**Бизнес план зоомагазина**

1. Краткий инвестиционный меморандум

С давних времён люди заводят домашних животных. Кто-то таким образом спасается от одиночества, кто-то заводит друга для своего ребенка, кто-то хочет следовать веяниям моды, а кто-то без ума от экзотических представителей животного мира. Как бы то ни было, факт остается фактом: по данным Левада-центра, 59% россиян имеют домашних питомцев. Поэтому если вы задумались об открытии зоомагазина, то можно быть уверенным, что данный вид бизнеса не останется невостребованным. По статистке, в городах-миллионниках численностью до 4 млн человек открыто 120-150 подобных заведений.

Зоомагазины занимаются реализацией животных, а также сопутствующих к ним товаров (клетки, корма, лекарства и т.д.). Несомненным преимуществом бизнеса является то, что он не имеет ярко выраженной сезонности, так как потребность в питомцах, их лечении не зависят от погодных и сезонных изменений. Основными факторами успеха зоомагазина являются месторасположение, квалифицированный персонал, наличие большого ассортимента здоровых животных и товаров.

Принимая решение об открытии зоомагазина, нужно определиться, будете вы организовывать свой бизнес самостоятельно или по франшизе. Приобретая франшизу, вы можете получить поддержку компании-франчайзора, будете обеспечены рекламой и инсайдерской информацией, однако в данном случае нельзя забывать о первоначальной плате за франшизу и ежемесячной сумме роялти. В данном бизнес-плане будет рассмотрен вариант открытия зоомагазина самостоятельно, без учёта затрат на франшизу.

Сумма первоначальных инвестиций составляет **1 565 617**рублей.

Точка безубыточности достигается **в шестой** месяц работы.

Срок окупаемости составляет от **15 месяцев**.

2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Необходимо понимать, что существует несколько форматов зоомагазинов:

1. Самым простым и бюджетным решением будет идея открыть небольшой зоомагазин, который будет заниматься продажей кормов, аксессуаров, средств по уходу за животными и т.д. В данном случае вам не потребуется получать лицензию и готовить пакет разрешающих документов, и кроме того, достаточно будет небольшого помещения размером от 15 кв. м.;
2. Следующий тип подразумевает не только продажу продукции для животных, но и реализацию самих животных. В этом случае выдвигаются требования к площади, персоналу, ассортименту зоомагазина. Также необходимо подготовить пакет документов для получения лицензии;
3. Третий формат — это узкоспециализированный магазин. Например, это может быть бизнес, специализирующийся на аквариумных рыбках. При этом ассортимент будет включать в себя не только рыбок, но и аквариумы, корма, ветеринарные препараты, книги. Продавцы-консультанты должны иметь соответствующий уровень образования и отлично владеть всей информацией, касающейся разведения и содержания рыб. В число дополнительных услуг можно включить изготовление аквариумов на заказ, их обслуживание. Как правило, наценка в узкоспециализированных магазинах выше, чем в широкопрофильных из-за уникальности предоставляемых товаров и исчерпывающей консультации продавцов.

В данном бизнес-плане будет рассматриваться открытие широкопрофильного зоомагазина, предлагающего клиентам наибольший ассортимент товаров и услуг. Определим основные направления деятельности зоомагазина:

* Продажа животных:

— Рыбы;

— Черепахи;

— Хомяки;

— Морские свинки;

— Кролики;

— Попугаи.

* Продажа кормов для животных;
* Продажа клеток, аквариумов и террариумов;
* Продажа медикаментов;
* Продажа игрушек и аксессуаров для питомцев;
* Продажа наполнителей и лотков.

Режим работы зоомагазинов: ежедневно с 10:00 часов до 21:00 часов.

3. Описание рынка сбыта

Чтобы качественно обслужить клиента, необходимо понимать, кто именно пользуется услугами зоомагазинов.

Основными потребителями являются:

— пенсионеры. По данным Левада центра, этот вид клиентов чаще всего заводит беспородных кошек и собак, а также рыб, поэтому наиболее вероятно, что они будут приобретать корма, медикаменты для своих питомцев;

— работающие люди покупают животных как себе, так и своим детям, в основном кошек, собак, грызунов, попугаев, аквариумных рыбок;

— любители экзотики, которые охотятся за редкими видами домашних животных (например, змеи). Вы можете не иметь их в наличии, но желательно иметь контакты поставщиков, которые, в случае заказа экзотического зверя доставят его вам, и вы сможете удовлетворить запросы посетителя.

В зависимости от потребности клиентов можно сегментировать следующим образом:

— покупатели, зашедшие за определённым видом домашних животных;

— покупатели, нуждающиеся в медикаментах для питомцев;

— покупатели, которые зашли за кормом;

— покупатели, которым необходимы аксессуары для своих животных.

В процентном соотношении потребности вашей целевой аудитории выглядят примерно следующим образом:



Кроме того, можно сегментировать ваших покупателей в зависимости от того, как именно они о вас узнали:

— покупатели, живущие по соседству с вашим магазином, которых привлекает, прежде всего, географическая близость;

— клиенты, которые узнали о вас через интернет-ресурсы и готовые приехать к вам, если их что-то привлекло в вашем заведении (например, акции);

— покупатели, пришедшие к вам по рекомендации знакомых.

4. Продажи и маркетинг

За несколько недель до открытия стоит заняться активной рекламой вашего зоомагазина. Прежде всего, нельзя недооценивать важность интернет-площадок. Очень желательны наличие сайта и группы в соцсети для увеличения лояльности клиентов. На сайте клиент сможет ознакомиться с перечнем товаров, вашими контактными данными, отзывами, стоимостью продукции, а также забронировать определённый товар.

Кроме того, в день открытия и последующие дни работы необходимо заниматься раздачей промо-листовок недалеко от вашего зоомагазина и в непосредственной близости к местам скопления людей (университеты, торговые центры, метро), очень важно, чтобы в промо-листовках была обозначена чёткая схема проезда к вам. Наружная вывеска поможет клиентам сориентироваться, поэтому позаботьтесь о ней заранее.

Очень эффективной рекламой вашего магазина станет обмен промо-листовками с ветеринарными клиниками вашего города. Иными словами, Вы можете разместить у них свои печатные материалы взамен на аналогичную услугу в вашем заведении. Так как аудитория ветклиник и зоомагазинов максимально схожа, этот способ даст довольно хороший результат.

Разработка рекламной кампании обязательно должна включать в себя следующие параметры:

* Разработка бренда, который станет отличительным знаком вашей фирмы;
* Изготовление наружной рекламы;
* Раскрутка интернет-площадок;
* Раздача и обмен промо-листовок;
* Изготовление бонусных карт для покупателей;
* Разработка различных акций и спецпредложений.

Примеры акций, которые направлены на поддержание старых и привлечение новых клиентов:

— Система накопительных бонусов для держателей бонусных карт (5% с каждой покупки накапливается на карте с возможностью дальнейшего списания);

— Скидки на определенные виды товаров («товары недели»);

— Третья позиция в чеке — бесплатно.

Все эти методы позволят получить максимально быструю отдачу, а значит, ваш магазин быстрее начнет приносить прибыль.

5. План производства

Обозначим основные этапы запуска зоомагазина.

**1. Регистрация в государственных органах и получение лицензии**

В силу того, что в вашем зоомагазине будут продаваться фармацевтические препараты, необходимо получить лицензию в вашем территориальном органе Россельхознадзора. Для того, чтобы это сделать, необходимо определиться, к какой организационно-правовой форме будет принадлежать ваша организация. Для получения лицензии ИП обязан иметь высшее или среднее ветеринарное образование, поэтому если у вас его нет, то целесообразнее открыть ООО. Все расчеты данного бизнес-плана будут произведены исходя из того, что зоомагазин зарегистрирован как ООО. Пакет документов на получение лицензии следующий:

* Устав;
* Свидетельство о постановке юрлица на учёт в налоговом органе (ИНН);
* Свидетельство о государственной регистрации юридического лица (ОГРН);
* Договор аренды или свидетельство о праве собственности на помещение. Если помещение в аренде, то, кроме договора, нужно предоставить копию свидетельства о праве собственности у арендодателя;
* Санитарно-эпидемиологическое заключение о соответствии помещения лицензионным требованиям;
* Квитанция об уплате государственной пошлины;
* Диплом об образовании сотрудника, назначенного ответственным за реализацию и хранение ветеринарных препаратов. Если сотрудников несколько — все документы, указанные ниже, подаются на всех;
* Сертификат специалиста в области ветеринарной фармацевтики;
* Диплом (свидетельство) о прохождении курсов повышения квалификации;
* Должностная инструкция сотрудника. В обязанностях должно быть явно указано, что он занимается хранением и реализацией ветеринарных препаратов;
* Инструкция по утилизации (возврату) выявленных лекарственных средств с истекшим сроком реализации, фальсифицированных или являющихся незаконными копиями;
* Копия трудовой книжки для подтверждения стажа работы;
* Приказ директора о назначении лица/лиц ответственными за хранение и реализацию ветеринарных препаратов.

Чтобы продавать животных, необходимо получить ветеринарные сопроводительные документы, которые выдаются на все виды животных с целью подтверждения их здоровья, идентификации и эпизоотического благополучия территории, с которой они вывозятся для предъявления их владельцами при транспортировке и в пункте назначения.
Ветеринарная справка № 4 должна быть на животных, купленных внутри города, а ветеринарное свидетельство № 1 — на животных, привезённых из других областей России. Каждая из этих справок хранится в магазине и выдается на группу животных, т.е. в ней могут быть перечислены многие виды (например, кролики 10шт, волнистые попугаи 20шт). Государственные ветеринарные клиники обязаны выдавать такие справки бесплатно, но наверняка возьмут деньги не за справку, а за осмотр животных или анализы. Животные, не поступавшие в магазин (например, рожденные в вашем заведении) могут не сопровождаться справками. Также необходимо разрешение от Санэпидемстанции и Пожарной охраны, и для открытия торговой точки требуется разрешение Управления торговли. Так как пакет документов довольно обширный, целесообразно обратиться в специализированную организацию, которая займется их оформлением и подачей, стоимость услуг составит около 60 000 руб.

**2. Поиск помещения и ремонт**

Для зоомагазина можно подобрать помещение на цокольном или первом этаже дома. В силу того, что будет осуществляться торговля животными, минимальный размер для помещения — 80 кв. м. Нужно позаботиться о том, чтобы вблизи магазина была площадка, на которой можно было бы погулять с животными из клеток, так как им необходим свежий воздух. На аренду подобного помещения закладывайте не менее 70 000 руб. Скорее всего помещению будет необходим свежий ремонт, а также современная система вентиляции, ведь корма и животные могут издавать неприятный запах. Стоимость ремонта — 150 000 руб.

**3. Поиск поставщиков**

Поставщиков зоотоваров находят на оптовых складах, рынках, в Интернете, в справочниках предприятий вашего города. Возможно, у вас получится брать товар прямо на заводе производителя, если он есть в вашем районе или у официального поставщика импортного товара в Россию. В этом случае вы будете уверены в качестве продукта, да и цены будут ниже, чем у дилеров. Часто животных для продажи в магазине берут в питомниках, которые занимаются разведением определённых особей. Если в вашем городе нет питомников, можно осуществить поиск в других городах. Стремитесь работать с проверенными поставщиками и надежными питомниками, так вы обезопасите себя от возможных претензий о некачественной продукции или от несвоевременных поставок.

**4. Покупка необходимого оборудования и инвентаря**

Для открытия зоомагазина необходимо следующее оборудование и инвентарь:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Количество** | **Цена за 1 шт.** | **Общая сумма** |
| **Торговое оборудование** |
| Стеллаж | 5 | 5 100 | 25 500 |
| Стул | 5 | 700 | 3 500 |
| Витрина | 5 | 6 200 | 31 000 |
| Весы для продажи развесных кормов | 1 | 3 900 | 3 900 |
| Кассовый аппарат | 1 | 5 000 | 5 000 |
| Аквариум выставочный | 3 | 4 200 | 12 600 |
| Клетка выставочная | 3 | 1 300 | 3 900 |
| **Оборудование для содержания товара** |
| Холодильник для хранения препаратов | 1 | 29 000 | 29 000 |
| Аквариум для хранения рыб | 4 | 2 200 | 8 800 |
| Аквариум для хранения черепах | 2 | 1 900 | 3 800 |
| Клетка для хранения грызунов | 5 | 2 500 | 12 500 |
| Клетка для хранения попугаев | 3 | 2 800 | 8 400 |
| Сосуд для хранения корма | 10 | 290 | 2 900 |
| Емкость для хранения воды для животных | 8 | 320 | 2 560 |
| **Мебель и инвентарь для персонала** |
| Шкаф для одежды | 1 | 7 100 | 7 100 |
| Стол | 1 | 3 900 | 3 900 |
| Микроволновая печь | 1 | 3 000 | 3 000 |
| Электрический чайник | 1 | 2 000 | 2 000 |
| **Итого** |  |  | 169 360 |

**5. Поиск персонала**

Прежде всего, необходимо найти квалифицированных специалистов, которые будут заниматься консультацией покупателей и продажей вашего товара. Поиск сотрудников лучше всего осуществить через специализированные порталы, так как они предоставляют доступ к резюме, отзывам и иной полезной информации. Регистрация на порталах в качестве работодателей — платная, стоимость не менее 15 000 руб. Можно ограничиться досками объявлений (например, авито), это обойдется дешевле. Также вам понадобится уборщица и бухгалтер, их поиск можно осуществить как на платных сайтах, так и на бесплатных ресурсах (группы в соцсетях).

**6. Маркетинговая политика**

Обозначим основные виды затрат, с которыми вам предстоит столкнуться в процессе реализации рекламной кампании:

1. Вывеска. Согласование и изготовление вывески обойдутся в 50 000 руб.;
2. Создание и раскрутка сайта — 130 000 руб.;
3. Раскрутка группы в соц.сети — 10 000 руб.;
4. Промо-листовки и заработная плата промоутера — 15 000 руб.

6. Организационная структура

Сотрудники, которых необходимо нанять на работу в зоомагазин: два продавца-фармацевта, уборщица, бухгалтер.

Требованием к консультантам станет наличие высшего или среднего ветеринарного образования, стажа работы по специальности не менее 3 лет, наличие сертификата специалиста в области ветеринарной фармацевтики, ведь именно они будут отвечать за реализацию и хранение препаратов. Желательно, чтобы нанятые вами специалисты были с опытом в продажах, так как зачастую узкоспециализированные ветеринары попросту не умеют общаться и продавать товар клиентам. В случае, если опыта у них нет, организуйте тренинги, направленные на обучение продавцов. Также консультанты должны быть коммуникабельными и активными — от этого зависит их заработная плата, которая складывается из оклада (27 000 руб.) и премии в 2% с продаж. Консультант контролирует своевременность пополнения рабочего запаса товаров, оформляет витрины, консультирует покупателей и даёт рекомендации, следит за наличием ветеринарных справок, занимается кормом и уходом за животными.

В таком бизнесе, как зоомагазин, не обойтись без уборщицы, которая будет следить не только за чистотой помещения, но и за соответствующим состоянием клеток, террариумов, аквариумов, ведь рыбам в аквариумах необходимо своевременно менять воду, грызунам — чистить клетки и т.д. Данного сотрудника можно нанять на частичной основе, например, на половину рабочего дня. Заработная плата уборщицы составит 12 тыс. руб.

Отражением фактов хозяйственной жизни в регистрах бухгалтерского учета будет заниматься бухгалтер, которого можно нанять на удаленной основе и платить заработную плату в размере 7 тыс. руб. в месяц либо обратиться в специализированную компанию. Что касается руководителя зоомагазина, то в его обязанности входит координация действий всех сотрудников, взаимодействие с контрагентами, реализация рекламной кампании, принятие решений о заработной плате, численности, составе сотрудников, распределение денежных потоков предприятия. Так как руководитель не будет заниматься непосредственно хранением и реализацией препаратов, ему нет необходимости иметь ветеринарное образование. Оклад директора составит 30 000 руб., премия — 2% от валовой выручки предприятия.

|  |
| --- |
| **Общий фонд заработной платы** |
| **Персонал** | **Количество сотрудников** | **З/п на 1 сотрудника (руб.)** | **Зарплата итого (руб.)** |
| Руководитель (оклад+%) | 1 | 32 268 | 32 268 |
| Консультант (оклад+%) | 2 | 28 134 | 56 268 |
| Уборщица | 1 | 12 000 | 12 000 |
| Бухгалтер | 1 | 7 000 | 7 000 |
| **Общий фонд з/п** |  |  | 107 536 |

7. Финансовый план

Инвестиции в открытие зоомагазина выглядят следующим образом:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Количество, штук** | **Стоимость 1 штуки, руб.** | **Общая сумма, руб.** |
| Оборудование и инвентарь |  |  | 169 360 |
| Ремонт | 1 | 150 000 | 150 000 |
| Товар |  |  | 550 000 |
| Регистрация ООО | 1 | 4 000 | 4 000 |
| Взнос в уставный капитал |  | 10 000 | 10 000 |
| Изготовление печати, открытие р/с | 1 | 2 000 | 2 000 |
| Получение лицензии, оформление иных документов | 1 | 60 000 | 60 000 |
| Регистрация кассового аппарата | 1 | 2 500 | 2 500 |
| Раскрутка группы в соц. сети | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Создание и раскрутка сайта | 1 | 150 000 | 150 000 |
| Вывеска | 1 | 50 000 | 50 000 |
| **Итого** |  |  | **1 327 220** |

Текущие расходы выглядят следующим образом:

|  |
| --- |
| **Планируемые затраты в первый месяц работы** |
| **Переменные расходы** | **137 697** |
| Заработная плата | 107 536 |
| Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников) | 30 161 |
| Закупка товара | 0 |
| **Постоянные расходы** | **100 700** |
| Аренда (80 кв.м.) | 70 000 |
| Коммунальные платежи | 6 000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 10 000 |
| Амортизация\* | 1 700 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 |
| Налоги (НДС, на имущество) | 3 000 |
| **Итого расходы** | **238 397** |

\*Амортизация начисляется линейным способом в течение 3 лет.

Общая сумма первоначальных инвестиций составляет 1 565 617 руб.

Продажи будут осуществляться по основным направлениям: животные, корма, медикаменты, оборудование для животных, аксессуары. Ассортимент товара, представленный в зоомагазине, можно представить следующим образом:

Представим план продаж по основным направлениям:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Животные** | **Корм** | **Медикаменты** | **Оборудование** | **Аксессуары** |
| Хомяк сирийский | Для собак | Для собак | Клетки | Спальные места |
| Хомяк карликовый | Для кошек | Для кошек | Аквариумы | Ошейники |
| Хомяк ангорский | Для лошадей | Для лошадей | Террариумы | Игрушки |
| Морская свинка тедди | Для рыб | Для рыб | Домики для кошек | Одежда |
| Морская свинка скинни | Для попугаев | Для попугаев | Переноска для питомцев | Точилки для когтей |
| Кролик декоративный | Для хомяков | Для хомяков | Миски | Поводки |
| Попугай волнистый | Для морских свинок | Для морских свинок | Кормушки |  |
| Попугай корелла | Для кроликов | Для кроликов | Лотки |  |
| Рыбы аквариумные | Для черепах | Для черепах | Наполнители |  |
| Черепаха красноухая |  |  | Принадлежности для аквариума |  |
| Черепаха болотная |  |  |  |  |

Прогноз финансовых показателей предприятия на 2 года:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование товара** | **Показатели** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| **Животные** | **Выручка** | **49 000** | **62 500** | **73 200** | **85 767** | **97 867** | **128 40**0 |
| Цена покупки | 28 824 | 36 765 | 43 059 | 50 451 | 57 569 | 75 529 |
| **Медикаменты** | **Выручка** | **14 600** | **26 400** | **46 200** | **66 000** | **85 800** | **105 60**0 |
| Цена покупки | 7 300 | 13 200 | 23 100 | 33 000 | 42 900 | 52 800 |
| **Корм** | **Выручка** | **20 100** | **44 500** | **68 900** | **93 300** | **117 700** | **142 10**0 |
| Цена покупки | 11 824 | 26 176 | 40 529 | 54 882 | 69 235 | 83 588 |
| **Оборудование** | **Выручка** | **11 700** | **17 400** | **29 100** | **40 800** | **52 500** | **64 20**0 |
| Цена покупки | 5 850 | 8 700 | 14 550 | 20 400 | 26 250 | 32 100 |
| **Аксессуары** | **Выручка** | **18 000** | **37 200** | **56 400** | **75 600** | **94 800** | **114 00**0 |
| Цена покупки | 7 200 | 14 880 | 22 560 | 30 240 | 37 920 | 45 600 |
| **Итого выручка** | **113 400** | **188 000** | **273 800** | **361 467** | **448 667** | **554 300** |
| **Переменные расходы** | **137 697** | **141 576** | **289 836** | **339 570** | **389 005** | **450 241** |
| Заработная плата | 107 536 | 110 520 | 113 952 | 117 459 | 120 947 | 125 172 |
| Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников) | 30 161 | 31 056 | 32 086 | 33 138 | 34 184 | 35 452 |
| Закупка товара | 0 | 0 | 143 798 | 188 973 | 233 874 | 289 618 |
| **Постоянные расходы** | **100 700** | **101 700** | **101 700** | **101 700** | **102 700** | **102 700** |
| Аренда (80 кв.м.) | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 |
| Коммунальные платежи | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Амортизация | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Налоги (НДС, на имущество) | 3 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 5 000 | 5 000 |
| **Итого расходы** | **238 397** | **243 276** | **391 536** | **441 270** | **491 705** | **552 941** |
| Прибыль до налогообложения | -124 997 | -55 276 | -117 736 | -79 803 | -43 038 | 1 359 |
| Налог на прибыль (20%) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 272 |
| Чистая прибыль | -124 997 | -55 276 | -117 736 | -79 803 | -43 038 | 1 087 |
| EBITDA (ЧП с учетом налогов и амортизации) | -90 136 | -18 520 | -79 950 | -40 965 | -2 154 | 43 510 |
| EBIT (ЧП с учетом налогов) | -91 836 | -20 220 | -81 650 | -42 665 | -3 854 | 41 810 |
| Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций) | -1 452 217 | -1 507 493 | -1 625 529 | -1 705 032 | -1 748 069 | -1 746 982 |
| Чистая прибыль нарастающим итогом | -124 997 | -180 273 | -298 009 | -377 812 | -420 849 | -419 762 |
| **Наименование товара** | **Показатели** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| **Животные** | **Выручка** | **145 300** | **162 200** | **179 100** | **196 000** | **212 900** | **229 80**0 |
| Цена покупки | 85 471 | 95 412 | 105 353 | 115 294 | 125 235 | 135 176 |
| **Медикаменты** | **Выручка** | **125 400** | **145 200** | **165 000** | **184 800** | **204 600** | **224 40**0 |
| Цена покупки | 62 700 | 72 600 | 82 500 | 92 400 | 102 300 | 112 200 |
| **Корм** | **Выручка** | **166 500** | **190 900** | **215 300** | **239 700** | **264 100** | **288 50**0 |
| Цена покупки | 97 941 | 112 294 | 126 647 | 141 000 | 155 353 | 169 706 |
| **Оборудование** | **Выручка** | **75 900** | **87 600** | **99 300** | **111 000** | **122 700** | **134 40**0 |
| Цена покупки | 37 950 | 43 800 | 49 650 | 55 500 | 61 350 | 67 200 |
| **Аксессуары** | **Выручка** | **133 200** | **152 400** | **171 600** | **190 800** | **210 000** | **229 20**0 |
| Цена покупки | 53 280 | 60 960 | 68 640 | 76 320 | 84 000 | 91 680 |
| **Итого выручка** | **646 300** | **738 300** | **830 300** | **922 300** | **1 014 300** | **1 106 300** |
| **Переменные расходы** | **502 749** | **555 257** | **607 766** | **660 274** | **712 782** | **765 290** |
| Заработная плата | 128 852 | 132 532 | 136 212 | 139 892 | 143 572 | 147 252 |
| Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников) | 36 556 | 37 660 | 38 764 | 39 868 | 40 972 | 42 076 |
| Закупка товара | 337 342 | 385 066 | 432 790 | 480 514 | 528 238 | 575 962 |
| **Постоянные расходы** | **100 700** | **101 700** | **101 700** | **101 700** | **102 200** | **102 200** |
| Аренда (80 кв.м.) | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 |
| Коммунальные платежи | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 8 000 | 8 000 | 8 000 | 8 000 | 8 000 | 8 000 |
| Амортизация | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Налоги (НДС, на имущество) | 5 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 500 | 6 500 |
| **Итого расходы** | **603 449** | **656 957** | **709 466** | **761 974** | **814 982** | **867 490** |
| Прибыль до налогообложения | 42 851 | 81 343 | 120 834 | 160 326 | 199 318 | 238 810 |
| Налог на прибыль (20%) | 8 570 | 16 269 | 24 167 | 32 065 | 39 864 | 47 762 |
| Чистая прибыль | 34 281 | 65 074 | 96 668 | 128 261 | 159 455 | 191 048 |
| EBITDA (ЧП с учетом налогов и амортизации) | 86 106 | 126 702 | 167 298 | 207 894 | 248 490 | 289 086 |
| EBIT (ЧП с учетом налогов) | 84 406 | 125 002 | 165 598 | 206 194 | 246 790 | 287 386 |
| Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций) | -1 712 702 | -1 647 628 | -1 550 960 | -1 422 699 | -1 263 245 | -1 072 197 |
| Чистая прибыль нарастающим итогом | -385 482 | -320 408 | -223 740 | -95 479 | 63 975 | 255 023 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование товара** | **Показатели** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** |
| **Животные** | **Выручка** | **263 600** | **280 500** | **297 400** | **314 300** | **331 200** | **348 100** |
| Цена покупки | 155 059 | 165 000 | 174 941 | 184 882 | 194 824 | 204 765 |
| **Медикаменты** | **Выручка** | **264 000** | **283 800** | **303 600** | **323 400** | **343 200** | **363 000** |
| Цена покупки | 132 000 | 141 900 | 151 800 | 161 700 | 171 600 | 181 500 |
| **Корм** | **Выручка** | **337 300** | **361 700** | **386 100** | **410 500** | **434 900** | **459 300** |
| Цена покупки | 198 412 | 212 765 | 227 118 | 241 471 | 255 824 | 270 176 |
| **Оборудование** | **Выручка** | **157 800** | **169 500** | **181 200** | **192 900** | **204 600** | **216 300** |
| Цена покупки | 78 900 | 84 750 | 90 600 | 96 450 | 102 300 | 108 150 |
| **Аксессуары** | **Выручка** | **267 600** | **286 800** | **306 000** | **325 200** | **344 400** | **363 600** |
| Цена покупки | 107 040 | 114 720 | 122 400 | 130 080 | 137 760 | 145 440 |
| **Итого выручка** | **1 290 300** | **1 382 300** | **1 474 300** | **1 566 300** | **1 658 300** | **1 750 300** |
| **Переменные расходы** | **870 306** | **922 814** | **975 322** | **1 027 831** | **1 080 339** | **1 132 847** |
| Заработная плата | 154 612 | 158 292 | 161 972 | 165 652 | 169 332 | 173 012 |
| Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников) | 44 284 | 45 388 | 46 492 | 47 596 | 48 700 | 49 804 |
| Закупка товара | 671 411 | 719 135 | 766 859 | 814 583 | 862 307 | 910 031 |
| **Постоянные расходы** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** |
| Аренда (80 кв.м.) | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 |
| Коммунальные платежи | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 |
| Амортизация | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Налоги (НДС, на имущество) | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 |
| **Итого расходы** | **968 506** | **1 021 014** | **1 073 522** | **1 126 031** | **1 178 539** | **1 231 047** |
| Прибыль до налогообложения | 321 794 | 361 286 | 400 778 | 440 269 | 479 761 | 519 253 |
| Налог на прибыль (20%) | 64 359 | 72 257 | 80 156 | 88 054 | 95 952 | 103 851 |
| Чистая прибыль | 257 435 | 289 029 | 320 622 | 352 216 | 383 809 | 415 403 |
| EBITDA (ЧП с учетом налогов и амортизации) | 374 277 | 414 873 | 455 469 | 496 065 | 536 661 | 577 257 |
| EBIT (ЧП с учетом налогов) | 372 577 | 413 173 | 453 769 | 494 365 | 534 961 | 575 557 |
| Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций) | -592 120 | -303 092 | 17 530 | 369 746 | 753 555 | 1 168 958 |
| Чистая прибыль нарастающим итогом | 735 100 | 1 248 757 | 1 344 750 | 1 696 966 | 2 080 775 | 2 496 178 |
| **Наименование товара** | **Показатели** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** |
| **Животные** | Выручка | 365 000 | 381 900 | 398 800 | 415 700 | 432 600 | 449 500 |
| Цена покупки | 214 706 | 224 647 | 234 588 | 244 529 | 254 471 | 264 412 |
| **Медикаменты** | Выручка | 382 800 | 402 600 | 422 400 | 442 200 | 462 000 | 481 800 |
| Цена покупки | 191 400 | 201 300 | 211 200 | 221 100 | 231 000 | 240 900 |
| **Корм** | Выручка | 483 700 | 508 100 | 532 500 | 556 900 | 581 300 | 605 700 |
| Цена покупки | 284 529 | 298 882 | 313 235 | 327 588 | 341 941 | 356 294 |
| **Оборудование** | Выручка | 228 000 | 239 700 | 251 400 | 263 100 | 274 800 | 286 500 |
| Цена покупки | 114 000 | 119 850 | 125 700 | 131 550 | 137 400 | 143 250 |
| **Аксессуары** | Выручка | 382 800 | 402 000 | 421 200 | 440 400 | 459 600 | 478 800 |
| Цена покупки | 153 120 | 160 800 | 168 480 | 176 160 | 183 840 | 191 520 |
| **Итого выручка** | **1 842 300** | **1 934 300** | **2 026 300** | **2 118 300** | **2 210 300** | **2 302 300** |
| **Переменные расходы** | **1 185 355** | **1 237 863** | **1 290 371** | **1 342 879** | **1 395 387** | **1 447 895** |
| Заработная плата | 176 692 | 180 372 | 184 052 | 187 732 | 191 412 | 195 092 |
| Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников) | 50 908 | 52 012 | 53 116 | 54 220 | 55 324 | 56 428 |
| Закупка товара | 957 755 | 1 005 479 | 1 053 204 | 1 100 928 | 1 148 652 | 1 196 376 |
| **Постоянные расходы** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** | **98 200** |
| Аренда (80 кв.м.) | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 | 70 000 |
| Коммунальные платежи | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 | 6 000 |
| Реклама, маркетинг, печатные материалы | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 | 4 000 |
| Амортизация | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 | 1 700 |
| Непредвиденные расходы | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| Налоги (НДС, на имущество) | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 | 6 500 |
| **Итого расходы** | **1 283 555** | **1 336 063** | **1 388 571** | **1 441 079** | **1 493 587** | **1 546 095** |
| Прибыль до налогообложения | 558 745 | 598 237 | 637 729 | 677 221 | 716 713 | 756 205 |
| Налог на прибыль (20%) | 111 749 | 119 647 | 127 546 | 135 444 | 143 343 | 151 241 |
| Чистая прибыль | 446 996 | 478 590 | 510 183 | 541 777 | 573 370 | 604 964 |
| EBITDA (ЧП с учетом налогов и амортизации) | 617 853 | 658 449 | 699 044 | 739 640 | 780 236 | 820 832 |
| EBIT (ЧП с учетом налогов) | 616 153 | 656 749 | 697 344 | 737 940 | 778 536 | 819 132 |
| Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций) | 1 615 954 | 2 094 543 | 2 604 726 | 3 146 503 | 3 719 873 | 4 324 837 |
| Чистая прибыль нарастающим итогом | 2 943 174 | 3 421 763 | 3 931 946 | 4 473 723 | 5 047 093 | 5 652 057 |

Данные таблицы рассчитаны исходя из средних цен на каждую из группы товаров. Как видно из представленных данных, точка безубыточности зоомагазина наступит уже на шестой месяц запуска проекта, при этом полностью инвестиции будут возвращены на пятнадцатом месяце работы зоомагазина. Согласно плану продаж, наибольшую выручку зоомагазину приносит реализация корма и медикаментов, из месяца в месяц продажи будут расти. При этом можно будет снизить расходы на рекламу, так как через год ваш зоомагазин будет узнаваемым, и необходимость в активной маркетинговой политике отпадёт. Предполагается, что закупленного изначально товара хватит на два месяца работы, начиная с третьего месяца вы должны будете заказывать новый товар для реализации. Необходимо помнить, что со временем вы можете ввести новые услуги, например, чистку аквариумов, это позволит повысить финансовые показатели предприятия.

8. Факторы риска

Основной риск вашего бизнеса связан с торговлей живым товаром и фармацевтическими препаратами. Поэтому необходимо ознакомиться со всей документацией, которая должна быть в вашем зоомагазине и которую вы сможете предъявить при проверке контрольными органами. Также существует риск невыдачи лицензии Россельхознадзором, поэтому целесообразно изучить все нюансы и возможные причины для отказа государственным органом в её выдаче. Кроме того, ваш бизнес тесно связан с поставщиками медикаментов, кормов, животных и т.д., очень важно чётко прописывать в договорах все тонкости, связанные с поставкой и оплатой товара, придерживаясь норм Гражданского Кодекса и прочих нормативно-правовых актов. Помимо всего вышеперечисленного, есть риск набора неквалифицированного персонала, а это, в свою очередь, отразится на объёмах продаж, ведь клиенты не будут доверять непрофессиональным сотрудникам здоровье своих питомцев. Перед наймом консультанта проведите обучение сотрудников и проверьте рекомендации работодателей с предыдущих мест работы.