

## Предварительный анализ проекта

Планируется создать новый магазин розничной торговли зоотоварами. Потенциальный объем рынка огромен (рисунок 1). Россия занимает 2 место в мире после США по числу домашних животных. По данным «КОМКОН» в России 33% семей содержат кошек (25-30 млн. кошек), а 20% семей содержат собак (20 млн. собак). В 3% семей есть птицы или рыбки, и 1% держит хомячков или черепах.

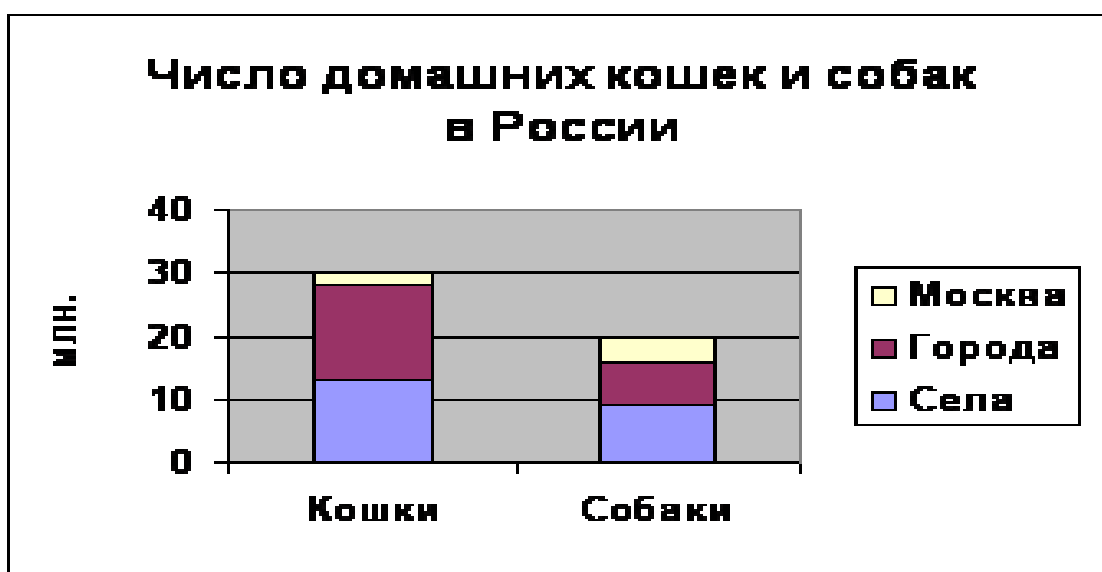


Рис.1. Число домашних кошек и собак в России.

Мы организуем торговое предприятие ООО «КотоПёс». Формой ведения бизнеса планируется выбрать организационно-правовую форму «Общество с ограниченной ответственностью». Это наиболее оптимальная форма для малого и среднего бизнеса, и большинство организаций в данном сегменте представлены именно такой формой. Объясняется это в первую очередь, простотой создания, оперативностью и высоким уровнем управленческого контроля, возможностью относительно простого выхода из состава учредителей. Учредительным документом ООО является устав, в котором должно быть указано: полное или сокращенное фирменное наименование общества; сведения о месте нахождения общества; сведения о

составе и компетенции органов общества; сведения о размере уставного капитала общества; права и обязанности участников общества и др.

В качестве системы налогообложения будет выбрана упрощенная система налогообложения (УСН), налогооблагаемая база: доходы минус расходы, 15%. Организации на УСН не ведут в полном объеме бухучет, а ведут учет только основных средств и нематериальных активов.

«КотоПёс» - это магазин товаров для животных, в котором представлены несколько ассортиментных групп: сухие корма для кошек и собак, консервы, наполнители для кошачьих туалетов, средств от насекомых и клещей, амуниция для собак, переноски для кошек, клетки для хомяков и птиц и множество других товаров для животных.

Сухие корма во всем мире более чем вдвое превышают по объему спроса консервы и считаются наиболее перспективным направлением.

Одежда для животных занимает 10% зоорынка в целом. Лидером по производству эксклюзивной одежды для кошек и собак является «Модный дом» Светланы Абрамовой (г. Москва). Российский рынок средств по уходу за шерстью контролирует компания «Биосфера» (г. Санкт-Петербург), выпускающая марки «Биовис», «Биофлор», «42-я серия», «ГолдПремиум». Оставшуюся часть занимают импорт и товары мелких российских фирм.

Розничный рынок товаров для животных достаточно насыщенный и конкурентный. По данным за 2013 год в стране около 1800 специализированных зоомагазинов, не считая зоокиосков и лотков[13]. На долю Москвы приходится около 300 специализированных магазинов, а с учетом мелких киосков и павильонов, число торговых точек в Москве доходит до 740 [14].

Кроме того, во многих универмагах и супермаркетах давно существуют отделы, где представлена всевозможная продукция для собак и кошек. Через них продается около 20% кормов среднего ценового уровня. А некоторые продуктовые сети («Ашан», «Перекресток») продают корма под собственной

торговой маркой (private label), закупая их в России у независимых производителей.

На долю сетевых ритейлеров приходится около 20 % рынка в Москве и 10-15% рынка в регионах (рисунок 2). Такое соотношение сетей и отдельных магазинов отражает общемировую тенденцию (25% в США)[15].

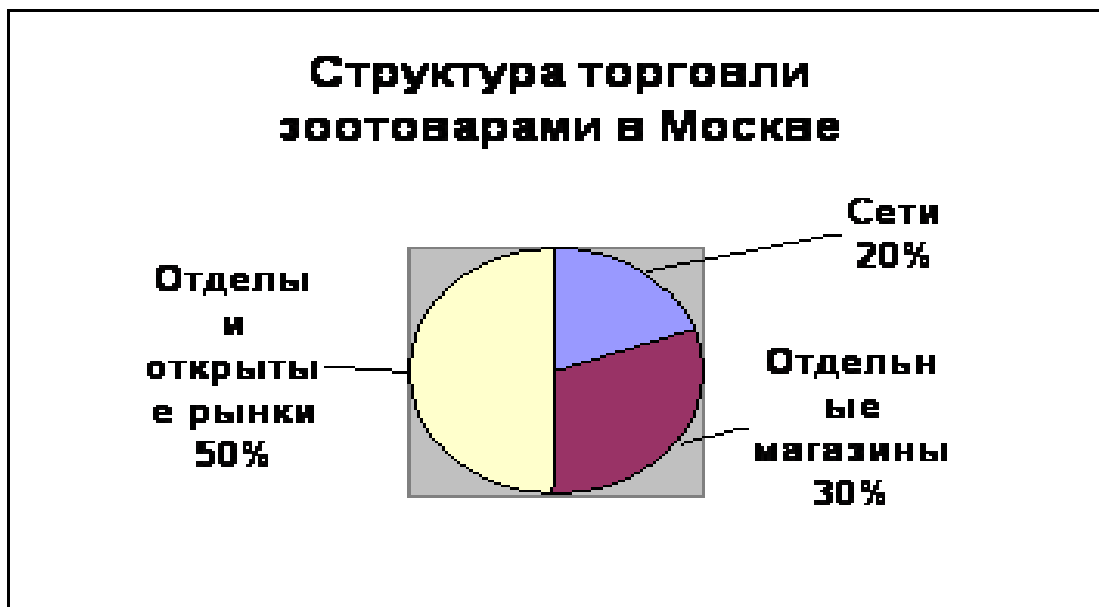


Рис.2. Структура торговли зоотоварами в Москве.

Две крупнейшие в стране специализированные сети зоомагазинов являются федеральными и одновременно развиваются в нескольких регионах: 26 магазинов сети «Cats&Dogs» расположены в Москве, 3 – в Санкт-Петербурге, 1 – в Нижнем Новгороде; в сеть «38 попугаев» входят 8 московских магазинов, 10 торговых точек в Санкт-Петербурге, по 1 магазину в Нижнем Новгороде, Тольятти, Казани и Екатеринбурге. В этом же направлении активно развивается сеть «Динозаврик», которая включает в себя 3 магазина в Москве, и по 1 – в Сергиевом-Посаде, Казани, Чебоксарах и Ижевске.

Также растет число магазинов, управляемых локальными сетями не выходящими за рамки одного региона. В Москве – это сеть «Бетховен» (11 магазинов) и «Пинчер», в Московской области – сеть «Четыре лапы» (18

магазинов), в Санкт-Петербурге развиваются сети «Золотая рыбка» (15 магазинов) и «Лемур».

Эти цифры значительны для российского бизнеса, но конечно, ничтожно малы по сравнению с западными показателями.

Форматов зоомагазинов очень много. Самый простой формат – это небольшой магазин до 10 кв.м., в спальном районе, ассортимент которого состоит из самого ходового товара: кормов (преимущественно для кошек и собак), средств по уходу за животными (туалеты, наполнители и др.).

Другой формат магазина подразумевает широкий ассортимент товаров, начиная от кормов и заканчивая продажами самих животных. Площадь такого магазина от 70 кв.м. Магазин может быть расположен в центре или спальном районе, или недалеко от ветклиники. Третий вариант – это узкоспециализированные магазины, например аквариумистика (аквариумы, рыбы, корма для рыб, книги о рыбках и т.д.). Дополнительным заработком к такому магазину может быть изготовление аквариумов под заказ, монтаж и дизайн. Наценки в таких магазинах, как правило выше широкопрофильных. И еще один формат – это зооцентр по схеме «товары плюс услуги». Может объединять под собой компании по оказанию различных услуг в зоосфере: ветклиника, специализированные магазины, парикмахерские для животных, гостиницы, ателье пошива одежды. Сюда также могут входить магазины смежных направлений: комнатные цветы, все для рыбалки и другое.

Магазины также увеличивают свои продажи за счет открытия Интернет-магазинов товаров для животных. Маржа на рынке зоотоваров зависит от формата магазина и товарной группы, составляет 35-40%. Открытие магазина обходится в 2,5-3 млн. рублей и окупается через год-два[15].

Мы организуем магазин с широким ассортиментом товаров. Маржа нашего зоомагазина составит 35%. Открытие магазина обойдется в 7 920 735 рублей. Окупаемость два года.



Таблица 1

Прогнозируемая смета затрат на открытие магазина.

Наименование статьи	Сумма, руб.
Закупка товара	5 755 555
Заработная плата	1 680 000
Начисления на заработную плату (ЕСН)	571 200
Аренда	648 000
Мебель, оборудование	168 380
Реклама	98 000
Ремонтные работы	142 000
ИТОГО затрат на 2015 год	7 920 735

## 2. Разработка и практическая реализация бизнес-плана розничной торговли магазина зоотовары

### 2.1 Титульный лист и оглавление

<b>ООО «КотоПёс»</b>
Утверждено: Директор ООО «КотоПёс» _____ Павельева А.А. Распоряжение от «__» _____ 2014г. №__
<b>Бизнес-план</b> <b>создания магазина розничной торговли зоотоварами.</b>
Москва 2014 г.

### 2.2 Резюме

Предпринимательство – это процесс принятия решений, их реализация и оценки результатов принятых действий. Создание нового магазина – это ответственный шаг, совершая который необходимо учитывать многие факторы: емкость рынка, потребности покупателей и их предпочтения, конкуренцию[16].

Мы организуем торговое предприятие ООО «КотоПёс». Руководитель магазина Павельева Анастасия Алексеевна, выпускница Московского энергетического института. Представителем данного предприятия будет магазин «КотоПёс». Предполагается, что название магазина будет стимулировать продажу товара, т.к. многим известен такой мультфильм «КотоПёс» ещё с 1998года .

Ближайшими конкурентами будут магазины небольшого формата: «Любимчик», «Рыжий пёс».

Открытие магазина планируется на январь 2015 года по продаже товаров для животных отечественных и импортных производителей по доступным ценам.

Уставный капитал ООО «КотоПёс» составляет 10 000 рублей. Заемные средства 5 000 000 рублей.

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок зоомагазина в соответствующем районе города, создание узнаваемого имени, качественное оказание услуг, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: расширение ассортимента товара, расширение бизнеса, открытие аналогичных магазинов в других районах города, открытия ветеринарного кабинета и парикмахерской для питомцев.

Предметом деятельности предприятия в соответствии с уставом общества будет являться:

- розничная торговля товарами для животных отечественных и импортных производителей;
- осуществление хозяйственной, коммерческой, торгово-посреднической и торгово-закупочной деятельности;
- иные виды деятельности, не запрещенные законом.

Деятельность общества осуществляется в соответствии с законом РФ «О лицензировании».

По оценкам специалистов, объем рынка данной отрасли в ближайшие 5 лет может увеличиться в несколько раз. Большое число домашних животных



(собак и кошек, птиц, грызунов и прочих), проживающих в российских семьях и то, что россияне являются одними, из самых увлеченных владельцев животных в мире позволяет говорить о большом потенциале отрасли.

### 2.3 Сведения о магазине

«КотоПёс» - это магазин товаров для животных, в котором представлены несколько ассортиментных групп: корма для кошек и собак, наполнители для кошачьих туалетов, средств от насекомых и клещей, амуниция для собак, переноски для кошек, клетки для хомяков и птиц и множество других товаров для животных.

Товары и услуги зоомагазина можно разделить на 4 сегмента:

1. товары для ухода:

- наполнители для кошачьих туалетов;
- товары для здоровья (противопаразитные средства);
- диетические добавки.

2. услуги для животных (груминг, аксессуары, игрушки, клетки, переноски и пр.).

3. ветеринарный сегмент: лекарственные средства, ветеринарное обслуживание.

4. корма для животных

Сегментирование кормов для животных:

1. по назначению (корма для отдельных видов животных, корма специализированного назначения – со специально подобранным составом питательных веществ);

2. по признаку полнорациональности (полнорациональные – корма, обеспечивающие физиологическую потребность организма животных, неполнорациональные – лакомства, диетические и дополнительные корма).

3. по содержанию влаги (сухие, корма влажные).

Место расположения магазина: г. Люберцы, улица Воинов-Интернационалистов, д.3. Здесь находятся два крупных продуктовых магазина: «Дикси» и «Атак», а также салон красоты, салон сотовой связи, аптека и хозтовары, что предполагает большой поток народу.

Магазин «КотоПёс» будет находиться между магазином «Дикси» и салоном сотовой связи. Помещение магазина имеет площадь 106м<sup>2</sup>, в котором 31м<sup>2</sup> занимает подсобное помещение, выполняющее также функции и складского. Помещение торгового зала 75 м<sup>2</sup>, он разграничен небольшими стенками, что визуально разделяет магазин на три зоны: в первой располагается основной товар (корма, наполнители, фармацевтика, лакомства и т.д.), во второй – все аксессуары для питомцев, и в третьей - ихтиологический отдел.

Режим работы: ежедневно, с 9:00 до 21:00. Для осуществления деятельности планируется, принять в штат компании 6 человек. Сотрудники фирмы будут, работают посменно, два через два. В смене 3 человека ( кассир, два продавца). Рассчитаем заработную плату сотрудников:

Таблица 2

Заработная плата сотрудников

	Кол-во	Оклад	з/п в мес.	з/п в год
Кассир	2	20 000	40 000	480 000
Продавец	4	25 000	100 000	1 200 000
Итого	6		140 000	1 680 000

Начисления на заработную плату (единый социальный налог) работников составляют 34%. Базой для расчетов является начисленная заработная плата.

$$\text{НЗП} = \text{ФОТ} * \text{П}\% \quad (1)$$

Где ФОТ – фонд оплаты труда, тыс. руб.

П% – процент начисления заработной платы, %

$$1680000 * 0,34 = 571200 \text{ руб.}$$

## 2.4 Маркетинговый план

Наиболее важным моментом при позиционировании зоомагазина на рынке станет выгодное местоположение. Магазин будет располагаться не в центральном, а в спальном районе. Самое важное в выборе месторасположения магазина – это близость к покупателю. Зоомагазин будет находиться в одном здании с двумя крупными продуктовыми магазинами, что наиболее приближает его к людским потокам.

Проведем анализ потенциальных потребителей зоотоваров.

Исследование структуры потребителей на основе демографических факторов (рис. 3.) выявило следующую картину: данные по половозрастной структуре показывают, что среди потребителей зоотоваров примерно одинаковая доля мужчин (51%) и женщин (49%), причем в возрастной группе от 29 до 45 лет [17].



Рис. 3. Структура посетителей магазина по половому признаку

В среднем же, от общего числа опрошенных респондентов это составляет 63% и превышает количество женщин на 54%. Это объясняется тем, что люди данного возраста, как правило, уже состоявшиеся. Возрастная структура исследуемой выборки представлена на рис. 4.[17].

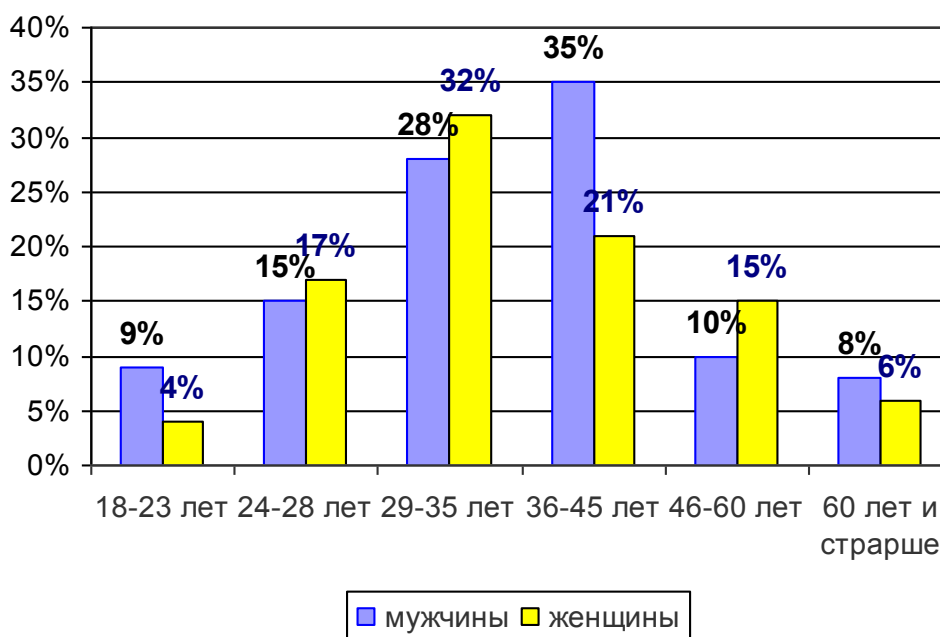


Рис. 4. Возрастная структура потребителей

Таким образом, потенциальными покупателями зоотоваров является мужчины и женщины в возрасте от 29 до 45 лет.

Главным конкурентом будет являться магазин «Зоотовары», находящийся по адресу ул. Попова, 32. Преимущества магазина «КотоПёс» в том, что продукция приобретается напрямую у производителей, следовательно, цены на неё будут наиболее доступными. Также данный магазин обладает преимуществом в том, что здесь будут проводиться различные акции с розыгрышами призов. Еще один плюс - часы работы отдела наиболее удобны для покупателей (с 09-00 до 21-00), в то время как магазин «Рыжий пес» работает с 10-00 до 18-00.

Основным поставщиком продукции является ОАО «Зоомир», крупнейший производитель товаров для животных. ООО «КотоПёс» предлагает следующий перечень продуктов.

Таблица 3

Список продуктов в ООО «КотоПёс»

Наименование	Наименование
Корма для собак	Кости жевательные
Корма для кошек	Клетки, корзины, переноски, домики
Корма для птиц	Игрушки
Корма для грызунов	Пуходерки, щетки
Корма для рыб	Аквариумистика
Витамины	Лекарства для рыб
Средства для животных	Растения
Контрацептивы	Грунты
Препараты от глистов	Гроты
Препараты от блох	Рулетки
Глазные капли	Карабины, вертлюги
Ушные капли	Цепи привязочные
Средства гигиены	Намордники, ошейники, поводки, удавки
Наполнители	Сумки-переноски
Приспособления для животных	Одежда и аксессуары для животных

Из таблицы 3 видно, что ассортимент в магазине «КотоПёс» широкий, поэтому каждый покупатель сможет найти в нем все необходимое для своих питомцев.

Рассмотрим теперь прайс-лист с перечнем некоторых товаров. Данные таблицы (см. приложение 1) говорят о том, что предприятие ООО «КотоПёс» поддерживает конкурентные цены на рынке продаж для животных.

Маркетинговая стратегия зоомагазина заключается в следующем:

- доминирующим инструментом построения долгосрочных отношений магазина с клиентами является общение — общение консультантов или даже владельцев магазина с покупателями. В отличие от обычной розницы, штат зоомагазина формируется из квалифицированных сотрудников — со средним специальным и высшим образованием. Роль продавцов-консультантов очень велика: только опытный и знающий человек может подсказать покупателям, какие корма предпочесть, какие лечебные

средства выбрать, и только ветврач может «отпускать» лекарства по рецепту. Поэтому каждый второй сотрудник должен быть – ветеринарный врач.

Цель рекламной компании – доведение до большего числа потенциальных покупателей информации об открытии зоомагазина. Основной рекламой будет фасад магазина, на котором будут располагаться рекламные баннеры. Кроме того, планируется реклама в средствах СМИ.

Мало привлечь покупателя в магазин, необходимо побудить его что-либо купить, причем как можно больше необходимых ему товаров. В качестве стимулирования нужно использовать систему накопительных скидок. При покупке от 5000 рублей, клиент получает карту клиента Silver Diskont со скидкой 3 %. Далее по накопительной системе, при объеме покупок на 10000 рублей выдается карта Gold Diskont со скидкой 6%, при объеме покупок на 15000 рублей – карта Platinum Diskont со скидкой 9%.

Можно также предоставлять покупателям скидку на товар определенной марки. Наиболее эффективное действие в рекламе имеют указанные в ней низкие цены. Для покупателя, кроме цен, имеет значение, как выставлен товар. В чистый, аккуратный магазин зайти приятнее. Важно удобное расположение товара в торговом зале, доступность продукции и цен для обозрения, легкость поиска нужного товара в магазине.

В начале года необходимо создать страничку в «Интернет», которую нужно рекламировать на различных сайтах, постоянно ее обновлять, менять цены и т.д. А также в качестве рекламы на первом этапе необходимо использовать простейшие и подручные средства, которые требуют значительно меньше расходов, но не менее эффективны. Это:

- реклама на месте продажи товаров. Распространять в магазине рекламные материалы – самый дешевый способ рекламы, к тому же направленный на того, кого нужно. Можно распространять листовки с подробными прайс-листами по товарам. Это удобно покупателю и он может взять их с собой, чтобы подробнее ознакомиться с ассортиментом и ценами. Распространение листовок в магазине, во-первых, создает приятное

впечатление для посетителей, во-вторых, создает дополнительную рекламу. Поэтому, целесообразно иметь в магазине как можно больше рекламы в виде буклетов с описанием продукции, цветных иллюстраций и над каждым товаром вывеску с наименованием фирмы.

Затраты на рекламу делятся на 2 типа:

одноразовые: вывеска на фасаде магазина;

ежемесячные: реклама в газетах, интернете, листовки.

Заметная вывеска на фасаде обойдется магазину в 7 000 рублей (средняя цена на рынке 2500-4000 рублей за м<sup>2</sup> )

Реклама в газете «Люберецкая газета» - 1700 руб/месяц (36 мм<sup>2</sup>, газета бесплатная и выход 2 раза в неделю), в интернете - 7 000 руб/месяц , печать листовок 1000шт.-3200руб/месяц.

Таким образом, суммарные ежемесячные затраты на рекламу составят 11900 рублей.

## 2.5 План реализации проекта по открытию зоомагазина

Таблица 4

План реализации проекта

Наименование этапа	Октябрь 2014	Ноябрь 2014	Декабрь 2014	Январь 2015
Регистрация деятельности в ИФНС				
Заключение договора аренды на помещение магазина				
Ремонт помещения магазина				
Монтаж системы, кондиционирования, пожаротушения, видеонаблюдения				
Приобретение торговой мебели, кассовых аппаратов, мебели, оргтехники				
Набор персонала				
Установка торгового оборудования				
Закупка товара				
Проведение рекламной компании				

Заключение договор с частным охранными предприятием, договоров на оказание коммунальных услуг				
Начало деятельности				

Подготовительные работы по запуску зоомагазина планируется осуществить за период октябрь 2014 г. – декабрь 2014 г. Начало работы магазина запланировано на 07 января 2015 г.

Регистрацией деятельности в ИНФС, заключением договора аренды на помещение магазина будет заниматься инициатор проекта. Первоначально договор аренды будет заключен на один год. В 2015 г. при условии, если деятельность зоомагазина будет удовлетворять по финансовым показателям (выручка, прибыль) собственников, то на следующий договор аренды будет заключен на долгосрочный период (5 лет). Данный вопрос будет оговорен с собственником помещения и включен в договор аренды.

Ремонтно-строительными работами будет заниматься специализированная строительная фирма. Для выбора подрядчика на выполнения строительных работ, в 3 строительные компании города будет направлен запрос о предоставлении сметы на выполнение работ. Работы будут переданы фирме, которая предложит наиболее оптимальные условия.

Установкой систем кондиционирования, пожаротушения, видеонаблюдения будет осуществлять специализированная фирма. Выбор монтажной организации будет осуществлен путем запроса коммерческих предложений у трех - четырех компаний. Заказ на установку будет передан на выполнение компании предложившей наиболее оптимальные условия (стоимость, сроки и тд.).

Приобретением торговой мебели, кассовых аппаратов, мебели, оргтехники будет заниматься инициатор проекта самостоятельно. Выбор поставщика оборудования будет осуществлен путем анализа коммерческих предложений 3-4 поставщиков. Закупку оборудования будет осуществляться у фирмы с наиболее привлекательными условиями (стоимость, комплектация, дата поставки)



Поиск персонала будет заниматься инициатор проекта, путем размещения рекламы на специализированных Интернет-ресурсах.

Установкой и монтажом торгового оборудования будет заниматься фирма поставщик.

Вопросом закупки товара будет заниматься инициатор. Выбор поставщиков товара будет осуществлен путем сравнения прайс-листов. Прайс-листы будут запрошены у 3-4 поставщиков. Закупка товара для зоомагазина будет осуществляться у поставщика предложившим наиболее привлекательные условия по качеству и цене.

Проведением рекламной компании будет заниматься собственник бизнеса.

Заключение договор с частным охранным предприятием, договоров на оказание коммунальных услуг будет заниматься инициатор проекта.

Для открытия зоомагазина в формате самообслуживания потребуются заемные средства 5000000 рублей. Уставный капитал компании 10000руб.

Аренда помещений складывается из аренды помещений под торговые точки и под склад . Годовая арендная плата составит:  $54000 * 12 = 648000$  руб.

Потребность магазина в оборудовании представлена в таблице 5.

Таблица 5

Потребность в оборудовании [17]

Наименование	Сумма, руб.
1. Мебель	15600
2. Торговое оборудование	45680
3. Кассовый аппарат	19350
4. Система видеонаблюдения	45600
5. Персональный компьютер	29600
6. Факс	6200
7. Принтер	6350
Итого	168380

Прогноз объемов продаж следует проводить на основе сопоставления результатов маркетинговых исследований с возможностями предприятия.

Исходными данными для составления годовой программы реализации служат:

годовая потребность в товаре;

прогнозируемые годовые выручки

Годовая потребность в товаре показана в таблице 6:

Таблица 6

Годовая потребность в товаре

Наименование продукции	Объем продаж в день, шт.	Объем продаж в год, шт.
Аквариумы	5	1825
Туалеты для животных	15	3750
Зоошампунь	20	5000
Корма для рыб	150	37500
Корма для редких видов животных	50	12500
Книги	5	1250
Корма для декоративных грызунов	50	12500
Лакомства для грызунов	50	12500
Корма для птиц	50	12500
Аксессуары для животных	30	7500
Ошейники	40	10000
Одежда для животных	5	1250
Витамины для животных	145	36250
Добавки для животных	150	37500
Корма для животных	250	62500

## 2.6 Финансовый план

На увеличение продаж положительное влияние должно оказать параллельное введение мероприятий по стимулированию продаж. Возможно также увеличение продаж за счет значительного расширения ассортимента сопутствующих товаров и введения новых групп товаров.

Затраты на закупку товара рассчитываются по формуле [18]:

$$\text{Ззак} = \text{Планируемая выручка} / (1 + \text{средняя наценка}) \quad (2)$$

$$\text{Ззак} = 7769999 / (1 + 0,35) = 5755555 \text{ руб.}$$

Средняя наценка в организации установлена в размере 35%

На основании рассчитанных доходов и расходов магазина определим экономические показатели деятельности магазина в 2015 году. Основные экономические показатели на 2015 год ООО «КотоПёс» представлены в таблице 7:

Таблица 7

Основные экономические показатели

Показатели	2015 год
Выручка от реализации товара, руб.	7769999
Затраты по реализации товара, руб.	7920735
Затраты на один рубль реализованного товара, коп.	1,02
Прибыль от реализации, руб.	-248736
Среднесписочная численность работающих, чел.	6
Фонд заработной платы, руб.	1680000
Среднемесячная заработная плата одного работающего, руб.	571200
Объем реализации на одного работающего, руб.	107916

Далее рассчитан отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств.

Таблица 8

## Отчет о прибылях и убытках организации

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя	За 2014	За 2015	За 2016
	Выручка	0	7769999	8158499
	Себестоимость продаж	( 0 )	( 7920735 )	( 7610355 )
	Валовая прибыль (убыток)	0	-150736	548144
	Коммерческие расходы	( 37000 )	( 98000 )	( 98000 )
	Управленческие расходы	( 15000 )	( )	( )
	Прибыль (убыток) от продаж	-52000	-248736	450144
	Доходы от участия в других организациях			
	Проценты к получению			
	Проценты к уплате	( )	( )	( )
	Прочие доходы			
	Прочие расходы	( )	( )	( )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	-52000	-248736	450144
	Текущий налог на прибыль в т.ч. постоянные налоговые	( )	( )	( 67522 )
	Изменение отложенных налоговых обязательств			
	Изменение отложенных налоговых активов			
	Прочее			
	Чистая прибыль (убыток)	-52000	-248736	382622

Спланируем баланс денежных доходов и расходов на ближайшие три года для ООО «КотоПёс»:

Таблица 9

## Бухгалтерский баланс

Наименование показателя <sup>2</sup>	Код	На 31 декабря 2014 г.	На 31 декабря 2015 г.	На 31 декабря 2016 г.
<b>АКТИВ</b>				
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Нематериальные активы	1110	15000	-	
Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
Основные средства	1150	142000	168380	123435
Доходные вложения в материальные	1180	-	-	-
Финансовые вложения	1170			
Долгосрочные финансовые вложения	11701			
Отложенные налоговые активы	1180	0	0	67522
Прочие внеоборотные активы	1190			
Незавершенное строительство	11901			
Итого по разделу I	1100	157000	168380	190957
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Запасы	1210	0	5755555	6043333
приобретенным ценностям	1220	0	30308	12455
Дебиторская задолженность денежных эквивалентов)	1230			
эквиваленты	1240			
Прочие оборотные активы	1250		292221	631077
Прочие оборотные активы	1260			
Итого по разделу II	1200	0	6078084	6686865
<b>БАЛАНС</b>	1600	157000	6246464	6877822

ПАССИВ				
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
Уставный капитал (складочный)	1310	10000	10000	10000
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	( - )	( - )	( - )
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый)	1370	-52000	-248736	382622
Итого по разделу III	1300	-42000	-238736	392622
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	1410			
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Оценочные обязательства	1430			
Прочие обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400			
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	1510		5000000	5000000
Краткосрочные кредиты	15101			
Кредиторская задолженность	1520	199000	1485200	1485200
Доходы будущих периодов	1530			
Оценочные обязательства	1540			
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	199000	6485200	6485200
<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>157000</b>	<b>6246464</b>	<b>6877822</b>

Для оценки эффективности деятельности предприятия используется показатель рентабельность продукции, который рассчитывается как отношение прибыли от реализации к выручке от реализации.

Уровень рентабельности в 2016 году составит:

$$\text{Приб.от реал./выручку от реализации} * 100\% = \text{рентабельность} \quad (3)$$

$$450144/8158499 * 100\% = 5,52\%$$

Таким образом, экономические показатели деятельности свидетельствуют о целесообразности создания магазина.

В распоряжении предприятия на 2016 год остается остаток денежных средств в размере 450144 руб., который предприятие может направить на приобретение основных средств, расширение ассортимента, проведение дополнительных рекламных мероприятий и выплату дополнительных премий сотрудникам.

### 3. Направления совершенствования бизнес-планирования розничной торговли магазина зоотовары

#### 3.1 Основные направления совершенствования бизнес-планирования

Путем совершенствование зоомагазина предполагается выбрать изменение формата магазина - на зооцентр по схеме «товары плюс услуги».

Дополнительным заработком к нашему зооцентру может быть расширение спектр услуг:

1. Привлечение специалистов-профессионалов аквариумистов, которые будут заниматься следующими услугами:

- изготовление и оформление аквариумов;
- ремонт аквариумов и оборудования;
- эксклюзивный дизайн под любые требования заказчика;
- обслуживание аквариумов и террариумов;
- заказ уникальных и редких рыб, растений, моллюсков и ракообразных;
- консультации по уходу за аквариумом;
- перевозка аквариумов;
- лечение и карантин рыб.

2. Парикмахерская для животных, которая включают в себя:

- стрижку и укладку питомцев;
- подрезание ногтей;
- расчесывание и мытье;
- выщипывание волос (тримминг);
- СПА-процедуры;
- выезд специалистов на дом.

3. Ветеринарный кабинет:

- акушерство
- анализы

- вакцинация собак и кошек
- диагностика
- кастрация
- офтальмолог
- стерилизация
- стоматология
- узи

Пошив одежды для собак и кошек.

Также увеличение продаж можно достигнуть за счет открытия Интернет-магазина товаров для животных.

### 3.2 Экономическая эффективность бизнес – планирования

Рассмотрев во второй главе организацию, бизнес планирования на примере ООО «КотоПёс», проведем анализ эффективности проекта.

В качестве основного показателя эффективности бизнес-плана принято рассматривать показатель точки безубыточности. Объем реализации приведен по всей продукции, рассчитанный на основе средней цены.

Расчет точки безубыточности в натуральном выражении рассчитывается по формуле:

$$T_6 = \frac{Z_{\text{пост}}}{C - Z_{\text{пер}}^{\text{уд}}} \quad (4)$$

Постоянные затраты (З пост), руб .- 2 997 200 руб.

Переменные затраты на ед. прод. (З пер), руб. - 22,63 руб.

Средневзвешенная цена (Ц), руб. - 30,55руб.

$2\,997\,200 / (30,55 - 22,63) = 378\,434,34$  шт в год

Таблица 10

Расчет показателей для определения точки безубыточности

Наименование показателя	Значение, руб.
Заработная плата	1 680 000
Начисления на заработную плату	571 200
Аренда	648 000
Реклама	98 000
ИТОГО постоянных затрат	2 997 200
Закупка товаров	5 755 555
ИТОГО переменных затрат	5 755 555
Объем реализации, шт.	254 325
Переменные затраты в расчете на единицу, руб.	22,63
Выручка от реализации, руб.	7 769 999
Средняя цена единицы, руб.	30,55

На втором этапе оценки экономической эффективности проекта рассчитывают такие показатели как:

– Чистый дисконтированный доход рассчитывается по формуле:

$$NPV = \frac{B_1 - C_1}{1+r} + \frac{B_2 - C_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \quad (5)$$

где:  $B_t$  – выгоды проекта в год  $t$

$C_t$  – затраты проекта в год  $t$

$t = 1 \dots n$  – годы жизни проекта

Инвестору следует отдавать предпочтение только тем проектам, для которых  $NPV$  имеет положительное значение. Отрицательное же значение свидетельствует о неэффективности использования денежных средств: норма доходности меньше необходимой.

– Индекс прибыльности.

Индекс прибыльности (profitability index, PI) показывает относительную прибыльность проекта, или дисконтированную стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на единицу вложений. Он



рассчитывается путем деления чистых приведенных поступлений от проекта на стоимость первоначальных вложений:

$$PI = \frac{NPV}{C_0} \quad (6)$$

где: NPV – чистые приведенные денежные потоки проекта;

C<sub>0</sub> – первоначальные затраты.

– Внутренняя норма рентабельности это показатель при котором NPV=0. В этой точке дисконтированный поток затрат равен дисконтированному потоку выгод. Она имеет конкретный экономический смысл дисконтированной «точки безубыточности» и называется внутренней нормой рентабельности, или, сокращенно, IRR.

Оценка эффективности для проекта создания магазина зоотоваров ООО «КотоПёс» произведена на основании интегральных показателей, отражающих экономическую эффективность, которую намечается достигнуть в результате его реализации. Принятый в расчетах эффективности проекта коэффициент дисконтирования (норма дисконта) равен 0,15 (15%).

Результаты расчетов показателей экономической эффективности бизнес-плана представлен в таблице 11:

Таблица 11

Показатели экономической эффективности бизнес-плана

Показатели	
1. Объем инвестируемых средств, руб.	5 000 000
2. Период эксплуатации инвестиционного проекта, лет	2
3. Сумма денежного потока, руб.:	
1 год	7 769 999
2 год	8 158 499

## Таблица 12

### Инвестиционный проект

Инвестиционный проект			
при ставке 10%			
Годы	будущая стоимость, руб.	Дисконтный множитель	настоящая стоимость, руб.
1	7 769 999	0,909	7 062 929
2	8 158 499	0,826	6 738 920
ИТОГО	15 928 498		13 801 849

Чистый дисконтированный доход равен:

$$\text{ЧДД} = 13\,801\,849 - 5\,000\,000 = 8\,801\,849 \text{ (руб.)}$$

Срок окупаемости:

$$8\,801\,849 / 5\,000\,000 = 1,76 = 2 \text{ года}$$

Таким образом, проект можно считать эффективным, так как его срок окупаемости менее двух лет.

## Заключение

Руководители многих предприятий (особенно небольших) считают, что не следует тратить время на бизнес – планирование, поскольку экономическая ситуация так быстро меняется, что приходится постоянно вносить изменения и дополнения в первоначальную схему. То есть они полагают, что в быстроменяющихся экономических условиях достаточно все держать в уме и нет необходимости тратить время на планирование своих действий.

Однако, специалисты и руководители крупных предприятий относят бизнес – планирование к деятельности высшего порядка и считают, что оно предоставляет не мало выгод:

- помогает руководству фирмы мыслить перспективно;
- способствует четкой координации предпринимаемых усилий;
- формирует систему целевых показателей деятельности для последующего контроля;
- готовит предприятие к возможным внезапным переменам;
- демонстрирует взаимосвязь обязанностей всех должностных лиц.

Итак, есть смысл разрабатывать бизнес – план даже в постоянно меняющихся условиях, если есть желание, чтобы нормальная деятельность предприятия не была нарушена ходом будущих событий.

Бизнес-план является важнейшим инструментом планирования предпринимательской деятельности. Научиться составлять бизнес-план, значит овладеть этим незаменимым инструментом.

Данный вариант плана можно считать одной из итераций непрерывного процесса бизнес-планирования. И при появлении новых данных, развитии науки и техники его можно уточнять и совершенствовать.

Бизнес-план – это общепринятая в мировой хозяйственной практике форма представления деловых предложений и проектов, содержащая развернутую информацию о производственной, сбытовой, финансовой

деятельности фирмы и оценку перспектив, условий и форм сотрудничества на основе баланса собственного экономического интереса фирмы и интересов партнеров, инвесторов, потребителей и конкурентов, перспектив, форм и условий сотрудничества.

При проектировании нового магазина подход с точки зрения бизнес-планирования является наиболее оптимальным, в связи с тем, что в результате работы определяется положение предприятия на рынке, открываются перспективы деятельности и осуществляется детальное прогнозирование доходов и расходов в ходе реализации проекта.

Одной из важных составляющих разработки бизнес-плана является маркетинговое исследование, в ходе которого было установлено, что в среднесрочной перспективе можно прогнозировать темпы роста объемов.

Данный проект можно считать эффективным, так как его срок окупаемости меньше 2 лет.

## Список используемых источников

- Бекетова О.Н. Бизнес-план: теория и практика.- М.: Финансы и статистика, 20010.-С.16-17.
- Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика : учеб. пособие.- М.: Дело и сервис, 2010. – С.22.
- Цели, функции и методика составления бизнес-плана <http://purpose.spbr.ru/>
- Сергеев А.А. Исходные этапы разработки бизнес-плана// Деловая информация.-2009.-№5.-С.1-3.
- Лазарев А.В. Бизнес-планирование как форма экономического управления.- М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2010.- С.37.
- Сисошвили С.В. Основы разработки бизнес-плана // ФПА АКДИ «Экономика и жизнь», №16. - 2009. - С. 14-45.
- Сергеев А.А. Исходные этапы разработки бизнес-плана// Деловая информация.-2010.-№5.-С.1-3.
- Блэквелл Эд. Как составить бизнес-план: Перевод с англ..-М. : ИНФРА-М, 2011. – С.58.
- Бороздин М., Гаевская М. Составление бизнес-плана: "Описание предприятия"// <http://www.belinvest.biz/>.
- Сергеев А.А. Исходные этапы разработки бизнес-плана// Деловая информация.-2009.-№5.-С.7.
- Злобина Н.В., Управленческие решения: учебное пособие, 2007
- Помощь малому бизнесу, «Зверский» бизнес - как открыть зоомагазин,[http://www.bizidei.ru/zverskiy\\_biznes\\_kak\\_otkryit\\_zoomagazin.html](http://www.bizidei.ru/zverskiy_biznes_kak_otkryit_zoomagazin.html).
- ИК "Финам", <http://www.zooweb.ru/newsz/news/817/print/>.
- Помощь малому бизнесу, «Зверский» бизнес - как открыть зоомагазин,[http://www.bizidei.ru/zverskiy\\_biznes\\_kak\\_otkryit\\_zoomagazin.html](http://www.bizidei.ru/zverskiy_biznes_kak_otkryit_zoomagazin.html)
- РБК , 2008, <http://www.liveretail.ru/articles.php?id=392>).
- Думчева С.В. Энциклопедия маркетинга:[Электронный документ]([http://www.marketing.spb.ru/mr/services/restourant\\_02\\_3.htm](http://www.marketing.spb.ru/mr/services/restourant_02_3.htm)).

Волков О.И. Экономика предприятия. ,М.: ИНФРА-М, 2003, 255 с.

Гуляев В.Г. Организация бизнеса. – М.: Нолидж, 2002, 372 с.

# Приложение 1

## Прайс-лист

Наименование	Упак.	Цена (руб.)
1. Корма для собак		
ЧАППИ сух 450 гр Говядина	450 гр	29,90
ПЕДИГРИ конс 100 гр Курица	100 гр	12, 90
RCCI PRS-30 д/соб.мел.пор.приверед. в еде сух 2,5кг	2,5 кг	832,90
2. Корма для кошек		
КИТЕКАТ сух 400 гр Жаркое с овощами	400 гр	35,90
ВИСКАС конс 100 гр Индейка/телятина 10%	100 гр	14,90
Шеба Воздушное суфле лосося 6197 80 гр	80 гр	53,90
3. Корма для птиц		
ВАКА «ВК» д/попугаев 500 гр	500 гр	21,90
КАТРИН корм д/канареек Яблоко	500 гр	37,90
4. Корма для грызунов		
ВАКА «ВК» д/хомяков	300 гр	14,90
ДУСЯ д/морск. Свинок С.Пб.	600 гр	30,90
Кеша мин подкорм д/грыз 40 гр	40 гр	9,90
5. Корма для рыб		
Аква Меню Артемия-Ю	30 гр	23,90
Стандарт Д(донный) 10 гр гранулы люкс	10 гр	5,90
6. Витамины		
Б/Вит. д/кош. Сердечки Тау+Био 75 табл.	75 табл	91,90
Вит 7 д/собак с биотином (60т.)	60 табл	29,90
Омега С-М д/щенков 60таб.	60 таб	34,90
7. Средства для животных		
Антигадин (Химола)	150 мл	83,90
Зоошампунь «КиСка» гигиен.д/кош длиннош	230 мл	23,90
Мазь Серно-Дегтярная	15 гр	17,90
8. Контрацептивы		
Секс-барьер 2 мл капли женский	10 амп	53,90
ЭКС-5 жидкий	2 мл	37,90
9. Препараты от глистов		
Альбен «С» от кругл и лент гельментов	6 таб	29,90
Празицид – суспензия для щенков		27,90
10. Препараты от блох		
Барс капли на холку д/кошек	3 дозы	60,90
Зоошампунь «КиСка» инсект д/соб(артемон)	110 мл	16,90

Ошейник HERBA MAX д/кош на травах	35 см	80,90
11. Глазные капли		
Анандин глазные капли	5 мл	23,90
Конъюнктивет, глазные капли 10 мл.	10 мл	12,90
12. Ушные капли		
БАРС ушные капли	20 мл	24,90
Отоферонол Плюс ушные капли	5 мл	24,90
13. Средства гигиены		
Подстилка а/м д/соб. Н42012	уп	718,90
Салфетки влажные д/глаз и ушей(15шт)	уп	26,90
14. Наполнители		
Катсан гигиенический 10л	10л	578,90
PUSSY-CAT 4,5л комкующий	4,5л	46,90
15. Приспособления для животных		
Автопоилка д/животных(500мл) P836	шт	151,90
Когтеточка с пропиткой ср.(мордашка)	шт	156,90
МИСКА д/кошек и собак №3 Гамма	шт	27,90
Туалет д/кошек КАТ большой с сеткой	шт	58,90
16. Кости жевательные		
Кость из жил 3» 7,5см 23гр	уп	10,90
Звездочки Леонардо 350гр	шт	157,90
17. Клетки, корзины, переноски, домики		
Дом д/кошек большой (овальная крыша)	шт	859,90
Корзина-Софа №1 прямоуг.	шт	543,90
Дом д/грыз. ГРИБ 5001	шт	112,90
Клетка д/морской свинки	шт	257,90
18. Игрушки		
Апорт д/собак	шт	79,90
Дразнилка три шарика	шт	47,90
Мяч д/гольфа одноцвет.	шт	9,90
19. Пуходерки, щетки		
Пуходерка пласт. больш с каплей	шт	50,90
Щетка массажная	шт	30,90
20. Аквариумистика		
Аквариум «JEBO» R3100 208л	208л	14890
Аквариум Бокал 5л	5л	417,90
Компрессор Тритон WACO-5501	шт	121,90
Обогреватель 2009/25	шт	226,90
21. Лекарства для рыб		
Аквастоп С/П	50мл	17,90
Унифлор (аква-7)	100мл	23,90



22. Растения		
Растение пластмасс 8см (0858)	шт	26,90
Растение акв.пласт. CW2804 10	шт	15,90
23. Грунты		
Грунт тритон коралл 800гр мелкий, средний	шт	26,90
Грунт тритон стек.№85 лунн.камешки (170гр)	шт	35,90
24. Гроты		
Грот Иж Бревно Д4	шт	143,90
Грод 325 Беседка	шт	71,90
25. Рулетки		
Рулетка FD 9008 (5м) на 30кг	шт	280,90
26. Карабины, вертлюги		
Вертлюг разборный №2 (средний)	шт	47,90
Карабин цилиндр большой (7,5см)	шт	88,90
27. Цепи привязочные		
Цепь привязочная (восьмерка)	шт	85,90
Цепь привязочная отечеств.5*36	шт	194,90
28. Намордники, ошейники, поводки, удавки		
Намордник кожан.тройной №2 Доберман	шт	88,90
Ошейник 17мм Щенячий	шт	30,90
Поводок кожаный Коса 14мм	шт	152,90
Поводок брезент 5м	шт	159,90
Удавка одинарная SHO 3055	шт	14,90
29. Сумки-переноски		
Сумка-переноска №4/1 Бязь 55061	шт	258,90
30. Одежда и аксессуары для животных		
Ботинки д/соб.с мехом коричн. 3037В	шт	497,90
Жилет на меху №2 (44*30)	шт	229,90
Комбинезон СО СТРАЗАМИ 26см FFA085	шт	315,90
Одежда «Микки Маус» д/соб. 32см FFA007	шт	184,90