе магазина в сети (а развить сеть салонов по продаже ортопедических товаров сегодня, увы, по силам единицам предпринимателей), то в суперпродавцах необходимости нет. Для рядового магазина вполне достаточно двух продавцов, которые умеют быстро рассказать покупателю об основных свойствах интересующего его товара, могут предложить ассортиментный ряд конкретного вида продукции и в случае необходимости работать с большими массивами покупателей. «Продавцы с подобным набором навыков стоят гораздо дешевле. Фактически мне удалось найти двух по цене одного. Оба — выпускники медучилища, с работой справляются на отлично», — подчеркивает Виталий Беляков. — Пока салон приносит небольшой доход. Но в перспективе полугода я ожидаю, что ежемесячная чистая прибыль дойдет до 500-600 тыс. руб.»

Плюсы и минусы открытия ортопедического салона с нуля:

- + можно самостоятельно выбрать помещение для магазина и его формат
- + самостоятельный подбор ортопедических товаров
- значительные стартовые инвестиции
- проблема кадров.