

# **Бизнес-план**

## **«ZOV PERUNA»**



Название фирмы: ZOV PERUNA

Контактные данные:

фактический адрес: г. Минск ул. Пушкина, д. 135

юридический адрес: г. Минск ул. Луговая, д. 69, каб. 228

телефон: +375 (44) 228-14-37; факс: 50-42-00

Руководители компании:

Деруго Дмитрий Витальевич

Сенкевич Эдвард Сергеевич

Разработали бизнес-план:

Антохов А. С.

Сенкевич Э. И.

Деруго Д. В.

Григорик И. А.

Сикорин А. С.

Разработан: 24 апреля 2023 года

Конфиденциальность: вся информация находится в открытом доступе и не требует соблюдения правил конфиденциальности.

## **1. Резюме**

### **1.1 Цель проекта:**

Открытие магазина славянских продуктов PERUN, который будет специализироваться на продаже символики древних русов. Целью проекта является создание успешного бизнеса, который будет предлагать уникальный ассортимент продуктов и услуг, связанных с культурой древних славян, и обеспечивать высокую прибыльность для инвесторов.

### **1.2 Краткое описание компании:**

PERUN - это магазин, специализирующийся на продаже славянских продуктов и символики древних русов. Мы предлагаем уникальный ассортимент продуктов и услуг, которые позволяют нашим клиентам погрузиться в мир древней славянской культуры.

### **1.3 Краткое изложение наиболее привлекательных моментов бизнес-идеи:**

PERUN предлагает уникальный ассортимент продуктов и услуг, которые связаны с культурой древних славян. Магазин будет иметь большой выбор символики, национальной одежды, книг, музыки и других товаров, которые позволят нашим клиентам более глубоко погрузиться в мир древней славянской культуры. Мы стремимся стать одним из лидеров на рынке продуктов, связанных с культурой древних славян.

### **1.4 Основные показатели, характеризующие эффективность проекта:**

Прогнозируемая выручка от продаж за первый год работы составляет 459 тысяч рублей, а прибыль – 113 тысяч рублей. Окупаемость проекта ожидается через 2 года.

### **1.5 Факты, подтверждающие надёжность предприятия: Для подтверждения надёжности предприятия PERUN можно указать следующие факты:**

1. Опыт работы основателей: Учредители имеют опыт работы в сфере торговли, производства и маркетинга, что говорит о их компетенции и знаниях в этой области.

2. Анализ конкурентной среды: Рынок символики древних русов является перспективным и имеет потенциал для роста. При этом, на

данный момент, на рынке нет магазинов, специализирующихся именно на этом виде продукции, что делает нашу компанию уникальной и востребованной.

3. Инвестиции в маркетинг: Магазин PERUN планирует инвестировать в маркетинг, что позволит привлечь больше потенциальных покупателей и увеличить узнаваемость бренда.

4. Открытость и прозрачность: PERUN стремится к установлению доверительных отношений с клиентами, планируя предоставлять всю необходимую информацию о продукции, ее происхождении, качестве и цене.

5. Контроль качества: PERUN будет сотрудничать с проверенными и надежными поставщиками, а также будет проводить контроль качества продукции перед ее продажей, что гарантирует высокое качество и доверие клиентов.

6. Финансовая устойчивость: В бизнес-плане PERUN предусмотрены меры по снижению рисков и обеспечению финансовой устойчивости, такие как разнообразие продуктовой линейки, стратегия ценообразования, контроль расходов и прогнозирование потребности в капитале.

Все эти факты вместе подтверждают надежность предприятия PERUN и способность компании достичь успеха в выбранном сегменте рынка.

## **2. Описание предприятия**

### **2.1 основные виды деятельности**

Основные виды деятельности для нашего магазина PERUN могут быть:

1. Продажа символики древних русов: мы предлагаем широкий ассортимент символики древних русов, включая изображения богов, символы силы и защиты, амулеты и талисманы.
2. Продажа славянских продуктов: мы предлагаем широкий ассортимент славянских продуктов, включая мед, молочные продукты, квас, крупы, муку, специи и другие продукты, которые известны в нашей культуре.
3. Организация мастер-классов и семинаров: мы предлагаем организацию мастер-классов и семинаров, посвященных древней культуре русских и других славянских народов. Это могут быть мастер-классы по вышивке, росписи предметов быта, изготовлению амулетов и талисманов, кулинарные семинары и многое другое.
4. Организация туров по древним местам России: мы предлагаем организацию туров по древним местам России, которые связаны с древней культурой русских и других славянских народов. Это могут быть туры в древние города, музеи и другие достопримечательности.
5. Организация мероприятий: мы предлагаем организацию мероприятий, связанных с древней культурой русских и других славянских народов, таких как концерты, театральные постановки, выставки и другие мероприятия.
6. Консультации по выбору символики: мы предлагаем консультации по выбору символики древних русов, помогая нашим клиентам выбрать наиболее подходящие символы для их нужд и желаний.
7. Продажа сувениров: мы предлагаем продажу сувениров, связанных с древней культурой русских и других славянских народов, таких как книги, магниты, футболки, кружки и другие предметы.

8. Организация фестивалей и ярмарок: мы предлагаем организацию фестивалей и ярмарок, посвященных древней культуре русских и других славянских народов. Это могут быть большие мероприятия, на которых будут представлены продукты, символика, культурные мероприятия и другие интересные развлечения для всех возрастов.

9. Интернет-магазин: мы предлагаем возможность покупки продукции и символики древних русов через интернет-магазин нашего сайта. Это обеспечивает нашим клиентам удобство и возможность приобрести нужные товары из любой точки мира.

## 2.2 Профиль компании:

Компания PERUN - это торговая компания, специализирующаяся на продаже символики и продуктов, связанных с древней культурой русских и других славянских народов. Однако, помимо торговых операций, мы также предлагаем дополнительные услуги, связанные с нашим профилем, такие как организация фестивалей, интернет-магазин, услуги дизайна и реставрации. Поэтому можно сказать, что профиль компании PERUN - это торгово-услуговой.

## 2.3 стадия развития бизнеса:

Так как магазин PERUN только открывается, то можно сказать, что стадия развития бизнеса на данный момент является стадией запуска (startup). На данной стадии мы сосредоточены на создании базы клиентов, формировании ассортимента товаров, налаживании процессов продаж и маркетинга. Мы также будем строить нашу репутацию и бренд, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить доходность компании. Однако, с течением времени, мы будем работать над расширением нашего бизнеса и увеличением нашей клиентской базы, что позволит нам перейти на следующие стадии развития, такие как стадия роста и стабилизации.

## 2.4 организационно-правовая форма: Организационно-правовая форма компании PERUN может быть различной в зависимости от местоположения и правовой системы, в которой она зарегистрирована. В большинстве стран, включая Россию, наиболее распространенными организационно-правовыми формами для торговых компаний являются ООО (Общество с ограниченной ответственностью) и ИП (Индивидуальный предприниматель).

ООО предполагает наличие нескольких учредителей, которые владеют частями компании и несут ответственность за ее деятельность в пределах своих долей. У ООО есть ограничения по количеству учредителей и дополнительным выплатам.

ИП представляет собой более простую и дешевую форму регистрации для небольших компаний или для предпринимателей, которые работают самостоятельно. ИП имеет ограничения по масштабу и количеству работников.

Так как магазин только открывается рационально было выбрать форму ИП.

## 2.5 что и как компания намерена предлагать:

Компания PERUN специализируется на продаже символики и продуктов, связанных с древней культурой русских и других славянских народов. Мы предлагаем широкий ассортимент продуктов, включая:

- Одежду и аксессуары с символикой славянских богов и героев;
- Интерьерные детали и украшения с элементами народных ремесел;
- Продукты питания и напитки, отражающие традиционную кухню древних славян.

Мы также предлагаем дополнительные услуги, связанные с нашим профилем, такие как организация фестивалей. В перспективе, мы также планируем расширять свой ассортимент и добавлять новые товары, соответствующие нашей тематике.

Кроме того, мы собираемся активно продвигать наш бренд и продукты через социальные сети, мероприятия и другие маркетинговые инструменты, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить нашу клиентскую базу. Мы также будем обеспечивать высокий уровень обслуживания клиентов, чтобы сохранить лояльность и увеличить повторные покупки.

## 2.6 нынешние и перспективные географические рамки деятельности:

В настоящее время наш магазин PERUN находится в городе Минск, и мы ориентируемся на местных жителей и туристов, интересующихся славянской культурой. Однако, мы также имеем возможность доставлять наши товары в любую точку страны через наш интернет-магазин.

В перспективе, мы планируем расширить нашу географическую деятельность, привлекая клиентов из других городов и стран. Для этого мы будем использовать различные маркетинговые и

рекламные инструменты, такие как продвижение в социальных сетях, SEO-оптимизация сайта, участие в тематических мероприятиях и т.д. Мы также будем искать возможности для расширения нашего бизнеса за границу, если это будет соответствовать нашей стратегии развития и позволит нам увеличить нашу клиентскую базу.

2.7 показатели конкурентоспособности товара или услуги  
отличие предприятия от других аналогичных: Наше предприятие PERUN имеет несколько отличий от других аналогичных магазинов, которые специализируются на продаже символики и продуктов, связанных с древними славянскими традициями:

1. Уникальный ассортимент товаров: мы предлагаем широкий выбор продуктов, которые трудно найти в других магазинах. Наша команда активно работает на привлечении поставщиков, которые предлагают оригинальную символику и подлинные продукты, связанные с древними славянскими традициями.

2. Качество товаров: мы строго следим за качеством всех продуктов, которые предлагаем в нашем магазине. Мы работаем только с надежными поставщиками и проверяем каждый товар перед его поставкой в магазин.

3. Удобство покупки: мы предлагаем своим клиентам удобный интернет-магазин с возможностью доставки товаров по всей стране. Также у нас есть физический магазин, который находится в удобном месте для посещения.

4. Экспертность в области славянской культуры: наша команда состоит из специалистов, которые имеют глубокие знания в области древней славянской культуры. Мы можем предложить нашим клиентам квалифицированную помощь в выборе товаров и ответить на любые вопросы, связанные с древними славянскими традициями.

Все эти отличия в совокупности делают наш магазин уникальным и позволяют нам предложить нашим клиентам продукты высокого качества, удобство покупки и экспертную помощь в выборе товаров, связанных с древней славянской культурой.

### **3. Описание продукции или услуг**

#### **3.1 Указать физическое описание продукции или услуги:**

Наш магазин PERUN специализируется на продаже символики древних русов и славянских народов. В нашем ассортименте вы найдете широкий выбор товаров, включая:

- Амулеты и талисманы: различные амулеты и талисманы с символикой славянской культуры, такие как Перун, Велес, Сварог и многие другие.
- Одежда и аксессуары: футболки, рубашки, свитшоты, браслеты, кольца и другие аксессуары с изображением символов славянской культуры.
- Интерьерные предметы: статуэтки и другие предметы с символикой славянской культуры.
- Кулинарные товары: квас и окрошка.

Мы гарантируем качество всех наших товаров и предоставляем информацию об их происхождении и значениях символов, используемых на наших изделиях.

#### **3.2 описание возможного использования**

Наши продукты в основном представляют собой предметы одежды и украшения, поэтому

#### **3.3 привлекательные стороны продукции или услуги**

Уникальный стиль различных аксессуаров в дизайне древнеславянской культуры.

#### **3.4 новизна**

Предлагаемый нами товар весьма недавно обрел спрос, поэтому новизну товара можно считать высокой.

#### **3.5 степень готовности к выходу на рынок**

Товар полностью готов к выходу на рынок, поскольку закупается у проверенного поставщика из КНР.



## **4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия**

4.1 Цель: разъяснить как предполагаемый бизнес намеревается воздействовать на рынок и реагировать на обстановку на нём, чтобы обеспечить сбыт

Цель маркетинговой стратегии для магазина PERUN - создание уникального имиджа бренда и установление его как лидера на рынке продуктов и символики древних русов. Для достижения этой цели мы планируем:

1. Разработать стратегию ценообразования, которая позволит нам конкурировать с другими магазинами, предлагающими аналогичные товары. Мы предполагаем установить умеренные цены на нашу продукцию, чтобы привлечь больше клиентов.

2. Проанализировать рынок и разработать стратегию охвата рынка. Мы будем работать над расширением географии нашего присутствия на рынке, привлекая новых клиентов в регионы, где мы еще не представлены.

3. Выбрать наиболее эффективные методы и способы распространения нашей продукции. Мы будем использовать современные технологии, такие как интернет-магазины и социальные сети, чтобы достигнуть максимальной аудитории и обеспечить легкий доступ к нашей продукции.

4. Разработать стратегию стимулирования сбыта, например, предлагая скидки и акции на определенные продукты, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить объем продаж.

5. Выбрать наиболее эффективные стратегии рекламы. Мы будем использовать различные каналы, такие как телевидение, радио, интернет и наружная реклама, чтобы достичь наших потенциальных клиентов. Мы также будем работать над созданием сильного имиджа бренда, используя уникальный дизайн упаковки, логотип и другие элементы брендинга.

4.2 Разработать стратегию ценообразования, прогноз цен, стратегия охвата рынка, выбор методы и способов распространения, стратегия стимулирования сбыта, выбрать стратегии рекламы: 4.1

### **1.Ценообразование**

Стратегия ценообразования должна учитывать конкурентную среду и целевую аудиторию. Мы предлагаем установить цены, которые

будут конкурентоспособными по отношению к аналогичным продуктам, но при этом позволят нам получать достаточную прибыль.

## 2. Прогноз цен

Мы должны постоянно анализировать цены на наши товары и отслеживать изменения на рынке. Мы будем проводить регулярные исследования, чтобы понимать, как наш рынок функционирует и как изменения в экономике и индустрии могут повлиять на наш бизнес. Это позволит нам прогнозировать цены и принимать решения о ценообразовании на основе актуальной информации.

## 3. Стратегия охвата рынка

Мы планируем охватить рынок через наш физический магазин, а также через интернет-магазин. Мы будем улучшать наши услуги и увеличивать ассортимент продукции, чтобы привлечь новых клиентов и удерживать уже существующих. Мы будем стремиться увеличить нашу долю на рынке, увеличивать нашу видимость и привлекать больше клиентов.

## 4. Методы и способы распространения

Мы будем использовать различные методы и способы распространения, включая рекламу в социальных сетях, поисковую оптимизацию, контекстную рекламу, рекламу на радио и в печатных изданиях, а также организацию мероприятий и партнерских программ. Мы также будем стремиться улучшить нашу логистику и обеспечить быструю и надежную доставку наших товаров.

## 5. Стратегия стимулирования сбыта

Мы будем использовать различные стратегии стимулирования сбыта, такие как скидки, акции, подарки и лояльность, чтобы привлечь и удержать клиентов. Мы также будем улучшать наши услуги и обеспечивать высокий уровень обслуживания, чтобы наши клиенты всегда оставались довольны.

## 6. Стратегии рекламы

Мы будем использовать различные каналы рекламы, включая наружную рекламу, рекламу в местных СМИ, контекстную рекламу в Интернете, промо-акции и рассылки по электронной почте. Мы также будем активно использовать социальные сети для привлечения клиентов и продвижения нашего бренда.

## 5. Производственный план

### 5.1 Расчет чистой прибыли

Наименование показателя	Годы	
	1	2
1. Выручка от реализации	459000	459000
2. Налоги, включаемые в выручку	151470	151470
3. Выручка без косвенных налогов	367200	367200
4. Себестоимость продукции	183600	183600
5. Прибыль от реализации	275400	275400
6. Прочая прибыль	-	-
7. Общая прибыль	124400	124400
8. Налоги из прибыли	11196	11196
9. Чистая прибыль	113204	113204

### 5.2 Проект баланса

Статьи баланса	Годы	
	1	2
1. Внеоборотные активы	6550	6550
2. Оборотные активы	183600	183600
ИТОГО ПО АКТИВУ	190150	190150
3. Капитал и резервы (собственные средства)		
– уставный фонд	34000	34000
– нераспределенная прибыль	0	0
– прочие источники собственных средств	0	0
4. Краткосрочные обязательства	0	0
5. Долгосрочные обязательства	0	0
ИТОГО ПО ПАССИВУ	34000	34000

### 5.3 Затраты на производство

Элементы затрат	Годы	
	1	2
1. Материальные затраты	6685,00	1337,00
2. Расходы на оплату труда и соц. нужды	88404,00	88404,00
3. Амортизация основных средств и нематериальных активов	5437,40	5437,40
4. Аренда помещения	50400,00	50400,00
Всего затрат на производство и реализацию продукции	150926,40	145578,40

#### 5.4 Инвестиционный план

Наименование показателя	Количество единиц	Цена ед., р.	Общая стоимость, р.
1. Внеоборотные активы			
– оборудование			
Кассовый аппарат 3 в 1 Apollo NIGHT	1,00	700	700,00
Оборудование для розлива SOUDEK 30/К	2,00	1500	3000,00
– другие внеоборотные активы	0	0	0
Стол Славянский (САКС)	3,00	450	1350,00
Стул из массива "СЛАВЯНСКИЙ-МАРФА"	5,00	300	1500,00
2.оборотные активы	0	0	0,00
– готовая продукция	0	0	0,00
Кулон-оберег "Перун"	30	35	1050,00
Кулон-оберег "Велес"	30	35	1050,00
Кулон-оберег "Защита от ящеров"	30	40	1200,00
Кулон-оберег "Славянское солнце"	30	35	1050
Перст "Ярило"	15	15	225,00
Перст "Радость Сварога"	15	15	225,00
Рубаха "Витязь"	10	30	300,00
Рубаха "Богатырь"	10	30	300,00
Майка "Я РУССКИЙ"	20	30	600,00
Браслет "Сварог"	10	20	200,00
Браслет "Одинокый волк"	10	20	200,00
Квас "Черный русский"	20	5	100,00
Окрошка "Настоящая"	20	5	100,00
Статуэтка Перуна	30	15	450,00
Статуэтка Велеса	20	15	300,00
Картина "Бой с ящерами"	5	100	500,00
Картина "Три богатыря"	5	120	600,00
Часы настенные "Доброе утро, славяне"	2	150	300,00
– прочие оборотные активы	0	0	0
3. Итого по пп. 1 и 2			15300,00
4. Источники финансирования			
– собственные средства			15300,00
– заемные и привлеченные средства			0,00

## 5.5 Расходы на оплату труда

Наименование показателя	Среднесписочная численность	Среднемесячная зарплата	Годовые расходы на оплату труда
1. Персонал, занятый основной деятельностью, всего	5		63600,00
Продавец-консультант-кассир	3	600,00	21600,00
Финансист-бухгалтер	1	1500,00	18000,00
Директор-менеджер	1	2000,00	24000,00
2. Отчисления на социальные нужды, 39%			24804,00
3. Итого расходов на оплату труда			88404,00

## 5.6 Материально техническое снабжение

Наименование показателя	Цена за ед., р.	Количество, штук	Стоимость
Оборудование:			
Кассовый аппарат 3 в 1 Apollo NIGHT	700,00	1	700,00
Оборудование для розлива SOUDEK 30/К	1500,00	2	3000,00
Итого за оборудование:			3700,00
Фурнитура в зале:			
Стол Славянский (САКС)	450,00	3	1350,00
Стул из массива "СЛАВЯНСКИЙ-МАРФА"	300,00	5	1500,00
Итого за фурнитуру:			2850,00
Посуда:			
Дубовая кружка М70	20,00	5	100,00
Дубовая чашка М20	7,00	5	35,00
Итого за посуду:			135,00
Итого:			6685,00

## **6. График выполнения работ (календарный план)**

Примерный график выполнения работ для проекта открытия магазина PERUN:

Этап 1: Подготовительные работы

- Разработка бизнес-плана и согласование с инвесторами - 2 месяца
- Регистрация компании и получение всех необходимых документов - 1 месяц

Этап 2: Поиск помещения и оборудование

- Поиск и аренда торгового помещения - 1 месяц
- Ремонт помещения - 2 месяца
- Приобретение оборудования и товара на продажу - 1 месяц

Этап 3: Найм персонала и подготовка к открытию

- Поиск и найм персонала - 1 месяц
- Обучение персонала - 1 месяц

Этап 4: Открытие магазина

- Проведение рекламной кампании - 2 недели
- Открытие магазина - 1 день

Итого: около 8 месяцев на выполнение всех работ.

Планирование временных рамок работ на каждом этапе:

- Подготовительные работы: 3 месяца (с апреля по июнь)
- Поиск помещения и оборудование: 4 месяца (с июня по сентябрь)
- Найм персонала и подготовка к открытию: 2 месяца (с сентября по ноябрь)
- Открытие магазина: декабрь.

## 7. Оценка рисков

В этом разделе требуется оценить какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они могут обойтись в случае их реализации. После оценки рисков разработать план из двух частей:

- описание мер по профилактике рисков
- составление плана самострахования или внешнего.

Потенциальные риски для компании PERUN могут включать в себя:

1. Конкуренция: на рынке может появиться конкурент, который будет предлагать аналогичные продукты или услуги, что может снизить спрос на товары и услуги PERUN и уменьшить его прибыль.
2. Изменения в экономике: экономические кризисы, инфляция, девальвация национальной валюты могут повлиять на спрос на продукты PERUN и на их ценообразование.
3. Нарушения в поставках: нарушения в поставках от поставщиков или проблемы в логистике могут привести к отсутствию товара на складе PERUN, что может привести к утрате клиентов.
4. Изменения в правительственных политиках: изменения в правительственных политиках, налоговых ставках, тарифах и других регулирующих мероприятиях могут повлиять на финансовые результаты компании.
5. Технические сбои: технические сбои или нарушения в информационной безопасности могут привести к потере ценных данных о клиентах, заказах и финансовых транзакциях.

Для снижения рисков и предотвращения их реализации, компания PERUN может принять следующие меры:

- Диверсификация: расширение ассортимента товаров и услуг для уменьшения рисков зависимости от определенных продуктов или услуг.
- Улучшение управления поставками и логистики: установка процедур, чтобы гарантировать своевременную доставку товаров в магазин.
- Развитие новых каналов продаж: создание онлайн-магазина или использование социальных сетей для расширения клиентской базы.
- Регулярное анализирование финансовых и рыночных данных: проведение анализа тенденций на рынке и анализ финансовых показателей для определения оптимальных стратегий продаж и ценообразования.

- Инвестирование в информационную безопасность: использование современных технологий для защиты информации о клиентах, заказах и финансовых транзакциях.

Для защиты от некоторых рисков, PERUN может использовать самострахование или обратиться к страховой