



0 CZK

Тип сделки	Продажа
Категория	Продажа готового бизнеса
Регион/район	Прага 7
Тип собственности	Частная
Тип бизнеса	Магазин

Вариант 1 - продажа готового бизнеса за отступные, на условиях аренды помещения магазина:

Стоимость аренды помещения магазина в месяц - **85 000 Kč** (+ НДС) + расходы на коммунальные услуги. Срок аренды - по договоренности.

Цена отступных за оборудование и оснастку магазина действующими системами безопасности и контроля, вкл. сайт с активными интернет-продажами и весь товар в магазине/на складе (себестоимостью свыше 5 млн. крон), составляет **8 млн.Кč** + НДС.

Переуступка магазина предполагает и переход обученного персонала к новому владельцу, а также обучение нового владельца ведению бизнеса.

Площадь помещения магазина - 247 м2. Находится магазин в одном из самых динамично-развивающихся районов Праги под названием - Holešovice, рядом с пражским рынком и набережной реки Влтавы.

Предполагаемый оборот магазина в месяц порядка 400 тыс. Крон.

Вариант 2 – продажа помещения магазина вкл. интернет-магазин, товар, оборудование и пр.:

Цена продажи помещения - 29 млн. Kč + НДС.

В стоимость продажи непосредственно помещения магазина, также входит передача контактов всех поставщиков, обучение и помощь новому владельцу в организации и ведении бизнеса в Чехии первое время. Торговая марка магазина известна в Праге, имеет свою постоянную и растущую клиентуру в Чехии, марка представлена в соц.сетях, известна среди профессиональных покупателей, кем в первую очередь являются дизайнеры одежды и интерьеров, магазин имеет хорошую репутацию, как в Праге, так и за её пределами, несмотря на то, что на рынке Чехии он появился относительно недавно.

Основным преимуществом предлагаемой торговой марки является товар более высокого качества, чем у конкурентов, по цене равной или ниже (слоган магазина – у нас можно приобрести брендовые ткани по цене обычных). Это достигается за счет заключения более выгодных контрактов с ведущими поставщиками из западной Европы. Марка имеет значительные перспективы роста за счет низкой конкуренции на Чешском рынке в данном сегменте, при этом нынешним владельцем торговой марки разработана стратегия на 2019-2020 годы с учетом выхода на российский и восточно-европейский рынки, где отмечается высокий спрос на предлагаемый товар.