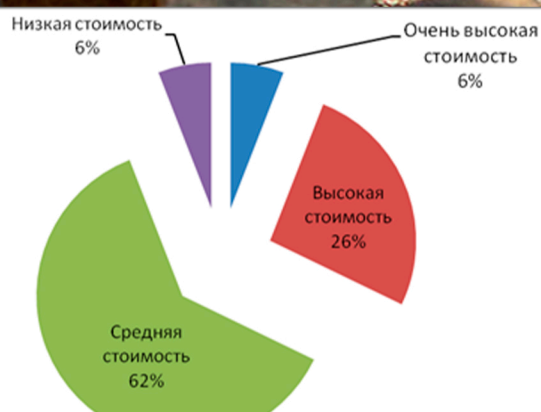




Маркетинговое исследование рынка ножей и иного холодного оружия, изготавливаемого вручную в Республике Крым



**Маркетинговое исследование
рынка ножей и иного холодного оружия
Республики Крым**



Согласно данным интернета и опросов, в Республике Крым существует следующее количество предприятий, занимающихся изготовлением и продажей ножей и другого холодного оружия, а также макетов оружия:

Магазины (спорттовары и специализированные оружейные магазины) – 12 предприятий

Кузницы (ковка ножей и другого холодного оружия) – 8 предприятий

Магазины и кузницы распределены географически следующим образом:

Район Крыма	Магазины	Кузницы
Бахчисарайский р-н	-	1
Белогорский р-н	-	-
Джанкойский р-н	-	-
Краснопереконский р-н	1	-
Керченский р-н	1	1
Кировский р-н	-	-
Ленинский р-н	-	-
Нижнегорский р-н	-	-
Первомайский р-н	-	-
Раздольненский р-н	-	-

Судакский р-н	2	1
Симферопольский р-н	8	5
Черноморский р-н	-	-

Как видим, основное производство и продажа ножей и другого холодного оружия сконцентрированы в Симферопольском районе. Это объясняется тем, что для кузнечного производства необходим определенный уровень инфраструктуры, а производство ножей – не самое востребованное направление работы кузницы. Среди кузнечной продукции наибольшим спросом пользуются решетки, заборы, ворота, калитки, ограды, т.е. крупные предметы декоративно-прикладного искусства, составляющие архитектурные элементы фасадов и интерьеров.



Ножи сложнее в изготовлении, для их производства недостаточно работы только кузнеца, необходимо изготовить рукоять и ножны, работа с этими материалами требует других специалистов, поэтому кузнец должен либо осваивать новые навыки, либо кооперироваться с резчиком по дереву/кости (наиболее распространенные материалы для рукоятей) и кожевником (ножны). Материалы, из которых изготавливаются ножи, также

отличаются от обычного металлопроката для ворот и решеток, необходимо закупать высокоуглеродистую сталь, качественный уголь для равномерного нагрева либо специальную печь. Материал рукояти также должен быть высокого качества. Все это позволяет отнести ножи, изготовленные ремесленным способом, к товарам категории премиум и элит.



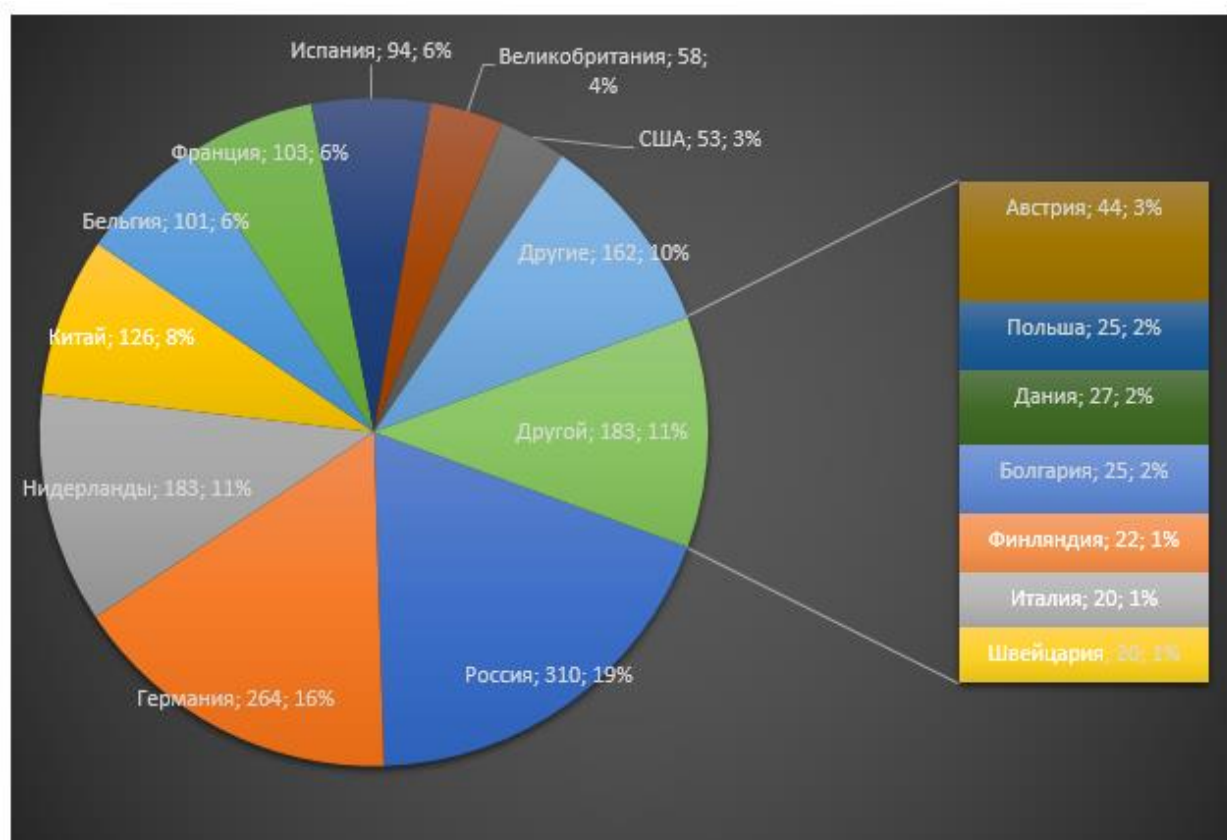
История ножа в России уходит корнями в глубокое прошлое. Находясь между Востоком и Западом, совмещая на одной территории множество народов и климатических зон, Россия повидала тысячи ножей с различными конструктивными особенностями. В России существовали как национальные ножи, например, полевой, поясной и подсайдашный нож, так и большое число ножей других народов. Освоение новых территорий либо установление тесных связей с ними, способствовали появлению новых видов ножей. При покорении Кавказа началась мода на кавказское оружие, из Европы пришли охотничьи кортики и складные ножи. Наиболее известными центрами производства ножей стали Златоуст, Тула, Ворсма, Фискарс. В советские времена ножевая культура пережила колоссальный упадок. Производство ножей свернулось в 30-е годы прошлого века. В СССР действовали строгие законы, ограничивающие ношение холодного оружия, в результате чего отрасль полностью деградировала. Оставались лишь незначительные цехи товаров народного потребления при предприятиях, занимающихся выпуском металлоизделий. Лишь в 1992 году принятый закон «Об оружии» смягчил возможности приобретения качественного холодного оружия. В отсутствие собственного производства в страну хлынул поток дешевой китайской продукции, а также современные складные ножи, произведенные в Америке и Европе. Прорыв на мировом рынке ножей с точки зрения инноваций и дизайна связан с деятельностью американской компании Spyderco, которая имеет

патенты на отверстие в клинке, клипсу-держатель и серрейтерную заточку клинка. Постепенно стало возрождаться и отечественная ножевая промышленность. Продукция, не уступающая по качеству зарубежным фирмам, ныне выпускается в различных городах и регионах страны (в Кизляре, Москве, Златоусте, Нижегородской области, Туле, Ижевске, Угличе, Волгограде и др.).



Существует немало людей, которые серьёзно увлекаются холодным оружием и готовы не только покупать старинные экземпляры, имеющие историческую ценность, но и реплики, которые изготавливаются современными мастерами. Оружие может быть востребовано среди людей, которые занимаются воспроизведением исторических событий, актеров театра, коллекционеров. Также нельзя забывать об охотниках и туристах, которым нужны туристические и охотничьи ножи. Холодное оружие не запрещено по законам РФ, его хранение не преследуется по закону (за некоторым исключением), поэтому любой желающий имеет право заказать себе меч или кинжал.

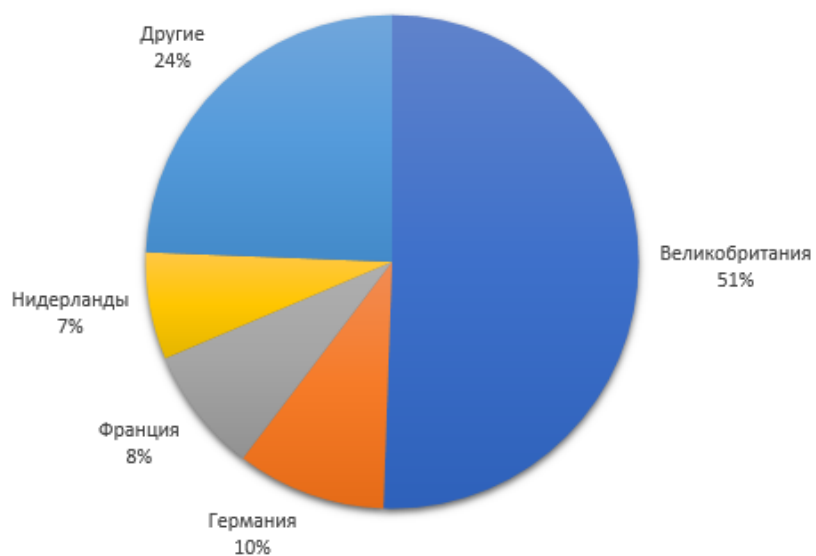
Структура рынка ножей и другого холодного оружия по стране производства, ед., % (данные SoyaNews)



К основным проблемам рынка можно отнести:

- высокую чувствительность рынка к изменениям в угольной отрасли
- снижение платежеспособности покупателей в целом, что приводит к ужесточению конкуренции и снижению рентабельности производства
- снижение доступности кредитных ресурсов
- отсутствие государственной поддержки
- сложность покупки необходимых марок высокоуглеродистой стали в России
- долгое отсутствие интереса к отечественному кузнечному искусству, вследствие этого – утрата навыков, имевшихся у кузнецов до середины 20 века
- низкий уровень технического оснащения мелких производителей, дефицит высококачественного оборудования и высокие затраты на модернизацию основных фондов
- высокий дефицит квалифицированных кадров
- низкая способность к внедрению новых технологий производства

КРУПНЕЙШИЕ РЫНКИ ЕВРОПЫ



Целевые рынки сбыта для производителя ножей, холодного оружия и макетов оружия:

- Специализированные магазины оружия;
- Магазины спортивных и туристических товаров;
- Охотничьи общества;
- Реконструкторские клубы.



Рентабельность производства зависит от рыночного спроса, динамики цен и покупательной способности целевой аудитории. В общем объеме холодного оружия удельный вес ножей составляет 81%, из них:

- 41% туристических ножей;
- 35% охотничьих ножей;
- 21% макеты оружия для реконструкторов;
- 3% – другое.

На рынке популярны туристические ножи, не считающиеся холодным оружием (рентабельность производства — 20–30%). Второе место занимают охотничьи ножи, третье — макеты оружия.



Процесс покупки ножей зависит от:

- цены;
- ассортимента ножей;
- сервиса, который предлагает продавец;
- качества ножей, наличия сертификатов на марки стали.



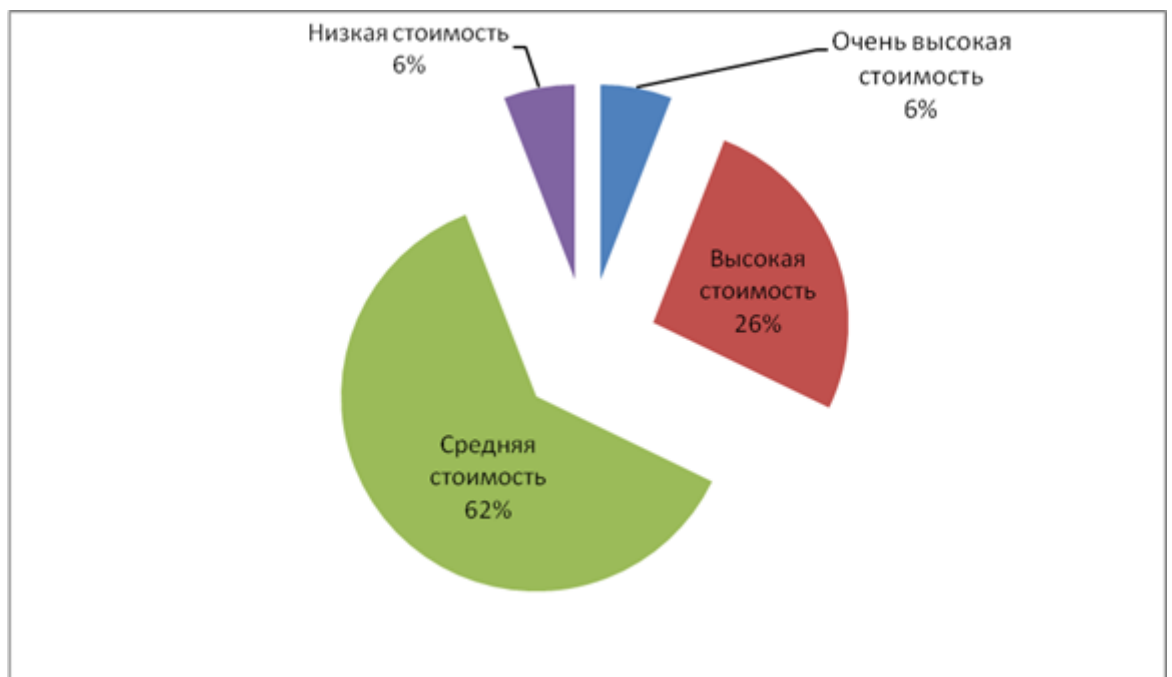
Главными факторами при реализации ножей специалисты считают:

- качество, наличие, ассортимент;
- конкурентоспособность;
- степень "раскрученности" товара (рекламная поддержка);
- эстетичный внешний вид;
- эргономичность рукояти;
- информационная поддержка (максимальное обеспечение продавцов информацией о том, как и из каких материалов изготовлено лезвие, рукоять, ножны, и т.д.).



Охотники и туристы покупают в основном ножи, которые не являются холодным оружием (хотя у охотника может быть на него разрешение), и при этом обеспечивают высокое качество. **Основными факторами влияния на решение о приобретении ножа** являются:

- полученный собственный опыт о данном виде ножей;
- наличие и опыт использования, полученный хорошим знакомым охотником или туристом;
- сильная и массовая реклама этого производителя;
- публикация и распространение информации о весомых преимуществах конкретного вида ножа над другими видами;
- при выборе из двух ножей одного класса охотники и туристы выбирают более дешевый, без потерь эргономики;
- убеждение покупателя продавцом, который непосредственно находится в прямом контакте с покупателем;
- авторитет фирмы на рынке.



Рекомендации по входу на рынок ножей:

Нередко таким бизнесом занимаются профессиональные кузнецы, которые работают если не в одиночку, то только с одним-двумя помощниками. Оформление в качестве индивидуального предпринимателя не займёт много времени, но несколько сложнее будет зарегистрироваться, если есть необходимость в юридическом лице. Нужно сказать, что на практике всё-таки лучше работать именно как юридическое лицо, потому что у контролирующих органов есть свои требования к помещению и оснащению предприятия, и иногда величина основных фондов бывает весьма существенной. Тут проще

всего выбрать общество с ограниченной ответственностью, потому что также будет доступна упрощённая система налогообложения. Величина государственной пошлины за регистрацию – 4 тысячи рублей. Но далее необходимо получить лицензию на изготовление холодного оружия. С юридической точки зрения фактически нет разницы в том, что именно производит предприятие – межконтинентальные баллистические ракеты или кинжалы – всё это классифицируется как оружие, и нужно получить лицензию на производство оружия. Однако всё же на холодное оружие предъявляются свои требования.

Во-первых, потребуется соответствующее помещение, в котором можно будет хранить оружие. Как несложно догадаться, помещение должно быть постоянно быть охраняемым, а доступ к оружию в случае взлома должен быть затруднён. Далее следует договориться с частной охранной организацией для обеспечения постоянной охраны объекта, об установлении сигнализации и постоянно дежурства бригады, которая может выехать по первому же требованию или при срабатывании тревожного сигнала. Неплохо, если офис ЧОП располагается неподалёку, потому что команда должна среагировать незамедлительно и перехватить злоумышленников на объекте. Эта же организация также может выдать заключение о том, что оружие содержится в соответствии с установленными правилами. После этого следует обращаться во все остальные инстанции – Роспотребнадзор, Архитектурное ведомство и Пожарная служба. Все их заключения также потребуются лицензирующему органу впоследствии. Сюда помимо общеустановленных требований относится защита на окнах и специально оборудованная оружейная комната, в которую строго ограничен доступ даже персоналу. Чтобы получить лицензию, также нужно нанять людей, которые имеют право пользоваться оружием, да и для самого предпринимателя невыгодно нанимать сотрудников, которые ничего не понимают в таком деле. Особые требования предъявляются к директору предприятия, и здесь нужно быть особенно аккуратным.

Чтобы получить лицензию, стоит обратиться в местный отдел МВД, и там будут согласовывать возможность выдачи лицензии с Российским агентством по обычным вооружениям (РАВ), которое ответственно за гражданское оружие. Чтобы рассмотрели заявку, нужно обладать производственными мощностями, иметь в собственности или в аренде помещения, причём все они должны быть изолированы и иметь специальное оборудование для хранения готового оружия. Срок рассмотрения лицензии достигает 45 дней, хотя обычно в течение 30 дней уже бывает принято решение. Нужно отметить, что получение лицензии на производство даже холодного оружия сопряжено с

высоким риском неудачи, потому что в этом направлении существует немало требований к предприятию, и немного компаний в итоге получают возможность работать в этом направлении. В общем-то, ограничений юридически не имеется на то, кто именно может стать обладателем лицензии (то есть коммерческие организации имеют такую возможность), но без наличия связей обычно бывает очень трудно сертификат получить. Можно также обратиться в специальную компанию, которая помогает в получении лицензий, и тут можно сказать, что подобная компания хоть и существенно может помочь в решении этого вопроса, потребует немало денег за свои услуги. Тут предприниматель решает сам, стоит ли ему платить за такую работу. Также стоит отметить, что действует лицензия только 3 года, но её можно продлить на 5 лет по специальному заявлению. Окупаемость услуг посредников в данном случае можно оценить только исходя из планируемого оборота.



В связи с тем, что для получения лицензии необходимо уже располагать мощностями и иметь налаженное рабочее место, всё оборудование и помещение приобретаются заранее. Для предприятия лучше всего найти продающиеся небольшие промышленные объекты или просто не работающие, но готовые к переоборудованию заводы. Нужно рассчитывать на несколько сотен квадратных метров земли, поэтому лучше всего искать землю за пределами больших городов. Можно найти в сельской местности

неработающий завод и переоборудовать его под свои нужды. В зависимости от состояния помещений, от размеров участка и от множества других факторов, но если рассчитывать на покупку участка, то нужно располагать несколькими миллионами рублей; если же планируется брать участок в аренду, то сумма её может достигать 100 тысяч рублей в месяц, а иногда даже больше. Однако, если не планируется производить холодное оружие в промышленных объёмах (а это почти всегда нерентабельно, только если нет какого-нибудь правительственного заказа), то нужно найти участок, который по оснащению и размерам минимально соответствует требованиям лицензирующего органа, в остальном кузнец может обходиться малой территорией и мощностями. Минимально на территории должен быть кузнечный цех, склад готовой продукции (специально оборудованный), склад сырья, а также вспомогательные помещения.



Следующим этапом станет покупка и настройка оборудования. Для изготовления холодного оружия может быть достаточно относительно простого оборудования, то есть кузнечных инструментов, которыми пользовались кузнецы на протяжении нескольких столетий. Правда, это скорее подходит для производства исторического оружия, потому что сегодня есть более совершенные методы изготовления, которые предполагают использование более современного оборудования. Итак, предприниматель может купить кузню, наковальню и некоторые другие приспособления, а может установить станок для обработки металла, который представляет собой универсальное устройство, позволяющее работать с сырьём максимально быстро. Производительность станка зависит от мощности, поэтому предприниматель имеет возможность сэкономить, покупая более дешёвое

оборудование, если ему не нужна высокая производительность и способность работать со сложными заготовками. Вообще оптимально иметь гибочно-прокатный станок (его стоимость начинается с 400 тысяч рублей), пресс (цена от 100 тысяч за самый простой до 300 тысяч за станок хорошего качества) и отрезной станок, который обойдётся в сумму ещё порядка 100 тысяч.



Горн - основной элемент в кузнице

Таким образом, 800 тысяч рублей придётся потратить на оборудование, и это только машины для выполнения непосредственно работы с металлом. В дополнение нужны установки для плавки и закалки металла (если не предполагается приобретать заготовки, то оптимально приобрести индукционную печь), оборудование для заточки и обработки – это ещё около 300 тысяч рублей.

Вместе с мелким вспомогательным оборудованием сумма обеспечения своего производства технологическими мощностями достигнет приблизительно 1-1,5 миллиона рублей. Нужно сказать, что предприниматель может немало сэкономить, если сможет найти бывшее в употреблении оборудование (например, при распродаже б/у оборудования из заводских цехов возможно приобрести пресс или пневмомолот за цену вдвое-втрое ниже цены аналогичного нового устройства) или же купит более дешёвые аналоги. Оборудование можно купить и в кредит, однако в таком случае следует позаботиться о составлении бизнес-плана таким образом, чтобы он устроил

кредитную организацию. Вероятно, это потребует найма отдельного консультанта. Также нужно рассчитывать на то, что для установки и транспортировки оборудования потребуется некоторое время.

Когда решены эти вопросы, следует задуматься о том, кто именно будет заниматься изготовлением холодного оружия. Оптимально, когда сам предприниматель является кузнецом, и поэтому отсутствует необходимость искать мастера этого дела. В ином случае придётся потратить немало времени на то, чтобы найти подходящего человека, потому что даже в крупных городах имеется мало специалистов данного профиля. Сами выполняемые задачи также специфичны даже для умелого кузнеца: художественной ковке обучается относительно много кузнецов, но вот изготовление холодного оружия не столь популярное направление. Для того, чтобы освоить изготовление ножей высокого качества мастеру, который до сих пор ковал в основном ворота и решетки, требуется потратить значительное количество времени, ресурсов и материалов. Особенно это касается работы с высокоуглеродистыми марками стали, и тем более работы с булатом. Булатная сталь крайне сложна в изготовлении, но и изделия из нее дороги, их покупают только настоящие ценители. Мастер обычно получает существенную сумму с заказа (до 70%, а именитые мастера получают и больше), поэтому значительная часть средств будет уходить только на оплату труда. Поэтому такой бизнес больше подходит тем, кто сам хочет заниматься кузнечным делом.



Для работы желательно найти помощников, которые будут участвовать в производственном процессе, т.н. подмастерьев, а один человек сможет справляться с административными и организационными вопросами. Все бизнес-процессы, которые не относятся к получению прибыли организацией, следует передать на аутсорсинг, сюда относится ведение бухгалтерии, охрана своего комплекса и тому подобные мероприятия. В целом, величина фонда оплаты труда будет составлять порядка 20 тысяч рублей в месяц – это зарплата администратора, но кузнец и подмастерья забирают себе процент, что существенно сокращает величину доходов. Предприятие может быть и большим, на котором трудится много кузнецов и производится немало оружия, но, как уже было замечено, это может быть актуально только в случае, если появился заказчик на постоянную поставку холодного оружия. Это редкий случай, несмотря даже на то, что холодное оружие всё же используется во многих сферах. Для такого потока заказов или крупного заказа требуется уже иметь опыт и наработки, кузнецов с именем и возможность предъявить результаты нескольких лет работы. Как бы там ни было, обычно предприятие, которое занимается ковкой холодного оружия, рассчитывает в первую очередь на коллекционеров и людей, которые просто увлекаются клинками.



Кромековки собственно клинков, изготовление холодного оружия и ножей, не являющихся холодным оружием, включает в себя изготовление рукоятей и ножен. Для рукоятей используются самые разнообразные материалы – кожа, дерево, кость животных, пластик, и т.п. Ножны чаще всего делаются из кожи.

Соответственно, для полного цикла изготовления ножа и доведения его до продажного состояния необходимо иметь не только мастеров-кузнецов, но и деревообработчика, и мастера по коже. Эти задачи возможно отдать на аутсорс в том случае, если продукция производится серийно и не требует примерки и подгонки на каждой конкретной модели и каждом конкретном экземпляре. В случае, если изготавливается индивидуальное оружие, изготовление рукояти и ножен также становится индивидуальным, и часто требует плотного взаимодействия мастеров на стадии изготовления рукояти/ножен, и подгонки.



Самой большой сложностью в этом виде бизнеса является всё же поиск клиентов, поэтому нередко предприятия предлагают не только ковку оружия, а художественную ковку вообще, охватывая таким образом значительно больше потенциальных клиентов. Это позволяет иметь постоянный доход и ежемесячно иметь средства на покрытие расходов и формирование прибыли. Такой бизнес вряд ли стоит считать сезонным, но иногда приходится ждать заказов очень долго, при этом в зависимости от стоимости аренды сумма ежемесячных расходов может быть очень большой (от 100 тысяч рублей), в связи с чем требуется немало заказов выполнять. При этом сырьё для меча стоит не слишком дорого, даже хорошая сталь (не лом) обходится в 20-30 тысяч рублей за одну тонну, а на меч редко требуется больше пяти килограммов (средний вес меча – 1-1,5 килограмма, всё, что больше – относится к тяжёлому двуручному оружию, которое заказывают ещё реже, в

основном реконструкторы). Основную стоимость изделия составляет всё-таки работа, хотя помимо стали может использоваться и другой материал, например, на рукоять или гарду. Иногда применяется дерево, кожа, причём не самые дешёвые их разновидности. Поэтому чаще всего меч – это весьма дорогое удовольствие, средняя цена на реплику каких-нибудь типов мечей составляет 20 тысяч рублей, кинжалы и короткие мечи обходятся несколько дешевле (8-10 тысяч рублей), самые дорогие экземпляры обходятся в 50-70 тысяч. Есть, конечно, произведения искусства, которые продаются дороже, но обычно это уже эксклюзивная работа с использованием не самых простых материалов. Хороший кузнец может неплохо заработать на этом, но рассчитывать на постоянные заказы такого рода не стоит. Необходимо также хорошо разбираться в историческом оружии, в разновидностях, а чаще всего и иметь опыт исторической реконструкции оружия и костюма.

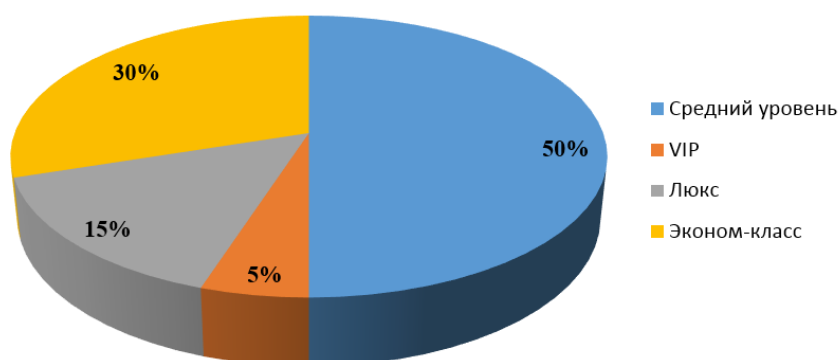


Таким образом получается, что для получения прибыли рекомендуется быть самому кузнецом (то есть бизнес подходит людям, которые этим занимаются) и либо арендовать максимально небольшой участок, чтобы снизить сумму аренды, либо нанимать много работников, которые трудятся за станками и производят оружие в промышленных масштабах. Если всё-таки получить заказы на постоянное производство оружия, то не потребуется даже нанимать кузнецов-специалистов, для этого будет достаточно запустить производственную линию. Подводя итог, можно сказать, что такой бизнес очень сложный, требует творческого подхода, немало времени будет потрачено на формирование своей репутации, а периодическое отсутствие

заказов может привести к банкротству, почему и рекомендовано этот бизнес совмещать со смежным. Однако перспективы есть и в этом направлении, особенно если создать свой собственный сайт и начать торговать оружием по всей стране. Только тогда нужно будет нанять юриста, который сможет сопровождать сделки подобного рода.

Однако возможно открытие при мастерской специализированного магазина по розничной продаже хозяйственно-бытовых, туристических, разделочных и прочих видов ножей и аксессуаров к ним и извлечение прибыли. Если в таком магазине будут представлены ножи, не относящиеся к холодному оружию, то их реализация не будет подлежать лицензированию. В таком случае возможно наполнение ассортимента магазина не только за счет собственной продукции, но и за счет продукции известных брендов, а также продукции «ноу-нейм», способной заполнить средний и нижний ценовой сектор.

Объем рынка сегментов индустрии

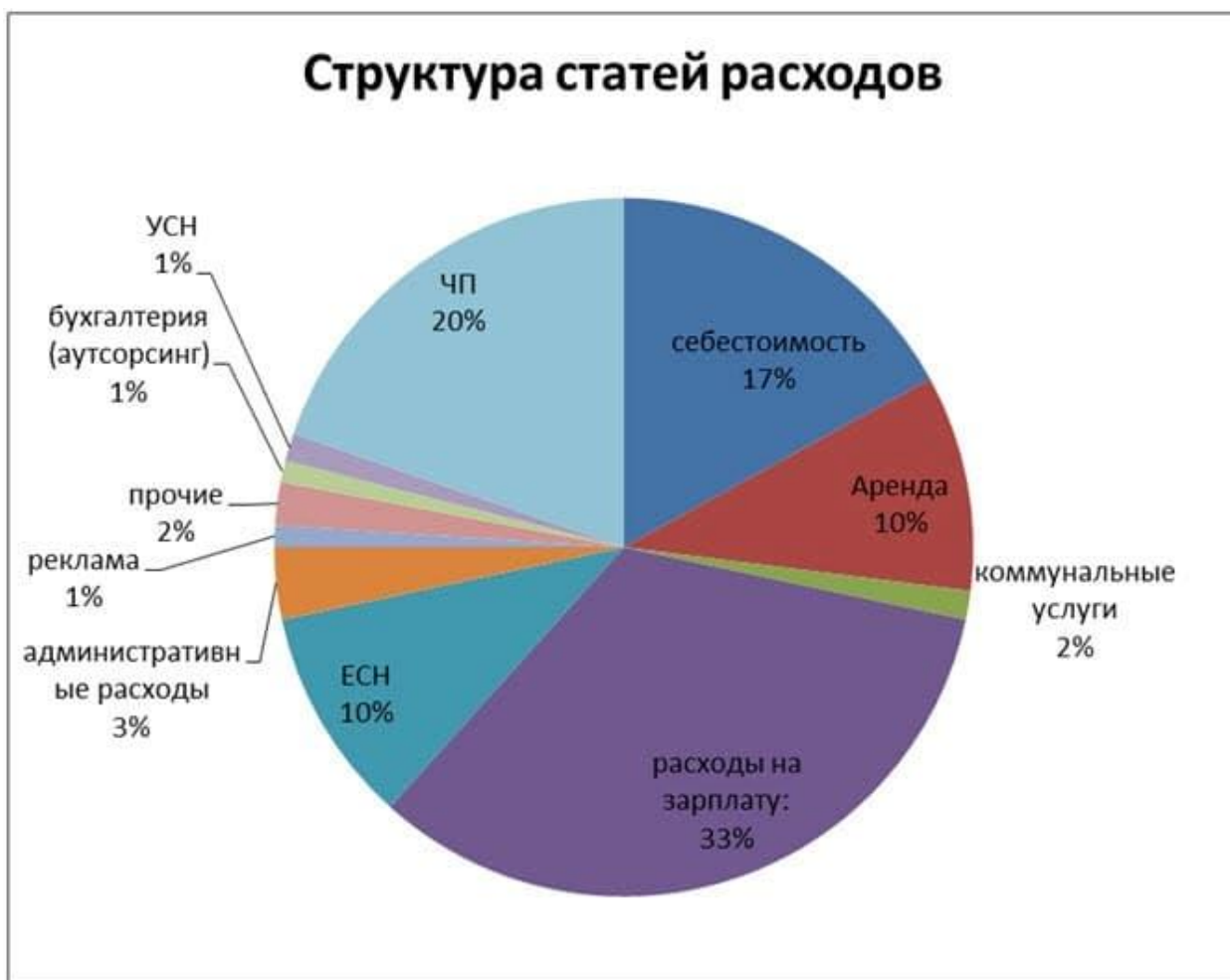


Ввиду узкой специализации магазина основной упор нужно сделать на широту ассортимента. В таком магазине можно будет найти как недорогие ножи китайского производства на любые случаи жизни, так и дорогостоящие коллекционные ножи. Помимо реализации ножей и аксессуаров магазин должен предоставлять услуги по профессиональной заточке ножей, а также ремонту рукоятей и ножен в мастерской, где изготавливаются ножи. Целевой аудиторией такого проекта станут мужчины возрастом от 23 лет: охотники, рыболовы, туристы, выживальщики и «ножеманы» всех мастей.

Инвестиции в открытие магазина – 1 785 000 руб. Этап подготовки к началу продаж составит 3 месяца, включая ремонт и оснащение помещения, подбор

персонала, формирование стартового ассортимента. Данный бизнес-план актуален для городов с населением более 500 тыс. человек.

Ключевые финансовые показатели проекта	
Ставка дисконтирования, %	17
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 312 964
Чистая прибыль проекта, руб.	50 000 – 200 000
Рентабельность продаж, %	5,71
Срок окупаемости (PP), мес.	24
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	29
Индекс прибыльности (PI)%	1,3



В ассортимент магазина необходимо включить, кроме собственной продукции мастерской, отечественную и зарубежную продукцию, включая ножи из стали, булата, дамасской стали, кованной стали, керамические ножи. В основе товарной матрицы будут находиться ножи трех категорий: дешевые ножи китайского производства, пользующиеся массовым спросом, а также отечественные и брендовые ножи нижнего, среднего и премиум-сегментов. Также в магазине можно будет приобрести аксессуары и предметы по уходу за ножами и заточки (подробнее см. Табл. 3). В процессе развития ассортимент может быть расширен за счет включения других товаров (пневматики, арбалетов и прочее). Кроме этого, клиенты магазина смогут воспользоваться услугами по заточке, переточке и доводке ножей, ремонту/замене рукоятей и ножен.



Таблица 1. Перечень товаров

№	Наименование	Описание	Стоимость, руб.
<i>Ножи китайские</i>			
1	Нескладные ножи	Мачете, метательные ножи, разделочные ножи, сувенирные ножи, туристические ножи	150-2000
2	Складные ножи	Ножи-брелоки, ножи-карты, туристические ножи	120-1900
3	Выкидные ножи	Ножи с автоматическим извлечением клинка (туристические ножи)	150-700
4	Ножи-бабочки	Ножи с динамическим извлечением клинка (туристические ножи)	250-600
<i>Ножи российские</i>			
5	Нескладные ножи	Авторские ножи, кинжалы, метательные ножи, охотничьи ножи, разделочные ножи, рыбацкие ножи, сувенирные ножи, туристические ножи, мачете,	250-40000
6	Складные ножи	Туристические ножи	1500-5000
7	Ножи-бабочки	Ножи с автоматическим извлечением клинка	1000-1500

8	Кухонные ножи	Кухонные универсальные, поварские ножи, пчак, филейные ножи	200-8500
<i>Брендовые ножи</i>			
9	Брендовые ножи	Складные, нескладные, выкидные ножи зарубежных брендов	400-26000
10	Брендовые мачете	Мачете зарубежных брендов	2200-5500
11	Кукри	Ножи кукри	5000-11000
12	Кухонные ножи	Кухонные универсальные ножи, ножи для чистки картофеля	150-6800
<i>Прочие виды ножей и других изделий</i>			
13	Коллекционные авторские изделия	Шашки, сабли, кортики, ятаганы	3500-35000
14	Многофункциональные ножи	Мультиинструменты, многофункциональные ножи, ножи выживания	200-17000
15	Наборы ножей	Наборы охотничьих ножей, наборы кухонных ножей	600-20000
16	Перочинные ножи	Перочинные ножи, лезвия	100-200
17	Садовые ножи	Садовые ножи	150-300
18	Тактические ручки	Тактические ручки	600-1200

19	Туристические приборы	Ложки, вилки, открывашки, топоры туристические	200-1300
<i>Аксессуары и средства по уходу за ножами</i>			
20	Ножны	Чехлы, футляры	150-2000
21	Подвески	Подвески на ремень, перевесы под шашку	400-1000
22	Подставки для ножей	Подставки для коллекционных ножей, кухонных ножей, подставки под сабли	200-5500
23	Смазки, салфетки	Смазки, салфетки для ножей	300-950
24	Точильные предметы	Точилки, точильные камни, точильные станки, наборы для заточки, мусаты, масло для заточки	50-5800
<i>Прочее</i>			
25	Журналы, литература	Журналы и литература о ножах	150-350

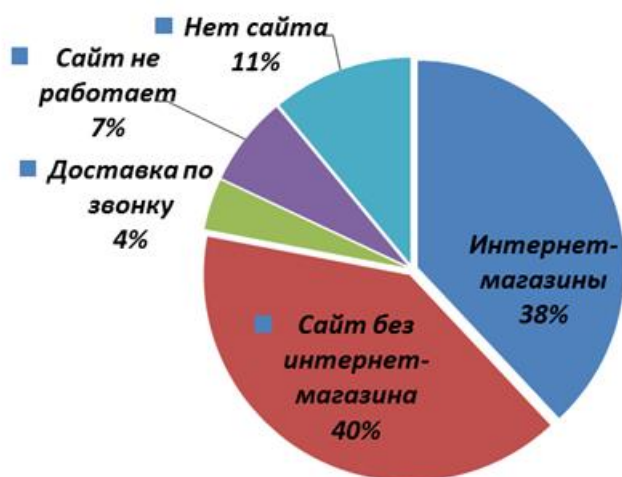
Вся представленная в магазине продукция должна находиться в свободной продаже в соответствии с законодательством РФ, не требуя лицензии как на продажу и приобретение. При покупке клиентам будут выдаваться сертификаты соответствия или так называемые информационные листки, подтверждающие, что товары не подлежат лицензированию и не являются холодным оружием. Признаки, по которым ножи не являются холодным оружием, а принадлежат к другим категориям, описаны в законе «Об оружии» №150-ФЗ, а также в следующих ГОСТах: ГОСТ Р 51501-99 Ножи туристические и специальные спортивные; ГОСТ Р 51644-2000 Ножи разделочные и шкуроемные; ГОСТ Р 51215-98 Оружие холодное. Термины и определения; ГОСТ Р 51500-99 Ножи и кинжалы охотничьи. Общие

технические условия; ГОСТ Р 51548-2000 Ножи для выживания, ГОСТ Р 51715-2001 Изделия декоративные и сувенирные, сходные по внешнему строению с холодным и метательным оружием.

Целевой аудиторией мастерской и магазина будет являться преимущественно мужское население города. На основе анализа участников групп в социальных сетях специализированных магазинов ножей, выяснено, что доля покупателей-женщин не превышает 10-15%. Если говорить о мужском контингенте покупателей, то подобная продукция пользуется наибольшим спросом у мужчин возрастом от 23 до 40 лет (около 60% покупателей), остальные 40% приходятся на аудиторию до 23 лет, либо лиц, старше 40 лет. В основном покупателями подобным магазинов являются:

- рыбаки;
- охотники;
- военные;
- туристы, путешественники и любители активного отдыха;
- выживальщики.

Помимо специализированных магазинов подобного формата, ножевая продукция бывает представлена в более узком ассортименте в отделах туристических, охотничьих, рыболовных магазинов, а также в магазинах сувениров и товаров для дома, если речь идет о продаже кухонных ножей. Все большую конкуренцию также создают также интернет-магазины, имеющие успех благодаря отсутствию издержек за недвижимость и заработную плату сотрудникам.



Требования покупателей к ножам различаются в зависимости от конкретных видов ножей и областей их применения. Если говорить общими словами, то наибольшим успехом среди активных потребителей пользуются ножи, сочетающие в себе два качества: практичность в использовании и стильный внешний вид. На выбор того или иного товара могут повлиять несколько основных критериев, включая вид и качество стали, твердость по шкале Роквелла, форму лезвия, бренд и страну-производителя, доступную стоимость, удобство и дизайн ручки, износостойкость и срок гарантии от производителя.



Стоит отметить и тот факт, что в отличие от 90-х годов, покупатель стал более требовательным. Кругозор покупателей расширился, при этом все больше из них точно знают, какой именно нож им нужен. Современный покупатель

получил возможность приобрести индивидуальный продукт, подходящий именно ему по характеристикам и внешнему исполнению. При этом появился новый тип ножа – Every Day Carry, то есть нож на каждый день, - нож городского типа, который можно без боязни использовать и демонстрировать в публичных местах. Они неагрессивны по дизайну, удобны в ношении и использовании. В последние годы также стали пользоваться популярностью так называемые ножи выживания, предназначенные для многофункционального использования в экстремальных условиях дикой природы. С помощью них можно нарезать ветки для разжигания костра, заниматься приготовлением пищи, очищать шкуры животных, строить жилище и прочее.



В связи с вышеназванными тенденциями в магазине при производстве следует представить многообразие современной продукции для совершения покупки, отвечающей индивидуальным потребностям покупателя. Создание стационарного специализированного магазина при мастерской будет наиболее целесообразно в городе с населением более 500 тыс. человек, который располагает большим числом потенциальных платежеспособных клиентов. Об уровне спроса на ножи можно судить на основе количества запросов в электронных поисковых системах (см. Табл. 2-3).

Табл. 2 Количество интернет-запросов, связанных с покупкой ножей по городам России*

№	Город	Запрос «купить нож»	Всего запросов, связанных с покупкой ножей**
	Вся Россия	251 216	489 933

1	Москва	61 645	119 522
2	Санкт-Петербург	23 548	47 090
3	Екатеринбург	6 763	11 975
4	Ростов-на-Дону	5 629	10 983
5	Нижний Новгород	5 699	10 581
6	Новосибирск	5 603	10 130
7	Воронеж	4 185	8 085
8	Краснодар	3 663	6 827
9	Челябинск	3 039	5 613
10	Красноярск	3 013	5 576
11	Самара	2 995	5 435
12	Волгоград	2 442	5 402
13	Пермь	2 620	5 293
14	Саратов	2 252	4 400
15	Кемерово	2 034	3 989
16	Уфа	2 055	3 948

17	Тула	2 006	3 842
18	Казань	1 992	3 715
19	Тюмень	1 769	3 383
20	Ставрополь	1 676	3 381

*на основе статистики Яндекс Wordstat на 14.04.2019

**в сумму включены запросы «купить нож», «ножи цена», «магазин ножей», «интернет магазин ножей», «купить нож в москве», «купить складной нож», «нож бабочка купить», «нож магазин купить», «ножи купить интернет», «купить охотничий нож», «штык нож купить», «где купить нож», «купить ножи в интернет магазине», «купить нож в спб», «кухонные ножи купить», «метательные ножи купить», «купить набор ножей», «продажа ножей», «купить нож кизляр», «купить нож цена», «купить нож керамбит», «купить выкидной нож», «купить дамасский нож», «купить нож ручной», «недорогие ножи купить», «купить нож недорого», «японские ножи купить», «ножи выживания купить».

Табл. 3 Самые популярные интернет-запросы со словом «нож» по версии Яндекса

№	Запрос	Количество запросов
1	купить нож	318 461
2	складные ножи	61 835
3	складной нож	61 891
4	ножи цена	50 313
5	охотничьи ножи	47 112
6	магазин ножей	42 010

7	ножи отзывы	34 089
8	кухонные ножи	33 509
9	набор ножей	30 347
10	лучшие ножи	24 733
11	интернет магазин ножей	23 897
12	ножи в москве	22 761
13	купить нож в москве	16 370
14	купить складной нож	13 168
15	складный ножи купить	13 167
16	сталь для ножей	12 695
17	нож бабочка купить	11 943
18	дамасские ножи	11 538
19	нож магазин купить	11 115
20	боевые ножи	10 388
21	ножи купить интернет	10 373
22	выкидной нож	9 768
23	купить охотничий нож	9 710

24	ножи в интернете	9 321
25	штык нож купить	8 530
26	где купить нож	8 469
27	купить ножи в интернет магазине	8 038
28	ножи из дамасской стали	7 580
29	купить нож в спб	7 414
30	заточка для ножей купить	6 903
31	кухонные ножи купить	6 849
32	ножи для выживания	6 320
33	линки для ножей	5 495
34	метательные ножи купить	5 527
35	купить набор ножей	5 386
36	продажа ножей	5 208
37	купить нож кизляр	4 645
38	купить нож керамбит	4 629
39	точилка для ножей купить	4 474
40	купить нож цена	4 260

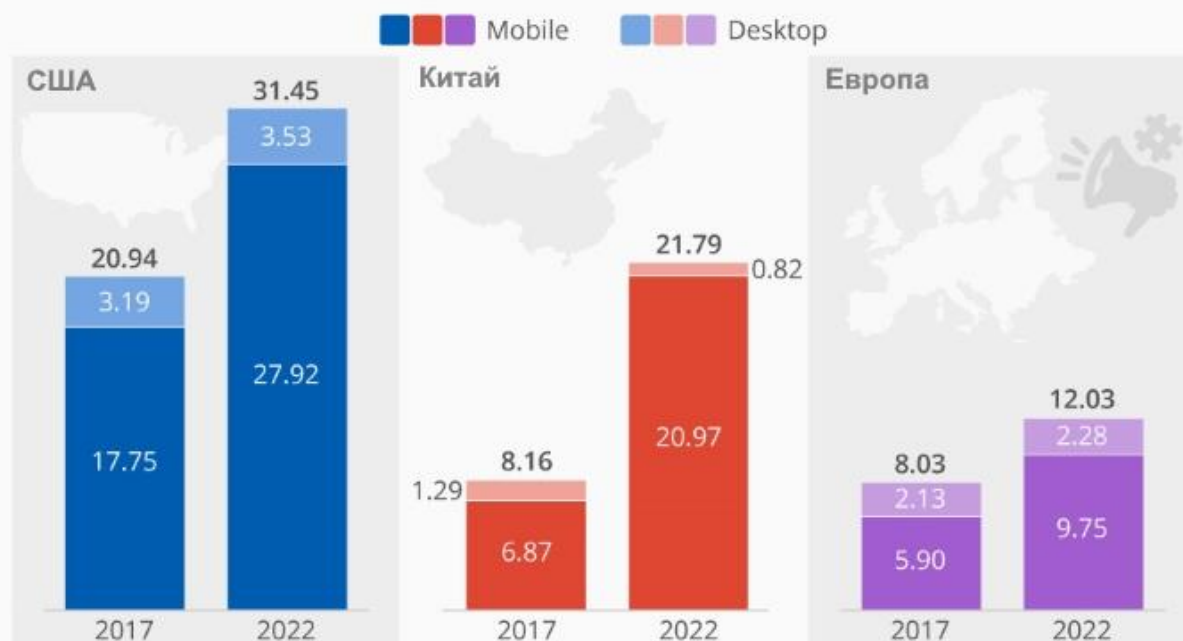
41	купить нож для мясорубки	3 438
42	купить выкидной нож	3 429
43	линки для ножей купить	3 311
44	купить ножи для станка	3 302
45	купить дамасский нож	3 262
46	купить нож ручной	3 220
47	недорогие ножи купить	2 960
48	купить нож недорого	2 960
49	японские ножи купить	2 789
50	ножи выживания купить	2664

*на основе данных сервиса Яндекс Wordstat на 14 апреля 2019

Основным каналом продвижения продукции мастерской и ассортимента магазина на рынке должен стать интернет. Для мастерской и магазина необходимо создать собственный сайт, на котором будет представлен каталог продукции с основными характеристиками товара. Необходимо, чтобы клиенты онлайн четко различали собственную продукцию мастерской и продукцию сторонних производителей, представленную для расширения ассортимента магазина. Для клиентов необходима возможность заказа онлайн и бесплатной доставки по городу.

Потенциал рекламы в социальных медиа

Объем рынка рекламы в соцсетях в 2017 и 2022 гг (в млрд долларов США)



@StatistaCharts Source: Statista Digital Advertising Report 2017

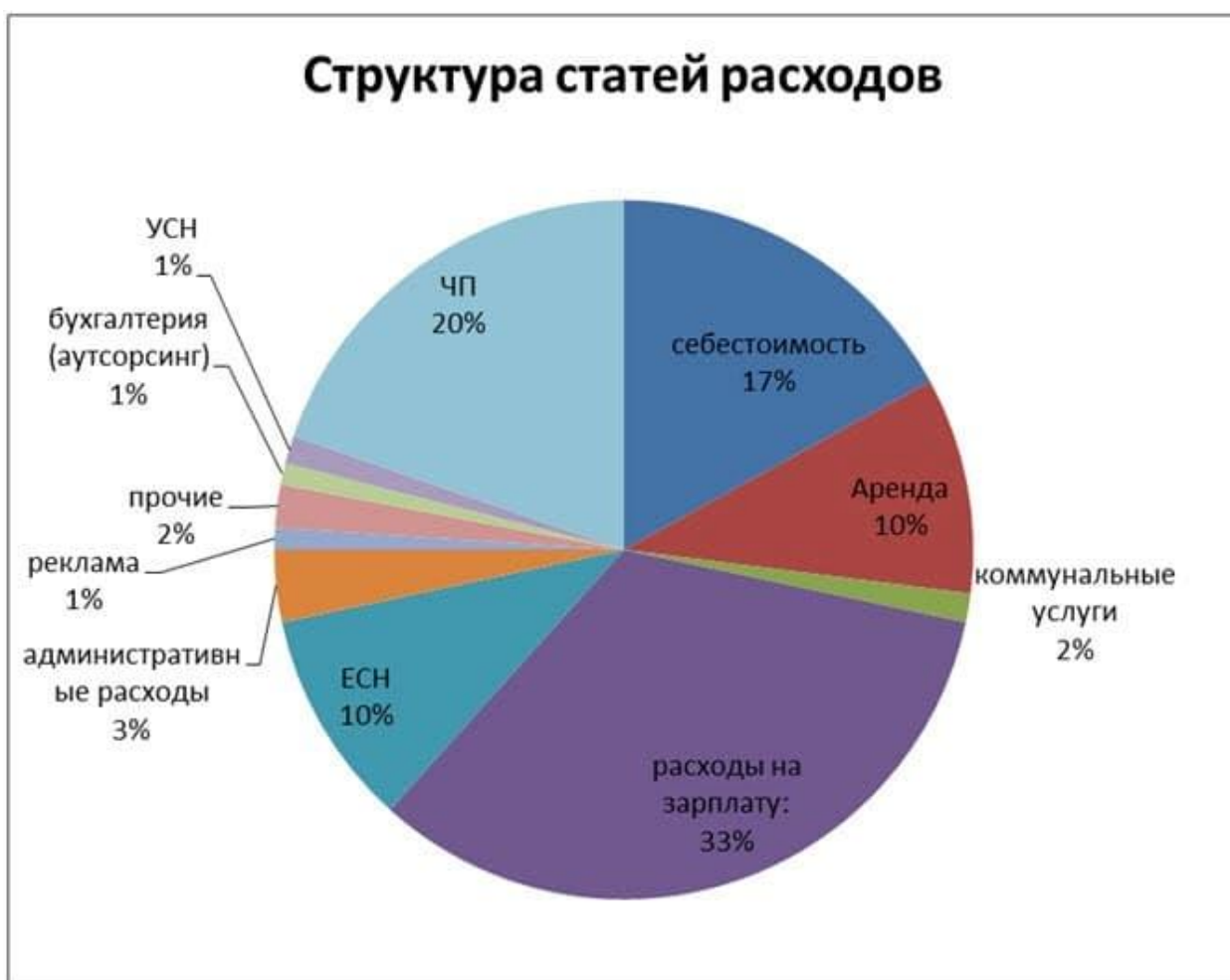
statista

Заказы в другие города будут отправляться по почте либо транспортными компаниями. В основе сервиса должен лежать клиентоориентированный подход. Мастерская и магазин будут представлены в популярных социальных сетях, где будет публиковаться информация о новых созданных мастерами моделях ножей, новых поступлениях, акциях и скидках, даваться консультации клиентам в форме вопрос-ответ. Для расширения рынка сбыта руководство мастерской и магазина должно вести активное сотрудничество с городскими охотничьими обществами, клубами рыбаков, туристов, реконструкторов и т.д.

Для работы магазина потребуется два продавца-консультанта, работающих в посменном режиме. На начальном этапе работать в качестве одного из продавцов может сам предприниматель, если он сможет делегировать работу в кузне и управленческую работу. Основные требования к продавцам – это умение хорошо разбираться в ножах, хорошо знать теорию, различать виды стали, хорошо ориентироваться в отечественных и зарубежных торговых марках (ФОТ – см. в Табл. 5).

Этап подготовки к старту продаж в магазине займет 3 месяца, которые понадобятся на операции с недвижимостью (заключение договора аренды, ремонт и оснащение), формирование ассортимента, найм персонала,

разработку и запуск сайта и прочее. Обязанности по руководству штатными и внештатными сотрудниками возьмет на себя предприниматель. На нем будет лежать работа по налаживанию контактов с поставщиками, стратегическое планирование, маркетинговая деятельность, организация взаимодействия мастерской и магазина, а также обязанности продавца консультанта в начальный период работы. Продавцы-консультанты будут ответственны за прием, выкладку, реализацию товара, ведение учета продаж и консультирование клиентов. Обязанности, не связанные с извлечением прибыли, такие как бухгалтерия, обслуживание сайта, будут переложены на сторонние организации.



7. Финансовый план

Размер первоначальных вложений составит 1 785 000 руб. Статьи инвестиционных затрат представлены в Табл. 6. Показатели по планируемой выручке, чистой прибыли и издержкам, приведены в Приложении 1.

Таблица 6. Инвестиционные затраты

№	Статья затрат	Сумма, руб.
	<i>Вложения в недвижимость</i>	
1	Ремонт помещения	300 000
	<i>Оборудование помещения</i>	
2	Закупка оборудования	290 000
	<i>Нематериальные активы</i>	
3	Создание сайта	80 000
4	Прочие траты (транспортные расходы, регистрация, телефонные переговоры)	15 000
	<i>Оборотные средства</i>	
5	Оборотные средства	200 000
6	Стартовое товарное наполнение	900 000
	Итого:	1 785 000

8. Оценка эффективности проекта

Произведенные расчеты позволяют утверждать о рентабельности проекта. В Табл. 7 приведены показатели эффективности мастерской по изготовлению ножей и специализированного ножевого магазина.

Таблица 7. Показатели эффективности проекта

№	Показатель	Значение
---	------------	----------

1	Ставка дисконтирования, %	17
2	Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 312 964
3	Чистая прибыль проекта, руб.	50 000 – 230 000
4	Рентабельность продаж, %	5,71
5	Срок окупаемости (PP), мес.	24
6	Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	29
7	Индекс прибыльности (PI)%	1,3

9. Риски и гарантии

Проект по открытию мастерской по изготовлению ножей и специализированного магазина ножей имеет средний уровень риска. Основная опасность данного вида бизнеса связана с узостью целевой аудитории, в связи, с чем магазину для рентабельности необходимо тесно работать с покупателями, предлагая им не только качественную продукцию, но и дальнейший сервис (заточка ножей, ремонт рукоятей и ножен). Кроме того, нестабильность спроса может быть непосредственно связана с самой продукцией: качественный нож способен служить хозяину годами, до тех пор, пока он не придет за второй покупкой. В связи с этим, руководство магазина будет постоянно заинтересовано в расширении каналов сбыта продукции.

Таблица 8. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
---	------	-------------------------	-----------------------------	------------------------

1	Нестабильность спроса	средняя	высокая	Более активная работа с клиентом в социальных сетях, предоставление сезонных скидок, рекламные акции, расширение партнерской сети
2	Проблемы с правоохранительными органами (например, привлечение к уголовной ответственности за незаконный сбыт холодного оружия)	низкая	высокая	Наличие соответствующих документов на товары, которые не относятся к холодному оружию (сертификаты, информационные листки)
3	Проблемы растаможки продукции	средняя	средняя	Закладывание в бюджет издержек на таможенную очистку, заказ небольшими партиями, заказ товара, не относящегося к холодному оружию

4	Чрезвычайная ситуация, стихийное бедствие, вооруженный конфликт и прочее	низкая	высокая	Наличие пожарно-охранной сигнализации, страхование
5	Повышение арендной платы	низкая	средняя	Заключение долгосрочного договора аренды с фиксированным уровнем платежа в рублях

Выводы и рекомендации.

1. Рынок ножей и другого холодного оружия в Республике Крым перспективен и устойчиво, хоть и медленно, развивается, его нужды не покрываются местными производителями.
2. Пути продвижения на рынок ножей: реклама в социальных сетях, позиционирование в магазинах. Наиболее перспективным представляется налаживание личных контактов с потенциальными покупателями (для охотничьих хозяйств и реконструкторских клубов), распространение через сеть магазинов (для туристических ножей и ножей общего пользования).
3. Важные факторы для входа на рынок ножей: цена, качество, эргономичность, удобство в использовании, сертификация и четкое отнесение ножа к классу холодного оружия либо вне его. Крайне желательно наличие сертификатов на марки стали, партнерство с ремесленниками, обрабатывающими кожу и дерево.
4. Предполагаемый возврат на инвестиции должен составить от 15 до 20% в первый год.
5. Постоянно растущий рынок исторических ножей следует также принимать во внимание. Для некоторых исторических клубов макеты оружия постоянно необходимо обновлять, количество исторических клубов также увеличивается.
6. Как в случае с охотничьими, так и с туристическими ножами, качество стали и внешний вид крайне важны для частных покупателей.