

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ПО СОЗДАНИЮ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ
ВЫГУЛА СОБАК**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
очной формы обучения, группы 05001422
Долженицыной Анастасии Геннадьевны

Научный руководитель
к.с.н., доцент
Авилова Ж.Н.

БЕЛГОРОД 2018

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана по созданию площадки для выгула собак	7
1.1 Цель, задачи и особенности составления и оценки бизнес-плана	7
1.2 Этапы разработки бизнес-плана и его структура	9
1.3 Российский и зарубежный опыт организации площадок для выгула собак	14
Глава 2 Бизнес-план создания площадки для выгула собак	19
2.1 Резюме	19
2.2 План маркетинга	19
2.3 Производственный план	25
2.4 Организационный план	28
2.5 Финансовый план	30
2.6 Анализ рисков	36
Заключение	37
Список литературы	39
Приложения	44

Введение

Актуальность выпускной квалификационной работы. В современных условиях составление бизнес-плана актуально и необходимо, так как успех в мире бизнеса решающим образом зависит от трёх элементов:

1. Понимание общего состояния дел на данный момент;
2. Представление того уровня, который вы собираетесь достичь;
3. Планирование процесса перехода из одного состояния в другое.

Бизнес-план позволяет решить эти проблемы. Он включает разработку цели и задач, которые ставятся на ближайшую и дальнейшую перспективу, оценку текущего состояния экономики, сильных и слабых сторон производства, анализа рынка и информацию о клиентах. В нём даётся оценка ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей в условиях конкуренции.

Правильно составленный бизнес-план показывает перспективу развития фирмы, то есть, отвечает на самый главный для бизнесмена вопрос – стоит ли вкладывать деньги в это дело и принесёт ли оно доходы, которые окупят все затраты сил и средств.

Отметим, что невозможно добиться стабильного успеха в бизнесе без чёткого планирования своей деятельности, постоянного сбора и анализа информации как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях. Планирование – это определение цели развития управляемого объекта, методов и средств её достижения, разработка программы, плана действия на ближайшую и будущую перспективу.

Площадки для выгула собак, это очень перспективная и интересная идея. В современном обществе необходимость создания площадок для выгула собак давно является острой проблемой. В городе нет специализированных мест для свободного выгула собак в границах своего района или улицы. В правилах содержания собак и кошек в городах и других

населенных пунктах на территории области говорится о том, что выгул собак и кошек в городах необходимо осуществлять только на специально оборудованных площадках, которых нет, и для которых не предусмотрены места вблизи своих районов.

В свою очередь, несмотря на отсутствие специализированных мест выгула собак, существует закон об ответственности за не правильный выгул собаки. Обратимся к нему: Законом Белгородской области «Об административных правонарушениях на территории Белгородской области» (2017 г.) предусмотрена ответственность за совершение следующих правонарушений (статья 6.5):

- Нахождение на улицах, в парках, в скверах, во всех видах транспорта общего пользования и в других общественных местах с собаками без намордников и поводков, а равно оставление собак без присмотра в общественных местах;
- Непринятие владельцами животных мер к обеспечению тишины в жилых помещениях, а равно мер к устранению загрязнения мест общего пользования принадлежащими им животными;
- Выгул животных на детских и спортивных площадках, в парках.

В 2015 году на сайте проекта г. Белгорода «Народная экспертиза», была предложена идея создания площадки для собак, но она осталась не реализованной. Она набрала в рейтинге всего 5 голосов, хотя по оставленным всего двум комментариям можно сказать, что данная проблема все же актуальна и в городе и в области.

Белгород всерьез изменит свой облик к Чемпионату мира по футболу 2018 года. К реконструкции набережной реки Везелка в районе улицы Левобережной уже приступили. Первый участок, который начали ремонтировать, имеет протяженность почти в 20 километров. На этом участке расположатся зоны для пикников, площадка для выгула собак и детский спортивный городок.

В 2017 году город Белгород включился в федеральный проект: «Формирование комфортной городской среды» и получил из федерального и областного бюджетов 300 миллионов рублей, часть из которых пойдет на реконструкцию набережной, часть – на благоустройство городских дворов. Мы можем надеяться и предполагать, что данный федеральный проект поможет решить проблему с площадками для выгула собак частично. Скорее всего, речь будет идти о местах массового скопления горожан, места отдыха, парки и т.д. Что же касается спальных районов города, то проблема отсутствия площадок выгула собак, как мы предполагаем, сохранится. Решением данной проблемы может послужить составление бизнес-плана создания площадок по выгулу собак.

Объект исследования – бизнес-план создания площадки для выгула собак.

Предмет исследования – социально-экономические и технико-технологические процессы, влияющие на разработку бизнес-плана площадки по выгулу собак.

Цель исследования – разработать бизнес-план по созданию площадки для выгула собак.

Задачи выпускной квалификационной работы, поставленные в соответствии с темой:

1. Освоить теоретические основы бизнес-планирования;
2. Охарактеризовать этапы разработки бизнес-плана и его структуру;
3. Представить российский и зарубежный опыт внедрения площадок для выгула собак;
4. Составить резюме;
5. Подготовить маркетинговый план;
6. Разработать организационный план;
7. Посчитать финансовый план;
8. Проанализировать риски бизнес-плана.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов по проблемам бизнес-планирования: Берл Г. [10], Маниловский Р.Г. [34], Буров В.П. [12], Волков А.С. [15], Черняк В.З. [47], Горемыкин В.А. [19], С.И., Просветов Г.И. [39], Елиферов В. Г. [21], Иванова Г.П. [25], а также Зигель Э.С. [22], Портер Майкл [37], Скоун Т. [43], Друри К. [20], Бэнгз Дэвид [14] и др.

Методология бизнес-планирования рассмотрена также в трудах таких ученых-экономистов как: Буров В., Зелль А., Котляр Б., Ломакин А., Морошкин В., Попов В., Рапопорт Б., Трубицын В., Уткин Э. и др.

Эмпирической базой исследования послужили нормативно-правовые документы, информативные ресурсы сети интернет по исследуемой проблематике, результаты авторского исследования.

Методы исследования, применяемые при написании выпускной квалификационной работы: сравнение, обобщение, систематизация, анализ литературных источников, стратегический анализ, оценка, прогнозирование и планирование.

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты могут быть реализованы для создания реального бизнеса в сфере услуг для выгула собак в Белгородской области.

Структура выпускной квалифицированной работы. Работа включает введение, две главы, заключение, список литературы, приложение.

Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана по внедрению площадки для выгула собак

1.1 Цель, задачи и особенности составления бизнес-плана

Бизнес-план это 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. Основной целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Наряду с главной, определяющей целью составители бизнес-плана должны отразить другие цели[15,с. 120]:

1) социальные цели: преодоление дефицита товаров и услуг; оздоровление экологической обстановки; улучшение психологического климата в стране; создание новых духовных и культурных ценностей; развитие научно-технического и творческого потенциала; расширение деловых контактов, международных связей;

2) повышение статуса предпринимателя – развитие и укрепление экономического потенциала предпринимателя (включая производственный потенциал, технико-технологический, научный, образовательный, а также духовный). Это служит условием и залогом возможности успешного проведения последующих сделок, повышения престижа предпринимателя, порождаемого его известностью, доброй репутацией, гарантиями высокого качества товаров и услуг;

3) иные, специальные цели и задачи: развитие контактов, зарубежные поездки, вхождение различного рода ассоциации и др.

В современной практике бизнес-план выполняет пять функций.

Первая из них связана с возможностью его использования для разработки стратегии бизнеса. Эта функция жизненно необходима в период создания предприятия, а также при выработке новых направлений деятельности.

Вторая функция – планирование. Она позволяет оценить возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы внутри фирмы.

Третья функция позволяет привлекать денежные средства – ссуды, кредиты. В современных российских условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект, однако получить кредит непросто. Главная причина заключается не столько в проблеме высоких процентных ставок, сколько в возросшей невозвратности кредитов. В этой ситуации банки предпринимают целый комплекс мер по обеспечению возврата денежных средств, среди которых следует отметить требования банковских гарантий, реального залога и другие, но решающим фактором при предоставлении кредита является наличие проработанного бизнес-плана.

Четвертая функция позволяет привлечь к реализации планов компании потенциальных партнеров, которые пожелают вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них технологию. Решение вопроса о предоставлении капитала, ресурсов или технологии возможно лишь при наличии бизнес-плана, отражающего курс развития компании на определенный период времени.

Пятая функция путем вовлечения всех сотрудников в процесс составления бизнес-плана позволяет улучшить их информированность о предстоящих действиях, скоординировать усилия, создать мотивацию достижения целей.

В рыночной экономике существует множество версий бизнес-планов по форме, содержанию, структуре и т. д. Наибольшие различия наблюдаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения), по предприятию в целом (новому или действующему).

Существуют два основных подхода к разработке бизнес-плана. Первый заключается в том, что инициаторы проекта сами разрабатывают бизнес-план, а методические рекомендации получают у специалистов, в частности у возможных инвесторов. Согласно зарубежной практике данный подход является более предпочтительным. Кроме авторов концепций, заложенных в бизнес-плане, в его создании активное участие принимают финансисты, знающие особенности кредитного рынка, наличия свободных капиталов, риска данного бизнеса. При втором подходе инициаторы бизнес-плана сами его не разрабатывают, а выступают в качестве заказчиков. Разработчиками бизнес-плана являются фирмы, специализирующиеся в области маркетинговой деятельности, авторские коллективы, отдельные авторы. При необходимости привлекаются консалтинговые фирмы и эксперты [10, с. 201].

1.2 Этапы разработки бизнес-плана и его структура

В зависимости от конкретного характера и условий предстоящей деятельности объема производства, вида продукции (услуги), ее новизны состав и структура бизнес-плана могут существенно различаться, но содержательная сторона должна быть одной и той же.

Как правило, бизнес-план состоит из следующих разделов:

- резюме;
- описание продукта (услуги);
- анализ рынка сбыта;
- оценка конкурентов;
- стратегия маркетинга;

- план производства;
- организационный план;
- финансовый план.

1. Резюме. Многие кредиторы и инвесторы любят читать краткое содержание бизнес-плана, т.е. резюме, объем которого не превышает двух листов. Это дает им возможность увидеть важные особенности и преимущества данного проекта перед другими проектами. По содержанию резюме инвестор часто судит о том, стоит ли ему терять время и читать бизнес-план до конца, поэтому необходимо четко и весьма убедительно изложить основные положения предлагаемого проекта, чтобы кредиторы и инвесторы смогли получить ответы на вопросы: «Что они получают в случае успешной реализации этого бизнес-плана?» и «Каков риск потери денег?» Для ответа на поставленные вопросы в этом разделе бизнес-плана определяются все направления и сферы деятельности фирмы.

Резюме составляется после составления бизнес-плана.

2. Описание продукта (услуги). Первый раздел любого бизнес-плана это описание того продукта (услуги), который предприниматель собирается производить или предоставлять. В этом разделе необходимо ответить на следующие вопросы:

- Какие потребности призван удовлетворять данный продукт (услуга)?
- Какой полезный эффект можно получить от данного товара (услуги)?
- Чем отличается данный продукт (услуга) от товара конкурента?

Полезный эффект – это то, ради чего приобретается товар.

Отличительные особенности товара это то, что делает возможным получить полезный эффект. Однако не стоит уповать на исключительные достоинства товара. Лучше сделать упор на максимальное удовлетворение запросов рынка. Покупателю совершенно безразличны такие важные с точки зрения производителя свойства товара, как трудоемкость, материалоемкость, энергоемкость их изготовления, технологичность изделий в производстве, многие важные особенности их конструкции.

В этом же разделе следует охарактеризовать основные качества товара (услуги), его внешний вид, если необходимо, и упаковку, и сервисное обслуживание. На этом этапе целесообразно прикинуть цену товара и затраты, которые необходимо будет осуществить при его изготовлении, что позволит определить предполагаемую прибыль, а значит, и шансы на успех или неудачу.

3. Анализ рынка сбыта. Второй раздел бизнес-плана это изучение рынка товара или услуги. Недостаточный анализ рынка и потенциальных потребителей, их вкусов, запросов, денежных возможностей, одна из наиболее частых причин неудач в бизнесе. Поэтому прежде чем поставить дело на «широкую ногу» и заняться им всерьез, следует тщательно изучить рынок. Это даст возможность определить круг потребителей, емкость рынка товара (услуги) и, следовательно, объемы их производства и реализации, необходимые для этого ресурсы.

4. Оценка конкурентов. Третий раздел бизнес-плана посвящается анализу конкурентов. Не следует думать, что в условиях нашего ненасыщенного рынка такой анализ является напрасной тратой времени, сил и средств. Ведь ситуация может измениться в любой момент, а ориентировать свой бизнес следует с расчетом на будущее. Так что стоит позаботиться и об этом разделе бизнес-плана. В нем необходимо ответить на следующие вопросы:

- Кто является конкурентом сегодня и в каком состоянии его дела?!
- Каковы отличия данного товара (услуги) от аналогичных товаров(услуг) конкурентов?!
- Каковы, хотя бы в общих чертах, шансы и возможности появления новых конкурентов?!
- В чем рассчитывается их превзойти?!

Цель данного раздела это облегчения выбора подходящей тактики конкурентной борьбы и предостеречь свою фирму от чужих промахов. К числу типичных ошибок можно отнести попытки внедриться на

перенасыщенный рынок. Детальный анализ действий конкурентов может заставить сменить стратегию и внести коррективы в текущую деятельность, дабы успешнее противостоять своим соперникам. Причем такой анализ необходимо вести постоянно хотя бы потому, что рынки пребывают в постоянном изменении, и чей-то успешный дебют привлекает новых конкурентов.

Если четко ответить на вопросы указанных трех разделов бизнес-плана, то должно сложиться определенное представление о той рыночной нише, которую хотелось бы заполнить, организовав свой бизнес.

5. Стратегия маркетинга. Четвертый раздел это план маркетинга. В наиболее общем виде маркетинг представляет собой взаимосвязь двух сторон: всеобъемлющее изучение рынка и потенциальных потребителей и всестороннее продвижение товаров (услуг) к этому потенциальному потребителю. «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится» – главная формула маркетинга. Поскольку в предыдущих разделах, так или иначе, была сделана оценка потребителей и конкурентов, в этом разделе бизнес-плана больше всего должна интересовать вторая часть маркетинга: как осуществить производство и довести продукт до потребителя.

Основные элементы здесь следующие [12, с. 140]:

- схема распространения товара;
- ценообразование: как определять цену товара (услуги), каков уровень предполагаемой прибыли, в каких пределах, возможно, уменьшить цену, чтобы она давала возможность окупить расходы и получить достаточную прибыль;
- реклама: сколько средств, возможно, выделить на это, в какой форме и какими средствами рекламировать свой бизнес;
- методы стимулирования потребителей: как и за счет чего привлечь

новых покупателей расширять районы сбыта, увеличивать производство, совершенствовать товар (услугу), предоставлять гарантии или дополнительные услуги клиентам и т.д.;

- формирование и поддержание хорошего мнения.

6. План производства. Пятый раздел план производства, содержит описание всего производственного процесса. Он готовится только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством какой-либо продукции или услуги.

Главная задача раздела: подтвердить расчетами, что создаваемая фирма в состоянии реально производить необходимое количество товаров (услуг) в нужные сроки и с требуемым качеством.

7. Организационный план. Шестой раздел бизнес-плана это организационный план, в котором речь идет о том, с кем организуется дело и как планируется наладить его бесперебойное и успешное функционирование. В этом разделе необходимо решить следующие вопросы:

- Какие специалисты понадобятся для успешного ведения дела?
- На каких условиях будут привлекаться специалисты на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей?
- Как будет оплачиваться труд каждого работника фирмы, на каких принципах и условиях будет осуществляться стимулирование?

В целях четкости и согласованности работы необходимо определить организационную схему фирмы, указать, кто и чем будет заниматься, кто и как будет осуществлять координацию, контроль и взаимодействие всех работников фирмы.

Нередко этому разделу бизнес-плана не уделяется должного внимания, и организационная неразбериха служит одной из причин неудач в бизнесе.

8. Финансовый план. Седьмой раздел бизнес-плана. Он обобщает в стоимостном выражении возможные результаты принятых решений по предыдущим разделам бизнес-плана.

Финансовый план включает: расчет величины и определение источника получения средств, необходимых для организации дела, прогноз объемов реализации, баланс денежных расходов и поступлений, таблицу доходов и затрат, сводный баланс активов и пассивов предприятия, график достижения безубыточности.

Раздел рекомендуется заканчивать графиком безубыточности. График дает возможность определить объем производства (критическую программу), при котором фирма начнет получать прибыль.

Квалифицированное решение финансовых вопросов одна из самых ответственных проблем для предпринимательства. От этого в значительной степени зависят прибыльность деятельности предпринимателя и успех дела.

Таким образом, в результате проделанной работы составлен план действий по достижению поставленных целей.

1.3. Российский и зарубежный опыт внедрения площадок для выгула собак

Сравнивая культуру выгула собак в Европе и в России можно сделать вывод, что, несмотря на места, где выгуливают собак, их поведение, культуру и реакцию обычных горожан, исход ситуации зависит от менталитета граждан. В Европе владельцы более ответственно и заинтересовано относятся к воспитанию и выгулу своих питомцев, и там не возникает проблемы отсутствия площадок для собак.

Парк JoeStation – пример бюджетной площадки для выгула собак. В Америке их называют моментальными парками, организуют на территории заброшенных теннисных кортов, бассейнов, катков. JoeStation открыт на месте бывшего бейсбольного поля по инициативе местных властей. Парк оборудован питьевыми колонками для собак, скамейками и ночным освещением.

В Германии действует закон о защите животных, первый в мире закон, защищающий их от издевательств. Так, за самовольное уничтожение и выбрасывание на улицу животных (вместо того чтобы отдать в приют) – штраф до 25 тыс. евро. Постоянный выгул только на поводке тоже считается издевательством: если собака лишена возможности гулять свободно, она становится раздражительной, непослушной, агрессивной. Строжайше запрещено содержание собак на цепи и в условиях, не соответствующих их виду (для некоторых пород прогулка в наморднике не только психологическая травма, но и нанесение вреда здоровью); уничтожение здоровых животных; обучение собак с применением издевательских способов; натравливание их на других животных и т. д.[5].

В Париже выгуливают своих питомцев в городе. Собаки справляют нужду либо прямо на тротуаре, либо между припаркованными машинами на дороге никто не делает замечаний. Во Франции с собакой можно ходить куда угодно: в магазин, паб, ресторан, даже с ротвейлером без намордника.

В Оксфорде в большинстве случаев собаки бегают без поводка, иногда без ошейника. О наморднике и говорить не приходится. Собак выгуливают и в парках, где гуляют семьями, и на футбольных полях, и просто по дворам, владелец собаки со своим ребенком может даже прийти на детскую огороженную площадку.

В Финляндии проблему выгула собак решали в несколько этапов. В 2003 году был принят закон, предписывающий собакам находиться без поводка только в специально отведенных местах. Следом разработали программу строительства парков для выгула. Сегодня их только в Хельсинки больше ста. Один из самых престижных – Rajasaari на острове в центре города. Из парка виден городской парламент, рядом – дорогие отели и представительства международных фирм. Землю неоднократно хотели выкупить под застройку, но муниципалитет стоит на своем: только для собак. В день их здесь бывает порядка 200, но питомцам не тесно: площадь парка – 4 га. Вход в парк свободный, никаких ограничений нет, просят только

присматривать, как бы собаки не подрались из-за принесенной в парк игрушки, и плотно закрывать калитку на входе, чтобы никто не убежал.

В Израиле тоже есть закрытые площадки, где собака может от души порезвиться, а еще есть пляжи для собак. В Тель-Авиве их четыре: южная часть пляжа «Тель Барух», северная часть пляжа «Хилтон», южная часть пляжа «Чарльз Клор» и юг пляжа «Гиват-Алия». Все они открыты с 6 утра до часа ночи. Часть для собак, как правило, отгорожена от общего пляжа. Никаких официальных ограничений для посещения собачьих пляжей нет.

В Новой Зеландии действуют строжайшие правила на ввоз питомцев в страну и почти не разрешают провозить собак в общественном транспорте. Снимать намордник и отпускать с поводка можно только в специальных собачьих парках. Один из самых больших – TheGroynes в Крайстчерче. Здесь есть бесплатная парковка для владельцев и сразу восемь просторных площадок для разных активностей: есть две площадки с препятствиями, бассейн, тренировочная площадка для упражнений, площадка для спокойных прогулок, площадка с имитацией пересеченной местности и оборудованные беседки для пикника. По всему парку установлены урны для отходов. Парк открыт с 7 утра и до позднего вечера, дети на территорию допускаются только под присмотром родителей [5].

В Нью-Йорке действует несколько десятков собачьих парков, но самый важный (потому что это был первый парк такого рода) – DogRun в сквере Томпкинса. Проект, реализованный на деньги самих собаководов, сегодня представляет собой большую огороженную территорию с подземной дренажной системой, отдельными зонами для больших и маленьких собак, тремя собачьими бассейнами, скамейками для владельцев и организованными «помывочными», где можно помыть радостно извалявшегося в песке питомца. Площадка полностью содержится собаководами, и поскольку это люди очень активные, здесь они проводят всевозможные организованные мероприятия для своих любимцев, самое

популярное – ежегодный собачий парад на Хеллоуин. Для собак младше 6 месяцев вход в парк ограничен.

В Дубае в 2015 году открыли самый большой в мире крытый парк для собак с говорящим названием MySecondHome. Это не просто площадка для выгула питомца, а полноценный курорт с возможностью проживания, услугами груминга, открытым бассейном, спа-центром и прочими собачьими радостями. Пока пес занимается с тренером, владелец может наблюдать за процессом через веб-камеру.

В России выгул собак это острая и актуальная проблема. Благоустроенные территории для выгула собак на территории России существуют в единичных примерах больших городов, для малых городов это остается важной проблемой для собаководов. Подробные карты с адресами и метками на карте существуют в Санкт-Петербурге, Москве и Нижнем Новгороде. В этих городах представлены списки площадок по районам, время их работы, адреса и назначение – для выгула или дрессировки.

Что касается, г. Белгорода, то гулять с собаками в парках, скверах и многолюдных местах категорически запрещено. Это регламентирует решение городского Совета депутатов от 24 мая 2005 года: об утверждении «Правил содержания кошек и собак в городе Белгороде». За нарушение его пунктов предусмотрены штрафы – от пяти до десяти минимальных размеров оплаты труда (7,5 - 11 тыс. руб.)[4]. В настоящий момент площадки есть в трех местах – внутри жилого квартала по ул. Королева, возле городского пляжа и в микрорайоне «Салют» – по ул. Железнодорожной. Для сравнения: в городе Штутгарде (Германия), по величине таком, как Белгород, 15 собачьих площадок. Кинологи-профессионалы считают, что они соответствуют всем европейским требованиям: занимают площадь около 1 гектара, оборудованы спортивными снарядами, автостоянкой, боксами, туалетом.

В России же многие забывают, что площадка для выгула животных и туалет – не одно и то же. Плотность городской застройки не позволяет

возводить площадки, отдаленность которых от жилой зоны по строительным нормам будет составлять более 40 метров.

Мнение представителей нескольких белгородских клубов, которые занимаются дрессировкой собак, сходятся в вопросе идеального места для строительства «штутгардской» площадки у нас в городе – это заброшенный стадион на городском пляже. На сегодняшний момент этот вопрос остается открытым и актуальным.

Таким образом, результаты проведенного нами анализа в области теории бизнес-планирования и опыта внедрения площадок для выгула собак в России и за рубежом, позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования. А именно была выявлена проблема наличия площадок для выгула собак в России: за рубежом эта проблема практически отсутствует, как было установлено нами, в Европе культура выгула собак выше и значительно отличается от России.

Изучая материал по данной теме, мы видим, что проблема обсуждается на административном уровне и определенные попытки создания таких площадок уже имелись и имеют место быть, но остались не реализованными. Для реализации такого проекта, нам просто необходимо бизнес-планирование данной деятельности. Бизнес-план предприятия малого и среднего бизнеса начинает «работать» еще до своего появления на свет. Сам процесс составления плана, детальный анализ, который предшествует его написанию, заставляют руководство непредвзято и беспристрастно рассмотреть планируемую деятельность во всех деталях, тщательно проанализировать свои идеи, проверить целесообразность и возможность их реализации. Малые компании сегодня вынуждены заниматься бизнес-планированием, чтобы выжить. Проведенные исследования позволили сделать вывод, что успешные предприятия действительно осуществляют стратегическое планирование и используют стратегический подход.

Глава 2 Бизнес-план создания площадки для выгула собак

2.1 Резюме

Настоящий проект представляет собой план внедрения площадки для выгула собак. Площадка организовывается в городе Белгород и будет находиться на окраине города в лесопарковом массиве. Идея создания площадки по выгулу собак преследует три основные цели:

1. Создание высокорентабельного предприятия;
2. Получение прибыли;
3. Удовлетворение потребительского рынка в предоставлении услуг по выгулу собак.

Финансирование проекта. Для осуществления проекта необходим собственный капитал в размере 414 119 рублей и государственной субсидии на развитие малого бизнеса от Центра занятости в размере 59 000 рублей (это максимальная сумма на 2018 г.). Отметим, что финансовая поддержка осуществляется на основании Федеральной программы поддержки малого и среднего бизнеса (на 2005-2020 годы), Закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.1995 г. № 88-ФЗ и других законодательных актов. Процедура получения субсидии указана в Приложении 2.

Конкурентами в этой сфере могут быть только аналогичные площадки, которых очень мало из-за высокого уровня стартовых затрат на бизнес. Площадка будет работать 7 дней в неделю с 6.00 утра до 23.00 вечера в две смены 2/2.

2.2 План маркетинга

Исходя из того, что услуга предлагается на рынке относительно недавно (не более 5 лет), и рынок реализации находится в стадии

формирования, оценить его реальные объемы роста на ближайшие несколько лет весьма сложно. Хотя, уже сегодня можно утверждать, что данную отрасль ожидает стремительный подъем. Этот факт подтверждается ежегодным увеличением аналогичных площадок по всей стране, в частности г. Москве и Санкт-Петербурге. Также можно отметить увеличение внимания к данной отрасли и проблематике Администрации города, что в свою очередь может говорить о том, что перспективы развития рынка весьма высокие.

Для выхода на рынок услуг для собак, а именно площадок для выгула собак города Белгорода и укрепления на нём, целесообразно применение стратегий первичного проникновения на рынок (активная роль маркетинга) и укрепления позиции на рынке (акцент на качество предоставляемых услуг + активная роль маркетинга).

Таблица 2.3.1 – SWOT-анализ бизнес-плана внедрения площадок для выгула собак

	ВОЗМОЖНОСТИ: увеличение спроса при неизменном предложении; снижение налогов и льготные ставки налогов	УГРОЗЫ: угроза высоких входных барьеров по причине специфики отрасли; увеличение цен на аренду земли; угроза неудачного местоположения
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ: высококвалифицированные специалисты в области предоставления услуг дрессировки; низкая текучесть кадров; активная роль маркетинга.	Стратегия глубокого проникновения на рынок: открытие новых площадок в спальных районах г. Белгорода; увеличение цен на услуги, из-за увеличения спроса на услуги, в связи с отсутствием близлежащих конкурентов.	Стратегия усиления позиции на рынке: проведение активной рекламной кампании.
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ: недостаток собственных финансовых средств и инвестиций; высокие затраты на аренду земли. специфичность выбранной сферы деятельности.	Стратегия интегрированного роста: увеличение размера площадок, из-за увеличения спроса на услуги	Стратегия сокращения расходов: введение эффективной системы прогнозирования движения денежных средств

В настоящее время наиболее популярны посредством сети интернет и активно рекламируют себя ряд клубов кинологов, предоставляющие аналогичные услуги, но оговоримся сразу, что все эти клубы, как правило, включают в себя сразу и дрессировку собак, у нас же лишь площадка для выгула собаки. Что касается дрессировки собак на территории площадки самостоятельно хозяином: бесплатно, с привлечением инструктора со сторонней организации – платно. Стоимость данной услуги будет зависеть от сторонней организации, с которой будет заключен Договор на дрессировку собаки на базе нашей площадки. Также, этим бизнесом занимается несколько компаний, менее значительных по объёму оборота (это заметно по характеру оформления сайтов, степени проработки технического и графического дизайна сайта и пр.)

Правовое регулирование в области собаководства и кинологической деятельности осуществляется настоящим Федеральным законом и принимаемыми в соответствии с ним законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, касающиеся собаководства и кинологической деятельности, являются в соответствии с Конституцией Российской Федерации составной частью правовой системы Российской Федерации.

Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены законодательством Российской Федерации в области собаководства и кинологической деятельности, применяются правила международного договора.

Сравним конкурентов по основным позициям конкуренции.

Таблица 2.3.2 – Сравнительные характеристики конкурентов (в баллах)

Область сравнения	Федерация кинологии и фелинологии ул. Горького, 56а	Белгородская местная общественная организация «Городской клуб собаководства» ул. Железнякава, 22	Happiness Land Ключевой 2 пер., 13	Центр спортивного собаководства Северо-Донецкая улица
Реклама	5	5	2	4
Размещение	4	5	2	4
Продукция	5	5	4	3
Услуги	4	3	5	4
Цены	3	4	5	5
Имидж	5	4	3	5

Таким образом, мы видим, что все предполагаемые конкуренты находятся практически на одном уровне, хотя наиболее выделяются Федерация кинологии и фелинологии и Белгородская местная общественная организация «Городской клуб собаководства».

Тем не менее, пока в этот бизнес не пришли значительные капиталы, можно говорить о том, что эта «ниша бизнеса» остаётся открытой и интересной. В частности, из-за того, что как мы уже говорили ранее, это все клубы, хоть и предоставляют схожие по своему назначению нашему делу услуги, все же остаются востребованными не всеми категориями граждан. Данные клубы выбирают люди, занимающиеся воспитанием и обучением своей собаки, а что же касается благоустроенного обычного выгула собак, то тут они вряд ли смогут удовлетворить эти потребности населения.

Отметим основные факторы, влияющие на спрос площадок для выгула собак:

1. Разновидность услуг для собак. Существует два типа: универсальные (предоставляющие разнообразные услуги, включая дрессировку, любым породам собак) и специализированные (только по одной породе собак).

2. Цены. Должны быть наиболее приемлемы для клиентов, но при этом удовлетворять всем экономическим запросам исполнителя услуг. При определении цен на посещение площадок для выгула собак и руководствовались методом ценообразования на основе уровня текущих цен, сложившихся на рынке данных услуг других городов и, учитывая ценообразование нашего города и затратным методом, так как затраты, связанные с профессиональной деятельностью, необходимо учитывать с целью сохранения прибыли.

Ещё одним существенным моментом в ценовой политике является система скидок. Скидки являются важным средством при удержании имеющихся и привлечении новых клиентов.

Планируется ввести и донести до потенциальных клиентов «Специальное предложение по выгулу собак на зимний сезон». Специальное предложение позволяет временно снизить цену в промежуток с 1 ноября по 1 апреля. Когда срок действия предложения закончится, прейскурант останется таким же, каким был. Например, установим скидку 7 %.

3. Качество услуг. Зависит от квалификации персонала, оснащения площадки и организации процесса дополнительных услуг (питание, выгул, дрессировка и т.д.).

4. Квалификация персонала. Полностью зависит от выделяемых на зарплату средств и от процедуры обучения.

5. Реклама. Как говорят, это «двигатель торговли», в том числе и услугами. Здесь все полностью зависит от рекламной политики (либо это просто вывеска при входе, либо это настоящая рекламная компания). Мы предлагаем использовать разные виды рекламы своих услуг для привлечения наибольшего количества клиентов.

Продвижение услуги будем осуществлять по следующему плану:

- Сообщить всем потенциальным клиентам, что мы существуем;
- Рассказать нашим клиентам, что мы именно мы делаем и какие услуги предоставляем;

- Объяснить клиентам, как нас найти.
- Объяснить, почему клиентами это необходимо.

Реализация данного плана представлена в таблице 2.3.3. Для реализации плана продвижения будем пользоваться услугами рекламного агентства «Аврора».

Таблица 2.3.3 – Расчет бюджета кампании по продвижению работы площадки для выгула собак на 2018 гг.

№	Название мероприятия	Сроки проведения/Периодичность проведения	Стоимость	Ожидаемый эффект
1	Вывеска с внутренней подсветкой (1м х 2м)	Конец мая 2018/постоянно	10800 руб. (4500 за кв.м.+ монтаж (20% от стоимости)) + аренда 2000 руб./месяц	Для привлечения клиентов
2	Листовки (2000 шт.) с информацией об открытии площадки и его услугах	20-30 мая 2018	1000 руб. (0.20 руб./листочка, 0.30 руб./шт. – разносчику объявлений)	Информирование потенциальных клиентов с целью их привлечения
3	Расклейка объявлений (2000шт), содержащих информацию о месте нахождения и предоставляемых услугах площадки на остановочных пунктах и досках объявлений	Раз в квартал (с конца марта)	1000 руб. (0.20 руб./объявление; 0.30 руб./шт. – расклейщику объявлений)	Привлечение клиентов из близлежащих районов
4	Реклама на месте: тиражирование визиток (2000шт.)	Конец мая 2018/по мере необходимости	4200 (96шт – 200руб.)	Предоставление клиентам контактного телефона площадки в случае возникновения вопросов
Общая сумма рекламных мероприятий за год: 17 000 руб.				

б) Комфортабельность, эстетика и коммуникабельность (вежливый прием клиента, чистота, создание условий для ожидания).

2.4 Производственный план

Оптимальным расположением площадки для выгула собак будет лесопарковая, причем самая малолюдная ее часть. Это выгоднее и с точки зрения аренды земли. Первую такую площадку планируется разместить на существующей площади: микрорайон Есенина.

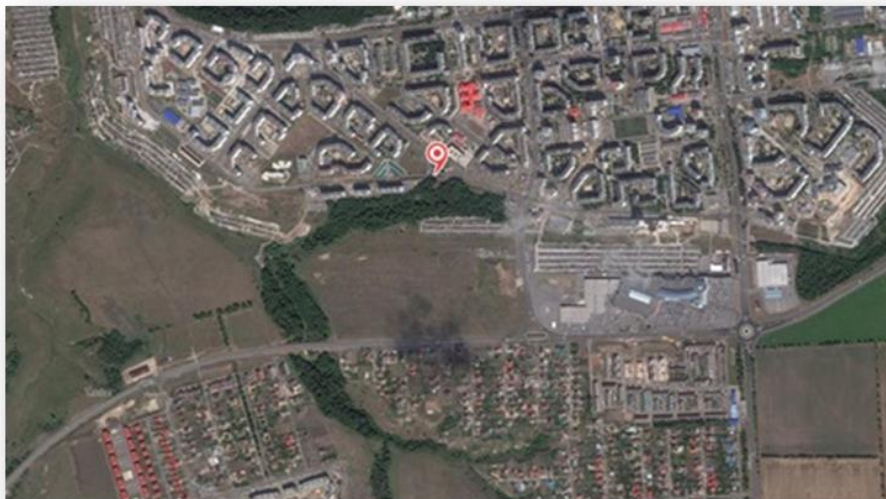


Рисунок 2.4.1 – Месторасположение площадки для выгула собак

Требования к площадке:

- размер территории для выгула – не меньше 400 квадратных метров;
- расстояние до многоквартирных жилых домов и общественных зданий – не менее 25 метров;
- расстояние до школ, детских садов, детских площадок и больниц – не менее 40 метров;

На площадках будем использовать комбинированное покрытие с выделением зоны выгула собак – с мягким покрытием, не травмирующим конечности животных (газонное, песчаное, грунтовое), удобное для регулярной уборки и обновления, а зоны для владельцев собак – с твердым или комбинированным видом покрытия.

Подход к площадке выполним в виде дорожки с твердым покрытием, удобным для использования в любую погоду.

Обследовав территорию города, особенно жилых микрорайонов и учитывая требования и рекомендаций отдела архитектуры городской администрации, мы определили это место для расположения площадки для выгула собак.

Для осуществления проекта необходима площадь в размере 450 кв.м, которая будет взята в аренду с ежемесячной выплатой по 30 тыс. руб.

На основе изучения цен на предоставление площадок для выгула собак в других городах России была установлена стоимость посещения площадки:

- понедельник-пятница – 150 рублей в час;
- суббота, воскресенье – 200 рублей в час;
- для постоянных клиентов стоимость абонемента на 1 месяц – 2 500 рублей (посещение площадки 1 раз в день продолжительностью 1 час).

Площадка будет работать 7 дней в неделю с 6.00 утра до 23.00 вечера в две смены 2/2.

В состав затрат также включены статьи:

- заработная плата;
- расходы на рекламу (первые полгода);
- арендная плата за землепользование.

Рассмотрим схему нашей площадки и необходимое для нее оборудование. Необходимые для нее снаряды представлено в приложении 1.

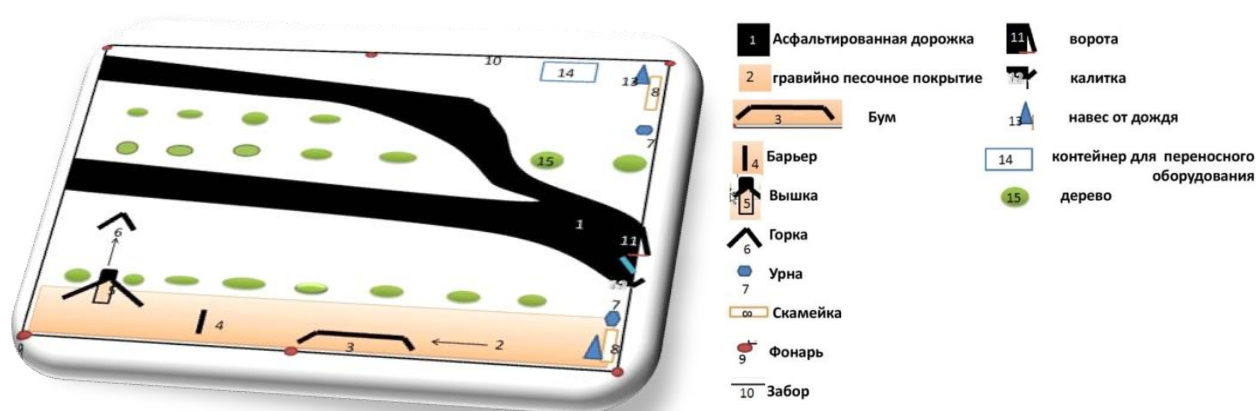


Рисунок 2.4.2 – Схема площадки для выгула и дрессировки собак

Далее рассмотрим требуемое оборудование для создания площадки в табл.2.4.1.

Таблица 2.4.1 – Смета на оборудование площадки для собак

№	Наименование	Кол-во шт.	Цена за шт. руб.
1	Панель Гиттер ГУД ЭКО	54	1048
2	Оцинкованная калитка 1000x2000 мм	1	6480
3	Ворота распашные 4000x2000 мм	1	16808
4	Хомут Zn 60*40мм с планкой / 2 гайки М6	168	28
5	Столб для забора ГУД ФЭНС 60x40	56	398
6	Лестница для тренировки собак ДШВ 4000*600*2000 мм	1	51200
7	Барьер Высота 1,5 м	1	14700
8	Горка мостик	1	18200
9	Бум для собак	1	14600
10	Блок-контейнер 6000x2400x2500	1	63000
11	Навес от дождя	2	10160
12	скамейка	2	2700
13	урна	2	2490
14	Светильник	6	2000
15	Щебень (отсев)	9т	550
16	Цемент	6	300
17	краска	5 (0,9л)	103
18	Песок	9,6т	300
19	провод	200м	30
20	прочее		26900
	Итого:		295919

2.5 Организационный план

Структура нашей фирмы не насыщена организационными связями, т.к. штат набирается минимальный для осуществления наших целей. Далее, после ввода первого проекта и успешного его функционирования будем рассматривать увеличение штата сотрудников.

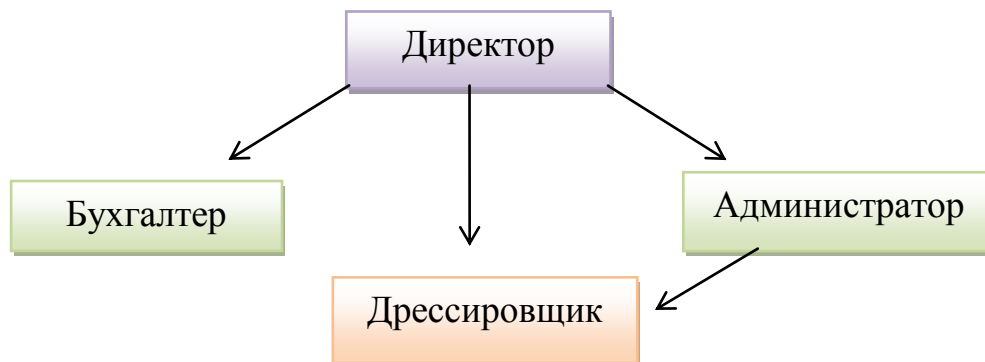


Рисунок 2.5.1 – Организационная структура ИП Долженицына А.Г.

Руководство деятельностью осуществляется директором ИП. В круг его обязанностей входит: решения главных вопросов деятельности, подписание официальных документов, распоряжение имуществом компании, осуществление найма и увольнения персонала. Директор также несет ответственность за правильность данных бухгалтерского учета. Руководит организацией маркетинговых исследований и рекламных кампаний,

Главный бухгалтер (приходящий) отвечает за расчеты с поставщиками услуг для бесперебойной работы площадки, учет поступающих прибылей, расходов, выплату заработных плат, составление бухгалтерских отчетов и т.п.

Администратор организует открытие и закрытие площадки для выгула собак. Обеспечивает чистоту и порядок на площадке, высокую культуру обслуживания. Осуществляет контроль над состоянием пожарной безопасности. Организует охрану общественного порядка во взаимодействии с органами полиции.

Дрессировщик проверяет состояние специального инвентаря и оборудования для дрессировки перед началом работы. Составляет программу, расписание дрессировочных и тренировочных занятий. Осуществляет постоянно дрессировку и тренировку собак. Контролирует состояние здоровья собак, незамедлительно докладывает ветеринарному врачу о любых отклонениях в поведении животных.

Осуществляет при необходимости социализацию животных. Следит за состоянием помещений для содержания животных и принимает меры к ремонту этих помещений. Оказывает методическую и практическую помощь владельцам собак. В случае необходимости оказывает ветеринарную помощь.

Знает, понимает и применяет действующие нормативные документы, касающиеся его деятельности. Знает и выполняет требования нормативных актов об охране труда и окружающей среды, соблюдает нормы, методы и приемы безопасного выполнения работ.

Таблица 2.5.1 – Штатное расписание сотрудников площадки по выгулу собак

Должность	Кол-во	Зарботная плата	Сумма з/п в месяц, (руб.)	Сумма з/п за год, (руб.)
Директор	1	27000	27000	324000
Бухгалтер	1	23000	23000	276000
Администратор	2	16000	32000	384000
Дрессировщик	1	12000	12000	144000
Уборщица	1	7000	7000	84000
Общий фонд з/п.	6	85000	101000	1212000

Площадка будет работать в две смены, график 2/2 с 6.00 утра до 23.00 вечера. Меняться будут только администраторы.

Дрессировщик приходит будет по предварительной записи с клиентом. Бухгалтер входящий, работает удаленно.

Уборщица приходит на территорию каждый день с 6.00 утра до 08.00 утра, в выходные дни с 08.00 утра до 10.00 утра. Форма оплаты труда всех сотрудников – окладная.

Предварительные сроки открытия площадки и этапов подготовки укажем в таблице 2.5.2

Таблица 2.5.2 – Календарный план

Процедура	Период			
	06.18	07.18	08.18	09.18
Регистрация деятельности ИП, сбор документов.	+			
Согласование по установке вольеров, планировке объектов на территории. Работа с архитектором. Оформление согласований с проверяющими ведомствами	+			
Ремонтные, строительные работы на территории		+		
Доставка и монтаж вольеров, оборудования в хозблоке, оснащение площадки. Покупка инвентаря.		+		
Наем сотрудников, проверка квалификации		+	+	
Рекламная кампания		+	+	+
Запуск площадки работу в работу				+

Возможно, что сроки сдвинутся, если не будет вовремя сформирован штат и возникнет задержка с отделкой и оснащением площадки.

2.6 Финансовый план

Рассчитаем планируемые финансовые потоки площадки по выгулу собак. Для финансовых расчетов были приняты следующие исходные данные: дата начала проекта: 01.06.2018, продолжительность: 2 года.

Для упрощения расчетов подготовительный период реализации проекта принят равным 1 месяц.

Для осуществления проекта необходим собственный капитал в размере 414 119 рублей и субсидии от Центра занятости в размере 59 000 рублей (это максимальная сумма на 2018 г.).

Для расчета окупаемости бизнес-плана были приняты следующие макроэкономические предпосылки:

1. Ежегодная инфляция составляет 10% годовых;
2. Коэффициент дисконтирования – 11%.

Кроме этого, были запланированы следующие налоговые начисления:

- НДС – 0% (упрощенная система налогообложения);
- НДФЛ – 13%;
- Социальные отчисления – 34,2%;
- Налог на прибыль – 6% с дохода площадки.

Расходы и доходы. Здесь мы сведем в общие таблицы все стартовые и ежемесячные затраты соотнесем с доходами, просчитаем среднюю прибыль и определим рентабельность и срок окупаемости.

Таблица 2.6.1 – Стартовые расходы на создание площадки

Расходы	Сумма, руб.
Аренда земли за 2 мес.	60 000
Закупка оборудования и материалов	295 919
Реклама	17 000
Зарплатный фонд	101 000
Итого	473 919 000

Таблица 2.6.2 – Ежемесячные расходы

Статья расходов	Сумма, руб.
Аренда земли	30 000
Зарплатный фонд	101 000
Реклама и маркетинг	17 00
Итого	141 800

Таблица 2.6.3 – Переменные затраты

Статья расходов	Сумма, руб./в мес.
Вывоз мусора	500
Хозяйственные расходы	1 500
Вода для животных	1 500
Канцелярские товары	500
Итого	4 000

Далее рассчитаем показатели рентабельности бизнеса. Просчитаем разницу между доходами и расходами для подсчета налога.

1. ФОТ до налогообложения составляет 101 000р.
2. Налоги (пенсионное + социальное страхование) = 34542р.
3. ФОТ с налогообложением = 101000 + 34542 = 135542р.
4. Ежемесячные расходы = постоянные затраты + переменные затраты = 182542 + 4000 = 186542р.

Отчисления от дохода у нас будут равны 6%/2 (т.к. налоги с ФОТ делают к вычету налог с оборота на 50% суммы (6%/2)).

Сумма затрат с налогами в мес. = $186542 / 97 \times 100 = 192\,311,88$ р.

Таким образом, получаем:

1-й год затраты с налогообложением = $192\,311,34 \times 11 = 2\,115\,424,74$ р.

2-й год затраты с налогообложением = $192\,311 \times 12 \times 1,1 = 2\,538\,509,69$ р.

Стартовые наши затраты до налогообложения составляют 355 919р.

Стартовые затраты с налогообложением = $355\,919 / 97 \times 100 = 366\,926,80$ р.

Самоокупаемость проекта без рентабельности = 1-й год затраты с налогообложением + 2-й год затраты с налогообложением + стартовые затраты с налогообложением:

$2\,115\,424,74 + 2\,538\,509,69 + 366\,926,80 = 5\,020\,871,23$ р.

Прибыль 15% (с учетом налогообложения) за весь срок окупаемости бизнеса = $5\,020\,871,23/100 \times 15/97 \times 100 = 776\,423,39$ р.

За весь срок окупаемости доход = $5\,020\,871,23 + 776\,423,39 = 5\,797\,294,62$ р. Для того, чтобы наш проект был окупаем, мы должны получать следующие показатели, что вполне реально для нашего проекта.

Доход в месяц = $5\,797\,294,62/23$ (кол-во мес.) = $252\,056,29$ р./мес.

Доход в день = $252\,056,298/30$ (дни) = $8\,401,88$ р./день.

Средняя цена выгула в час = $(150 \text{ р. (будние дни)} \times 5 + 200 \text{ (выходной день)} \times 2)/7 = 164$ р./час.

Таким образом, необходимое количество выгуливаемых собак в день по 1 часу должно быть $8\,401,88/164 = 52$ собаки/день. Наличия данного количества собак в сутки будет достаточно для того, чтобы наши затраты на ввод проекта окупились.

Далее рассчитаем и покажем на графике точку безубыточности проекта и показатель NPV. Эти показатели играют значимую роль при написании бизнес-плана. NPV показывает эффективность вложения в инвестиционный проект: величину денежного потока в течение срока его реализации и приведенную к текущей стоимости (дисконтирование). Расчет NPV и его график представлены в таблице 2.6.4.

Таблица 2.6.4 – Расчет NPV

Шаг расчетного периода, квартал	Приток денежных средств по проекту	Инвестиции и по проекту	Чистый поток денежных средств	Дисконт	Дисконтированный денежный поток денежных средств	NPV
0 период	0	366926,8	-366926,8	1	-366927	-366927
1 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,9756	174862	-192065
2 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,9518	170596	-21469
3 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,9286	166437	144968
4 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,906	162387	307355
5 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,8839	158426	465781
6 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,8623	154554	620335
7 период	756168,87	576934,02	179234,85	0,8413	150790	771125

$NPV=771125$ тыс. руб., следовательно, выполняется условие эффективности проекта ($NPV>0$), означающее превышение приведенных результатов над приведенными затратами. Таким образом, в результате реализации проекта ценность фирмы возрастает, а проект считается приемлемым.

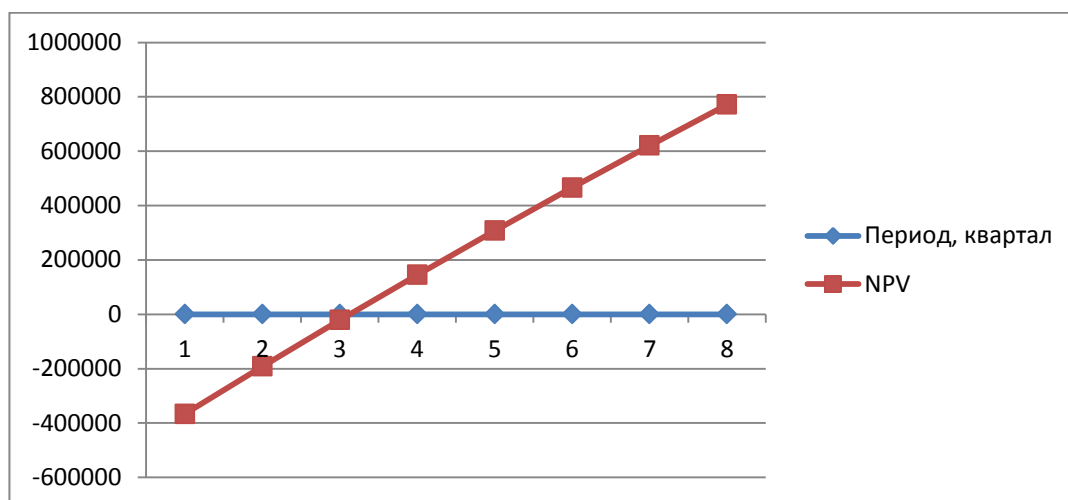


Рисунок 2.6.1 – График NPV

Точка безубыточности нам показывает размер физического количества продаж в течение отчетного периода (год, квартал, месяц), обеспечив который, наша площадка способна покрыть свои издержки и начать зарабатывать прибыль. Расчет с графиком точки безубыточности в таблице 2.6.5.

Таблица 2.6.5 – Расчет точки безубыточности

Исходные данные

Выручка (руб.)	252 056,29
Реализация (шт.)	1 560,00
Постоянные затраты (руб.)	192 311,34
Переменные затраты (руб.)	4 000,00

Рассчитываемые значения

Цена за единицу товара	161,57
Средние переменные издержки	2,56
Точка безубыточности (руб.)	195 412,43
Точка безубыточности (шт.)	1 209,43

Продолжение таблицы 2.6.5.

Объем выпуска	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Выручка	-	25205,63	50411,26	75616,89	100822,52	126028,15	151233,77	176439,40	201645,03	226850,66	252056,29
Постоянные затраты	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34	19231,34
Переменные затраты	-	400,00	800,00	1200,00	1600,00	2000,00	2400,00	2800,00	3200,00	3600,00	4000,00
Валовые затраты	15000,00	19271,34	19311,34	19351,34	19391,34	19431,34	19471,34	19511,34	19551,34	19591,34	19631,34
Реализация	-	156,00	312,00	468,00	624,00	780,00	936,00	1092,00	1248,00	1404,00	1560,00

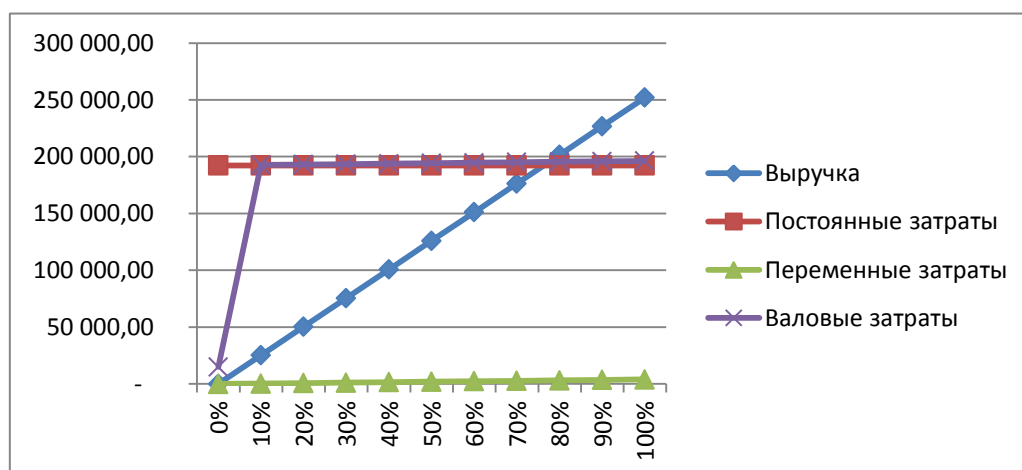


Рисунок 2.6.2 – Полный график (выручка, валовые, детальные затраты)

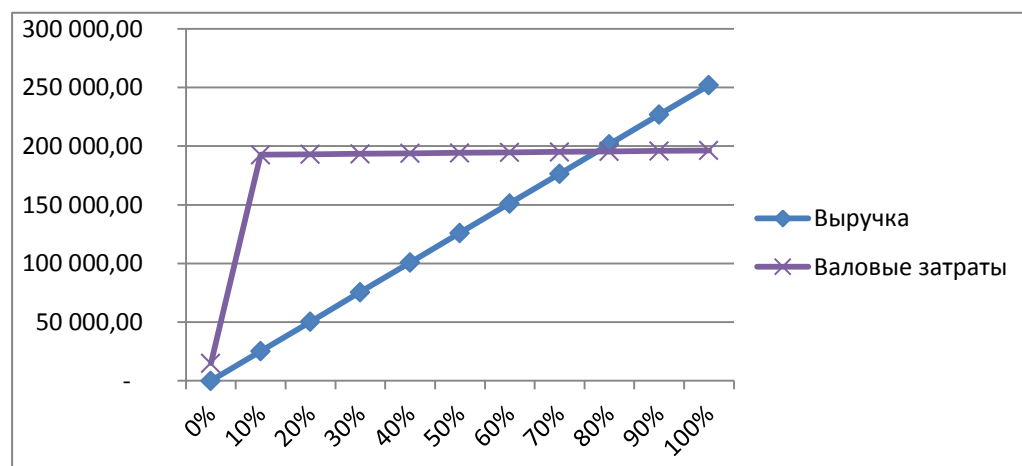


Рисунок 2.6.3 – Сокращенный график (выручка и валовые затраты)

Таким образом, исходя из расчетов и построения графика точки безубыточности, мы можем сделать вывод о том, что нашей площадке необходимо посещение 1209 собак в месяц, чтобы срабатывать в ноль. Срок окупаемости нашего проекта – 2 года.

2.7 Анализ рисков

При анализе рисков было выявлено, что на эффективность работы влияют множество факторов. Все основные риски перечислены в таблице 2.7.1.

Таблица 2.7.1 – Возможные риски проекта

Возможные риски	Влияние на ожидаемую прибыль	Меры по снижению влияния риска
1. Экономические риски связаны с неплатежеспособностью потребителя, неустойчивостью спроса, снижения цен конкурентами.	Уменьшение дохода	Постоянная работа с клиентами, гибкая ценовая политика,
2. Долгий период окупаемости бизнеса	Низкий доход	Составление качественного бизнес-плана, максимально точные расчеты затрат, установление стратегических целей по прибыли и активная рекламная деятельность на территории города и области
3. Сезонность	Уменьшение дохода	Специальные цены в зимний период времени.
3. Финансовый риск	Снижение дохода	Основная мера по снижению риска заключается в разработке инвестиционно-финансовой стратегии, целью которой является попадание в зону прибыльного функционирования.
4. Риск увеличения сроков реализации проекта	Увеличение срока окупаемости проекта	Правильное составление договорной документации (санкции за нарушение сроков).
5. Форс-мажорные обстоятельства	Снижение дохода.	Страхование.

Заключение

В современных условиях бизнес-планирование деятельности предприятий становится все более актуальным.

Анализ теоретических основ бизнес-планирования показал, что бизнес-план представляет собой модель деятельности предприятия, которая использует все элементы традиционного планирования применительно к категориям рыночной экономики – бизнесу, конкурентной борьбе, деятельности маркетинговых служб, коммерческому риску, стратегии безубыточности и необходимого уровня рентабельности.

Грамотно разработанный бизнес-план, позволяет эффективно развивать предпринимательскую деятельность, привлекать инвесторов, партнеров и кредитные ресурсы; используется для повышения эффективности управления предприятием и прогнозирования деятельности.

Разработка конкретного бизнес-плана в большинстве случаев процесс творческий, основанный на учете не только общих закономерностей бизнеса, но и специфических условий, личного опыта и знаний предпринимателя.

Для достижения цели в работе были определены и решены следующие задачи:

1. Рассмотрены теоретические основы бизнес-планирования;
2. Охарактеризованы этапы разработки бизнес-плана и его структуру;
3. Представлен российский и зарубежный опыт внедрения площадок для выгула собак;
4. Составлено резюме, маркетинговый план, организационный план, финансовый план бизнес-плана;
5. Проанализированы риски бизнес-плана.

В ходе рассмотрения бизнес-плана площадки для выгула собак было выявлено, что для реализации данного проекта требуется наличие финансовых средств, в размере 414 119 рублей.

В практической части работы был разработан бизнес-план создания площадки для выгула собак. В частности, проведен конкурентный анализ, описана оптимальная организационная структура для данной организации, которая будет способствовать повышению эффективности менеджмента и кадровой политики, сформирована маркетинговая стратегия, разработан финансовый план и оценены риска проекта.

В ходе наших расчетов, мы получили окупаемость проекта 2 года. Что касемо денежного выражения то мы должны получить следующие показатели: доход в месяц 252 056,29 руб. в месяц; доход в день 8 401,88 руб. в день; средняя цена выгула в час 164 руб. в час.

Таким образом, необходимое количество выгуливаемых собак в день по 1 часу должно быть 52 собаки в день. Наличие данного количества собак в сутки будет достаточно для того, чтобы наши затраты на ввод проекта окупились.

Расчет точки $NPV=771125$ тыс. руб., следовательно, выполняется условие эффективности проекта ($NPV>0$). Таким образом, в результате реализации проекта ценность фирмы возрастает, а проект считается приемлемым.

Условия реализации проекта могут считаться средне-рисковыми. Проведенные расчеты показали эффективность проекта и целесообразность его реализации.

Список литературы

1. Об ответственном обращении с животными [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 23 марта 2011 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». «Версия Проф.». Разд. «Законодательство».
2. Об утверждении муниципальной программы «Развитие жилищно-коммунального хозяйства города Белгорода на 2015 - 2020 годы» [Электронный ресурс] : Постановление администрации города Белгорода от 06.11.2014 г. № 21 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Информ. банк. «Версия Проф.». Разд. «Законодательство».
3. Об утверждении правил благоустройства, озеленение, обеспечения чистоты и порядка на территории Белгородского района, городских и сельских поселений Белгородского района [Электронный ресурс] : Решение муниципального совета Белгородского района от 23.01.2014 г. № 54. Режим доступа: <http://belrn.ru/wp-content/uploads/2014/05/139220843454.doc>.
4. Проект «Народная экспертиза», инициатива «Площадки для собак». [Электронный ресурс] : Дата Создания идеи: 21.04.2015. Режим доступа: <https://narod-expert.ru/idea/55350c03e4b0647091084ec4>.
5. Должна ли быть культура выгула собак? [Электронный ресурс] : Первый мульти портал КМ.RU. Темы: Общественно-политическая жизнь в России. Режим доступа: <http://www.km.ru/glavnoe/2004/07/21/obshchestvennoe-mnenie/dolzhna-li-byt-kultura-vygula-sobak>.
6. Актуальные проблемы благоустройства городов [Текст] : учебник для вузов под ред. Н.Н. Бочаровой. – Москва : Дело, 2018. – 487 с.
7. Балабонов, И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта [Текст] : учебник для вузов / И.Т. Балабанов. – Москва : Финансы и статистика, 2017.– 403 с.
8. Барнгольц, С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития [Текст] : учебное пособие / С.Б. Барнгольц. – Москва : Финансы и статистика, 2016. – 412 с.

9. Бахрушина, М.А. Бухгалтерский управленческий учёт [Текст] : учебник для вузов / М.А. Бахрушина. – Москва : ЗАО «Финстатинформ», 2015. – 308 с.
10. Берл, Г. Мгновенный бизнес-план: двенадцать быстрых шагов к успеху [Текст] : учебник для вузов / Г. Берл, П. Киршнер.– Москва : Дело, 2017. – 223 с.
11. Бекетова, О.Н. Бизнес-планирование. Конспект лекций [Текст] : учебник для вузов / О.Н. Бекетова, В.И. Найденков. – Москва : Эксмо, 2018. – 160 с.
12. Буров, В.П. Бизнес-план. Методика составления. Реальный пример [Текст] : учебник для вузов / В.П. Буров, О.К. Морошкин, О.К. Новиков. – Москва : ЦИПКК, 2016. – 267 с.
13. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта [Текст] : учебник для вузов / Т.С. Бронникова. – Москва : Альфа–М, Инфра–М, 2018. – 224 с.
14. Бэнгз Дэвид. Руководство по составлению бизнес-плана [Текст] : учебное пособие / Дэвид Бэнгз. – Москва : Финпресс, 2018. – 356 с.
15. Волков, А.С. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / А.С. Волков. – Москва : РИОР, Инфра-М, 2017. – 870 с.
16. Ворст, И. Экономика фирмы [Текст] : учебник для вузов / И. Ворст. – Москва : Высшая школа, 2015. – 389 с.
17. Власюк, И.В. Повреждения, причиняемые собаками, при агрессии в отношении человека [Текст] : учебник для вузов / И.В. Власюк // Дальневосточный медицинский журнал. 2018. №4.С. 115 – 139.
18. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия [Текст] : учебник для вузов / Л.Т. Гиляровская. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 256 с.
19. Горемыкин, В.А. Планирование на предприятии [Текст] : учебник для вузов / В.А. Горемыкин. – Москва : Юрайт, 2018. – 509 с.
20. Друри, К. Введение в управленческий учёт [Текст] : учебник для вузов / К. Друри. – Москва : Аудит, 2017. – 774 с.

21. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление [Текст] : учебник для вузов / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – Москва : ИНФРА–М, 2018. – 318 с.
22. Зигель, Э.С. Составление бизнес-плана [Текст] : учебник для вузов / Э.С. Зигель, Л.А. Шульц, Б.Р. Форд. – Изд. 2-е. – Москва : «Джон Уайли энд Санд», 2016. – 354 с.
23. Идрисов, А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций [Текст] : учебник для вузов / А.Б. Идрисов. – Москва : ПРО-Инвест-консалтинг, 2018. – 322 с.
24. Ионова, А.Ф. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации [Текст] : учебное пособие / А.Ф. Ионова. – Москва : Бухгалтерский учет, 2017. – 312 с.
25. Иванова, Г.П. Антикризисное управление: от банкротства к финансовому оздоровлению [Текст] : учебник для вузов / Г. П. Иванова. – Москва : Закон и право, ЮНИТИ, 2017. – 432 с.
26. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций, анализ отчетности [Текст] : учебник для вузов / В.В. Ковалев. – Москва : Финансы и статистика, 2016. – 451 с.
27. Козлова, О. И. Оценка кредитоспособности предприятий [Текст] : учебник для вузов / О.И. Козлова. – Москва : АО «АРГО», 2017. – 266 с.
28. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности [Текст] : учебник для вузов / Н.П. Кондраков. Изд. 2-е – Москва : Перспектива, 2018. – 567 с.
29. Кондратова, И.Г. Основы управленческого учёта [Текст] : учебное пособие / И.Г. Кондратова. – Москва : Финансы и статистика, 2016. – 243 с.
30. Карпова, Т.П. Управленческий учёт [Текст] : учебник для вузов / Т.П. Карпова. – Москва : ЮНИТИ, 2017. – 350 с.
31. Касьянова, Г. Ю. Управленческий учёт по формуле «три в одном» [Текст] : учебник для вузов / Г.Ю. Касьянова, С.Н. Колесников. – Москва : Статус – Кво, 2017. – 333 с.

32. Любанова, Т.П. Бизнес-план: Опыт, проблемы [Текст] : учебник для вузов / Т.П. Любанова. – Москва : Издательство Книга сервис, 2018. – 396 с.
33. Макаревич, Л.М. 200 правил бизнеса: Практическое руководство [Текст] : учебник для вузов / Л.М. Макаревич. – Москва : Издательство ДИС, 2017. – 592 с.
34. Маниловский, Р.Г. Бизнес-план: Методические материалы [Текст] : учебник для вузов / Р.Г. Маниловский. – Москва : Финансы и статистика, 2018. – 312 с.
35. Панков, В.В. Анализ и оценка состояния бизнеса : Методология и практика [Текст] : учебник для вузов / В.В. Панков. – Москва : Финансы и статистика, 2018. – 207 с.
36. Попов, В.М. Бизнес-план. Stepbystep: Практическое пособие [Текст] : учебное пособие / В.М. Попов. – Москва : Бизнес-Пресса, 2018. – 234 с.
37. Портер Майкл. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов [Текст] : учебник для вузов / Майкл Портер. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 454 с.
38. Пивоваров, К.В. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / К.В. Пивоваров. – Москва : Издательский дом Дашков и К., 2015. – 262 с.
39. Просветов, Г.И. Бизнес-планирование: Задачи, решения [Текст] : учебник для вузов / Г.И. Просветов. – Москва : Издательство РДЛ, 2017. – 207 с.
40. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия [Текст] : учебник для вузов / Н.А. Платонова. – Москва : Издательство ДИС, 2017. – 431 с.
41. Плешков, Б. Бизнес–План или как повысить доходность вашего предприятия [Текст] : учебник для вузов / Б. Плешков. – Москва : Анкил, 2016. – 321 с.
42. Сергеев, А.А. Экономические основы бизнес–планирования [Текст] : учебник для вузов / А.А. Сергеев. – Москва : Издательство ЮНИТИ, 2017. – 462 с.

43. Скоун, Т. Управленческий учёт: Как его использовать для контроля Бизнеса [Текст] : учебник для вузов / Т. Скоун. – Москва : Аудит, 2017. – 379 с.
44. Слинков, В.Н. Стратегического планирование на основе сбалансированной системы показателей. Стратегический контроль. Практические рекомендации [Текст] : учебник для вузов / В.Н. Слинков. – Москва : Дакор, 2018. – 384 с.
45. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст] : учебное пособие / Е.С. Стоянова. – Москва : Издательство «Перспектива», 2018. – 656 с.
46. Черняк, В.З. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие / В.З. Черняк. – Москва : Издательство РДЛ, 2015. – 271 с.
47. Черняк, В.З. Оценка бизнеса [Текст] : учебник для вузов / В.З. Черняк. – Москва : Финансы и статистика, 2018. – 411 с.
48. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли [Текст] : учебник для вузов / Под редакцией А.Н. Соломатина. – Москва : Питер, 2018. – 560 с.
49. Энтони, Р. Учёт: ситуации и примеры [Текст] : учебник для вузов / Р. Энтони. – Москва : Финансы и статистика, 2017. – 295 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Снаряды для дрессировки.

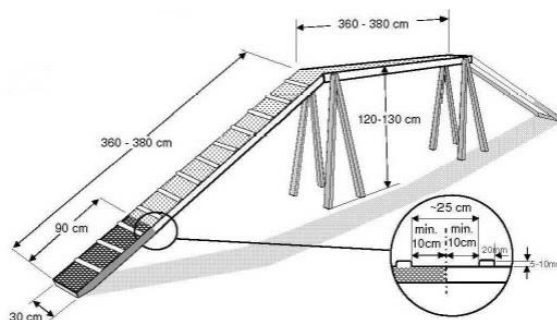


Рисунок 1 – Бум

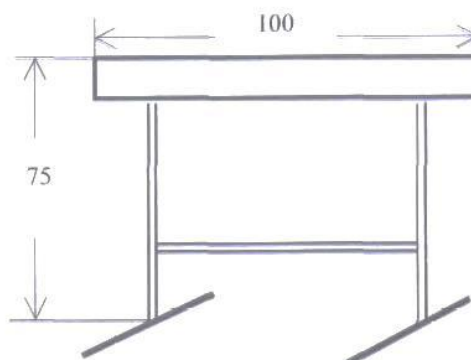


Рисунок 2 – Барьер

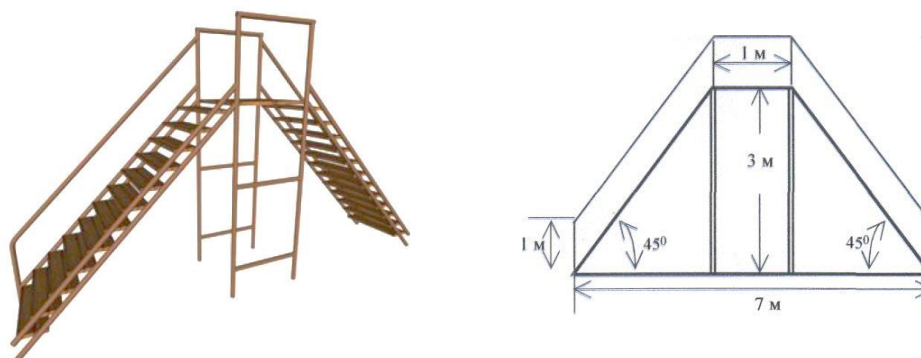


Рисунок 3 – Вышка

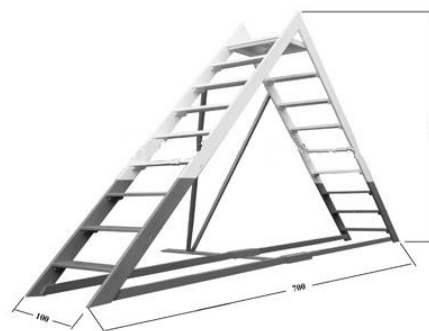


Рисунок 4 – Горка



Рисунок 5 – Забор

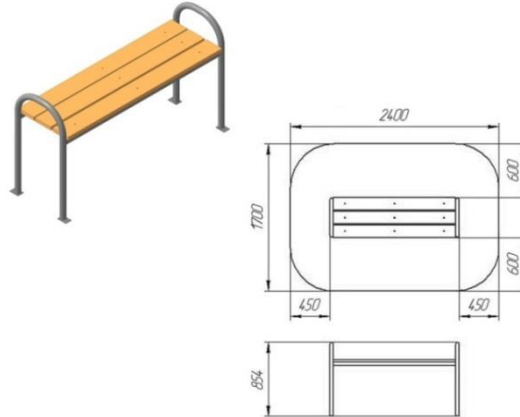


Рисунок 6 – Скамейка



Рисунок 7 – Фонарь



Рисунок 8 – Помещение для хранения инвентаря



Рисунок 9 – Навес от дождя

Процедура получения субсидии от Центра занятости.

1. Пишем заявление на получение пособия по безработице.
2. Обращаемся за консультацией к специалисту центра занятости.
3. Пишем заявление для подтверждения нашего желания открыть свой бизнес.
4. Проходим тестирование.
5. Разрабатываем бизнес-план.
6. Подаем документы на получение субсидии в центр занятости (заявление и бизнес-план).
7. Регистрируем ИП.
8. Предоставляете центру занятости населения документы о регистрации ИП и отчетную документацию по всем расходам.