МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет экономический
Кафедра теоретической экономики

КУРСОВАЯ РАБОТА

По дисциплине «Бизнес-планирование»

Бизнес-план зоомагазина

„отлично"
28.12.20.

Работу выполнил _____ Д.А. Трофимов
(подпись, дата)

Факультет экономический курс 4

Направление 38.03.05 – Бизнес-информатика

Профиль Электронный бизнес

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доц. _____ Е.Л. Кузнецова
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

канд. экон. наук, доц. _____ Е.Л. Кузнецова
(подпись, дата)

Краснодар 2020

Содержание

Аннотация бизнес-плана 4
1 Резюме 5
2 Описание отрасли и компании 7
3 Описание продукции 10
4 Конкуренция и конкурентное преимущество 11
5 Анализ рынка сбыта 13
6 Маркетинговый план 14
7 Производственный план 16
8 Организационный план 17
9 Финансовый план 18
10 Оценка рисков 26
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 28

Аннотация бизнес-плана

Предприятие: ИП Трофимов Дмитрий Андреевич

Адрес: г.Краснодар, ул.Селезнева,17

Телефон +7 (918) 244 6969

Строго конфиденциально

Просьба вернуть, если Вас не заинтересовал проект

Кому: Трофимов Дмитрий Андреевич

Полное название проекта: «Раб Хвостатого»

Суть предполагаемого проекта и место реализации: Зоомагазин с сайтом, где можно будет заказать быструю доставку товаров до двери за короткое время. Производится онлайн консультация хозяев домашних питомцев. Все это будет реализовано в Краснодаре.

Руководитель предприятия: Трофимов Дмитрий Андреевич

Тел. +7 (928) 460-20-08

Проект подготовил: Трофимов Дмитрий Андреевич

Тел. +7 (918) 244-69-69

Дата начала реализации проекта: 01.01.2021

Общая стоимость проекта: 1 664 721 руб.

Срок окупаемости проекта: 15 мес.

Ожидаемая среднегодовая прибыль: 1,2 млн руб.

Продолжительность проекта: бессрочен

Период времени, на который актуальны исходные данные, от даты начала проекта: 3 месяца

Дата составления: 25.11.2020

1 Резюме

«Раб Хвостатого» − Зоомагазин, через сайт которого можно будет быстро и легко заказать аксессуары и корма для своих питомцев, а также с онлайн консультацией по любым вопросам в г. Краснодар.

Миссия компании: помогаем людям экономить свое время на покупках для питомцев.

Цели компании на 1 год:

1.открыть 1 зоомагазин с продукцией по г.Краснодар;

2. Открыть 2 склада с продукцией по г.Краснодар;

3. Увеличить клиентскую базу до 500 человек.

Цели компании на 3 года:

1. Открыть 3 зоомагазина по г.Краснодар;

2. Открыть 5 складов с продукцией по г.Краснодар;

3. Увеличить клиентскую базу до 1,5 тыс. человек;

4. Сделать коллаборацию с фирмой «royal canin»;

5. Расширить зону доставки до пригорода.

Цели компании на 5 лет:

1. Открыть 5 зоомагазинов по г.Краснодар;

2. Открыть 9 складов с продукцией по г.Краснодар;

3. Запустить свой бренд кормов для животных.

Задачи компании:

1. Создать удобный сайт, с интуитивным интерфейсом.

2. Подписание контрактов с фирмами, производящими корма и аксессуары для продвижения их на нашем сайте.

3. Разработка маркетинговой стратегии для привлечения клиентов.

4. Получение прибыли

Данный вид бизнеса в наши дни является очень популярным. Но вопреки огромному предложению спрос на рынке продолжает расти. Одним из

главных условий функционирования проекта является наличие большой клиентской базы.

Проблема, которую решает компания, заключается в том, что в связи с эпидемической обстановкой многим людям, которые находятся в зоне риска сложно сходить за покупкой корма в магазин, и многим другим просто экономим время.

Для создания бизнеса и начального его функционирования необходимо 1 664 721 рублей. Привлечение внешних инвестиций на начальном этапе не потребуется, так как имеются собственные денежные средства, а также полученные от родителей.

Стартовый финансовый план включает в себя следующие положения: разработка и вывод на рынок сайта; первоначальная закупка товаров и животных; аренда склада; аренда помещения; покупка стеллажей; заработная плата работников; налоги; реклама; коммунальные расходы; непредвиденные расходы и т.д

Ожидаемая выручка за первый месяц – 113 400 руб. Чистая прибыль за год составит 191 048 руб. Доход за год – 1 106 300 руб. Прибыль – 191 048 руб. Полная окупаемость проекта – 15 мес.

2 Описание отрасли и компании

Регистрация в государственных органах и получение лицензии

В силу того, что в нашем зоомагазине будут продаваться фармацевтические препараты, необходимо получить лицензию в нашем территориальном органе Россельхознадзора. Для того, чтобы это сделать, необходимо определиться, к какой организационно-правовой форме будет принадлежать наша организация. Для получения лицензии ИП обязан иметь высшее или среднее ветеринарное образование, поэтому 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.

Наша миссия – сделать выбор зоотоваров простым и удобным для каждого.

Основная цель: создать удобный сервис для покупки зоотоваров и консультации по различным вопросам.

Наши задачи: разработать максимально удобный интерфейс сайта, найти достойные продукты для продажи.

Сегодня в Краснодаре множество различных оффлайн и онлайн зоомагазинов, но нет быстрой и не дорогой доставки товаров, с помощью которой можно было бы не только «в один клик» заказать товар на дом, но и получить качественную консультацию по подбору продукции, всего позвонив консультанту.

Сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы отображены в SWOT-анализе (см. табл. 1):

Таблица 1 – SWOT- анализ проекта.

Сильные стороны	Слабые
Стабильная клиентская база.	Недостаточно развита сеть магазинов
Готовность к коммуникации	Высокая конкуренция
Достаточно широкий ассортимент продукции	Слабо сформированный имидж организации
Широкий спектр услуг	
Индивидуальный подход к клиентам	
Работа на прямую с поставщиками	
Продукция, востребованная рынком	
Возможности	Угрозы
Расширение ассортимента для обслуживания новых потребностей покупателя	Потеря ценных кадров

Увеличение доли рынка	Изменение потребностей и вкуса
Поиск новых точек сбыта продукции	Поломки при транспортировке или брак на производстве
	Получение лицензии

При открытии зоомагазина нужно досконально изучить все нюансы, иначе можно не получить лицензию на продажу ветпрепаратов или животных.

3 Описание продукции

«Раб хвостатого» − Зоомагазин, где можно будет приобрести товар не только офлайн, но и заказать на сайте с доставкой или взять заказанный товар напрямую со склада.

В список наших товаров и услуг будет входить:

– корма для собак, кошек, грызунов, птиц;

– аксессуары, как для крупных питомцев (собак, кошек) так и для более малых (хомяков, хорьков, шиншилл, птиц и др.);

– самих питомцев (котят, мелких грызунов, птиц);

– лекарственных средств для животных;

– витамины;

– ветпрепараты;

– фитомины, биоритм;

– игрушки для кошек и собак;

– косметика для животных;

– онлайн консультация;

– доставка товара.

– Онлайн со складов можно будет заказать:

– только ходовые корма для животных;

– лекарства для животных;

– мелкие и сделанные под заказ аксессуары

В компанию будут тщательно отбираться сотрудники в соответствие с составленными критериями касательно уровня знаний и навыков.

Критерии для выбора персонала.

Прежде всего, необходимо найти квалифицированных специалистов, которые будут заниматься консультацией покупателей и продажей нашего 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 нам понадобится уборщица и бухгалтер, их поиск можно осуществить как на платных сайтах, так и на бесплатных ресурсах (группы в соцсетях).

4 Конкуренция и конкурентное преимущество

Сегодня в городе Краснодаре есть множество зоомагазинов, предлагающих различные корма, аксессуары, витамины для животных. Главных конкурентов и их месторасположение можно увидеть на карте ниже (рисунок 1).

Среди магазинов, у которых есть сайты, продающих зоотовары, главными конкурентами являются:

- https://4lapy.ru
- barsik-best.ru
- https://vkdobrieruki.ru.

К сильным сторонам конкурентов относятся:

- удобное разбиение товаров по каталогам;
- использование в каталоге ярких привлекательных фотографий;
- возможность онлайн-покупки и доставки;
- относительно низкие цены на продукцию.

К слабым сторонам конкурентов относятся:

– дорогая доставка;

– нет индивидуальных предложений для клиентов по продукции;

- нет возможности консультации по товарам в онлайн-формате.

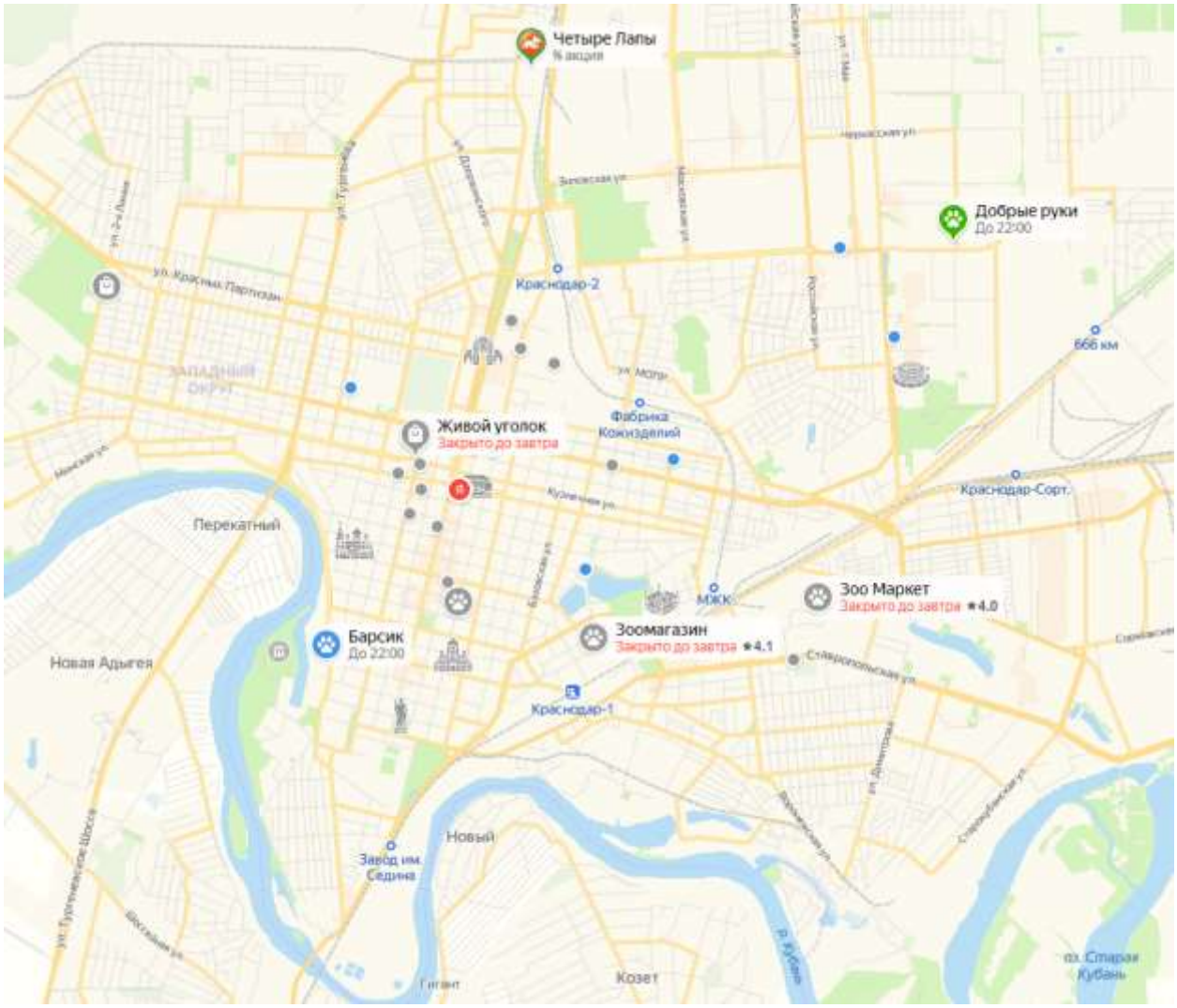

Рисунок 1 – Главные конкуренты и их месторасположение на карте г.Краснодара [3].

Сегодня существует множество интернет-сайтов, которые занимаются продажей зоотоваров, но быструю и доступную по цене доставку с консультацией онлайн, мало кто может предложить. Кроме этого, конкурентными преимуществами нашего сайта мы считаем:

– удобный и понятный интерфейс;

– возможность определение ценовой категории;

– наличие в каталоге большого количества разделов товаров.

5 Анализ рынка сбыта

Компания PerseiLine провела опрос среди своих клиентов, зоомагазинов и дистрибьюторских компаний, чтобы узнать, с какими сложностями столкнулась сфера и какие изменения произошли в ней во время самоизоляции населения.

Согласно Распоряжению Правительства РФ от 27.03.2020, товары для животных официально объявили социально значимыми – это решение позволило зоомагазинам продолжить свою работу несмотря на режим самоизоляции.

Режим самоизоляции сильно повлиял на прибыль, получаемую от продажи товаров для животных. Больше всего повезло торговым точкам, которые расположены в спальных районах, около аптек и продовольственных магазинов – там поток покупателей остался более или менее стабильным. Так, за первую неделю карантина у 17% респондентов выручка выросла. У остальных 83% выручка сократилась. Как показывает статистика, 60,53% опрошенных указывают на падение выручек на 30–50%, а у 21% выручки снизились на 10–30%. Среди респондентов были и те, у кого выручка снизилась ещё существеннее – у 13,16% опрошенных на 60–80%, а у 5,26% – на 80–100%. [2].

«Период самоизоляции ощутимо ударил по выручке традиционных зоомагазинов. Интернет−магазины, наоборот, существенно укрепили свои позиции – они получили большой прирост новых пользователей. В ситуации с пропусками и рекомендациями сидеть дома, люди всё чаще предпочитают обращаться к более безопасному и удобному способу – заказу товаров для питомцев в онлайн-магазинах. Это удобно, безопасно, не нужно никуда идти. Многие онлайн-ритейлеры начали предлагать востребованный сейчас бес-

контактный способ доставки», – комментирует Александр Буров, директор компании PerseiLine, занимающейся производством товаров для животных.

Именно поэтому мы считаем, что выгоднее создать сеть складов с доставкой в различных районах, вместо открытия точек прямой продажи. Т.к после пандемии и самоизоляции многие люди предпочитают доставку.

Основными потребителями являются[1]:

– 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.

6 Маркетинговый план

Уникальное торговое предложение будет строиться на следующем: «Окажем вам бесплатную консультацию, подберем необходимый корм вашему питомцу. Менее чем за минуту вы сможете оформить заказ, который будет доставлен в течение часа! В нашем магазине представлена только проверенная, полезная и качественная продукция с полностью выдержанными

санитарными нормами. Сертифицированный продукт, качество которого подтверждено ветеринарными диетологами на основе медицинских исследований» [4].

Стратегия «Раб хвостатого» будет строиться, прежде всего, на минимизации расходов. В связи с тем, что это будет в большей степени онлайн магазин и затраты на аренду и содержание помещения будут не такими большими, как у офлайн, будут установлены низкие цены, что, в свою очередь, автоматически позволит расширить целевую аудиторию. Таким образом, на первоначальном этапе будет следующая ценовая политика: низкая цена и высокое качество – распродажи, специальные акции, захват позиций на рынке. Стратегия будет меняться в зависимости от ситуации на рынке.

Продвижение сайта будет осуществляться через яндекс рекламу, instagram, google рекламу. Это наилучший вариант продвижения, который позволит потом привлекать пользователей в геометрической прогрессии.

Также для продвижения планируются следующие мероприятия:

– участие в выставках, семинарах, форумах;

– организация конкурсов и розыгрышей для повышения интереса потребителей;

– покупка рекламы у различных блогеров;

– сотрудничество с различными производителями аксессуаров;

– размещение рекламы в социальных сетях;

– таргетированная реклама;

– листовки;

– «сарафанное радио».

В таблице 2 представлен список мероприятий по продвижению сайта и затрат по нему.

Таблица 2 – Список мероприятий по продвижению[составлено автором].

Мероприятие	Затраты
Таргетированная реклама в Instagram	10 000 рублей
Реклама у блогера с 30 тыс подписчиками в Instagram	10 000 рублей за пост
Реклама у блогера со 100 тыс подписчиками в Instagram	20 000 рублей за пост

Так как в первый месяц планируется реклама у двух блогеров и таргетированная реклама, то будет привлечено максимальное количество пользователей – 700 человек, из которых 250 купят продукцию и 450 зарегистрируются на сайте для покупки товаров и получения скидок. В последующие пять месяцев будет работать только таргетированная реклама.

7 Производственный план

Для создания сайта потребуется программист, который разработает сайт в течение месяца. Программист будет работать в Краснодаре на удаленной основе, для коррекции результатов будут проводиться онлайн-совещания, а также встречи для обсуждения возникающих вопросов.

Продукция будет поставляться поставщиками, которые уже успели зарекомендовать себя на рынке: Royal Canin, Hill’s, Whiskas, amma, Sandlight и т.д. В первый месяц будет закуплено товаров на 550 000 руб., в последующие месяцы в среднем на 400 000 руб.

Товары будут храниться на арендованном складе площадью в 60 кв м в г. Краснодаре. Стоимость аренды в месяц 45 000 руб. Для хранения продукции будут куплены 8 стеллажей по 10 000 руб., тележка для перевозки грузов за 6 000 руб., компьютер для работника склада за 10 000 руб. Так как у стеллажей и у тележки одинаковый срок полезного использования – 5 лет, то ежегодно будет отчисляться 17 200 руб в амортизационный фонд.

Поставка продукции будет производиться службами доставки, с которыми будет заключен контракт.

8 Организационный план

Регистрация в государственных органах и получение лицензии

В силу того, что в нашем зоомагазине будут продаваться фармацевтические препараты, необходимо получить лицензию в нашем территориальном органе Россельхознадзора. Для того, чтобы это сделать, необходимо определиться, к какой организационно-правовой форме будет принадлежать наша организация. Для получения лицензии ИП обязан иметь высшее или среднее ветеринарное образование, поэтому целесообразнее открыть ООО. Все расчеты данного бизнес-плана будут произведены исходя из того, что зоомагазин зарегистрирован как ООО.

Над проектом будет работать команда единомышленников:

– менеджер-маркетолог (заполнение базы данных клиентов и поставщиков, продвижение сайта, изучение рынка и конкурентов);

– администратор (прием заказов, отслеживание работы и наполняемости склада, осуществление закупки товаров);

– работник склада (обеспечение целостности и сохранности товаров на складе, контроль сроков годности, сбор заказов и передача их в службу доставки).

Ориентировочные затраты на персонал в месяц представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Затраты на персонал в месяц.

Должность	Количество	Оклад
Менеджер-маркетолог	1	30 000 руб
Курьер	2	20 000 руб
Администратор	1	25 000 руб

Работник склада	4	15 000 руб
Консультант	2	25 000 руб
Итог		205 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)		61 150

Главное сплоченный коллектив, чтобы у всех была мотивация стараться, этого можно достичь с помощью выплат или премий сотрудникам.

9 Финансовый план

Инвестиции в открытие зоомагазина показаны в таблице 4.

Таблица 4 – Инвестиции в открытие зоомагазина.

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	3	2 500	7 500
Раскрутка группы в соц. сети	1	10 000	10 000
Создание	1	150 000	150 000

и раскрутка сайта			
Вывеска	1	50 000	50 000
Итого			1 162 860

Текущие расходы показаны в таблице 5.

Таблица 5 – Текущие расходы.

Планируемые затраты в первый месяц работы	
Переменные расходы	266 150
Заработная плата	205 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)	61 150
Закупка товара	0
Постоянные расходы	266 700
Аренда(80 кв. м.)	70 000
Аренда 2 складов (60кв.м)	40 000
Коммунальные платежи	9 000
Реклама, маркетинг, печатные материалы	60 000
Амортизация	1 700
Непредвиденные расходы	10 000
Налоги (НДС, на имущество)	6000
Итого расходы	501 861

Амортизация начисляется линейным способом в течение 3 лет.

Общая сумма первоначальных инвестиций составляет 1 664 721 руб.

Продажи будут осуществляться по основным направлениям: животные, корма, медикаменты, оборудование для животных, аксессуары. Ассортимент

товара, представленный в зоомагазине, можно представить следующим образом:

Прогноз финансовых показателей предприятия на 2 года показан в таблице 6 таблице.

Таблица 6 – Прогноз на 2 года.

Наименование товара	**Показатели**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Животные	**Выручка**	**49 000**	**62 500**	**73 200**	**85 767**	**97 867**	**128 400**
	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**	**105 600**
	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**	**142 100**
	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**	**64 200**
	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**	**114 000**
	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		**266 500**	**267 800**	**412 898**	**459 373**	**505 574**	**562 618**
Заработная плата		205 000	206 000	207 000	208 000	209 000	210 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)		61 500	61 800	62 100	62 400	62 700	63 000
Закупка товара		0	0	143 798	188 973	233 874	289 618
Постоянные расходы		**141 700**	**141 700**	**141 700**	**141 700**	**142 700**	**142 700**
Аренда (80 кв.м.) и 2 складов		110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000
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)		4 000	4 000	4 000	4 000	5 000	5 000
Итого расходы		**408 200**	**409 500**	**554 598**	**601 073**	**648 274**	**705 318**
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**	**229 800**
	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**	**224 400**
	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**	**288 500**
	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**	**134 400**
	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**	**229 200**
	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		**611 642**	**660 666**	**709 690**	**758 714**	**807 738**	**856 762**
Заработная плата		211 000	212 000	213 000	214 000	215 000	216 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)		63 300	63 600	63 900	64 200	64 500	64 800
Закупка товара		337 342	385 066	432 790	480 514	528 238	575 962
Постоянные расходы		**140 700**	**141 700**	**141 700**	**141 700**	**142 200**	**142 200**
Аренда (80 кв.м.)		110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000
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		**752 342**	**802 366**	**851 390**	**900 414**	**949 938**	**998 962**
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		**953 511**	**1 002 535**	**1 051 559**	**1 100 583**	**1 149 607**	**1 198 631**
Заработная плата		217 000	218 000	219 000	220 000	221 000	222 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)		65 100	65 400	65 700	66 000	66 300	66 600
Закупка товара		671 411	719 135	766 859	814 583	862 307	910 031
Постоянные расходы		**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**
Аренда (80 кв.м.)		110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000
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		**1 091 711**	**1 140 735**	**1 189 759**	**1 238 783**	**1 287 807**	**1 336 831**
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		**1 247 655**	**1 296 679**	**1 345 704**	**1 394 728**	**1 443 752**	**1 492 776**
Заработная плата		223 000	224 000	225 000	226 000	227 000	228 000
Отчисления с ФОТ (30% от з/п штатных сотрудников)		66 900	67 200	67 500	67 800	68 100	68 400
Закупка товара		957 755	1 005 479	1 053 204	1 100 928	1 148 652	1 196 376
Постоянные расходы		**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**	**138 200**
Аренда (80 кв.м.)		110 000	110 000	110 000	110 000	110 000	110 000
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	**1 385 855**	**1 434 879**	**1 483 904**	**1 532 928**	**1 581 952**	**1 630 976**
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 наш зоомагазин и сайт будут узнаваемыми, и необходимость в активной маркетинговой политике отпадёт. Предполагается, что закупленного изначально товара хватит на два месяца работы, начиная с третьего месяца мы должны будем заказывать новый товар для реализации. Необходимо помнить, что со временем мы можем ввести новые услуги, например, чистку аквариумов, это позволит повысить финансовые показатели предприятия.

После того как проект окупится все действия будут направлены на то, чтобы укрепить свое положение на рынке: будут проводиться мероприятия по обновлению функционала сайта, улучшению интерфейса, расширению ассортимента продукции, взаимодействию с иностранными поставщиками.

Также я сделал пессимистический и оптимистический прогноз, которые показаны в таблице 7 и 8.

Таблица 7 – Пессимистический прогноз на 2 года.

Наименование товара	**Показатели**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций)		−1887882	−1959740	−2113187	−2216541	−2272489	−2271076
		7	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
		−2226512	−2141916	−2016248	−1849508	−1642218	−1393856
		13	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
		−769756	-394 019	-73 397	258 822	527 488	796 154
		19	**20**	**21**	**22**	**23**	**24**
		1 064 820	1 333 486	1 602 152	1 870 818	2 139 484	2 408 150

В данной таблице представлен сценарий, если будет средний чек ниже на 30%, тогда полностью инвестиции будут возвращены на шестнадцатом месяце работы зоомагазина.

Таблица 8 – Оптимистический прогноз на 2 года.

Наименование товара	**Показатели**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Наращенный Cash Flow (с учетом первоначальных инвестиций)		-1 016 552	-1 055 245	-1 137 870	-1 193 522	-1 223 648	-1 222 887
		7	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
		-1 198 891	-1 153 340	-1 085 672	-995 889	-884 272	-750 538
		13	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**
		-414 484	-212 164	22 789	480 670	979 622	1 519 645
		19	**20**	**21**	**22**	**23**	**24**
		2 100 740	2 722 906	3 386 144	4 090 454	4 835 835	5 622 288

В данной таблице представлен сценарий, если будет средний чек выше на 30%, тогда полностью инвестиции будут возвращены также, на пятнадцатом месяце работы зоомагазина, но доход итоговый увеличится.

10 Оценка рисков

Основной риск бизнеса связан с торговлей живым товаром и фармацевтическими препаратами. Поэтому необходимо ознакомиться со всей документацией, которая должна быть в нашем зоомагазине и которую мы сможем 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, наш 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 проведем обучение сотрудников и проверим рекомендации работодателей с предыдущих мест работы.

Основными рисками бизнес-проекта являются:

– взлом приложения и кража базы данных клиентов;

– появление конкурентов, продающих сопоставимый товар с более быстрой доставкой;

– расторжение контрактов поставщиками;

– получение бракованного товара;

– ухудшение качества линейки товаров производителя;

– отсутствие интереса целевой аудитории к сайту;

– большая вероятность проведения неэффективной рекламы из-за отсутствия опыта;

– отрицательная доходность;

– увеличение затрат на арендную плату и затрат на поддержку торговой марки в большем размере, чем потенциальный рост продаж;

– расторжение арендодателем контракта;

– не реализация товара до истечения срока годности;

– рост отпускных цен на товары;

– низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия;

– низкий уровень взаимозаменяемости сотрудников из-за нехватки специалистов.

Минимизировать эти риски возможно с помощью:

1) Разработки грамотного технического задания;
2) Определения критериев сдачи - приемки проекта;
3) Постоянного совершенствования ассортимента продукции, а также информации на сайте;
4) Контактирования со специалистами для консультаций по ведению бизнеса в сфере диетического питания;
5) Увеличение клиентской базы, стимулирование постоянных покупателей;
6) Стимулирование сотрудников (премии, проценты с продаж);
7) Создание корпоративной культуры;
8) Обучение, тренинги, программы карьерного роста для сотрудников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализ рынка зоотоваров в России. – URL: https://marketing.rbc.ru/articles/10766/

2. Как рынок пережил пандемию в России. – URL: https://www.retail.ru

3. Бизнес−навигатор. – URL: https://navigator.smbn.ru/st/31

4. Какая документация нужна для открытия зоомагазина. – URL: https://www.beboss.ru/bplans-pets-shop

АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

Отчет о проверке на заимствования №1

Автор: Трофимов Дима dima_trofimov_1999@bk.ru / ID: 5789207
Проверяющий: Трофимов Дима (dima_trofimov_1999@bk.ru / ID: 5789207)

Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат»- http://users.antiplagiat.ru

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 9
Начало загрузки: 22.12.2020 17:45:31
Длительность загрузки: 00:00:00
Имя исходного файла: Курсовая работа 2020.pdf
Название документа: Курсовая работа 2020
Размер текста: 33 кБ
Символов в тексте: 34039
Слов в тексте: 3377
Число предложений: 191

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)
Начало проверки: 22.12.2020 17:45:32
Длительность проверки: 00:00:05
Комментарии: не указано
Модули поиска: Модуль поиска Интернет

ЗАИМСТВОВАНИЯ	САМОЦИТИРОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
27,44%	0%	0%	72,56%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.