

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт общественных наук
Кафедра экономики и менеджмента

Бизнес-план создания организации в сфере услуг

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой
_____ С.Л. Фоменко

Исполнитель:
Нечеухина Ангелина
Владимировна,
обучающийся БУ-42z группы
4 курса заочного отделения

подпись

Научный руководитель:
Трофимова Оксана Александровна,
канд.пед.наук, доцент кафедры
ЭиМ

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНА	6
1.1 Цель, задачи и функции бизнес-плана	6
1.2 Виды бизнес-плана.....	9
1.3 Структура бизнес-плана	14
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ГОСТИНИЦЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ (СОБАК)	20
2.1 Резюме	20
2.2 Анализ рынка.....	21
2.2.1 Описание и обзор отрасли.....	21
2.2.2 Рынки сбыта.....	22
2.2.3 Конкурентоспособность	26
2.3 Описание предприятия	28
2.4 Услуги.....	29
2.5 Руководство и собственность	31
2.6 Финансовый план	32
2.7 Анализ рисков.....	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	44
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	47
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	48
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	49

ВВЕДЕНИЕ

Многие владельцы домашних питомцев, отправляясь в поездку, сталкиваются с серьезной проблемой – с кем оставить любимца? Родственники зачастую отказываются взять на себя такую серьезную ответственность, а друзья могут страдать от аллергии. И тогда актуальность приобретают вопросы – кто будет заботиться о животном в ваше отсутствие? Кто сможет оказать ему помощь в случае болезни? Кто сможет обеспечить привычное питание?

Самым оптимальным решением проблемы, в данном случае, является обращение в зоогостиницу. Доверив заботу о питомце профессионалам, хозяева могут спокойно отправиться в поездку в полной уверенности, что специалисты обеспечат достойный уход, а в случае недомогания, животное будет находиться под постоянным контролем ветеринара. Любимец будет ходить на прогулки, правильно и вовремя питаться, а главное – жить в приятной атмосфере, наполненной заботой и лаской.

Гостиницы для братьев наших меньших с каждым днем набирают популярность. Эти заведения открываются для того, чтобы каждый человек мог без боязни оставить свою собаку под присмотром профессиональной команды. Почему такой бизнес популярен? Бизнес-план гостиницы для животных может стать отличным делом.

Командировка, отпуск, ремонт — основные причины, которые заставляют человека задуматься о том, кому вручить на воспитание своего питомца. Отсюда можно сделать выводы, что бизнес на гостиницы для братьев наших меньших может приносить отличный доход.

Организация такого дела требует вложений. Бизнес-план гостиницы для животных подойдет для людей, которые любят собак. Сложно грамотно

управлять таким предприятием, если к животным испытываются неположительные чувства.

Организация гостиниц для животных является довольно новой идеей для современного бизнеса, перспективы которой на сегодняшний день недооценены. В связи с увеличением роста домашних питомцев и возможностями хозяев тратиться на их содержание, растет спрос на услуги подобных заведений. Поэтому тема работы важна и актуальна на современном этапе развития рынка зоогостиниц.

Объектом исследования являются гостиница для животных.

Проблемой исследования является не хватка мест временного содержания животных по отношению спроса на рынке зоогостиниц.

Предметом исследования является процесс разработки бизнес- плана гостиницы для животных (собак).

Целью выпускной квалификационной работы является разработка бизнес- плана гостиницы для животных (собак).

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определение целей, задач и функций;
- рассмотрение видов бизнес-плана;
- выявить структуру бизнес-плана;
- провести описание и обзор отрасли, предприятия, услуг;
- составить финансовый план и проанализировать рисков.

Методы исследования:

Теоретические – анализ научной литературы, метод классификации.

Эмпирические – наблюдение, сравнительный метод.

В выпускной квалификационной работе использованы труды зарубежных и российских ученых- Абрамс, Р., Бейт, Н., Кренер, С., Бурова В.П., Алиева В.С., Лапыгина Ю.Н. и других, а также различные учебники, учебные пособия и периодические издания.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2 глав, заключения, списка литературы и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Цель, задачи и функции бизнес-плана

Бизнес-план — план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес-план – краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения. Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство для исполнения и контроля. Важно рассматривать бизнес-план как сам процесс планирования и инструмент внутрифирменного управления.

Бизнес-план служит трем основным целям:

- он дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект.

- служит источником информации для лиц непосредственно реализующих проект.

- банк при принятии решения о выдаче кредита получает исчерпывающую информацию о существующем бизнесе заемщика и его развитии после получения кредита.

прогнозирование – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учета совокупности факторов;

- определение степени реальности достижения намеченных результатов;

- доказательство целесообразности реорганизации работы уже существующей фирмы или создание новой;

- оптимизация - обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;

- убеждение сотрудников компании в возможности достижения качественных или количественных показателей, намеченных в проекте.

- безопасность управления – обеспечения информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;

- контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявление ошибок и возможной корректировки;

- документирование – представление действий в документальной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий менеджеров фирмы.

В настоящее время в России первоочередной целью бизнес-планирования является чаще всего привлечение для участия в проектах потенциальных инвесторов и партнеров, создание новых рыночных продуктов, инновационных технологий.

Известно, что планирование связано с решением стратегических и тактических задач. Ощутима роль, прежде всего, в выполнении стратегических задач бизнес-плана.

Бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

- определить конкретные направления деятельности фирмы;
- целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения;
- определить лиц, ответственных за реализацию стратегии.

- выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены фирмой потребителям;
- оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
- выявить соответствие имеющихся кадров фирмы, условий мотивации их труда предъявляемым требованиям для достижения поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей;
- предусмотреть трудности, «подводные камни», которые могут помешать практическому выполнению бизнес-плана;

Помимо решения задач на этапе прединвестиционного планирования, на бизнес-план возложены конкретные функции:

- бизнес-план используется для оценки фактических показателей деятельности компании за конкретный период в сравнении с запланированными;
- является инструментом реализации основных стратегических направлений предприятия;
- разработка ведущих концепций ведения бизнес-процессов;
- выступает инструментом привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

Планирование бизнес-процессов – это начальный этап реализации бизнес-идей. Бизнес-план нужен предприятию для привлечения дополнительных финансовых ресурсов в банковских учреждениях или в качестве инвестиционных вложений от партнеров. Особенно важную роль документ играет для самого основателя фирмы, так как представляет собой наглядный анализ рыночной ситуации, определяет условия, перспективы и

возможности функционирования компании. Наличие бизнес-плана позволяет продумать дальнейшие действия руководства и возможные способы быстрого реагирования на непредвиденные ситуации.

Бизнес-план должен отвечать ряду требований:

- быть написанным простым и понятным языком с использованием кратких и четких формулировок;
- его объем не должен превышать 20-25 машинописных страниц;
- носить всеобъемлющий характер, т.е. включать всю информацию по проекту, представляющую интерес для инвестора;
- опираться на реальные факты и обоснованные предложения;
- иметь завершенный характер, т.е. содержать стратегию достижения поставленных целей;
- обладать комплексностью, т.е. содержать производственное, маркетинговое, организационное, финансовое обеспечение;
- иметь перспективный характер, т.е. обеспечивать возможность разработки на его основе дальнейших планов с сохранением преемственности развития;
- обладать гибкостью, обеспечивающей возможность внесения корректировок в разработанные программы;
- иметь контролирующий характер, связанный с четкой характеристикой графиков работ, контрольных сроков и показателей.

1.2. Виды бизнес-плана

Бизнес-план составляют для достижения конкретных целей. В зависимости от этого существует несколько видов документа:

- инвестиционный бизнес-план – составляется для привлечения потенциальных инвесторов. В нем подробно описаны данные маркетингового анализа, сформулированы цели, задачи и сфера деятельности фирмы;

- бизнес-план предприятия – содержит главные моменты деятельности фирмы, описывает вероятные проблемы и методы их решения, организационную структуру и стратегию предприятия. Используется руководством фирмы в процессе внедрения разработанного проекта;

- бизнес-план на кредит – составляется с целью оформления денежной ссуды на максимально приемлемых условиях. Для этого приводятся сведения, подтверждающие платежеспособность заемщика и дающие гарантию своевременного погашения займа;

- бизнес-план на грант – формируется для получения займа или субсидии из благотворительных фондов или государственных структур.

Активное участие в составлении бизнес-плана должен принимать руководитель компании или человек, планирующий организовать собственный бизнес. Функция главного действующего лица предприятия настолько велика, что в противном случае потенциальные партнеры могут отказаться от рассмотрения документации и дальнейшего сотрудничества.

Только руководитель предприятия способен тщательно смоделировать будущую деятельность фирмы, правильно выявить и оценить возможные риски и продумать методы их минимизации. Именно от этих факторов зависит успешное ведение бизнеса. Консультационными услугами профессионалов можно воспользоваться для придания презентабельной формы документу.

Классификация бизнес планов производится по критериям, которые перечислим ниже.

По типу, в зависимости от сферы приложения. Различаются следующие типы:

- экономический;

- организационный;
- технический;
- социальный;
- смешанный.

По классу, в зависимости от числа и размеров объектов, для которых разработан проект:

1. Монопроект, разрабатывается для отдельного предприятия или организации.

2. Комплексный, или мультипроект, по определению, разрабатывается, когда в проекте на равных началах в качестве объектов задействовано несколько предприятий. Для каждого из них в рамках мультипроекта разрабатывается собственный монопроект.

3. Монопроект представляет собой комплекс из монопроектов и мультипроектов. Разрабатывается для регионов и отраслей.

По масштабу, в зависимости от масштабности проекта, то есть, в зависимости от объема финансирования, а также в зависимости от количества задействованных предприятий, организаций и трудовых ресурсов.

По длительности:

- краткосрочные, со сроком реализации не более трех лет;
- среднесрочные, со сроком реализации не менее трех и не более пяти лет;
- долгосрочные, со сроком реализации более пяти лет.

По сложности:

- простые;
- сложные;
- очень сложные.

По виду, в зависимости от характера задействованных в проекте ресурсов:

- организационный;

- научный;
- образовательный;
- смешанный.

В зависимости от целевого назначения бизнес-планы делятся на несколько видов:

- «внутренний» — используется для ознакомления внутри компании. Документ требуется руководителям будущего предприятия для всесторонней оценки деятельности фирмы, принятия управленческих решений, разработки стратегии деятельности и развития бизнеса в перспективе;

- «внешний» – составляется для привлечения финансовых инвестиций, оформления займов с выгодной процентной ставкой, а также для успешного развития уже функционирующей организации. План развития также требуется владельцу при намерении заинтересовать потенциальных покупателей при продаже фирмы.

Каждый бизнес-план – это в первую очередь целевой документ, состоящий из расчетов, технического объяснения и информации экономического плана, а также определенных мер и действий, направленных на воплощение идеи и максимальный доход. Теперь остается напомнить, что в любом проекте важны систематичность, детализация и, если можно так выразиться, дотошность – это позволит будущим инвесторам получить исчерпывающие сведения.

Касаемо банковских учреждений, то они, как отмечалось ранее, интересуются преимущественно платежеспособностью предприятия, в то время как доходы в будущем их не интересуют вовсе. У государственных организаций свои приоритеты – полезность проекта, востребованность, желательно в общечеловеческих масштабах. Недопустимо, чтобы бизнес-проект стал «отмазкой» или чисто демонстрационным документом, разработанным для презентации. Он должен максимально точно отражать действительность. Поэтому составление проекта нужно выполнять по определенной схеме.

Безусловно, у каждого описанного типа бизнес-плана есть свои нюансы, которые свойственны конкретной области. Но в общих чертах структура схожа, поэтому рассмотрим основные этапы составления документа.

Этап 1. Основная цель

Вначале определяется цель плана. В большинстве случаев это доход, ведь люди занимаются предпринимательством исключительно для собственной выгоды. Другими словами, все завязано на прибыли.

Этап 2. Описание продукции, услуг

Бизнес-план нуждается в продвижении за счет создания товаров или оказания тех или иных услуг. Здесь же можно указать особенности дистрибуции товара. Если планируется реализация уже готовой продукции, то четко разрабатывается логистика, а если речь идет только о производстве чего-либо, то стоит сконцентрироваться на этом.

Этап 3. Анализ конкурентов, маркетинговая, производственная стратегия

Этот этап может быть разделен на несколько – все зависит от особенностей выбранной области. Обычно для описания всего этого требуются основательные навыки и знания, способные передать всю суть решаемой проблемы. К слову, упоминание о возможных рисках также лучше сделать здесь.

Этап 4. Финансовый этап

Самый важный момент всего проекта. Бизнес, как мы знаем, строится на деньгах, поэтому очень важно продемонстрировать, как они будут реализованы и каковы финансовые перспективы у фирмы.

Ввиду разнообразия бизнес-планов нужно выбирать тот, что соответствует выбранной ранее цели. С проблемой выбора сталкиваются даже бизнесмены с многолетним стажем, которые уже давно «в деле». Подобного рода вопроса всегда достаточно трудно понять, поэтому для их реализации рекомендуется прибегать к посторонней помощи.

1.3. Структура бизнес-плана

Структура и содержание бизнес-плана могут варьироваться в зависимости от цели составления этого документа и области применения (производственные, сервисные, торговые и др. компании). В настоящее время существуют несколько групп стандартов его составления.

Таблица 1. Основные направления бизнес-плана

Основные пункты	Описание
Направление бизнеса	Определение направления работы является отправной точкой при составлении бизнес-плана. Важно четко описать вид деятельности, которой предприниматель планирует заниматься. Необходимо не только определить направление развития, но и обосновать, почему именно этот вид деятельности по мнению составителя бизнес-плана принесет ему прибыль. Здесь же приводится перечень товаров и услуг, которые будут являться продукцией предпринимателя
Расположение бизнеса	В современных условиях бизнес может располагаться не только в реальном помещении, но и в интернете. Во втором случае в бизнес-плане указывается адрес сайта и жилое помещение, из которого предприниматель планирует выходить в интернет. В первом случае важно указать не только расположение торгового помещения, но и способ его эксплуатации (покупка, аренда, лизинг). Необходимо обосновать выбор расположения бизнеса
Управление	Предприниматель должен для себя определить, кто будет являться управленцем. Это может быть непосредственно хозяин бизнеса, либо посторонний человек, наделяемый полномочиями управляющего
Персонал	Персонал играет важную роль при формировании и развитии любого бизнеса. Чем квалифицированнее специалисты, работающие в компании, тем больше прибыли они принесут. Желаемое количество и качество наемных работников указывается в бизнес-плане вместе с расчетом примерных затрат на содержание данного коллектива и обоснованием необходимости этих затрат
Целевая аудитория	Предприниматель должен определиться с тем, какие категории граждан будут являться его клиентами. В бизнес-плане приводится описание этих категорий потребителей, а также, способов их привлечения (рекламная, маркетинговая стратегия бизнеса)

Конкуренты	Важно трезво оценивать ситуацию на рынке предоставления аналогичных услуг, либо продажи схожих товаров. В бизнес-плане нужно перечислить всех крупных конкурентов, изучить их деятельность и описать возможные способы борьбы
Сумма затрат	В бизнес-плане необходимо указать общую сумму затрат, которые придется понести при реализации данного проекта. Здесь учитывается стоимость оборудования, заработная плата сотрудников, расходы на аренду и рекламу, затраты на закупку товара, непредвиденные расходы и т.д.

Самыми распространенными среди них являются стандарты:

1. Европейского Союза в рамках программы по содействию ускорению процесса экономических реформ в содружестве независимых государствах (TACIS);

2. Организацией Объединённых Наций по промышленному развитию (UNIDO);

3. Федерального фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП);

4. Международной сети фирм, предоставляющих аудиторские, налоговые и консультационные услуги KMPG;

5. Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР);

6. Министерства финансов РФ.

Бизнес-план не выдвигает строгих требований к составлению, но предполагает наличие определенных пунктов, обязательных в любом случае. В зависимости от юридической формы хозяйствующего объекта и сферы деятельности, структура бизнес-плана может видоизменяться. В соответствии со стандартами международных экономических институтов, в бизнес-плане должно быть:

1. Резюме

2. Идея (сущность) предлагаемого проекта

- общие исходные данные и условия;

- описание образца нового товара;

- оценка опыта предпринимательской деятельности.

3. Оценка рынка сбыта

- описание потребителей нового товара;
- оценка конкурентов;
- оценка собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов.

4. План маркетинга

- цели маркетинга;
- стратегия маркетинга;
- финансовое обеспечение плана маркетинга.

5. План производства

- изготовитель нового товара;
- наличие и требуемые мощности производства;
- материальные факторы производства;
- описание производственного процесса.

6. Организационный план

- организационно-правовая форма собственности фирмы;
- организационная структура фирмы;
- распределение обязанностей;
- сведения о партнерах;
- описание внешней среды бизнеса;
- трудовые ресурсы фирмы;
- сведения о членах руководящего состава.

7. Финансовый план.

- план доходов и расходов;
- план денежных поступлений и выплат;
- сводный баланс активов и пассивов фирмы;
- график достижения безубыточности;
- стратегия финансирования (источники поступления средств и их

использование);

- оценка риска и страхование.

8. Приложение

1. Резюме бизнес-плана – это краткое описание документа, которое содержит ключевые понятия всего бизнес-плана. В резюме представлена информация о сумме кредита, целях кредитования, сроках погашения задолженности, инвестиционных партнерах, наличии собственных денежных ресурсов.

В разделе четко описаны цели создаваемого предприятия – сфера деятельности, необходимость вложения денежных средств, предполагаемый спрос на товары, экономические показатели рентабельности и возможные риски.

2. Описание продукции или услуг

Данный раздел бизнес-плана включает в себя описание всех видов товаров и услуг, которые будут предложены потенциальным покупателям. Здесь представлены общие аспекты и способы технического производства выпускаемой продукции с описанием основных характеристик и преимуществ, которые получает потребитель при использовании определенной группы товаров.

В разделе содержится информация о наличии патентов или авторских прав на изобретения, использовании инновационных технологий, высокого качества сырья, низкой себестоимости. В данной части бизнес-плана представлены сведения о возможности совершенствования технологического производства и степени готовности продукции для реализации.

3. Маркетинг и сбыт продукции или услуг

Маркетинговый план – это документ, который считается основополагающей частью бизнес-плана, где указаны рыночные цели предприятия и описаны пути их достижения. Основная задача данного раздела – выявление неудовлетворительного спроса и получение данных для дальнейшего формирования схемы сбыта.

4. Производственный план

В данном разделе бизнес-плана подробно описывается схема, посредством которой фирма планирует эффективно производить продукцию или услуги и поставлять их целевой аудитории. Если проект только готовится к запуску, то в плане производства указывают все, что требуется для выпуска продукции: месторасположение предприятия, наличие и потребность в дорогах, специальном оборудовании, сотрудниках соответствующей квалификации, инженерных коммуникациях. Данные о расходах и капитальных затратах предоставляются в виде таблиц.

5. Организационный план

Раздел «Организационный план» содержит сведения об организационной структуре предприятия, персонале и кадровой политике фирмы.

Организационный план состоит из таких пунктов:

- организационная структура фирмы;
- штатный состав, количество персонала и график работы;
- правовое обеспечение фирмы;
- календарный график реализации проекта.

6. Финансовый план

Финансовый план – раздел бизнес-плана, который рассматривает вопросы, связанные с финансовым обеспечением предприятия. В нем содержится информация о прогнозируемых финансовых результатах деятельности фирмы вследствие внедрения новых технологий в ближайшие 3-5 лет.

Финансовый бизнес-план состоит из таких частей:

- прогноз финансовых результатов;
- схема движения денежных средств;
- прогнозируемый баланс предприятия.

7. Направленность и эффективность проекта

В разделе «Направленность и эффективность проекта» рассматриваются такие важные моменты как: экспортные поставки, импорт

продукции, способы снижения затрат ресурсов, экологические вопросы и другие.

Проводится оценка значимости и масштабов проекта, приводятся показатели эффективности реализации целей, а также анализ экономической чувствительности предприятия.

8. Риски и гарантии

Анализ рисков – важный раздел любого бизнес-плана. Помимо определения возможных рисков, здесь рассматриваются методы снижения вероятности их наступления и минимизация потерь после их воздействия. При больших финансовых вложениях цитируются экспертные оценки возможности наступления форс-мажорных ситуаций.

9. Приложения

Приложения к бизнес-плану включают в себя необходимую дополнительную и справочную документацию.

В бизнес-план входит:

- копии регистрационных документов;
- документы, характеризующие выпускающую продукцию;
- данные маркетингового анализа;
- документы, подтверждающие финансовую состоятельность предприятия;
- копии страховых документов, снижающие возможность возникновения рисков.

Бизнес-план – это документ, содержащий детально изложенную стратегию и тактику будущей деятельности предприятия. Он является основополагающим документом для управленческого звена предприятия, а также для лиц, заинтересованных в успешной реализации бизнес-идеи.

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ГОСТИНИЦЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ (СОБАК)

2.1 Резюме

Цель проекта – открытие гостиницы для домашних животных на 50 мест для оказания услуг по их передержке и временному размещению. Зоогостиница будет расположена в двухэтажном доме с двором, в черте города с населением более 1 000 000 человек. Основными постояльцами гостиницы станут собаки, включая собак крупных пород, а также мелкие животные. Владельцы собак могут воспользоваться квартирной передержкой – размещением животных в специально обустроенных комнатных вольерах.

Стоимость проекта с учетом закупки оборудования, регистрации и оформления, созданием сайта составит 655 400 тыс. руб. Старт проекта запланирован на начало июля 2018 года. Выход на окупаемость гостиницы можно ожидать через 1,5 года работы.

Таблица 2. Ключевые финансовые показатели проекта

Ставка дисконтирования, %	17
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 847 195
Чистая прибыль проекта, руб.	40 000 – 280 000
Рентабельность продаж, %	13,22
Срок окупаемости (PP), мес.	18
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	21
Индекс прибыльности (PI)%	4,04

2.2 Анализ рынка

2.2.1 Описание и обзор отрасли

Гостиницы для животных часто открываются при ветеринарных клиниках или кинологических центрах как дополнительное направление бизнеса. Такой вариант наиболее прост (есть помещения и квалифицированный персонал) и наименее рискован (должен быть стабильный доход от основной деятельности). Кроме того, клиенты с большим доверием отдадут своего питомца в руки действующим профессиональным ветеринарам и кинологам, чем в обычную гостиницу, предоставляющую услуги ветеринарного осмотра и дрессировки. Но размещение в таких гостиницах и стоит дороже: средняя цена за номер в сутки для маленькой собаки составляет 430 руб., для крупной собаки — 675 руб. Питание в стоимость не входит.

Особенностью гостиниц при ветеринарных клиниках или кинологических центрах, с точки зрения маркетинга, является четкое сегментирование клиентов: в хостел при ветеринарной клинике животное отдадут для осмотра специалистами-ветеринарами и лечения, в кинологический центр — для дрессировки.

Многие из самостоятельных отелей находятся в загородных домах с возможностью выгула животных на природе. Конкурентным преимуществом таких гостиниц является более комфортное пребывание питомцев.

В Екатеринбурге широко распространена простая передержка на дому, которая может осуществляться как в обычной квартире, так и в частном доме с просторным двором для выгула. При этом домашние гостиницы предоставляют тоже довольно широкий спектр услуг.

Это связано с тем, что животных на дом берут обычно либо дипломированные ветеринары и кинологи, либо увлеченные животными

люди, готовые всячески ухаживать за питомцами. Услуги домашней передержки можно найти также для многих видов животных, но они обычно более специализированы.

По условиям проживания домашние гостиницы могут даже выигрывать у официальных. Если животное единственное в такой «гостиничной» квартире, ему там будет намного комфортнее, чем в клетке по соседству с другими обитателями. Еще одним плюсом является более низкая стоимость домашней передержки. Средняя цена за номер в сутки без питания для собаки — 410 руб. Поэтому домашние услуги составляют довольно большую конкуренцию официальным зоогостиницам.

2.2.2 Рынки сбыта

Собаки являются наиболее частыми постояльцами гостиниц для животных. Спрос рождает предложение, поэтому гостиницы чаще всего и специализируются на собаках. А статистически данная ситуация объясняется довольно просто: кошки живут в 37% семей, собаки — в 25%, а хомяки, крысы и морские свинки — всего в 3% (по данным исследования, проведенного «Gortis.info» в 2012 г.).

Основной причиной обращения в гостиницу является семейный отпуск. С этим, видимо, связаны и наиболее частый срок пребывания животных — 10–15 дней (самый популярный срок отпуска в России), а также сезонность бизнеса. В гостинице для животных наибольший приток клиентов приходится на май—август, а также на октябрь—январь. Летняя популярность гостиницы, очевидно, вызвана сезоном отпусков.

Формирование спроса на отели для животных состоит из двух частей: моральной и материальной. Моральная сторона исходит из желания хозяев на время своего отсутствия отдать питомцев в «хорошие руки» и нежелания обременять своих знакомых уходом за животными. Материальная сторона заключается в возможностях хозяев оплачивать пребывание животных в гостиницах, ведь средняя цена «номера» для крупной собаки составляет 480 руб. в сутки.

Итак, получаем целевую аудиторию гостиницы для животных. Ее клиент:

1. Владелец животных, проживающий один, уезжающий в командировку или на отдых.
2. Семья, имеющая домашних животных, целиком уезжающая на отдых.
3. Владельцы животных, не имеющие возможности осуществлять уход за питомцем в связи с недостатком времени или физических возможностей.

Общим для трех сегментов будет уровень дохода выше среднего и отсутствие возможности «пристроить» своего питомца знакомым.

В целевой сегмент будут входить люди в возрасте от 18 до 45 лет обоих полов независимо от семейного положения и с доходом среднего и выше среднего уровня.

Таким образом, сегменты рынка гостиницы будут таковыми:

- потребители в возрасте 35-45 лет, с высоким уровнем дохода;
- потребители в возрасте 25-35 лет, со средним уровнем дохода;
- молодые парни и девушки в возрасте 18-25 лет, молодые люди, уровень дохода в семье высокий.

Емкость рынка.

Емкость первого сегмента составит (с учетом того, что численность населения г. Екатеринбурга составляет 1 455 904):

$1\,455\,904 * 0.13 * 0.18 * 0.65 = 22144$ чел., где 13% население в возрасте 35-45 лет, 18% населения с высоким уровнем дохода, 65% работающее население.

Емкость второго сегмента:

$1\,455\,904 * 0.35 * 0.60 * 0.21 = 64205$ чел., где 35% население в возрасте 25-35 лет, 60% население со средним уровнем дохода, 21% работающее население.

Емкость третьего сегмента:

$1\,455\,904 * 0.52 * 0.22 * 0.14 = 23317$ чел., где 52% население в возрасте 18-25 лет, 22% молодые парни и девушки у которых уровень дохода в семье высокий, 14% студенты.

2.2.3 Конкуренентоспособность

Для успешного функционирования на рынке фирме «Crazy Dog» необходимо выбрать стратегию для борьбы с конкурентами. Основными конкурентам в нашем случае являются зоогостиницы: «Гостиница для собак Собачья Дача» (Екатеринбург, ул. Альпинистов, 77), «Зоодоктор, оздоровительный комплекс для животных» (Екатеринбург, проезд Решетникова, 22 (2 этаж), «Animal House» (Екатеринбург, ул. Московская, 225а). Они предлагают услуги более приближенное по своим качественным характеристикам к услугам, предоставляемым фирмой «Crazy Dog». Но следует отметить, что данные предприятия предлагают свои услуги уже довольно длительный срок и зарекомендовали себя на рынке предоставления услуг по передержке домашних животных. Поэтому, конкурируя с этими

компаниями, фирма «Crazy Dog» планирует установить цены ниже, чем у них и тем самым привлечь покупателей.

Область деятельности фирмы «Crazy Dog» не является новой, и она не подвержена достаточно быстрым изменениям. Рекламная компания фирм-конкурентов состоит из нескольких направлений таких, как реклама на ТВ, наружная реклама, реклама в сети Интернет.

Чтобы быть достаточно конкурентоспособной на рынке, фирме «Crazy Dog» необходимо расширить ассортимент услуг. Это позволит привлечь больше потребителей и увеличить, тем самым, объемы продаж.

Таблица 3. Имидж фирм-конкурентов

Факторы конкурентоспособности	«Crazy Dog»	«Гостиница для собак Собачья Дача»	«Зоодоктор, оздоровительный комплекс для животных»	«Animal House»
1. Товар	5	5	5	5
1.1. Качество	4	4	5	4
1.2. Многовариантное обслуживание	3	3	3	3
1.3. Уникальность	4	4	4	4
1.4. Надежность	4	5	5	4
2. Цена	5	4	3	3
2.1. Продажная	4	3	4	4
2.2. Процент скидки с цены	3	4	3	3
2.3. Условия финансирования покупки	3	4	4	3
3. Каналы сбыта				
3.1. Степень охвата рынка	3	5	4	4
3.2. Система транспортировки				
4. Продвижение услуг на рынке	5	4	4	3
4.1. Реклама для потребителей	4	5	4	4
4.2. Индивидуальная продажа стимулирование потребителей	3	4	4	4
4.3. Продвижение товаров по каналам сбыта продвижение на конкурсной основе	3	5	4	4
4.4. Телевизионный маркетинг	0	0	0	0
Общее количество баллов	53	59	56	52

Результаты данной таблицы свидетельствуют о том, что положение всех четырех фирм, с точки зрения конкурентоспособности, достаточно стабильное. Расхождения в итоговых суммах баллов незначительны, т.е. зоогостиница «Crazy Dog» по многим факторам имеет довольно хорошие показатели конкурентоспособности. Исходя из данных таблицы, можно сделать также вывод о том, что сильными сторонами наших конкурентов являются качество услуг и телевизионный маркетинг, а слабой – цена услуг. Основные наши конкуренты придерживаются стратегии «Цена качества», т.е. предлагают качественные услуги по довольно высоким ценам. Они будут постоянно стремиться снизить свои затраты и увеличить долю рынка.

2.3 Описание предприятия

Зоогостиница будет предоставлять услуги по квартирной и вольерной передержке. Заведение будет принимать на временное содержание собак. В Табл. 4 приведен прайс на услуги зоогостиницы. В качестве дополнительного сервиса питомцам будет доступен целый ряд бесплатных услуг, что станет одним из основных конкурентных преимуществ проекта наряду с высоким уровнем сервиса. Зоогостиница будет работать в среднем ценовом сегменте, при качестве услуг – выше среднего. Средний чек на услуги составит 550 руб. Прием животного в зоогостиницу будет осуществляться только при наличии ветеринарного паспорта с указанием всех необходимых прививок.

В таблице 4 перечислен весь перечень услуг предоставляемый в зоогостинице «Crazy Dog». Некоторые услуги представлены в диапазоне от наименьшей к большей стоимости в зависимости от размеров собаки.

Таблица 4. Перечень услуг

№	Наименование	Описание	Стоимость, руб.
1	Собаки мелкие	Передержка собак весом от 1 до 10кг	650/сутки
2	Собаки средние	Передержка собак весом от 10 до 25 кг	750/сутки
3	Собаки крупные	Передержка собак весом от 25 кг выше	850/сутки
4	Контроль ветеринара	Ежедневный контроль ветеринарного врача	бесплатно
5	Купание	Купание питомца с шампунем на 7 сутки пребывания (собаки)	бесплатно
6	Чистка ушей	Чистка ушей	бесплатно
7	Обработка глаз	Обработка глаз	бесплатно
8	Расчесывание	Ежедневное расчесывание	бесплатно
9	Прогулка	Прогулка согласно режиму	бесплатно
10	Хозяин на связи	Информирование хозяина о состоянии и поведении питомца	бесплатно
11	Обработка блох/клещей	от Обработка от блох/клещей	50-250
12	Лечение	Лечение питомца с привлечением ветеринара	договорная
13	Фотосессия	Фотосессия	700-1500
14	Зоотакси	Трансфер животного до зоогостиницы	договорная

Данное предприятие возникает и начинает функционировать под воздействием роста потребностей населения. Владельцы домашних животных заинтересованы в том, чтобы их любимец был в безопасности и окружен вниманием и комфортом во время их путешествия или командировки. Именно для предоставления услуг по передержке животных в

комфортных и профессиональных условиях и создается данная гостиница. Залогом успеха может являться то, что на сегодняшний день это будет единственная в городе гостиница для животных, но потребность в них уже ощущают многие владельцы домашних животных.

Таблица 5. Персонал гостиницы

Должность	Количество человек	з\п, руб.
Генеральный директор	1	35 000
Администратор гостиницы	1	20 000
Бухгалтер	1	11 000
Ветеринарный врач	1	25 000
Специалист по присмотру за животными	2	20 000

График работы администратора гостиницы 7\7, ветеринарного врача, специалиста по присмотру за животными 5\2.

Зоогостиница располагается на собственном земельном участке с домом. Аренда помещения не требуется. Расположение г. Екатеринбург, ул. Каширская д. 28

-общая площадь земли: 400 000 кв.м.;

-площадь дома: 80 кв.м.

Требуются постройки: уличные вольеры + теплые вольеры в доме+ 2 площадки для выгула.

Таблица 6.Номерной фонд гостиницы

п\п	Номера гостиницы	Количество номеров шт.
1	Стандартный для собак	35
2	Номер-люкс для собак	15
	Итого:	50

Основными поставщиками кормов и аксессуаров являются:

«Ек-Пес» <http://eka-pes.ru/> -основной поставщик натуральных кормов для животных в Екатеринбурге. Данного производителя выбрала из-за самых оптимальных цен на натуральный корм, а так же бесплатную доставку в день заказа.

«Зоорегион» <http://zooregion.ru/> -поставщик сухих кормов и аксессуаров для животных. Так же является интернет-магазином кормов для животных.

«ЗооТрейд» <http://zootrade66.ru/> -поставщик ветеринарных препаратов для обработки собак.

2.4 Услуги

Основное предназначение гостиницы, заключается в посуточном пребывании питомца в занимаемой комнате. Сдаваемые комнаты, могут быть разного типа, с изменяемой степенью комфорта. Дайте возможность самому клиенту выбрать формат комнаты, для своего питомца.

Чтобы сегментировать входящий клиентский поток, можно создать пакеты: лайт, стандарт, люкс и VIP. В такие клиент-пакеты, включаем основные списки услуг, с возможностью добавления дополнительных. Эта хитрость позволит продавать больше услуг. Соответственно, с каждого клиента будет выручка больше.

Чтобы гостиница приносила большой доход, необходимо продумать дополнительный список услуг, для увеличения показателей среднего чека.

Для зоогостиницы сюда можно включить следующее:

- расчёсывание шерсти;
- вычесывание (услуги грумминга);

- выгуливание;
- купание;
- мытье глаз;
- доставка питомца;
- дрессировка;
- дополнительный корм;
- дополнительные лакомства;
- продажа медикаментов;
- продажа аксессуаров;
- игры с животными.

Так же возможно проживание, как с кормлением, так и без. В стоимость любого варианта проживания входит: выгул, отработка команд, фотосессия.

В задачи зоогостиницы входит:

1. Обеспечение безопасности и комфортного содержания животного в месте его временного пребывания.
 2. Обеспечение мер, направленных на предотвращение возможного побега животного, получения травм и каких-либо повреждений на время пребывания в зоогостинице.
 3. Контроль за самочувствием животного, наблюдение ветеринара и оказание ветеринарной помощи в случае необходимости.
 4. Организация своевременного питания животного, доступа к питьевой воде.
 5. Организация выгулов на улице (для собак).
 6. Соблюдение санитарно-гигиенических норм при содержании: регулярная уборка, дезинфекция мест содержания.
 7. Информирование владельца о состоянии и поведении животного.
- Технология оказания услуг будет подразумевать следующие этапы:

1. Процесс бронирования номера владельцем животного посредством телефонной связи, оставления онлайн-заявки. Прием заявок на передержку будет доступен с 8:00 до 22:00.

2. Предоставление владельцем паспорта гражданина РФ и ветеринарного паспорта животного с отметками о сделанных прививках. В случае отсутствия таковой перед вселением необходимо сдать анализы на наиболее распространенные заболевания в партнерской ветклинике.

3. Заключение договора на оказание услуг по передержке животного между гостиницей и владельцем животного. В документе прописываются предмет договора, обязанности сторон, ответственность за невыполнение обязательств, порядок оказания услуг и оплаты.

4. Вселение в гостиницу согласно выбранному режиму содержания.

5. Содержание животного с оказанием бесплатных и платных услуг по требованию клиента.

6. Прием животного владельцем.

7. Проведение процедуры уборки освободившегося номера, включая сухую и влажную уборку, обработку дезинфицирующими средствами и кварцеванием.

2.5 Руководство и собственность

Организационно-правовой формой фирмы «Crazy Dog» является ИП – индивидуальный предприниматель. Данная организационно-правовая форма считается оптимальным вариантом для такой деятельности. Его открытие не требует подготовки большого перечня документов. Предприниматель

является полноправным распорядителем прибыли от бизнеса, но при этом отвечает по обязательствам всем своим имуществом. Кроме того, он не нуждается в найме высококвалифицированного бухгалтера, так как для такой формы собственности предусмотрена упрощенная система отчетности.

В качестве схемы налогообложения выбрана УСН15%. Руководить зоогостиницей будет собственник проекта, исполняя обязанности главного администратора. В его функции войдут все процессы по организации бизнеса на этапе подготовки проекта, включая регистрацию, руководство оснащением, прием на работу персонала и т.д. В процессе деятельности он будет осуществлять взаимодействие с партнерами и руководить маркетинговым продвижением. Ему будут подчиняться остальные сотрудники, включая штатный персонал (сотрудники гостиницы), а также наемные сотрудники (ветеринар, бухгалтер).

Напрямую ему будут подчинены штатные и наемные сотрудники, организующие присмотр и уход за животными.

2.6 Финансовый план

Общая площадь земель для домашних животных, включая уличные вольеры, составит 400 000 кв.м. При размещении зоогостиницы будут приняты во внимания требования СЭС, согласно которым подобные заведения должны располагаться на расстоянии не менее 150 метров от жилых домов.

Для создания гостиницы будет необходимо оборудовать имеющееся в собственности здание под нужды заведения. Для этого земельный участок

будет разбит на несколько секторов с сеточной перегородкой для выгула животных, планируется возвести 50 кв. метров крытых вольеров разной вместимости для собак. В помещении будут созданы отдельные зоны для комнатного размещения собак (5 комнат первого этажа). Квартирные номера займут общую площадь в размере 8 кв. метров, не считая кухни и хозяйственных помещений. Наибольших площадей потребует размещение собак. При создании вольеров будут учтены все размерные требования для комфортного размещения. В Табл. 7 приведена таблица соответствия площади вольера размерам собак.

Таблица 7. Соответствие площади вольеров размеру собак

Характеристика	Значение	Площадь вольера
Рост в холке	до 50 см	от 6 кв. м.
	до 65 см	от 8 кв. м.
	свыше 65 кв.м.	от 10 кв. м.
Вес	до 15 кг	4м.кв., включая спальную зону 1м X 1м, плюс 0,5 м.кв. к общей площади для каждой собаки того же размера дополнительно (если в вольере не одна собака)
	15-30 кг	6м.кв., включая спальную зону 1.5м X 1.5м плюс 0,5 м.кв. к общей площади для каждой собаки того же размера дополнительно.
	от 30 кг	Для собаки более 30 кг - огражденная тер-рия 8 м.кв., включая спальную зону 2м X 2м плюс 1м.кв. к общей площади для каждой собаки того же размера.

Затраты на оборудование зоогостиницы составят 310 400 тыс. руб.

В Табл. 8 приведены основные составляющие данных затрат.

Таблица 8. Затраты на оборудование

№	Наименование	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость, руб.
1	Вольер крытый для собак	4 200/кв. м.	35	147 000
2	Вольер комнатный для собак большой	3 250	10	32 500
3	Вольер комнатный для щенков и мелких собак	2 000	5	10 000
4	Оборудование для собак	3 700	20	74 000
5	Лежак для собак	300	20	6 000
6	Стеллаж для хранения кормов	10 900	1	10 900
7	Аксессуары (миски, поилки, поводки, игрушки, намордники и т.п.)	20 000	1	20 000
8	Прочее	10 000	1	10 000
Итого:				310 400

Помимо приведенного в списке, понадобится закупка расходных материалов, то есть кормов, средств дезинфекции и прочее.

Для работы в зоогостинице понадобится штат сотрудников, которые будут присматривать и ухаживать за животными, организовывать кормление, выгул и т.д. На начальном этапе при низкой загрузке хватит 3 человек, не

считая собственника. В дальнейшем штат при росте числа передерживаемых животных, будет расширен до 7 сотрудников. Работа сотрудников будет организована в сменном режиме так, чтобы питомцы находились под постоянным присмотром.

Основными требованиями к сотрудникам станут: опыт работы с животными (кинологи, работники зоопарков, «зооняни» и т.д.), ответственность, умение общаться с клиентами (хозяевами), терпение, исполнительность, любовь к животным. Также к работе в зоогостиницы будет привлечен ветеринар (по совместительству). Бухгалтерия будет передана на аутсорсинг. Помощь в подсобных работах собственнику будут оказывать члены семьи.

Таблица 9. Штатное расписание и фонд оплаты труда

№	Должность	Кол-во, чел.	ФОТ, руб.
1	Администратор гостиницы	1	20 000
2	Специалист по присмотру за животными	2	20 000
Итого:	60 000		
Отчисления:	18 120		
Итого с отчислениями:	78 120		

С учетом среднего чека на услуги по передержке в размере 550 руб., при максимальной загрузке зоогостиница сможет иметь выручку до 670 тыс. руб. в месяц, однако данные показатели трудно достижимы. В первый год работы плановой отметкой будет являться лишь 1/3 загрузки гостиницы в пиковые месяц (пессимистический прогноз). С учетом старта работы в апреле, за 2 месяца до начала сезона отпусков, достигнуть такой загрузки возможно уже на 3 месяц. Чистая прибыль составит около 40 тыс. руб. при выручке 222,7 тыс. руб. Далее, осенью, целесообразно ожидать снижения

спроса вплоть до начала зимних праздников. Во втором месяце планируется повысить плановую отметку в пиковые месяцы до половины загрузки, в третий – до 70% в сезон и т.д. В расчетах также будет учтен факт, что при большой нагрузке потребуется привлечение дополнительных сотрудников, а, следовательно, увеличения издержек на фонд оплаты труда. В текущие затраты зоогостиницы войдет заработная плата сотрудникам, оплата коммунальных услуг и электричества, закупка кормов и других расходных материалов, отчисления на рекламу, траты на ветеринарное обслуживание и бухгалтерию. Для питания животных будут закупаться исключительно высококачественные корма. При этом владелец может предоставить любой другой корм для своего питомца по желанию. Для повышения среднего чека клиентам будут предлагаться дополнительные услуги.

Стоимость проекта по открытию зоогостиницы составит 655 400 тыс. руб. Статьи инвестиционных затрат представлены в Табл. 10. Финансовые показатели основного периода деятельности приведены в Приложении 1. Условия, принятые при расчетах: плановый объем продаж в сезон на 1 год работы – 220 тыс. руб. (1/3 загрузки), на 2 год работы (в сезон) – 330 тыс. руб. (1/2 загрузки), в 3 сезон – 70% загрузки в сезон и т.д. сезонные колебания спроса, увеличение ФОТ с третьего года работы на 25% (в пиковые месяцы), увеличение среднего чека на услуги с третьего года на 10% ежегодно.

Таблица 10. Инвестиционные затраты

№	Статья затрат	Сумма, руб.
<i>Вложения в недвижимость</i>		
1	Ремонтные работы (косметический ремонт помещения, создание зон для выгула, придомовые работы)	110 000
<i>Оборудование помещения</i>		
2	Закупка оборудования	310 400

<i>Нематериальные активы</i>		
3	Создание сайта	60 000
4	Процедуры регистрации и оформления	15 000
5	Реклама перед открытием	35 000
<i>Оборотные средства</i>		
6	Оборотные средства	100 000
7	Закупка кормов и средств дезинфекции	25 000
Итого:	655 400	

Проект по открытию зоогостиницы сопряжен с определенными трудностями при открытии, связанными с созданием собственного лица на рынке. Однако после преодоления данного этапа и формированием постоянных клиентов, риски заметно снижаются: дело ставится на поток. В сезон отпусков при высокой загрузке зоогостиницы возможно поднятие тарифов до 10% в сезон без существенных последствий на уровне спроса. Показатели эффективности проекта на пятилетний период работы даны в Табл.11.

Таблица 11. Показатели эффективности проекта

№	Показатель	Значение
1	Ставка дисконтирования, %	17
2	Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	2 847 195
3	Чистая прибыль проекта, руб.	40 000 – 280 000
4	Рентабельность продаж, %	13,22

5	Срок окупаемости (PP), мес.	18
6	Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	21
7	Индекс прибыльности (PI)%	4,04

Учитывая вероятную прибыль, стоимость первоначальных и ежемесячных затрат, делаем вывод, что срок полной окупаемости гостиницы для животных составит несколько лет. Однако такой бизнес имеет очень низкий порог опасности, которым подвержены большинство предприятий. Поэтому открывая гостиницу для животных, вы вкладываете свои инвестиции в будущее, которые с течением времени будут генерировать стабильный доход.

2.7 Анализ рисков

Реализация проекта по открытию и функционированию зоогостиницы может быть сопряжена с высокими рисками в нескольких случаях. К ним можно отнести неудачное расположение гостиницы, слабый уровень сервиса, полукустарную организацию вне правового поля, отсутствие рекламы. В нашем случае зоогостиница будет расположена в крупном городе с полутора миллионным населением, в районе с высокой транспортной доступностью. Бизнес будет оформлен согласно всем требованиям законодательства, а уровень сервиса обеспечат квалифицированные работники с опытом. Отсутствие в структуре постоянных затрат такого

пункта как аренда существенно снижает риски по нерентабельности, в результате чего руководству гостиницы предоставляется большая свобода действий при распоряжении выручкой. Одно из направлений, которому будет уделено пристальное внимание – это продвижение на рынке с постоянным расширением базы клиентов.

Риски проекта и меры по предотвращению описаны в Табл. 12.

Таблица 12. Оценка рисков проекта и мероприятия по предотвращению их наступления или их последствий

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
1	Высокая волатильность спроса на услуги зоогостиницы	средняя	средняя	Активное рекламное и SMM продвижение, расширение спектра дополнительных услуг, программы лояльности, скидки постоянным клиентам, расширение партнерской сети
2	Жалобы соседей, жителей соседних домов, проверка	низкая	низкая	Размещение зоогостиницы на удалении от жилых домов согласно требованиям СЭС, наличие необходимых документов на ведение деятельности, наличие ветпаспортов у животных

Продолжение табл. 12

	Болезни животных, эпидемия, смерть животного в гостинице	низкая	высокая	Размещение животного только по предъявлению паспорта и после прохождения процедур по вакцинированию, соблюдение условий по раздельному содержанию, санитарно гигиенические процедуры по уборке и дезинфекции
4	Давление конкурентов	средняя	низкая	Расширение спектра услуг, повышенное внимание сервису, использование всех конкурентных преимуществ, пересмотр цен, развитие программ лояльности
5	Стихийные бедствия (пожар, наводнение, землетрясение)	низкая	высокая	Страхование
6	Противоправные действия третьих лиц	средняя	средняя	Страхование
7	Снижение покупательной способности населения	средняя	средняя	Проведение функционально-стоимостного анализа маркетинга (повышение качества при сохранении уровня затрат и др.)

Продолжение табл. 12

8	Риск неплатежеспособности клиентов	средняя	средняя	Найти равновесие между ценой и платежеспособностью клиентов путем проведения анкетирования потенциальных клиентов.
9	Несвоевременная поставка комплектующих	средняя	средняя	Минимизировать контакты с малоизвестными поставщиками

Таким образом, к рискам, на которые необходимо обратить пристальное внимание и которые возможно предугадать и предотвратить, являются риск неплатежеспособности клиентов, риск несвоевременной поставки комплектующих и риск снижения покупательной способности населения. В свою очередь, риск стихийных бедствий и противоправных действий третьих лиц невозможно предугадать, а, следовательно, необходимо прибегнуть к страхованию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Опыт зоогостиниц свидетельствует о том, что прибыльнее всего гостиницы для животных в крупных городах. Здесь выше доходы населения, интенсивнее ритм жизни, у хозяев больше возможностей для путешествий, следовательно, потребность пристроить домашнего любимца на время отдыха, ремонта в квартире, переезда и т.д. тоже высока.

С каждым годом растет количество владельцев домашних животных, растет уровень благосостояния жителей, возрастают их потребности и желания. Предложенный бизнес-план гостиницы для собак «Crazy Dog», функционирующей круглый год, составлен с учетом современного состояния отрасли, масштаб которой трудно оценить, так как почти у половины жителей есть домашнее животное, но не все они регулярно выезжают на отдых или в командировку и т.п. Но тем не менее данная отрасль с каждым годом набирает обороты. В Екатеринбурге сейчас нет прямых конкурентов, поэтому целесообразно именно в данный момент времени выйти на рынок и успешно на нем закрепиться, так как по прогнозам специалистов бизнес, связанный с домашними животными, начнет приносить солидный доход их владельцам. Гостиница будет располагаться в г. Екатеринбурге. Уровень цен планируется демократический, доступный для средних слоев населения. Номерной фонд составляет 50 номеров, делящиеся на классы: стандарт и люкс.

Эксперты утверждают, что гостиница для животных может окупиться в течение одного сезона. Для открытия предприятия вам понадобится сравнительно небольшая сумма: до 700 тысяч рублей. Огромное преимущество бизнеса заключается в возможности привлечения постоянных клиентов. Оказывая услуги на достойном уровне, вы быстро превратите свой отель в «палочку-выручалочку» для сотен хозяев собак. Если животному в

гостинице понравится, владельцы с удовольствием приведут своего питомца на передержку в гостиницу и во второй, и в третий, и в десятый раз.

Гостиница для животных – сезонный бизнес. Люди пристраивают домашних любимцев на время отпусков, то есть летом, в майские праздники, накануне Нового года. Предприниматели утверждают, что 50–60 % общего дохода гостиница приносит в течение летнего сезона. Но в последнее время ситуация меняется: растущий доход позволяет людям отправляться в южные страны в любое время года, поэтому гостиничный бизнес постепенно приобретает характер внесезонного.

Итак, давайте поведем итог. Приблизительные расходы на первые три месяца составят около 220 тысяч рублей, в том числе:

оборудование гостиницы – 120–150 тысяч рублей,

реклама – 18–24 тысячи рублей,

оплата услуг ветеринара – 45 тысяч рублей.

чистая прибыль проекта, руб. 40 000 – 280 000

рентабельность продаж, % 13,22

срок окупаемости (PP), мес. 18

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 486 с.
2. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. — 3-е изд. — М.: ФОРУМ, 2009. — 256 с.
3. Бейт Н. Как преодолеть экономический спад. План выживания в бизнесе / Н. Бейт. — М.: Олимп-Бизнес, 2009. — 208 с.
4. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 816 с.
5. Волков А.С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. — М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. — 81 с.
6. Гарнов А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: учеб. Пособие / А.П. Гарнов. — М.: ДиС, 2011. — 272 с.
7. Головань С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань — М.: Феникс, 2009. — 320 с.
8. Зингер М. Презентация бизнес-плана: пример подготовки презентации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: // (далее сюда копируйте и вставляете адрес сайта)
9. Золотухин О.И. Бизнес-планирование: учебное пособие / О.И. Золотухин. — СПб.: ГУАП, 2011. — 84 с.
10. Кренер С. Планета МВА. Бизнес-школы: взгляд изнутри / С. Кренер Д. Дирлова. М.: Олимп-Бизнес, 2003. — 256 с.
11. Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Дело, 2012. — 112 с.
12. Маркова В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.- М.: Проспект, 2009. — 216 с.

13. Морошкин В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В. А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. — 256 с. — (Профессиональное образование).
14. Морошкин В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. — 256 с.
15. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. — 2-е изд., испр. и доп. — Омега-Л, 2012. — 152 с.
16. Петухова С.В. Бизнес – планирование / С.В. Петухова.- М.: Омега – Л, 2009. – 236 с.
17. Платонова Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. — М.: Дело и сервис, 2005. — 432 с.
18. Попов В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2009. — 246 с.
19. Просветов Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. — 2-е изд., доп. — М. : Альфа-Пресс, 2008. — 255 с.
20. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 488 с.
21. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. — М.: Омега-Л, 2012. — 310 с.
22. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. — 346 с.
23. Уткин Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. — 102 с.
24. Черняк В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 470 с.
25. Шевчук Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / Д. А. Шевчук. — Ростов н/Д.: Феникс, 2010. — 208 с.

26. Городские животные. Часть 1. Зарубежный опыт. Режим доступа:
<http://sirena2002.blogspot.ru/2016/03/1.html>

27. Их нравы: как в Германии решили проблему бездомных животных.
Режим доступа: http://svobodnye-novosti.ru/new/ih_nravy_kak_v_germanii_reshili_problemu_bezdomnyh_zhivotnyh/

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

План производства и основные финансовые показатели проекта в перспективе за 1 год работы

	Год 1												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Инвестиции в оборотные средства	100 000												
Выручка, руб.	111 386	155 940	222 771	222 771	222 771	178 217	178 217	200 494	222 771	222 771	178 217	178 217	
Переменные затраты, руб.	24 320	34 048	48 640	48 640	48 640	38 912	38 912	43 776	48 640	48 640	38 912	38 912	
Постоянные затраты, руб.	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	
ФОТ (с отчислениями), руб.	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Налог УСН 15%	0	0	7 082	7 082	7 082	1 858	1 858	4 470	7 082	7 082	1 858	1 858	
Чистая прибыль	-39 854	-5 028	40 129	40 129	40 129	10 527	10 527	25 328	40 129	40 129	10 527	10 527	
Прибыло ДС	111 386	155 940	222 771	222 771	222 771	178 217	178 217	200 494	222 771	222 771	178 217	178 217	
Выбыло ДС	151 240	160 968	182 642	182 642	182 642	167 690	167 690	175 166	182 642	182 642	167 690	167 690	
Денежный поток (CF)	60 146	-5 028	40 129	40 129	40 129	10 527	10 527	25 328	40 129	40 129	10 527	10 527	
Денежный поток НИ	60 146	55 117	95 247	135 376	175 506	186 033	196 560	221 888	262 018	302 147	312 675	323 202	

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

План производства и основные финансовые показатели проекта в перспективе за 2 и 3 год работы

	Год 2											
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	178 217	222 771	334 157	334 157	334 157	222 771	222 771	222 771	334 157	222 771	222 771	222 771
Переменные затраты, руб.	38 912	48 640	72 960	72 960	72 960	48 640	48 640	48 640	72 960	48 640	48 640	48 640
Постоянные затраты, руб.	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800
ФОТ (с отчислениями), руб.	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120	78 120
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	1 858	7 082	20 142	20 142	20 142	7 082	7 082	7 082	20 142	7 082	7 082	7 082
Чистая прибыль	10 527	40 129	114 135	114 135	114 135	40 129	40 129	40 129	114 135	40 129	40 129	40 129
Прибыло ДС	178 217	222 771	334 157	334 157	334 157	222 771	222 771	222 771	334 157	222 771	222 771	222 771
Выбыло ДС	167 690	182 642	220 021	220 021	220 021	182 642	182 642	182 642	220 021	182 642	182 642	182 642
Денежный поток (CF)	10 527	40 129	114 135	114 135	114 135	40 129	40 129	40 129	114 135	40 129	40 129	40 129
Денежный поток НИ	333 729	373 858	487 994	602 129	716 264	756 394	796 523	836 653	950 788	990 917	1 031 047	1 071 176
	Год 3											
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	245 040	367 572	416 500	416 500	416 500	245 040	245 040	245 040	416 500	245 040	245 040	245 040
Переменные затраты, руб.	48 640	72 960	82 688	82 688	82 688	48 640	48 640	48 640	82 688	48 640	48 640	48 640
Постоянные затраты, руб.	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800
ФОТ (с отчислениями), руб.	78 120	98 120	98 120	98 120	98 120	78 120	78 120	78 120	98 120	78 120	78 120	78 120
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	10 422	22 154	28 034	28 034	28 034	10 422	10 422	10 422	28 034	10 422	10 422	10 422
Чистая прибыль	59 058	125 538	158 858	158 858	158 858	59 058	59 058	59 058	158 858	59 058	59 058	59 058
Прибыло ДС	245 040	367 572	416 500	416 500	416 500	245 040	245 040	245 040	416 500	245 040	245 040	245 040
Выбыло ДС	185 982	242 034	257 642	257 642	257 642	185 982	185 982	185 982	257 642	185 982	185 982	185 982
Денежный поток (CF)	59 058	125 538	158 858	158 858	158 858	59 058	59 058	59 058	158 858	59 058	59 058	59 058
Денежный поток НИ	1 130 234	1 255 772	1 414 631	1 573 489	1 732 347	1 791 405	1 850 463	1 909 521	2 068 379	2 127 437	2 186 495	2 245 553

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

План производства и основные финансовые показатели проекта в перспективе за 4 и 5 год работы

	Год 4											
	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	267 325	454 453	507 918	507 918	507 918	267 325	267 325	267 325	507 918	267 325	267 325	267 325
Переменные затраты, руб.	48 640	82 688	92 416	92 416	92 416	48 640	48 640	48 640	92 416	48 640	48 640	48 640
Постоянные затраты, руб.	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800
ФОТ (с отчислениями), руб.	78 120	98 120	98 120	98 120	98 120	78 120	78 120	78 120	98 120	78 120	78 120	78 120
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	13 765	33 727	40 287	40 287	40 287	13 765	13 765	13 765	40 287	13 765	13 765	13 765
Чистая прибыль	78 000	191 118	228 295	228 295	228 295	78 000	78 000	78 000	228 295	78 000	78 000	78 000
Прибыло ДС	267 325	454 453	507 918	507 918	507 918	267 325	267 325	267 325	507 918	267 325	267 325	267 325
Выбыло ДС	189 325	263 335	279 623	279 623	279 623	189 325	189 325	189 325	279 623	189 325	189 325	189 325
Денежный поток (CF)	78 000	191 118	228 295	228 295	228 295	78 000	78 000	78 000	228 295	78 000	78 000	78 000
Денежный поток НИ	2 323 554	2 514 672	2 742 967	2 971 261	3 199 556	3 277 556	3 355 557	3 433 557	3 661 852	3 739 852	3 817 852	3 895 852
	Год 5											
	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Инвестиции в оборотные средства												
Выручка, руб.	289 602	550 244	576 309	576 309	576 309	289 602	289 602	289 602	576 309	289 602	289 602	289 602
Переменные затраты, руб.	48 640	92 416	96 794	96 794	96 794	48 640	48 640	48 640	96 794	48 640	48 640	48 640
Постоянные затраты, руб.	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800	48 800
ФОТ (с отчислениями), руб.	78 120	98 120	98 120	98 120	98 120	78 120	78 120	78 120	98 120	78 120	78 120	78 120
Аннуитетный платеж по кредиту, руб.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Налог УСН 15%	17 106	46 636	49 889	49 889	49 889	17 106	17 106	17 106	49 889	17 106	17 106	17 106
Чистая прибыль	96 936	264 272	282 706	282 706	282 706	96 936	96 936	96 936	282 706	96 936	96 936	96 936
Прибыло ДС	289 602	550 244	576 309	576 309	576 309	289 602	289 602	289 602	576 309	289 602	289 602	289 602
Выбыло ДС	192 666	285 972	293 603	293 603	293 603	192 666	192 666	192 666	293 603	192 666	192 666	192 666
Денежный поток (CF)	96 936	264 272	282 706	282 706	282 706	96 936	96 936	96 936	282 706	96 936	96 936	96 936
Денежный поток НИ	3 992 788	4 257 060	4 539 766	4 822 472	5 105 178	5 202 114	5 299 050	5 395 985	5 678 691	5 775 627	5 872 563	5 969 499