

Торговля товарами для домашних животных - стабильный вид бизнеса, т. к. почти в каждой семье есть собаки, кошки, рыбки или попугайчики.

Расходы на открытие не очень большого зоомагазина составят около 50 тыс. долл., период окупаемости – примерно 2 года, рентабельность - до 30%. Формат магазина может быть самым разным – от палатки на рынке или небольшого отдела в супермаркете до больших магазинов.

Важные составляющие успеха – хорошее место и оптимальный ассортимент товаров, который формируется в течение первых 2-3 месяцев исходя из предпочтений покупателей.

Успешность зоомагазина также зависит от региона – чем выше уровень доходов населения, тем больше товаров покупается. Кроме того, в промышленных регионах спрос на корм для животных выше, чем в аграрных районах.

Большую роль также играет наличие специального образования у сотрудников, т.к. иначе трудно дать квалифицированную консультацию по лекарствам или специальным кормам, обеспечивать качественный уход за «живым товаром». Поэтому во многих зоомагазинах работают ветеринары.

Помещение не должно быть меньше 70 кв. м., иначе будет трудно нормально разместить достаточное количество товаров и обеспечить необходимый простор. Оптимальная площадь магазина - от 150 до 200 кв. м.

Обычно зоомагазины делятся на несколько секций по видам товаров – аквариумы, корм, наполнители для туалетов.

Примерно половину доходов приносит продажа кормов для животных, около трети - продажа различных средств по уходу или аксессуаров для животных, и приблизительно 20% - лекарства.

Торговля «живым товаром» не очень выгодна, рисков и неудобств гораздо больше – падёж, бумажная волокита, связанная с оформлением документов. Наиболее распространённый ассортимент – хомячки, морские свинки, черепахи, попугайчики и рыбы.

Сейчас стали появляться зоомагазины, специализирующиеся на товарах для конного спорта и коневодства. Этот сегмент рынка еще недостаточно освоен и поэтому такие торговые точки могут приносить большую прибыль по сравнению с обычными магазинами