

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Поволжский православный институт имени Святителя Алексия,
митрополита Московского»**

Кафедра Экономики и бизнес-развития

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) «Экономика и планирование на предприятии»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:
«Разработка бизнес-плана создания малого предприятия»

Выполнила студентка
3 курса группы Эз-331
Заочной формы обучения
Жемчугова Маргарита
Сергеевна
(Ф.И.О.)

(подпись)

Научный руководитель
Державина Дина
Александровна к.э.н., доц.
(Ф.И.О., должность, уч.степень, уч.звание)

(подпись)

Допустить к защите:
Заведующий кафедрой

(подпись)

(И.О.Ф.)

« » 20 г.

Тольятти
2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты бизнес – планирования	
1.1 Планирование и организация бизнес - процессов в условиях рыночных отношений.....	7
1.2 Классификация бизнес-планов.....	11
1.3 Экономическая и финансовая оценка эффективности проекта.....	14
1.4 Особенности разработки бизнес-плана в сфере услуг.....	19
Глава 2. Маркетинговый анализ рынка дрессировки собак	
2.1 Основные понятия и положения воспитания и дрессировки собак.....	23
2.2 Приемы дрессировки собак.....	26
2.3 Виды дрессировок собак.....	32
2.4 Виды дрессировочных центров.....	38
2.5 Анализ российского рынка дрессировки собак.....	39
2.6 Анализ потребительского спроса и конкурентной деятельности.....	43
2.7 Анализ экономической эффективности деятельности дрессировочного центра.....	47
Глава 3. Разработка основных элементов бизнес - плана создания дрессировочного центра	
3.1 Общая концепция проекта.....	52
3.2 Краткое описание предоставляемых услуг.....	53
3.3 Организационный план.....	56
3.4 Производственный план.....	59
3.5 Маркетинговый план.....	62
3.6 Финансовый план.....	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	73
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	76

ВВЕДЕНИЕ

Собака сопровождает человека с самых древних времен. Она была первым животным, которое первобытный человек приручил еще в каменном веке, т.е. 30 - 45 тысяч лет о нашей эры.

Собаководство в нашей стране является самостоятельной отраслью животноводства. Специалистами данной области называют кинологами. Всю кинологическую работу координируют Российская Кинологическая Федерация - (РКФ). Задачей РКФ является регистрация служебных собак, плановое разведение, дрессировка, организация выставок, проведения выводок молодняка, испытаний и состязаний дрессировщиков собак, отбор служебных собак для воинских частей и других организаций.

Дрессировка (от французского слова dresser – выправлять, обучать) - это процесс выработки у собаки комплекса рефлексов (навыков), необходимых для управления ее поведением. Как правило, это выполнение определенных действий по команде или жесту дрессировщика. Дрессировка – это сложный, многогранный процесс, требующий глубоких профессиональных знаний, интуиции, опыта, творческого подхода и, в не меньшей степени таланта дрессировщика.

Дрессируют разных животных и с разными целями, но не все животные одинаково легко поддаются дрессировке. Чем выше развита нервная система животного, тем оно легче поддается дрессировке.

Как ни в одной из других отраслей экономики, в дрессировочных центрах созрела конкурентная среда, сложились разнообразный ассортимент предлагаемых услуг и самая высокая предпринимательская и инвестиционная активность. Здесь реально апробированы меры организационно - экономического и нормативно - правового характера, направленные на согласование объемов, структуры и качества предложения и потребительского спроса.

Отправной точкой бизнеса всегда является идея и желание заниматься той деятельностью, которая приносит доходы.

Большинство людей не способны к разработке стратегий и игнорируют важность разработки плана действий, кто знаком с составлением правильного бизнес-плана, можно пересчитать по пальцам.

Известно, что бизнес-планирование составляет один из основных элементов системы управления деятельностью предприятия. Особую важность бизнес-план представляет потому, что он является основой структуры, обеспечивающей реализацию выбранных направлений маркетинговой деятельности. Он помогает определить статус предприятия и его подразделений, конкретизировать стратегические цели коммерческой деятельности и оценить шансы на успех.

Реализация любого предпринимательского замысла, включая сферу услуг, нуждается в составлении бизнес-плана, в котором этот замысел обосновывается и излагается программа воплощения в жизнь задуманного.

Во многих странах дрессировка собак приносит немалый доход. Прибыль от дрессировки собак бывает колоссальной. Прибыль можно получать не только от предоставляемых услуг, но, а ещё и от продажи сопутствовавшего товара.

Актуальность разработки бизнес плана создания дрессировочного центра состоит в том, что несмотря на непростое экономическое положение города Тольятти в настоящий момент, дрессировочные центры продолжают функционировать и более того, являются очень востребованными заведениями для любителей собак.

Объект работы – вновь создаваемый дрессировочный центр «Академия собак».

Цель выпускной квалификационной работы – обоснование экономической эффективности создания дрессировочного центра.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы бизнес-планирования;

- провести анализ дрессировочных центров;
- разработать основные элементы бизнес-плана.

Предмет работы – принципы и методы бизнес-планирования.

Теоретическую базу выпускной квалификационной работы составляют труды российских ученых в области бизнес - планирования как Фадеева Г. Д., Железняков Л. А., Артюхина О. В и другие.

Структура выпускной квалификационной работы содержит введение, три главы, заключение, список использованных источников. Текст работы включает 8 рисунков, 22 таблиц, 60 источник литературы. Общий объем работы – 80 страниц.

В первой главе выпускной квалификационной работы рассмотрены теоретические аспекты бизнес - планирования предприятия, в которой раскрываются теоретические основы планирования деятельности предприятий, классификация и особенности разработки в системе планирования деятельности предприятий.

Во второй главе проведен маркетинговый анализ рынка дрессировки собак и потребительского спроса. Рассмотрены виды дрессировочных центров, основные понятия и положения воспитания и дрессировки собак. Проведен анализ экономической эффективности деятельности дрессировочного центра ООО «КРИОС».

В третьей главе ведется разработка основных разделов бизнес-плана для создания дрессировочного центра. Рассматриваются и анализируются основные разделы бизнес-плана. Третья глава посвящена финансовому, производственному и маркетинговому плану. Каждая часть бизнес-плана имеет тесную связь с остальными.

Заключение содержит выводы, сделанные во время работы над выпускной квалификационной работой по вышеуказанной теме.

Глава 1. Теоретические аспекты бизнес – планирования

1.1 Планирование и организация бизнес-процессов в условиях рыночных отношений

Бизнес-процесс представляет собой последовательность работ, соотнесенная с отдельным видом производственно - хозяйственной деятельности компании и ориентированная на создание новой стоимости, например, на выпуск продукции.

Бизнес-процессы подразделяют на первичные и вторичные.

Первичными бизнес-процессами являются процессы, ориентированные на производство товара или оказание услуги, являющиеся целевыми объектами создания предприятия и обеспечивающие получение дохода. Именно первичные бизнес-процессы формируют результат и потребительские качества, за которые клиент готов платить деньги [18, с. 30].

Вторичными бизнес-процессами являются процессы, ориентированные на производство товара или оказание услуги, являющиеся результатами сопутствующему основному производству производственной деятельности и также обеспечивающие получение дохода [3, с. 6].

Планирование – это определение содержания и последовательности конкретных действий для достижения поставленных целей.

Планирование позволяет заглянуть в будущее бизнеса, разработать стратегию и тактику производственно - хозяйственной деятельности организации (предприятия) и, как следствие, приводит к намеченной цели с более эффективным результатом.

Процесс планирования – один из самых сложных этапов деятельности организации, которые требует знаний, больших умственных усилий, времени (специалисты считают, что на составление бизнес-плана затрачивается в среднем не менее 200 часов), а самое главное – воли для принятия решения и желания идти до победного конца [25, с. 74].

Одновременно планирование – это:

- Наука (используются научные подходы, совершенствуются и применяются новые методики планирования);
- Искусство (применяются разные виды и методы планирования в зависимости от конкретной ситуации, личных знаний, стиля и подхода к планированию);
- Вид деятельности (процесс выработки действий по достижению целей, отвечающий на основные вопросы рыночной экономики: Что производить? Как производить? Для кого производить?)

Планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления предприятием, в процесс которого преследуются следующие цели:

1. Направление экономических ресурсов для осуществления основных целей организации.
2. Получение максимальной прибыли в долгосрочном периоде без серьезных рисков.
3. Предвидение событий с целью минимизации риска и необоснованных потерь.
4. Координирование различных видов деятельности и подразделений.
5. Согласование интересов отдельных работников и групп в целом по организации.
6. Корректировка действий в связи с изменившимися обстоятельствами.
7. Контроль выполнения порядка, последовательности и сроков конкретных мероприятий.

Все перечисленное в концентрированном виде отражается в плане организации (предприятия) [15, с. 250].

План в экономике – это программа действий хозяйствующих субъектов, которая:

- Разрабатывает комплекс мероприятий по реализации стратегий и определяет пути и способы достижения желаемых результатов;
- Определяет порядок работы: последовательность и сроки выполнения конкретных мероприятий;
- Рассчитывает необходимые для этого ресурсы: основной и оборотный капитал, трудовые и кадровые ресурсы;
- Фиксирует показатели, которые необходимо достичь в конце планового периода.

В рыночной экономике планирование осуществляется через бизнес-планирование, которое реализуется в бизнес-плане и должно придерживаться следующих принципов:

- Научность. Необходимо применять научные методы в планировании и творчески подходить к данному процессу.
- Системность (единство). Внутренняя среда организации должна выступать как единый комплекс и вписываться во внешнюю среду.
- Координация – взаимодействие всех организационных звеньев одного уровня, например, цехов заготовительных и обрабатывающих.
- Интеграция – согласование действий между единицами различного уровня, например завод – цех – участок – рабочее место.
- Точность. Заданную степень точности можно спрогнозировать через многовариантность планов. Каждый план будет адекватен определенному состоянию внешних и внутренних условий работы предприятия. Из нескольких вариантов плана выбирается тот, который позволит при заданных условиях с наименьшими затратами достигнуть поставленной цели [3, с. 2].

Организации составляют три версии плана на предстоящий период:

1. Реалистичный (консервативный). Отражает наиболее вероятный исход развития компании, и, следовательно, вероятные объемы производства и продаж, прибыли, отпускные цены на продукцию и т.п.

2. Оптимистический. Предполагает, что при благоприятном развитии событий компания будет развиваться запланированными темпами, без рисков, что позволит получить большую величину прибыли.

3. Пессимистический. Учитывает максимальные риски и воздействие негативных факторов, событий.

С помощью плана можно выявить всевозможные трудности и проблемы, предусмотреть направления и меры, позволяющие устранить, преодолеть или минимизировать последствия неблагоприятных событий. В официальный бизнес-план включается, как правило, только реалистичный вариант расчета [3, с. 4].

Маневренность (гибкость) и непрерывность. Необходимо постоянно прорабатывать уже составленные разделы плана, уточнять их, так как цели и ситуация могут меняться, т.е. адаптироваться к изменению внешней и внутренней среды, в которой функционирует организация. По результатам мониторинга можно выявить отклонения фактических показателей от прогнозных и сделать вывод либо о необходимости внесения корректировок в план проекта, либо прекратить этот проект [11, с. 200].

Таким образом, бизнес-план – это программа деятельности и/или развития бизнеса хозяйствующего субъекта, где разрабатываются стратегия и тактика, направленные на достижение целей организации, и основанная на потребностях рынка и возможностях получения необходимых производственных ресурсов.

Бизнес-план решает главную задачу экономики в рамках конкретной организации: выбор наиболее эффективного способа распределения факторов производства с одновременным решением проблемы ограниченности ресурсов в целях максимального удовлетворения общественных потребностей [3, с. 8].

В современной практике бизнес-план выполняет пять функций:

1. Разработка стратегии развития бизнеса. Эта функция в первую очередь необходима в период создания предприятия или при выработке

новых направлений деятельности, например, полное или частичное перепрофилирование предприятия на выпуск новых видов продукции.

2. Планирование. Определяет жизнеспособность предприятия в условиях конкуренции, контролирует процесс внутри нее, т.е. производит оценку затрат, связанных с изготовлением и сбытом продукции, и прогнозирует величину прибыли.

3. Учет возможных рисков и минимизация затрат.

4. Привлечение инвестиций. Подготовка заявок для получения кредитов

(через банки, инвесторов) и экономических ресурсов, технологий инвесторов и/или партнеров, которые пожелают вложить в производство собственные ресурсы или имеющуюся у них технологию.

5. Вовлечение всех сотрудников в процесс составления бизнес-плана. Это создаст условия для информированности всех сотрудников о предстоящих действиях, распределит обязанности, скоординирует усилия и повысит их мотивацию по достижению цели.

Бизнес-план дает объективное представление о развитии организации и отвечает на основные вопросы: «Стоит ли вкладывать деньги в этот проект?» и «Принесет ли этот проект доход, которые не только окупит затраты, но и принесет прибыль?».

1.2 Классификация бизнес-планов

Бизнес-план является рабочим инструментом не только действующих, но и вновь создаваемых предприятий. Используется он во всех сферах предпринимательской деятельности независимо от масштабов, форм собственности и организационно-правовых форм предприятий. Прежде чем приступить к разработке бизнес-плана, необходимо определить миссию (цели) данной разработки. И уже на основании этого оценивать бизнес-план

по различным признакам (критериям), что позволит четко организовать процесс планирования с наименьшими затратами [3, с. 9].

Классификация бизнес-планов осуществляется по следующим критериям:

1. По целям разработки бизнес-планы бывают:

а) Инвестиционные – направлены на внедрение инноваций в виде новых технологий, продуктов или выход на рынок с традиционным продуктом. Осуществляется это через новое строительство или расширение действующего предприятия либо проведения реконструкции, модернизации, технического перевооружения;

б) Для выработки стратегии развития организации;

в) Для планирования деятельности организации;

г) Для финансового оздоровления действующего предприятия.

2. По объекту планирования. В бизнес-плане может планироваться деятельность следующих субъектов:

а) Предприятия в целом (нового или действующего);

б) Объединений (группы) предприятий;

в) Инвестиционного проекта (направления бизнеса).

3. По конечным потребителям. Бизнес-планы могут быть предназначены:

а) Для внутреннего пользования самого предпринимателя или руководства фирмы (как средство самоорганизации);

б) Банкам, инвесторам, акционерам;

в) Региональной администрации;

г) Бизнес-партнерам (покупателям, спонсорам, лизингодателям и др.).

4. По продолжительности решаемых задач (горизонту планирования) выделяют следующие виды бизнес-планов:

а) Стратегические (долгосрочные), представляющие совокупность основных целей предприятия и способов их достижения на протяжении длительного периода времени;

б) **Тактические (среднесрочные)**, охватывающие более короткий период (3-5 лет), используются для поддержки стратегических планов, содержат более точные определения действий, больше деталей и спецификаций;

в) **Оперативные (краткосрочные)**, представляющие собой систему бюджетирования деятельности предприятия в целом и его подразделений на ближайший финансовый год с выделением плановых заданий по обеспечению всех направлений финансово-хозяйственной деятельности организации.

5. По сложности проекта различают проекты простые, сложные и очень сложные.

6. По условиям конфиденциальности формируют бизнес-план.

а) **Официальный** – предназначен для перспективных партнеров, инвесторов, спонсоров и дает понятие об общей цели;

б) **Рабочий** – представляет собой повседневный рабочий документ для руководителя предприятия, команды разработчиков и консультантов.

Рабочий бизнес-план должен быть особо конфиденциальным, так как обычно содержит информацию, которую не включают в официальный бизнес-план, например, капитал, направляемый в бизнес, сведения о конкурентах или маркетинговая стратегия. Информация в рабочем бизнес-плане должна быть расположена под теми же заголовками, что и в официальном, чтобы было легко пользоваться обоими документами и вносить в них изменения.

7. По гибкости планов различают планирование:

а) **Директивное (статическое)** – сверху вниз с четко заданными показателями;

б) **Индикативное** – направляющее планирование с нечеткими рамками и возможностью внесения корректировок.

8. По стадии развития организации различают бизнес-планы:

а) Для зрелой фирмы – масштабные;

б) На начальной стадии развития фирмы – нечеткие и небольшие.

9. По стадии развития проекта на момент составления бизнес-плана различают: идею, эскизный проект, рабочий проект, опытная партия, действующее производство.

10. По объему различают сжатые и развернутые бизнес-планы.

11. По особенностям оформления бизнес-планы бывают с приложениями и без них.

12. По подходу к разработке бизнес-план может разрабатываться

а) Наемной группой специалистов, а инициаторы проекта участвуют в подготовке исходных данных;

б) инициаторами проекта, а методические рекомендации получаются у специалистов (банкиров, юристов, аудиторов), возможных потребителей, инвесторов.

13. По используемой программе финансового моделирования: Project Expert, Alt Invest, ТЭО-Инвест, COMFAR Expert, ИНЭК-Аналитик, расчеты на базе Excel, в т. ч. с использованием шаблонов финансовых моделей (например, FinModel Expert).

1.3. Экономическая и финансовая оценка эффективности проекта

На основе производственного и финансового планов можно рассчитать многие экономические и финансовые показатели. На первый план выходит критический объем производства, представляющий расчет условий достижения безубыточности, который характеризуется такими показателями, как:

1. Точка безубыточности (критическая) ($Q_{кр}$) показывает, при каком объеме выпускаемой продукции предприятие не имеет ни прибыли, ни убытка. Для ее расчета используется формула:

$$Q_{кр} = \frac{FC}{P-VC}, \quad (1)$$

где:

- FC (fixed costs) – сумма накладных (условно-постоянных) затрат, необходимая для коммерческой деятельности, руб.;

- P (price) – цена за единицу продукта, руб.;

- VC (variable costs) – сумма средних условно-переменных затрат на единицу продукта, руб.

2. Порог рентабельности ($V_{кр}$) – это такая выручка, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает прибыли.

Рассчитывается по формуле

$$V_{кр} = Q_{кр} \cdot P, BV_{кр} = \frac{FC \cdot B}{Пв}, \quad (2)$$

где:

- B – размер выручки, руб.;

- Пв – валовая прибыль, руб.

- Запас финансовой прочности ($V_{пр}$) – это сумма, на которую предприятие может позволить себе снизить выручку, снижая объем производства или цену продукта, не выходя из зоны прибылей:

$$V_{пр} = B - V_{кр}; \quad (3)$$

- Маржа безопасности (Q) показывает количество продукции, которое не позволит предприятию выйти из зоны прибыли:

$$Q_{бз} = Q - Q_{кр}, \quad (4)$$

где Q – количество продукции, шт.

Последние два показателя указывают на то, как далеко предприятие находится от точки безубыточности. Это оказывает прямое влияние на управленческие решения. Если объем производства приближен к точке безубыточности, то возрастает проблема управления постоянными затратами, т. к. их доля в стоимости возрастает [12, с. 41].

Расчеты этих показателей следует осуществлять как для планового задания, так и по фактическим результатам. Это даст возможность постоянно

держат под контролем деятельность предприятия без убытков. Желательно выполнять расчеты критического объема производства для нескольких уровней (не менее трех) возможной цены реализации и прогноза реализации, что позволит более динамично принимать управленческие решения. [9, с.143]

Показатели критического объема производства можно определить и графическим путем (рис.1). Для построения этого графика составляются уравнения следующего вида:

1. Уравнение выручки:

$$V=Q*P \quad (5)$$

2. Уравнение общих затрат (ТС):

$$TC=FC+Q*V_{ед} \quad (6)$$

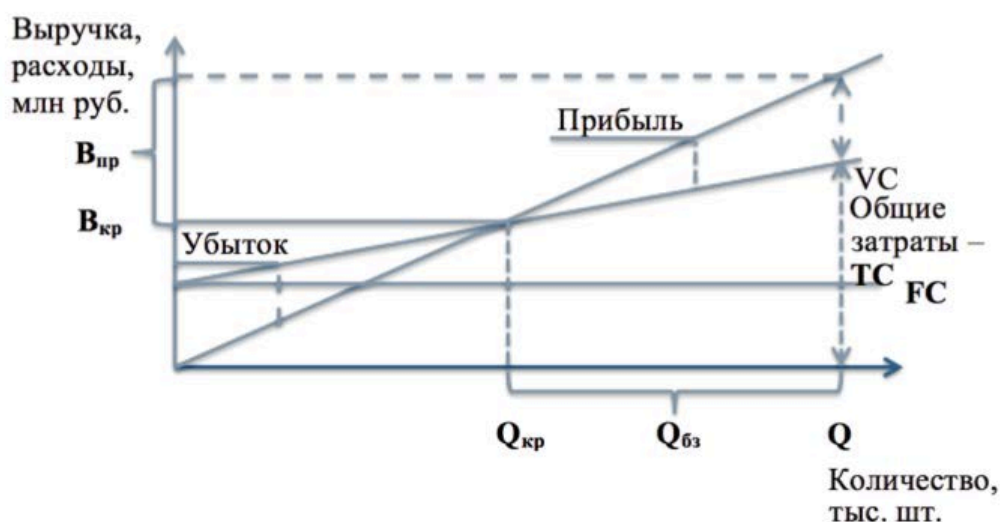


Рисунок 1- График критического объема производства

К другим, не менее важным показателям относят коэффициенты ликвидности К1 и К2, деловой активности К3 и К4, рентабельности К5 и К6, финансовой устойчивости. Рассчитываются они следующим образом:

1. Коэффициент ликвидности К1, характеризует ликвидность оборотных средств и отражает достаточность у фирмы оборотного капитала, который может быть использован ею для погашения своих краткосрочных обязательств. Этот коэффициент рассчитывается по формуле:

$$K_1 = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}}; \quad (7)$$

2. Коэффициент ликвидности K_2 - определяет быстроту ликвидности оборотных средств и определяется по формуле:

$$K_2 = \frac{\text{Оборотные активы} - \text{Запасы} - \text{НДС} - \text{Дебитовая задолженность} > 12 \text{ мес.}}{\text{Краткосрочные обязательства}}; \quad (8)$$

3. Коэффициент деловой активности K_3 , характеризующий оборачиваемость активов. Определяется по формуле:

$$K_3 = \frac{\text{Выручка от продаж}}{\text{Активы (средние за отчетный период)}}; \quad (9)$$

4. Коэффициент деловой активности K_4 , характеризующий оборачиваемость запасов, они определяются по формулам

$$K_4 = \frac{\text{Себестоимость реализованной продукции}}{\text{Запасы (средние за отчетный период)}}; \quad (10)$$

5. Коэффициент рентабельности продаж K_5 - определяет процент прибыли в каждом рубле выручки. Определяется по формуле:

$$K_5 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка от продаж}} * 100\%; \quad (11)$$

6. Коэффициенты рентабельности активов K_6 - показывает результативность использования имущества предприятия. Определяется по формуле:

$$K_6 = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Активы}} * 100\%. \quad (12)$$

В мировой практике рекомендуются следующие значения коэффициентов которые указаны в таблице 1 :

Таблица 1 - Коэффициенты для малых и средних предприятий

	K1>	K2>	K3>	K4>	K5>	K6>
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Продолжение таблицы 1

Для крупных предприятий	1,8	1,0	2,0	5-7	8,2%	14,7%
Для малых фирм предприятий	1,8	0,9	3,2	7,0	6,7%	15%

Для российских предприятий эти коэффициенты имеют желательный характер. При анализе финансовой деятельности фирмы с помощью значения этих коэффициентов можно сделать вывод:

- Если значения всех коэффициентов выше приведенных цифр, то фирма работает эффективно.

- Если значение какого-либо коэффициента несколько ниже рекомендованного уровня, то он должен постоянно контролироваться вплоть до устранения причины его низкого значения.

- Если все коэффициенты будут существенно ниже рекомендованных уровней, необходимо немедленно серьезно заняться анализом всей финансово-хозяйственной деятельности фирмы.

7. Коэффициент автономии (K_a). Он определяет долю собственного капитала в сумме всего вложенного капитала. Рассчитывается:

$$K_a = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Пассивы}}; \quad (13)$$

8. Коэффициент маневренности (K_m) показывает мобильность средств фирмы. Рассчитывается по формуле:

$$K_4 = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Собственный капитал}} \quad (14)$$

9. Коэффициент задолженности (K_z). Рассчитывается по формуле:

$$K_4 = \frac{\text{Общая задолженность}}{\text{Собственный капитал}}; \quad (15)$$

Анализ экономических и финансовых показателей позволяет руководству принять правильные решения по организации эффективной производственно- хозяйственной деятельности предприятия [17, с.15].

1.4. Особенности разработки бизнес-плана в сфере услуг

Бизнес-план является широко распространенным в современной рыночной экономике рабочим инструментом менеджмента организации, используемым во всех сферах предпринимательской деятельности. Он описывает в сфере услуг процесс функционирования предприятия и его подразделений, и отвечает на вопрос, каким образом руководство собирается достичь своих целей и задач.

Бизнес-план – это визитная карточка, по которой возможные партнеры по бизнесу оценивают шансы на успех предпринимаемого дела. Он выступает основой при переговорах с возможными партнерами, клиентами, инвесторами, банками и т.д [1, с. 408].

Все это показывает актуальность исследования особенностей составления бизнес-плана.

Любой бизнес зависит от компетенции сотрудников, а бизнес в отрасли услуг - особенно. Закономерно, заработная плата занимает значительную долю в общей структуре расходов. Причем зачастую заработная плата является постоянной. Кроме того, в ряде случаев бизнес в сфере услуг использует для старта арендованное имущество: помещения, оборудование или транспортные средства. В итоге, доля постоянных расходов оказывается очень значительной, что влечет за собой долгий выход на самофинансирование [16, с. 88].

Высокий уровень постоянных расходов отодвигает срок выхода на самофинансирование на полгода, а то и на год от старта бизнеса. Все это время вашей компании понадобится систематическое вкладывание денег: на покрытие постоянных расходов, а также на финансирование рекламы [9, с. 17].

В сфере услуг как нигде важна клиентоориентированность и доверие. Услуга отличается от товара тем, что ее качество невозможно проверить до сделки. А качество некоторых услуг невозможно проверить даже после их оказания. Принимая решение о покупке услуги, клиент обращает особое внимание на надежность и «комфортность» компании. Важно наличие положительных отзывов, вежливость и компетентность сотрудников, чистота в помещении, интерьер, наличие дополнительных услуг. Примерно половина наших клиентов, развивающих бизнес в сфере услуг, закладывают в план расходы на обучение персонала [2, с. 35].

Открывая бизнес в сфере услуг, нужно включать в бизнес-план расходы, связанные с:

- повышением уровня доверия к вашей компании;
- комфортом для клиентов во время работы с вами.

Бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

1. Определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
2. Сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения; определить лиц, ответственных за реализацию каждой стратегии;
3. Выбрать состав и определить показатели товаров и услуг, которые будут предлагаться фирмой потребителям; оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации;
4. Оценить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
5. Определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и т.п.;
6. Оценить материальное и финансовое положение фирмы и соответствие материальных и финансовых ресурсов достижению поставленных целей;

7. Предусмотреть трудности и "подводные камни", которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Бизнес-план организации выполняет следующие функции:

1. Заставляет руководителей заниматься перспективами фирмы;
2. Позволяет осуществлять более четкую координацию предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей;
3. Устанавливает показатели деятельности фирмы, необходимые для последующего контроля;
4. Заставляет руководителей четче и конкретнее определять свои цели и пути их достижения;
5. Делает фирму более подготовленной к внезапным изменениям рыночной ситуации (повышает скорость адаптации);
6. Наглядно демонстрирует обязанности и ответственность всех руководителей фирмы.

Последние годы характеризуются повышением роли сферы услуг, увеличением ее удельного веса в экономике, опережающим ростом занятости, появлением новых форм обслуживания производства и населения. Наиболее быстрорастущей и перспективной областью становится оказание деловых и профессиональных услуг. Эта отрасль - наглядный пример находчивости и изобретательности новых бизнесменов, их фантазии. Именно сюда сегодня устремились сотни тысяч мелких предпринимателей [8, с. 20].

На основании рассмотренного теоретического материала первой главы, аспекты бизнес - планирования было установлено следующее.

Именно сфера услуг составляет, в экономически развитых странах, основную часть экономики по числу занятых. Остальными частями экономики принято считать промышленность и сельское хозяйство.

Сфера услуг является сводной обобщающей категорией, включающей воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами. Ее часто относят к постиндустриальному экономическому укладу.

В любой организации предоставление качественных услуг, залог получения прибыли. Ни одно предприятие не сможет работать прибыльно в условиях рыночной экономики без тщательно подготовленного бизнес-плана. Бизнес-план дает детальные пояснения, как будет происходить управление бизнесом, с тем чтобы обеспечить его прибыльность, а также возвратность инвестиций.

Бизнес-план разрабатывается не только для действующих, но и вновь создаваемых предприятий. Используется он во всех сферах предпринимательской деятельности независимо от масштабов, форм собственности и организационно-правовых форм предприятий.

Важную роль играет планирование, планирование позволяет заглянуть в будущее бизнеса, разработать стратегию и тактику деятельности организации и, как следствие, приводит к намеченной цели с более эффективным результатом.

Глава 2. Маркетинговый анализ рынка дрессировки собак

2.1 Основные понятия и положения воспитания и дрессировки собак

По статистике, у каждой пятой семьи в России есть собака. Но далеко не каждый знает, как сделать свое соседство с животным приятным и безопасным.

Воспитание и дрессировка собаки преследует цель, во – первых, определить место собаки в домашней иерархии, а во – вторых, побудить ее к соблюдению правил [42, с 100].

Воспитание – повседневный процесс, в ходе которого владелец и вся его семья прививают растущей собаке определенную манеру поведения, показывают животному, какие его действия приятны и поощряемы, какие допустимы, а каких не должно быть вовсе. Воспитанная собака удобна и интересна для хозяев, она воплощает в себе если и не идеал Собаки, как ее представляют себе люди, то хотя бы нечто близкое к идеалу. Для всех людей это животное не должно быть социально приемлемым [37,с 76].

Как это ни странно, но основные проблемы невоспитанного щенка, а затем и молодой собаки возникает из-за неграмотности владельца и незнания элементарных правил обращения с собакой, ее воспитания и дрессировки. Не собака виновата в том, что плохо себя ведет, а тот, кто поощряет такое плохое поведение и не предпринимает даже малейших шагов для воспитания собаки [42, с 103].

Портрет воспитания собаки:

- На прогулке воспитанная собака живет своей жизнью и не мешает жить другим;

- Не лает без дела и не завывает целыми днями, оставшись одна в квартире;

- Не кидается к прохожим с грозными рыком;
- Не пристает ко всем встречным с требованием немедленно погладить;
- Не обижает маленьких собак и не провоцирует на драки больших, спрятавшись за широкую спину хозяина;

- Не гоняется за кошками, бегунами и лыжниками;

Иными словами, воспитанная собака не должна вызывать у чужих людей страха и раздражения – ее просто должны не замечать.

Для собак нет понятия « маленький и глупый, подрастет поумнеет». Щенок воспринимает 75% всей информации, которую должен получить на протяжении всей жизни. Именно поэтому максимальная нагрузка на владельца при воспитании собаки ложится на период от двух до шести месяцев. Именно в этот период закладывается основы правильного поведения собаки и ее дисциплины.

Воспитание щенка начинается даже не с первых его шагов в новом доме, а гораздо раньше. Еще до поездки за собакой нужно решить, какое поведение собаки приемлемо. Перечень запретов должен быть небольшим и логичным, т.е. ряд сходных действий либо запрещен, либо разрешен.

Дрессировка собак – это основная часть воспитания, позволяющая превратить собаку в охранника, поводыря, сторожа; натаскать ее для охоты, поиска; или привить какие-нибудь другие не менее значимые навыки[28, с 4].

Для того что бы иметь возможность в любой ситуации управлять поведением собаки, владельцу необходимо ее выдрессировать, т.е. выработать и закрепить некие навыки, которые собака выполняет по его команде.

Дрессировать следует не только пользовательных собак, но и самых маленьких собачек – компаньонов. Когда хозяин может на расстоянии управлять поведением своего питомца, это не только делает собаку социально приемлемой, но может в буквальном смысле спасти ей жизнь [36, с 134].

Существуют правила дрессировки собак, которые позволяют выработать у них структуру поведения, которая полностью отвечает

требованиям владельца. В данной ситуации необходимо только одно условие – владелец должен знать и понимать, что он хочет от своей собаки.

Многие не хотят дрессировать своего питомца, так как с этим процессом связаны устоявшиеся домыслы, которые указаны в таблице 2.

Таблица 2 - Домыслы и факты о дрессировке

Домыслы	Факт
Это насилие над свободным животным.	Дрессировка собаку дисциплинирует и делает управляемой.
Дрессировка невозможна без битья.	Битье собаки – это запущенный до крайней степени конфликт с хозяином.
Породистой собаке не нужна дрессировка, она и так должна все знать от природы.	Собака никому ничего не должна. Породная предрасположенность к той или иной собачьей профессии означает всего лишь легкость обучения и эффективность исполнения работы.
Дрессировка возможна лишь на специальной площадке.	Собаку гораздо удобнее дрессировать дома и на прогулках. Дрессировочная площадка нужна лишь для закрепления уже выработанных навыков.
Эта работа, доступная лишь профессионалам, и собаку придётся отдавать для обучения в специальную школу.	Каждый дрессирует собаку для себя, учит ее слушаться и учится управлять сам.
Отнимает много времени.	Свобода – вообще категория абстрактная. Мать щенка учит своих детей достаточно жестко, что не мешает им ее любить.
Дрессировка делает собаку тупой	Дрессировка собаку дисциплинирует и делает управляемой.

Основные положения:

1. Главной причиной поведения является потребность.
2. Потребность, достигая определенного уровня, изменяет характер восприятия внешней информации и определяет последующее поведение.
3. Первым этапом дрессировки является выбор потребности и создание условий, обеспечивающих ее доминирование.
4. Навык, формируемый в процессе дрессировки, представляет собой типичный поведенческий акт.

5. Подкреплением в дрессировке может быть любое событие, влияющее на вероятность повторения связанного с ним поведения.

6. Положительное подкрепление увеличивает частоту повторения в будущем связанного с ним поведения, отрицательное подкрепление — уменьшает.

7. Дрессировка представляет собой процесс формирования знаний, умений и навыков.

8. Навыком может быть любое действие, сформированное путем повторения.

2.2 Приемы дрессировки собак

Понятие «дрессировка» знакомо, наверное, всем тем, кто так или иначе приобщен к собачьему миру. Но дрессировка бывает, как известно, разной. И инструкторы тоже бывают разные: со своим, порой весьма специфическим взглядом на мир и на его «собачью» часть в частности. Иногда мы считаем это отношение негуманным и даже жестоким по отношению к животным, иногда просто не понимаем смысл того, что делают с нашими питомцами эти странные люди. И это понятно, ибо дрессировщик или тренер - особая специальность, для овладения которой требуются годы - несмотря на то, что опытным мастером себя считает любой человек, три раза посетивший дрессировочную площадку [27, с 92].

Порой мы не можем выбрать нужный вид дрессировки, путаясь в понятиях, терминах и требованиях к собаке. Иногда мы вообще не считаем нужным собаку воспитывать - пусть живет и не мучается.

Правда, потом, как правило, мучаемся сами, причем не только морально. А ведь собаку, по идее, в дом берут для радости, чтобы лучше ощущать себя в этом мире - это своего рода мостик между природой и человеком, своеобразная отдушина. Но отдушина эта может стать мучением,

если при выходе на улицу, например, хозяин хватается за все пролетающие мимо предметы, и прогулка с питомцем ему каждый раз напоминает восхождение на Голгофу.

Порой мы берем щенка, надеясь, что из него вырастет собака именно той породы, которая указана в его родословной, и эта собака будет «автоматом» и защищать, и охранять, и слушаться только потому, что в характеристике породы указаны эти ее функции. А она почему-то и не охраняет и не слушается. И на сородичей своих, однопородников, не очень похожа. Мы начинаем в панике искать человека, способного исправить ситуацию, и пробуем в этой роли одного, затем другого «специалиста», каждый из которых дает такую убийственную характеристику предшественнику, что потом долго коришь себя за излишнюю доверчивость и начинаешь сомневаться в собственном здравом смысле и способности отличать черное от белого [49, с 55].

Если говорить об этике специалистов, то есть тех, кто готовит собаку, а если быть точнее, даже не собаку, а человека, который будет потом общаться с собакой, то их влияние на дальнейшие взаимоотношения собаки со своим хозяином трудно недооценивать. Владелец часто обращается в любую близлежащую школу, площадку, не предполагая, видимо, что обучает не место, не площадка, не школа, не название, а конкретные люди [49, с 57].

Владельцу нужно чтобы собака не убегала от него и подходила по его зову, не тянула поводок, не подбирала всякую гадость с земли, не кидалась на всех подряд и в то же время не ласкалась к посторонним, не бегала за кошками, сидела бы «на выдержке», защищала бы его, когда это потребуется, ходила рядом, была бы приучена к показу зубов, если ходит на выставки. Как правило, люди идут на ближайшую площадку или к инструктору, цены которого приятно удивляют клиента. И, бывает, потом долго раскаиваются. Бесплатный сыр, как известно, бывает только в мышеловке. И дешевый, кстати, тоже.

Еще один важный момент - формирование взаимоотношений человека и собаки, которые инструктор обеспечивает в результате дрессировки. То есть насколько надежно собака в дальнейшем будет слушаться своего хозяина или насколько надежно она будет его защищать или работать еще по какой-либо специальности. Часто мы видим, как бьются профессионалы, перестраивая «сделанную» каким-нибудь бывшим военным собаку (а в дрессировку очень часто приходят люди из пограничных и внутренних войск), пытаясь скорректировать ее поведение. Потому что армейская дрессура ориентирована на то, чтобы за полгода или год подготовить собаку для служебного использования. Она имеет довольно грубую схему, предполагающую жесткое, а подчас и жестокое обращение с животным. Чаще всего к городским собакам данная схема неприменима по двум причинам: домашнее животное привыкает к определенному стилю общения, и когда он вдруг резко меняется, отношения между хозяином и собакой ломаются. И, как следствие, собака впадает в депрессию и становится непригодной к служебному использованию. И вторая причина, которая касается, прежде всего, собак с крепким, жестким характером, - в ситуации жестокого подавления собака часто загоняется в «психологический» тупик, не понимая смысла задачи, поставленной владельцем. Он не замечает этого и продолжает настаивать на своем, зачастую довольно грубыми методами.

В результате он рискует быть серьезно искусанным своим же любимцем. Что касается караульной и защитной служб, то для многих современных пород собак наша старая схема тоже не подходит, ибо армейская дрессировка ориентирована на подготовку собаки на базе реальной агрессии: животное, как правило, начинают сначала злить, а потом «тормозить» агрессию по определенным правилам. Но позднее «торможение» агрессии - вещь тонкая и далеко не каждый дрессировщик, к сожалению, владеет этой методикой. А некоторые вообще предлагают агрессию не тормозить, что, конечно же, недопустимо [50,с 62].

Люди идут на самые различные ухищрения, чтобы заработать деньги. Предлагают готовить собак-киллеров (в Интернете висит такое объявление), предлагают обучить их всему за три дня, ну и так далее.

Вариантов много. Есть даже запрещенные законом. Все это с удовольствием использует как «желтая» пресса, так и не менее «желтые» программы Центрального телевидения, буквально пирующие на таких фактах и с их помощью манипулирующие общественным сознанием. Если говорить о правильной дрессировке, то владельцу прежде всего необходимо определиться с выбором курса, благо их сегодня существует немало.

Прежде чем начинать дрессировать собаку, необходимо добиться прочного контакта с ней. Если собаке интересно с хозяином, только тогда она захочет ему подражать и делать то, что нравится человеку - вожаку.

Существуют множество приемов дрессировки собак, наиболее распространенные из которых:

1. Привлечение или поощрение - основан на применении лакомства или игрушки. Привлечение, или «соблазнение», имеет свои преимущества и недостатки. Иногда очень легко сообщить собаке необходимый стиль поведения посредством привлечения. В начальной фазе собака должна быть поощрена каждый раз, чтобы достичь уверенности в выполнении упражнения. Тогда собака будет уверена в том, что делает. Однако, чтобы затем поставить такое поведение под сигнальный контроль имеет возможность отзывать собаку при необходимости, следует максимально быстро отказаться от соблазнения.

«Лакомство или мяч перед носом блокирует мозг». Часто чрезвычайно сложно подвести поведение под сигнальный контроль, если человек слишком много помогает собаке в ходе дрессировки, ведь обучение сильно зависит от ситуации. В случае опытов с привлечением это значит, что собака полагается на вашу помощь и на привлечении.

Во избежание привыкания собака должна быть поощрена или через два, или через одно, или через четыре повторения. При варьирующем интервале поощрений собака станет сотрудничать еще активнее, особенно если может рассчитывать на Джек - пот при отличном выполнении задания. При плохой работе собака не должна получать ничего. При данном приеме легко устанавливается контакт дрессировщика с собакой и быстро образуется вырабатываемый у нее условный рефлекс.

2. Механический прием и дрессировка с кликером - В современной дрессуре этот метод считается самым эффективным. При механическом приеме и дрессировке с кликером применяют так называемое «условное подкрепление». Основан на подкреплении команды с помощью сигнала «клик» или рывком поводка.

Сигнал «клик» приобретает для собаки следующие значения:

- Внимание! Сейчас!
- То, что ты сейчас делаешь, я нахожу хорошим.
- Ты сейчас получишь за это награду.

Однако кликер можно использовать для особенного точного расчета времени, когда собаке сообщается, чего от нее ожидают.

С помощью данных воздействий у животного вызываются нужные для дрессировщика действия. Этим простым, но действенным путем можно сформировать индивидуальный тип поведения и выдрессировать собаку в комплексных действиях [56, с 137].

При данном виде можно добиться безотказного выполнения собакой команд.

3. Игнорирование - Собаки экономны. Они выбирают тот тип поведения в течении дня, который каким - либо способом будет вознагражден. Если действие больше не дает преимуществ, то оно будет забыто. Поэтому игнорирование можно с успехом применять как метод исправления нежелательного поведения. Поведение, которое будет игнорироваться человеком, спустя определенное время будет проявляться у

собаки все реже и в итоге исчезнет. Таким образом можно извести нежелательное или навязчивое поведение.

Игнорировать - значит не разговаривать с собакой в этот момент, не смотреть на нее и не касаться.

4. Подражательный прием - распространен в некоторых видах специальной дрессировки, например - пастушьей, караульной службах. При данном виде в работе обученных взрослых животных участвуют щенки, которые быстро перенимают навыки взрослых собак.

5. Закрепление - Дрессировка должна выполняться в более отвлекающих ситуациях и разных местах. Таким образом собака сумеет выполнить команду в любое время.

В обобщающих дрессировках отвлечение осуществляется за счет присутствия собратьев по виду. Так же должна быть отработана близость чужих людей, объектов охоты или работа на местности с обильным кустарником [37, 200]

Благодаря этим приемам у собак вырабатываются навыки, обеспечивающие управление их поведением.

Основные предпосылки к дрессировке - избегание давления и чрезмерных требований. Чрезмерная придирчивость и недопонимание быстро ведут к тому, что собака старается избежать выполнения заданий.

При дрессировке собак используются определенные, нормативные команды, произношение которых нельзя менять по своему усмотрению. Следует также строго соблюдать интонацию голоса при подаче различных команд: приказных – спокойным, но строгим тоном, поощрительных - ласковым, бодрым тоном, запрещающих – угрожающим, настойчивым.

Немаловажное значение имеют движения и жесты дрессировщика, являющегося для собаки сильным раздражителем. Его поведение должно быть уверенным и спокойным. Недопустимы порывистые, резкие движения, топанья ногой, замахи.

При отработке любого навыка необходимо следовать основному правилу дрессировки – команда, жест всегда должны на 1-2 секунды предшествовать действию дрессировщика, способствующих выполнению собакой данной команды.[37, с 203]

На начальном этапе обучения за правильно выполненной командой обязательно должно следовать поощрение собаки лакомством, поглаживанием, ласковой интонацией (похвалой).

В процессе занятий периодически следует предоставлять собаке отдых, свободу движений, играть с ней.

До того момента, пока навыки окончательно не выработаны, заниматься с собакой должен только один человек.

Лучшее время для занятий дрессировкой – утром или вечером до кормления собаки, идеальная температура воздуха – 12-15 тепла, без осадков и резкого ветра.

2.3 Виды дрессировок собак

В мире существует огромное количество разновидностей дрессировки собак. Условно их можно разделить на 5 крупных классификаций:

Российские виды служб спортивного направления:

1. Общий курс послушания и защита. Дрессировка собак по самой простой программе называется – ОКД (общий курс дрессировки). Его изначально применяли только в советской армии. Программа состоит из комплекса команд на послушание и специальных. Послушание – это обязательная программа. Специальные команды – это преодоление препятствий и апортирование.

2. Защитно-караульная служба. Это более широкая и сложная программа, которая предусматривает дальнейшее использование собак для выполнения специальных функций (розыскных,

лёгких грузов, Патрульно-постовая, патрульно-дозорная служба, Конвойная служба, сторожевых, караульных, конвойных). В советское время, к разведению допускались только собаки, которые прошли ОКД и ЗКС.

Российские виды служб не получившие спортивного направления:

1. Поисково-спасательная служба - Выполнение собакой такой тяжелой, изнурительной работы возможно лишь при наличии у нее хороших природных данных, развитых и усовершенствованных специальной подготовкой. Собака ПСС должна обладать острым чутьем и отличным слухом, силой и выносливостью, густым шерстным покровом. Желательно, чтобы высота животного в холке не превышала 45-55 см, что облегчает как транспортировку собаки, так и ее передвижение в труднопроходимых местах. Предпочтительнее сильный, уравновешенный, подвижный тип ВИД, крепкий-сухой тип конституции. Кроме того, собака не должна проявлять агрессивность по отношению к незнакомым людям, а также животным.

2. Минно-розыскная служба Собаки этого вида службы используются для поиска и обнаружения взрывчатых веществ, а также взрывных устройств. Применяются в основном в армии, МВД и других силовых структурах. Чаще всего используются немецкие овчарки.

3. Рудорозыскная и газорозыскная служба - собака-детектор. Собак используют для поиска наркотических и взрывчатых веществ, как при перемещении участниками внешней экономической деятельности товаров и транспортных средств через таможенную границу, так и на гражданских объектах — в общественных местах, учебных заведениях.

В основном здесь используют породы, такие как: немецкая овчарка, лабрадор, спаниель. Маленьких собак, таких как спаниель, используют при осмотре небольших помещений, машин, иногда железнодорожных поездов, в частности вагонов купе, в общественных местах (например, школа), так как маленькая собака не вызывает чувства страха у досматриваемого.

Сложилось неверное мнение о том, что собак при обучении для поиска наркотиков используют настоящие наркотические вещества. Это не так.

Используют одорологические - (наука о запахах) имитаторы ЛСИ, по органолептическим свойствам схожие с наркотиками, но абсолютно безопасные. На собак они не влияют, как и на человека.

Служат собаки-детекторы 8 — 9 лет, после чего отправляются на пенсию, становятся гражданскими и живут в семье.

Социальные виды дрессировки:

1. Собака-поводырь Специальное обучение животных, которые дрессируются помогать слепым и слабовидящим людям передвигаться вне помещений и избегать препятствий.

2. Канис-терапия – это направление, которым серьезно начали заниматься отечественные кинологи совсем недавно. Она включает в себя социализацию и адаптацию людей с ограниченными возможностями при помощи собак. По окончании программы животное может выполнять функции:

- поводыря;
- пожарного;
- спасателя на водах;
- пет-терапевта.

Прежде чем перейти к обучению, животные проходят тщательный отбор, тестируются. В обучении принимают участие не только кинологи, а и психологи. Отдельно нужно сказать о пет-терапии, которая успешно применяется на западе для лечения детей с аутизмом, ДЦП, сердечно-сосудистыми заболеваниями.

(лечебная кинология) — социализация, реабилитация и адаптация людей с ограниченными возможностями при помощи собак. Собак для такой работы тщательно отбирают, тестируют и обучают. Занятия по канис-терапии проводят психологи вместе с кинологами.

Концепция терапии с участием животных – «пет - терапии» была сформулирована детским психиатром из США Борисом Левинсоном в 1960-х годах, когда он обнаружил, что его маленькие пациенты положительно

реагировали на его собаку, которая находилась в приёмной во время сеанса лечения. С тех пор этот метод получил достаточно широкое распространение на Западе. В настоящее время общение с животными используется для лечения достаточно сложных заболеваний, таких, как ДЦП, аутизм, гиперактивность, сердечно-сосудистые заболевания. Это направление широко развивается и распространяется не только на Западе, но и в России.[37, с 223]

Спортивные виды дрессировки:

1. Аджилити – это вид дрессировки, который с удовольствием выполняют и питомец, и его хозяин. Смысл состязаний в том, чтобы животное ловило и приносило хозяину по очереди брошенные тарелки. Занятия построены в виде игры.

2. Социальные и развлекательные программы. Среди кинологов есть понятие — трюковая или цирковая дрессировка собак. Она проводится на базе вышеописанного курса ОКД – общий курс дрессировки. Целью обучения является выполнение животным всех трюков, которые мы привыкли видеть в цирке: «змейка», «кульбит», «испанский шаг», «поклон», движение задом наперед и прочее.

3. Аттестация прикладных собак Новый российский норматив аттестация прикладных собак (АПС) по дрессировке собак, ориентированный на проверку нервной системы и качества подготовки прикладных защитных собак, является синтезом прикладной дрессировки и спортивного мероприятия. Особое внимание уделяется проверке социализации собак и управляемости в сложных нестандартных условиях при наличии большого количества раздражителей.

Мероприятия по АПС служат следующим целям:

- выявление собак, пригодных для выполнения по различным курсам дрессировки;
- получение информации для целей разведения рабочего поголовья;
- улучшение подготовки собак, применяемых для несения патрульно-постовой службы;

Концепция АПС состоит в том, что работа собаки в реальных условиях осуществляется в осложненной обстановке, поэтому на мероприятиях навыки собаки должны проверяться с использованием различных раздражителей: шумовых, визуальных и контактных, причём детали выполнения становятся известными непосредственно на мероприятиях.

4. Русский ринг. Большой ринг «Русский Ринг» — это вид спорта со служебными и спортивными собаками по усложненной защитной службе, в которых собака самостоятельно работает против одного, двух, трёх фигурантов.

5. Вейтпуллинг (перетаскивание тяжестей) - разновидность кинологического спорта, заключающаяся в перетаскивании собакой груза на определенное расстояние. Это своего рода тяжелая атлетика для питомцев, демонстрирующая их тягловую мощь.

6. Гонки на собачьих упряжках Ездовой спорт объединяет в себе дисциплины, в которых спортсмены соревнуются в прохождении различных дистанций на время, используя помощь одной или нескольких собак.

7. Догпуллинг (перетягивание каната) Перетягивание каната среди собак. В соревнованиях используется канат длиной 3 метра и непрозрачное препятствие. За время перетягивания (10 секунд) начисляются баллы независимо от результата, а также бонусные баллы за победу.

8. Дог-фризби Вид собачьих состязаний где собака должна поймать диск, брошенный хендлером. Для этого соревнования подходят все породы собак, здесь важны скорость и точность, желание собаки поймать и схватить «добычу».

8. Курсинг Курсинг (Lure coursing) — это полевые испытания с приманкой, имитирующие преследование и поимку зверя (заяц, лиса) в поле, позволяющие борзым и другим собакам демонстрировать свою работу.

9. Спрингпол (собака-прищепка) - Соревнования по висению на канате. На упражнение дается 5 минут, баллы начисляются за время за

которое висит собака на канате. Бонусные баллы начисляются за вращения во время висения и за снятие собаки голосом.

10. Пастушья служба - В январе 2011 года прошли первые в России испытания по пастушьей службе. В основном это собаки шести пород: бриар, вельш-корги, колли длинношёрстный, колли короткошёрстный, немецкая овчарка, тервюрен. Собака пастух должна: управлять стадом, охранять и защищать животных от хищного зверя, розыскивать отставшего, отбившегося от стада животного. Также должна выполнять сбор, сгучивание стада; патрулирование, выравнивание стада при загонной пастьбе, при поении и дополнительном кормлении животных на пастбище концентратами.

11. Фристайл (кинологический фристайл — танцы с собаками) Кинологический фристайл — это относительно новый вид спорта, который самым удивительным образом сочетает в себе элементы послушания и танца.

Собака и человек под музыку совершают разнообразные движения, подчиненные единому замыслу танца.

В большинстве дрессировок ведущая роль принадлежит собаке — оцениваются именно её качества и талант. Во фристайле оценивается пара в целом — её гармоничность, слаженность движений, артистизм.

И многие другие виды дрессировок.

Направлений в кинологии сегодня много. Каждый хозяин хочет иметь воспитанную собаку, а некоторым нужно только помочь научиться общаться с питомцем. Занятия можно проводить в группах и индивидуально. В любом случае услуги хорошего кинолога всегда ценились и ценятся высоко. Какое бы направление и форму занятий ни избрал для себя специалист, он никогда не останется без заработка.[37, с 248]

2. 4 Виды дрессировочных центров

Неопытный владелец - воспринимает все, что ему говорят. А иногда это бывает неквалифицированный инструктор, который довольно длительное время удерживает у себя клиентов. Некоторые, десятилетиями. Прежде всего, нужно оценить профессиональные достоинства инструктора можно по результату его работы. Или, последовать советам тех, кто уже прошел какой-то курс дрессировки и имеет наглядный результат.

Многие деятели в связи со сложившейся сейчас экономической ситуацией попали в инструкторы случайно. Даже среди них есть и специализированные люди, но далеко не каждый добросовестно относится к своей работе. Дрессировка - это тоже рынок, где предложение превышает спрос, и поэтому хороши все методы борьбы с многочисленными конкурентами. Одни обещают многое, но не делают ничего, другие свою некомпетентность перекладывают на владельца, либо на качество собаки. Это особенно распространено в сфере дисциплинарной дрессировки, то есть там, где применяется консультативная форма обучения. Где владельца обучают только теорией.

Эффективная работа консультативного характера может проводиться только с опытными специалистами, которые способны внятно показать на собаке тот или иной прием. Потому что если нет «показа» на собаке, то владельцу, как правило, очень сложно использовать на практике только устные советы. Есть специализированные инструкторы, которые отлично готовят животных, но при этом совершенно не умеют передавать знания, которыми они владеют, и не могут объяснить, как это у них получается, доступно и доходчиво.

Не все владельцы хотят иметь воспитанную собаку. Многие считают, что очень сложно найти опытного специалиста и специализированный дрессировочный центр.

Все дрессировочные центры однообразны, но существуют дрессировочные центры которые специализируются на одном виде дрессировок, одни из которых:

1. Центр собак для службы – в таких центрах обучение собак проводится только для службы в органах, поводыря, пожарного, спасателя на водах, пет-терапевта, послушания, защита.

2. Дрессировочный центр для выставок собак – ринговая подготовка, подготовка собаки к рингу.

3. Дрессировочный центр реабилитации - направлена на комплексное восстановление после ортопедических и неврологических патологий, включая спортивные и другие травмы.

4. Дрессировочный центр корректировки поведения уже взрослой собаки.

5. Самостоятельные занятия в зале – любой посетитель может воспользоваться не только специальными курсами дрессировки собак, но и посетить зал в свободное время.

Также дрессировочные центры которые специализируются:

- обучение на площадке в группе;
- индивидуальная дрессировка на площадке;
- в дрессировочном зале;
- дрессировке на дому;
- курсы юного хендлинга – обучение.

2. 5 Анализ российского рынка дрессировки собак

Как наверное и любая страна, Россия имеет свои богатые традиции обучения собак и их использования для служебных целей. Однако за последние 3 года в России произошло столько разных событий, что радикальные изменения затронули все сферы жизни, и разумеется, не

оставили в стороне как собаководство в целом, так и дрессировку в частности.

Эта дисциплина в кратчайший срок завоевала популярность во многих странах мира. Россия не является исключением, благодаря деятельности по популяризации и развитию.

В последние годы наблюдается динамика увеличения развития количества дрессировочных центров.

Среди факторов, оказывающих влияние на развитие дрессировки собак и создание таких центров, можно выделить:

- спорт, вообще стал частью государственной политики многих стран, являющихся членами Российской Кинологической Федерации или партнерами, что приводит к усилению мотивации спортсменов, спортивных организации и тренеров к дрессировке собак;

- стала более доступной возможность привлекать к работе ведущих зарубежных тренеров, судей, в результате повышения квалификации тренеров и специалистов, улучшается уровень подготовки собак;

- усиливается роль научно-методического обеспечения в подготовке собак, повышается возможность достижения ими высоких результатов и, таким образом, дальнейший рост результатов в значительной мере будет связан с совершенствованием системы подготовки собак.

По данным Российской Кинологической Федерации в 2015 году зарегистрировано около 1500 таких центров и общественных организаций. По результатам 2016 года, увеличилось количество центров на 7600 в ряде субъектов Российской Федерации, например, таких как Удмуртская Республика, Краснодарский край, Волгоградская область, Астраханская область, Липецкая область, Воронежская область, Нижегородская область, Самарская область, Свердловская область, Тульская область, Тюменская область, Челябинская область, Ярославская область, Москва.

В настоящее время дрессировочные центры развиваются практически во всех субъектах Российской Федерации. По данным на 2017 год

дрессировкой собак занимается более 16000 организаций. Динамика роста дрессировочных центров зарегистрированных в Российской Кинологической Федерации представлены на рисунке 2.

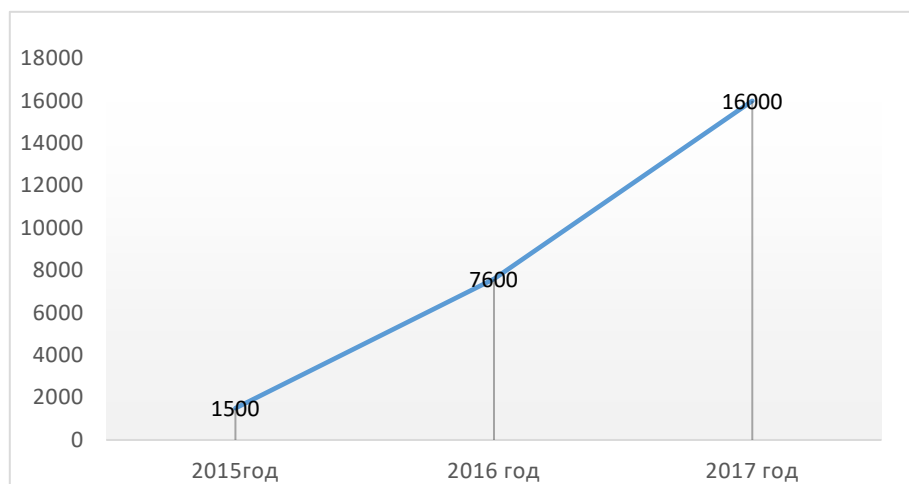


Рисунок 2 – Динамика роста количества дрессировочных центров в России за 2015-2017 года

В настоящее время Российская Кинологическая Федерация проводит мероприятия по созданию центров в субъектах Российской Федерации региональных федераций. Региональные федерации уже созданы в 15 регионах (Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Пермский край, Приморский край, Санкт-Петербург, Мурманская область, Волгоградская область, Воронежская область, Нижегородская область, Омская область, Томская область, Иркутская область, Самарская область, Москва, Московская область. Еще 38 региональных федераций начнут свою деятельность с 2019 года, в т.ч. Республика Башкортостан, Республика Бурятия, Республика Карелия, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Саха (Якутия), Чувашская Республика, Алтайский край, Забайкальский край, Камчатский край, Краснодарский край, Красноярский край, Ставропольский край, Астраханская область, Брянская область, Владимирская область, Вологодская область, Калининградская область, Калужская область, Кемеровская область, Кировская область, Ленинградская

область, Липецкая область, Мурманская область, Новосибирская область, Оренбургская область, Орловская область, Пензенская область, Ростовская область, Рязанская область, Саратовская область, Сахалинская область, Свердловская область, Смоленская область, Тульская область, Тюменская область, Челябинская область, Ярославская область.

В соответствии с единым календарным планом межрегиональных, всероссийских и международных мероприятий Российской Кинологической Федерации, ежегодно проводятся:

- чемпионаты, Кубки, первенства России
- чемпионат и первенство федерального округа Российской Федерации
- в 2 федеральных округах, Москве и Санкт-Петербурге.

Ежегодно проводятся квалификационные соревнования в различных субъектах РФ, где принимают участие до 7000 дрессировочных клубов.

РКФ развивает в России несколько новых направлений, введенных FCI международная ассоциация кинологических федераций, созданная с целью развития и защиты кинологии и чистопородного собаководства.

- Мондьеринг (одно из спортивных направлений), Танцы с собаками, IPO-FH (следовая служба), бега борзых.

Российской Кинологической Федерацией разработана программа подготовки тренеров-инструкторов, по которой обучаются тренеры в 84 клубах Российской Кинологической Федерации. Ежегодно проводятся семинары по дисциплинам с привлечением зарубежных специалистов и силами ведущих специалистов Российской Кинологической Федерации для судей и тренеров.

В период с 2015 по 2017 год в России было проведено 850 соревнований разного уровня.

Состояние дрессировочных центров в Российской Федерации характеризуется следующими показателями:

- постоянное развитие в субъектах Российской Федерации по всем дисциплинам;

- постоянное развитие в субъектах Российской Федерации национальных и международных дисциплин собаководства;
- повышается качество проведения всероссийских, межрегиональных и региональных соревнований.

2.6 Анализ потребительского спроса и конкурентной деятельности

Задаваясь вопросом, чем выгодно заниматься в городе Тольятти, необходимо учитывать некоторые факты. Какая ниша менее развита в данном городе и какая сфера услуг имеет большой спрос.

Такие услуги, как дрессировка собак, которые никак не назовешь дешевыми, тоже могут оказаться на пике спроса. Потому что, у каждой второй семьи есть собака.

В городе Тольятти на данный момент существуют всего три дрессировочных центра: Центр дрессировки собак, КИНОЛОГИЯ и Верный друг. Все три центра пользуются большим спросом.

Рассмотрим сильные и слабые стороны данных центров.

1. Центр дрессировки собак расположен по адресу: город Тольятти, Центральный район, бульвар Ленина 21. Специально оборудованный удобный зал, где можно заниматься с собаками в любую погоду. Работают семь дней в неделю без праздников и выходных. Работают 5 опытных специалистов, для которых это - основная работа.

Преимущества данного центра:

- отсутствие ограничения по времени для занятий с собаками;
- бесплатный Wi-Fi;
- большой выставочный ринг 10x10 метров с удобными не скользкими дорожками;

- отличное освещение (большие светлые окна и большое количество ламп);
- отличная вентиляция для создания комфортной атмосферы;
- расположение зала на первом этаже;
- удобный большой выставочный стол длиной больше метра с нескользким покрытием;
- комплект статических тренажеров для отработки выставочной стойки;
- спортивный инвентарь;
- чистота и безопасность (регулярная уборка, дезинфекция и ежедневное кварцевание);
- отдельная зона для размещения клеток;
- услуги лучших специалистов (хендлеры и инструктора по дрессировке);
- все необходимое для проведения семинаров и мастер-классов.

Недостатки данного центра:

- отсутствуют грумеры и рабочее место для грумеров;
- отсутствует парковка для клиентов;
- отсутствует оплата банковскими картами;
- высокие цены.

Данный центр расположен в хорошем месте, на первом этаже. Большой перечень предоставляемых услуг. Центр работает с 2005 года. Отзывы постоянные, положительные. Угроз в данном центре нет. Центр работает очень долго, завоевал доверие многих клиентов.

2. КИНОЛОГия – центр дрессировки собак. Расположен по адресу: город Тольятти, Автозаводской район, Московский проспект 4 - Д строение 8. Работают по предварительной записи. Работает 1 специалист. Дрессировочная площадка открыта с 2009 года.

Преимущества данного центра:

- площадка на открытом воздухе;
- наличие спортивного инвентаря;

- цены средние;
- помощи в оформлении документов на собак.

Недостатки данного центра:

- отсутствует помещение в котором можно заниматься в любую погоду;
- отсутствует оплата банковскими картами;
- услуги только инструктора по дрессировке;
- есть ограничения по времени для занятий с собаками;
- работает всего один ненадежный тренер.

Данная дрессировочная площадка расположена в хорошем месте, на открытом воздухе. Но при плохой погоде занятию нужно будет отменять, в зиму заниматься будет невозможно. Отзывы положительные от 2016-2107 года, но их мало. Угроза центра – малое количество клиентов, что может привести к закрытию.

3. Верный друг – центр дрессировки собак. Расположен по адресу: город Тольятти, Автозаводский район, Приморский бульвар 2Б. Работает 2 тренера.

Преимущества центра:

- низкие цены;
- наличие зала для занятия собак;
- услуги грумеров;
- гигиенический уход;
- есть парковка для клиентов;

Недостатки:

- запись только предварительная;
- нужна с собой сменная обувь;
- отсутствует свободное посещение зала;
- очень маленькая парковка;
- отсутствует оплата банковской картой.

Данный центр расположен в хорошем месте, но добираться удобнее будет только на машине. Довольно большой перечень предоставляемых

услуг. Верный друг – это больше питомник от племенных заводчиков, чем дрессировочный центр.

Центр работает с 2015 года. Всего 3 отзыва за 2015 год, отзывы о данном центре за 2016-2018 год отсутствуют. Что может говорить о малом посещении данного центра. Угроза данного центра – это его закрытие в плане дрессировки собак, потому что, это больше питомник.

Представим конкурентоспособность всех трех дрессировочных центров по 5-ти бальной шкале, где 1 — самый низкий балл, а 5 — максимальный балл. (табл.3 и рис.3).

Таблица 3 - Сравнительная оценка конкурентоспособности предприятий

Критерии конкурентоспособности	Центр дрессировки собак	КИНОЛОГИЯ	Верный друг
Ассортимент предоставляемых услуг	4	2	2
Цена	4	4	5
Уникальность предложения	5	3	5
Расположение	5	4	4
Сезонность	5	1	5
Качество персонала	5	2	2
Реклама	4	3	3
Итого	32	19	26

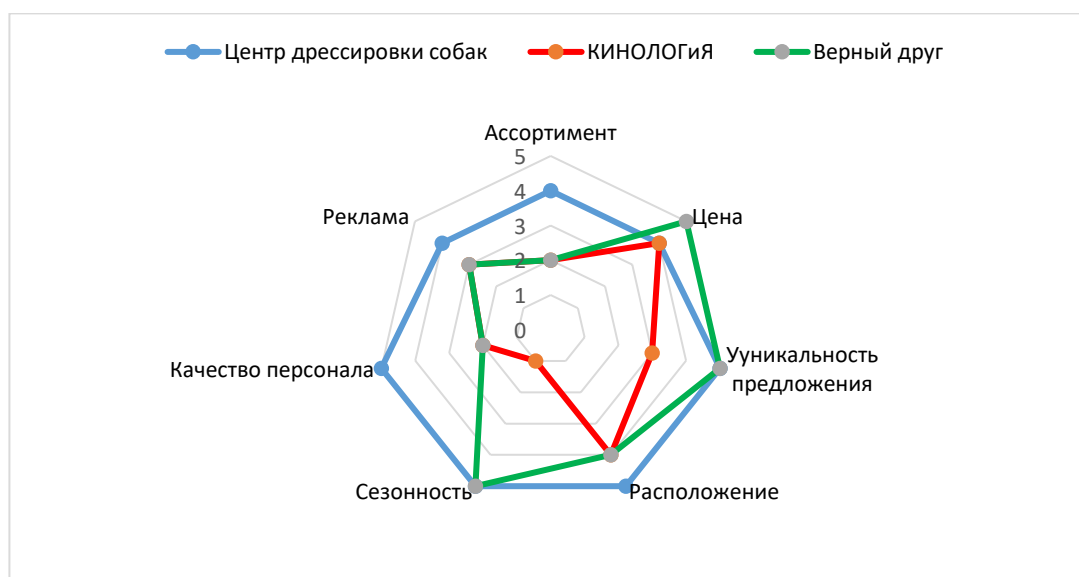


Рисунок 3 – Многоугольник конкурентоспособности

2.7. Анализ экономической эффективности деятельности дрессировочного центра

Для оценки потенциальной прибыльности вновь создаваемого дрессировочного центра, проведем анализа основных экономических показателей уже работающего дрессировочного центра ООО «КРИОС», который расположен в г. Самара на ул. Победы, 21. Анализ будет охватывать период 2015-2017 гг., основой для анализа является данные отчета по прибыли и убыткам (табл. 4).

Таблица 4 - Основные технико - экономические показатели дрессировочного центра ООО «КРИОС».

Отчет о прибылях и убытках	2015	2016	2017
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка	2 480 000,00	5 761 000,00	7 964 000,00
Себестоимость продаж	2 340 000,00	5 311 000,00	7 035 000,00
Валовая прибыль (убыток)	140 000,00	450 000,00	929 000,00
Коммерческие расходы	0,00	0,00	0,00
Управленческие расходы	0,00	0,00	0,00
Прибыль (убыток) от продаж	140 000,00	450 000,00	929 000,00
Прочие доходы и расходы	0,00	0,00	0,00
Проценты к получению	0,00	0,00	0,00
Проценты к уплате	0,00	0,00	0,00
Доходы от участия в других организациях	0,00	0,00	0,00
Прочие доходы	0,00	70 000,00	0,00
Прочие расходы	65 000,00	93 000,00	28 000,00
Прибыль (убыток) до налогообложения	75 000,00	427 000,00	901 000,00
Изменение отложенных налоговых активов	0,00	0,00	0,00
Изменение отложенных налоговых обязательств	0,00	0,00	0,00
Текущий налог на прибыль	15 000,00	85400,00	180200,00

Продолжение таблицы 4

Чистая прибыль (убыток)	60000,00	341600,00	720800,00
СПРАВОЧНО			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	0,00	0,00	0,00

Рассматривая финансово-хозяйственную деятельность ООО «КРИОС» за 2016-2017 годы, проведем анализ формирования прибыли, ее динамики и структуры.

За 2016 год предприятие работало прибыльно, общая сумма прибыли за отчетный период, полученная из всех источников от финансово - хозяйственной деятельности предприятия составила 341600 рублей. Таким образом, прибыль за 2016 г. по сравнению с прибылью 2015 года увеличилась на 281600 рублей.

За 2017 год, общая сумма прибыли увеличилась и составила 720800 рублей, что на 379200 больше чем в 2016 году

На рисунке 4 представлена динамика выручки, себестоимости и прибыли от реализации услуг за период с 2015 по 2017 годы.

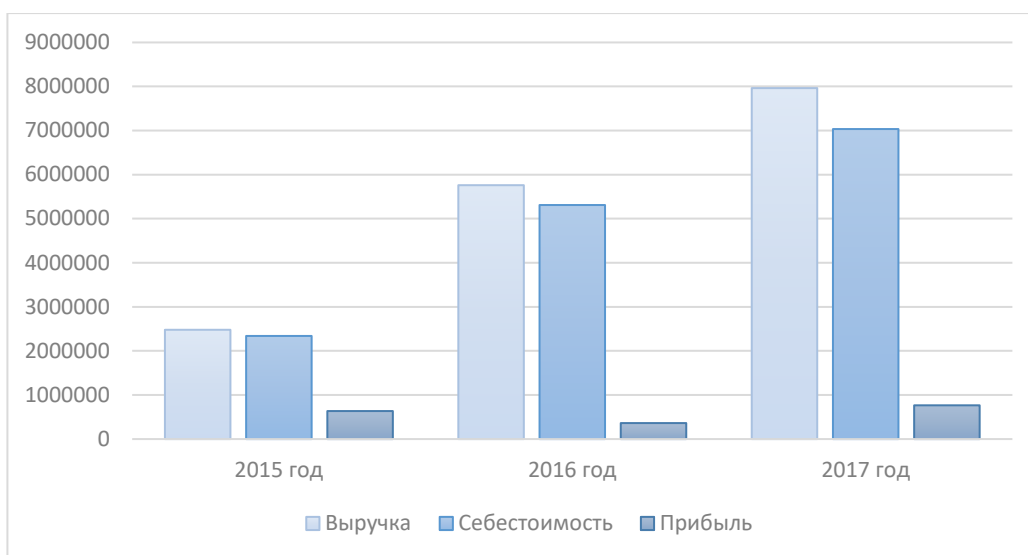


Рисунок 4 – Динамика выручки, себестоимости и прибыли от реализации услуг за период за 2015-2017 года

Таблица 5 - Динамика формирования прибыли ООО «КРИОС»

Наименование показателя	Абсолютные величины			Отклонения	
	2015г	2016г	2017	2016-2015	2017-2016
1.Выручка от реализации продукции	2480000	5761000	7964000	3281000	2203000
2.Себестоимость реализации продукции	2340000	5311000	7035000	2971000	1724000
3.Прибыль от продаж (стр1-стр2)	140000	450000	929000	310000	479000
4.Прочие доходы	0	70000	0	70000	-70000
5.Прочие расходы	65000	93000	28000	28000	-65000
6.Вырчка до налогообложения (стр3+стр4-стр5)	75000	427000	901000	352000	474000
7. Текущий налог на прибыль	15000	85400	180200	70400	94800
8.Чистая прибыль (стр.6-стр.7)	60000	341600	720800	281600	379200

Проанализировав структуру и динамику прибыли отчетного периода, определено, что ее структура играет немаловажную роль в формировании финансового результата деятельности предприятия, и ее составляющими являются:

1. Прибыль от основной деятельности за 2017 год. составила 720800 рублей, определенная как разница между выручкой от реализации работ и себестоимостью реализации, занимающая наибольшую долю общей суммы финансового результата деятельности предприятия. По отношению к показателям прошлого года данный результат увеличен на 379200 рублей, что связано с ростом объема производств, снижением себестоимости.

2. Выручка до налогообложения за 2017 г. составила 901000 рублей, что на 474000 рублей больше показателя прошлого года 427000 рублей.

3. Для предприятия налог на прибыль при положительном финансовом результате является неизбежным элементом в структуре формирования прибыли. За 2016 год текущий текущий налог на прибыль составил 85400 рублей, по отношению к показателям 2015 года 70400

рублей. В 2017 году сумма налога увеличилась на 94800 рублей, и составила 180200 рублей, что обусловлено уменьшением налогооблагаемой базы.

Чтобы определить насколько прибыльна деятельность предприятия, рассмотрим коэффициенты рентабельности, которые сведены в таблице 6.

Таблица 6 - Коэффициенты рентабельности ООО «КРИОС»

Показатель	Способ расчета	2015г	2016г	2017г
1. Коэффициент рентабельности выручки	Чистая прибыль / выручка от реализации	$60000/2480000 = 0,02$	$341600/576100 = 0,05$	$720800/7964000 = 0,09$
2. Коэффициент рентабельности собственного капитала	Чистая прибыль / Среднегодовая стоимость капитала	$60000/(269000/2) = 0,44$	$341600/(1624000/2) = 0,42$	$720800/(1191000/2) = 1,2$

Из проведенного анализа видно, что результат деятельности предприятия положителен и показатели 2017 г. превышают показатели предыдущего года.

Коэффициент рентабельности выручки показывает, что за 2015 год каждая денежная единица реализованной продукции принесла 0,02 руб. чистой прибыли.

Рассчитав коэффициент рентабельности собственного капитала, определим эффективность использования капитала, инвестируемого собственниками. За 2015 год каждый рубль, вложенный собственниками организации, заработал 0,44 руб.

Из анализа результат деятельности предприятия за 2017 г. по отношению к 2016 г. заметно увеличились:

Коэффициент рентабельность реализации составил 0,09 руб., что больше показателя предыдущего года на 0,04 руб.

Коэффициент рентабельности собственного капитала: 1,2 руб. чистой прибыли, что на 0,78 руб. больше показателей прошлого года.

За анализируемый период организация получила выручку как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности, что и

обусловило положительные значения всех 2 представленных в таблице показателей рентабельности.

Проанализировав вторую главу, можно сделать следующие выводы:

1. Услугами дрессировки собак пользуются большое количество людей, принявших решение обзавестись домашним питомцем. В условиях современной жизни, ритмы которой зачастую слишком быстры, заниматься воспитанием собак удастся далеко не всем людям. Происходит это в силу отсутствия свободного времени, либо усталости. При этом мода на содержание в своем доме собаки диктует свои правила. Потому все больше людей, дрессируют своих собак.

2. За анализируемый период 2015-2017 года организация ООО «КРИОС» получила выручку как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности. Рентабельность предприятия увеличивается с каждым годом.

Предприятие приносит необходимый доход для дальнейшего функционирования. В целом организация хозяйственной деятельности налажена эффективно. Техничко-экономические показатели улучшаются с каждым годом, таким образом, достигнута главная цель предприятия увеличение прибыли.

3. Рассматривая показатель рентабельности дрессировочного центра по сравнению с другими отраслями, то однозначно следует сделать вывод, что доходность от дрессировки собак является прибыльным.

Открытие такого центра позволяет добиться положительного развития как у владельца собаки так и у предпринимателя.

Глава 3. Разработка основных элементов бизнес - плана создания дрессировочного центра

3.1 Общая концепция проекта

В рамках проекта предполагается создание, содержание и эксплуатация дрессировочного центра – «Академия собак».

Актуальность данного проекта обусловлена ежегодным увеличением количества собаководов и постоянным ростом спроса на дрессировочные центры.

Целью регистрации является насыщение потребительского рынка услугами, а так же извлечение прибыли на основе осуществления хозяйственной деятельности.

Задачи проекта:

- эффективная организация структуры управления предприятием;
- оптимизация структуры затрат;
- увеличение рентабельности;
- эффективное использование собственного капитала.

Бизнес-план рассчитывался на базе следующих плановых параметрах продаж.

Источники дохода – кинологические услуги (дрессировка собак), подготовка к выставке – (хендлинг), сдача помещения под тренировку, груминг, продажа товаров, аксессуаров, одежды и косметики для животных и другие виды услуг.

Организационно - правовая форма – ИП, оптимальная схема налогообложения – УСН (по ставке 6 %).

Руководитель проекта — Жемчугова Маргарита Сеогеевна.

Проект – дрессировочный центр «Академия собак». Предоставление услуг по дрессировке собак и продажа сопутствующего товара,

привлекательна для малого бизнеса тем, что его несложно организовать, так как основная часть операций выполняется вручную.

Миссия предприятия: Стремление своими реальными действиями поддерживать правильную работу дрессировочного центра и репутацию компании. А так же получение прибыли.

3.2 Краткое описание предоставляемых услуг

Политика и стратегия ценообразования разрабатывается в соответствии с определённой маркетинговой стратегией предприятия. Для нас это стратегия продвижение востребованных услуг, где много конкурентов. Поэтому при определении цен на услуги, предлагаемые проектом используем следующие методы:

— установление цен на основе цен конкурентов.

На планируемый период в центре «Академия собак» предполагаются следующие виды услуг:

Аренда зала:

1. Самостоятельные занятия в зале – 1 занятие - 1500 рублей/час до трех собак. Для хендлеров будет действовать скидка;
2. Для проведения семинаров, тренингов – 1500 рублей/час;
3. Услуги Грум-Зоны:

Таблица 7 - Стоимость услуги грум-зоны

Порода/размер	Стоимость рублей
Стрижка мелких собак	от 500
Стрижка собак средних и крупных пород	от 800
Комплексный уход (мытьё, стрижка шерсти, когтей, чистка ушей)	от 1000
Выставочный груминг собак:	
Мелкие породы длинношерстные	1500
Стрижка короткошерстных	1000

Груминг СЕС в зависимости от состояния шерсти собаки, наличия колтунов, загрязненности и т.д.	от 1500
Груминг пород с двойной шерстью	от 1500
Груминг больших пород	от 2500

4. Гигиенический уход:

Таблица 8 - Перечень и стоимость услуг

Услуга	Стоимость, рублей
Подстригание когтей	150
Гигиеническая стрижка (уши, лапки, под хвостиком)	250
Чистка ушей	150

5. Аренда грум-зоны:

500 рублей/час - в стоимость аренды входит пользование помещением, мытьем собаки с компрессором (феном), полотенцами.

6. Дрессировка.

Эконом пакет услуг, по абонементам:

1. Абонемент Стандарт. Обучение в группе - коррекция поведения: обучение командам сидеть, лежать, рядом и другие команды.

Срок обучения - 1 месяц (курс 8 занятий)

Расписание - 2 раза в неделю:

а) Понедельник-четверг 20:00.

б) Суббота-воскресенье 14:00.

Стоимость обучения за курс 3900 рублей - за 8 занятий, весь курс оплачивается сразу.

2. Абонемент Лайт.

Обучение в группе - коррекция поведения: обучение командам сидеть, лежать, рядом и другие команды.

Срок обучения - 1 месяц (курс 4-5 занятий)

Расписание - 1 раза в неделю:

а) Понедельник-четверг 18:00.

б) Суббота-воскресенье 15:40.

Стоимость обучения за курс 2000 рублей - за 4-5 занятий, весь курс оплачивается сразу, до начала занятий.

Стандарт пакет. Индивидуальное обучение на выбор хозяина:

а) Общий курс дрессировки собак - программа состоит из комплекса специальных команд на послушание.

б) Коррекция поведения - обучение командам сидеть, лежать, рядом и другие команды.

в) Хендлинг - обучение владельца. Обучение владельца правильному показу собаки на выставке.

г) Фитнес тренировка – в основном направлена на исправление размета и сброс лишнего веса.

Срок обучения - по необходимости.

Занятие заканчивается с инструктором тогда, когда клиент будет доволен поведением собаки или сможет обходиться без помощи инструктора в обучении собаки.

Расписание - удобное для клиента.

Стоимость обучения 1000 рублей за 1 занятие, оплата осуществляется за каждое занятие.

Пакет Премиум. Индивидуальное обучение с выездом инструктора в любое удобное для клиента место. Вид дрессировки на выбор:

а) Коррекция поведения - обучение командам сидеть, лежать, рядом и другие команды.

б) Хендлинг - обучение владельца. Обучение владельца правильному показу собаки на выставке.

Срок обучения - по необходимости.

Занятие заканчивается с инструктором тогда, когда клиент будет доволен поведением собаки или сможет обходиться без помощи инструктора в обучении собаки.

Расписание - удобное для клиента.

Стоимость обучения от 2000 рублей за 1 занятие, оплата осуществляется за каждое занятие.

7. Хендлинг (подготовка собак к выставке). Занятия в группе.

Таблица 9 – Стоимость хендлинг услуг

Стоимость в рублях	Количество занятий	Сроки и оплата
150	1 посещение	Оплата за каждую собаку в день занятия.
1000	8-9 посещений	Абонемент на 1 собаку. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.
1500	8-9 посещений	Абонемент на 2 собаки. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.
2000	8-9 посещений	Абонемент на 3 собаки. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.
2500	8-9 посещений	Абонемент на 4 собаки. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.
3000	8-9 посещений	Абонемент на 5 собак. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.
3500	8-9 посещений	Абонемент на 6 собак. Курс 1 месяц, 2 раза в неделю.

8. Индивидуальное занятие (Хендлинг, обучение владельца) – 1000 рублей/час 1 занятие.

3.3 Организационный план

Организационная структура строится по принципу линейно-функционального управления.

Для оказания качественных услуг очень важна слаженность работ управленческого персонала, что немислимо без четкого понимания процесса оказания услуг и четкого его документирования. Успешное планирование и безупречное выполнение каждой фазы оказания услуги строит удовлетворение клиента и обеспечивает повышение прибыли. Необходимо, чтобы работа выполнялась правильно, эффективно с целью удовлетворения клиента и получения прибыли.

При заключении договора выполняется комплекс работ:

- внешний осмотр собаки;

- проверка ветеринарного паспорта на наличие прививок;
- определение и согласование с хозяином видов дрессировки, стоимости;
- оформление документов.

После каждой дрессировки, администратор осуществляет обзвон клиентов и проводит контроль качества.

Особое внимание предполагается уделить подбору персонала, который должен быть с опытом работы в данной отрасли не менее 5 лет;

Важными являются также такие качества работников, как:

- способность к обучению;
- способность к психологической адаптации в коллективе;
- общительность, и т.д., поскольку кадровый фактор является

достаточно веским в обеспечении конкурентоспособности фирмы.

Предполагаемое количество персонала 9 человек, директор, кинолог - специалист три человека, хендлер, два администратора и один хозяйственный работник.

Структуру управления дрессировочного центра можно представить на рисунке 5.

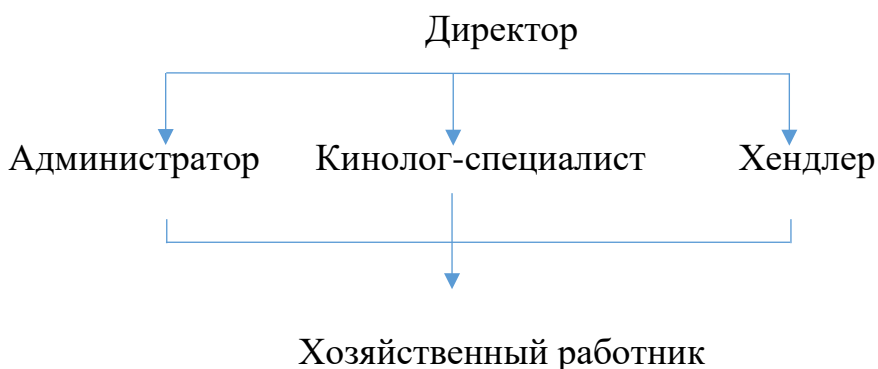


Рисунок 5 - Структура управления

Должностные обязанности сотрудников:

Директор - Решает организационные и представительные вопросы.

Планирование работы. Формирование оптимальной структуры. Работа с кадрами. Учет и предоставление отчетности. Повышение квалификации работников. Оперативное управление работой. Оптимизация методов и схем работы. Модернизация услуг. Организация бесперебойной работы центра.

Администратор - Осуществляет предварительную запись клиентов на занятия. Производит осмотр собак, ведет клиентскую базу, производит встречу клиентов. Осуществляет работу по обслуживанию посетителей, созданию для них комфортных условий. Осуществляет продажу услуг центра, принятие оплаты. Проводит телефонные переговоры, распределяет и определяет людей в правильной последовательности (создает план дня). Консультирует клиентов по всем услугам дрессировочного центра.

Хендлер - Ведет учет посещаемости занятий, осуществляет своевременное начало каждого занятия, находит индивидуальный подход к каждому клиенту, развивает собственную клиентскую базу. Занимается привлечением новых клиентов.

Кинолог – специалист - Ведет учет посещаемости занятий, осуществляет своевременное начало каждого занятия, находит индивидуальный подход к каждому клиенту, развивает собственную клиентскую базу. Занимается привлечением новых клиентов.

Хозяйственные работники - Занимается сухой/влажной уборкой офисного помещения, мест общего пользования и клиентских зон. Занимается подготовкой помещения к началу занятий, поддерживает чистоту.

Заработная плата сотрудников представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Фонд заработной платы

Должность	Количество штатных единиц	Оклад /Рублей	Месячный фонд з/п без надбавок и доплат
Директор	1	25000	25000
Администратор	2	10000	20000
Кинолог - специалист	3	15000	45000
Хендлер	1	15000	15000
Хозяйственный работник	2	8000	16000
ИТОГО	9	63000	121000

Также, предприятие перечисляет взносы за своих работников во внебюджетные фонды в размере 30%, что составит в нашем случае 121000 * 30% = 36300 рублей ежемесячно.

Таким образом, ежемесячные издержки на оплату труда и отчисления во внебюджетные фонды составляют $(121000 + 36300)$ рублей = 157300 рублей.

3.4 Производственный план

«Академия собак» – это организация по предоставлению услуг воспитания и дрессировки собак, а также продажа сопутствующего товара.

Место расположения центра очень удачно со следующих позиций:

- удобный подъезд к центру и парковка для клиентов;
- близость к центральной части города;
- удаленность от жилых домов;
- близость к остановочным пунктам общественного транспорта.

Параметры арендуемого зала: комфортабельный зал общей площадью 130 кв.м., по адресу с. Тимофеевка ул. Строителей 77 изображен на рисунке 6

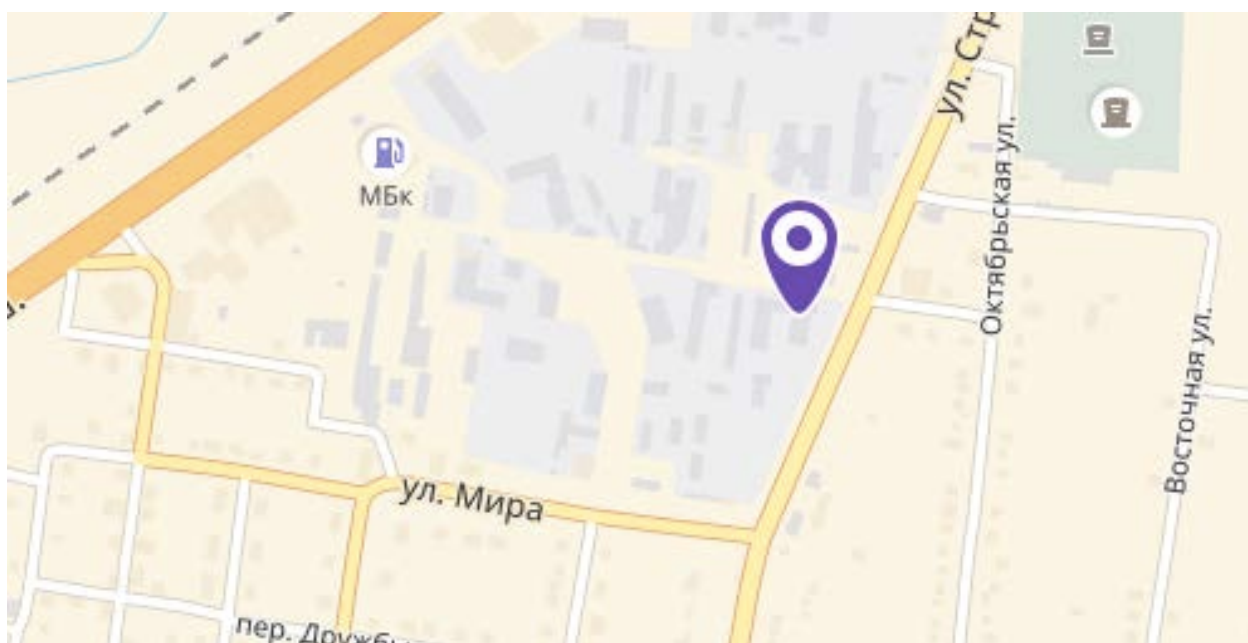


Рисунок 6- Арендуемый зал для дрессировки собак

А также специализированная площадка в собственности по адресу с. Выселки микрорайон «Колос» уч. 29 изображен на рисунке 7 и 8.



Рисунок 7 - Расположение дрессировочной площадки



Рисунок 8 - Специализированная площадка для дрессировки собак

Режим работы зала – ежедневно с 10 до 22 часов.

Режим работы площадки – зависит от погоды.

Потребность в инвестициях:

Для реализации проекта планируется инвестировать собственные средства владельца проекта, это в случае аренды земельного участка и обустройства на нем необходимых для полноценной тренировки атрибутов.

Первоначальные затраты дрессировочного центра «Академия собак»:

Таблица 11 - Первоначальные затраты

№ п/п	Наименование	Количество	Стоимость, руб.
1	Плата за регистрацию	-	10000
2	Аренда помещения	1 помещение 130 кв.м.	15000
3	Ремонт арендуемого помещения	130 кв.м.	20000
Итого			45000

Таким образом, первоначальные инвестиции в создание предприятия без учета оборудования, инвентаря и средств гигиены составят 45000 рублей.

Существует достаточно большое количество оборудования для дрессировки собак.

Потребность в оборудовании представлена в таблице 12.

Таблица 12 - Необходимое оборудование для дрессировки собак

Наименование основных средств	Стоимость, руб.
Оборудование:	
Стока с баллоном	2700
Балансир	30000
Барьер-труба для собак высотой 1.5 им 1.8 метров	5700
Деревянные качели	12000
Защитные штаны и комбинезон	50000
Тренировочный рукав	5500
Барьер тентовый	11100
Лестницы	40000
Разметочные флажки	5000
Ультразвуковой свисток	600
Плетки и кнуты	500
Апортировочный предмет	1200
Бум- (бревно)	22000
Когтерезка	550
Пуходерка	900
Фурминатор – (для двойного подшерстка)	1150

Продолжение таблицы 12

Расческа	420
Клетки	4000
Компрессор	8000
Косметика и средства гигиены	25000
Оборудование для офиса	60000
Итого	286320

Таким образом, стоимость капитальных вложений для организации работы составит 286000 рублей + 45000 рублей = 331320 рублей без рекламы.

Проведем расчет амортизации основных средств. Стоимость основных средств 286000 рублей – 25000 рублей (косметика и средства гигиены) = 261000 рублей. Срок эксплуатации 10 лет.

Коэффициент составляет:

Годовая амортизация составит $100/10 = 10\%$

Ежегодная сумма амортизации составит 261000 рублей * 10% = 26100 рублей.

3.5 Маркетинговый план

Ситуация на рынке дрессировочных центров напрямую зависит от тенденций развития данного вида услуг. За последние 3 года в России данный вид услуг увеличился на 8400 организации и в настоящее время состоит более чем из 16000 организаций. Ежегодно этот показатель повышается на 50%. Так что в отношении дрессировки собак сложилась благоприятная конъюнктура — устойчивое и значительное увеличение числа потенциальных потребителей данных услуг.

Потенциальными потребителями услуг являются собаководы, число которых растет с каждым годом. Работы по дрессировке собак будут производиться на территории организации, для жителей города Тольятти и

Ставропольского района по доступным ценам, в кратчайшие сроки. В данный момент в связи с увеличением количества владельцев собак, спрос на услуги будет постоянно расти. Таким образом, при реализации данного проекта удовлетворяется растущие потребности потребителей, организуются дополнительно 9 рабочих мест.

Важнейшим из условий, гарантирующем успех данного проекта, является ряд преимуществ, с помощью которых предприятие планирует занять одно из ведущих мест на рынке услуг дрессировки собак г. Тольятти, в том числе за счет осуществления грамотной маркетинговой политики, использования конкурентных преимуществ и благоприятных внешних факторов.

1. Рынок находится на стадии роста. По сегодняшний день в дрессировочных центрах существует запись и очереди.

2. Структура рынка дрессировки собак в Тольятти пока еще недостаточно четко выражена. Крайне мало специализированных центров дрессировки.

3. Индивидуальное оказание услуг. Данный вид деятельности только с большой долей условности можно назвать бизнесом.

4. Насыщенность рынка. В Тольятти налицо явный недостаток таких центров, предоставляющих качественные услуги.

5. Комплекс уникальных мер по работе с клиентами. Нами планируется использовать уникальные методы работы с клиентами, включая индивидуальные выезды в удобное место для клиента.

6. Опыт и профессионализм персонала. Крайне необходимо, чтобы ведущим персоналом предприятия были профессионалы, имеющие большой опыт работы, собственную клиентскую базу и оригинальные разработки по организации деятельности предприятия.

7. Выгодное расположение.

Таблица 13 – Внешняя среда дрессировочного центра

SWOT-анализ	
Сильные стороны проекта	Широкий ассортиментный ряд предоставляемых услуг
	Высокая квалификация работников предприятия
	Данный вид бизнеса подразумевает в будущем высокие показатели отдачи вложенных средств.
Слабые стороны проекта	Нераскрученность центра и, как следствие, неизвестность услуг широкому кругу потребителей

Возможности:

1. Увеличение числа заказчиков за счет развития предлагаемых услуг.
2. Выход на новые географические сегменты рынка – открытие новых дрессировочных центров.

Угрозы - основной риск при открытии дрессировочного центра – недостаточный объем предоставляемых услуг, или низкая посещаемость, вследствие которой могут потребоваться дополнительные денежные средства на покрытие текущих затрат. А так же появление конкурентов в районе открытия дрессировочного центра.

Способы предотвращения рисков - Для предотвращения данных рисков рекомендуется увеличить затраты - на рекламу. Для первоначального привлечения клиентов кроме наружной рекламы, объявления полезно разместить в специализированных газетах и журналах, расклеить объявления в местах проведения выставок, распространить листовки.

Создание собственного интернет - ресурса. Проведение различных акций, скидок, внедрение дисконтных карт.

Проведем анализ элементов маркетинговых коммуникаций, которые планируется использовать в центре (табл. 14).

Таблица 14 - Маркетинговые средства, используемые центром «Академия собак»

Средства маркетинговых коммуникаций	Частота использования	Носитель
-------------------------------------	-----------------------	----------

Продолжение таблицы 14

1. Реклама	1 раз в месяц	Журнал «Друг»
	Постоянно	Собственный сайт
2. Личные продажи	Ежедневно	Центр «Академия собак»
3. Сувенирная продукция	2 раза в год	Календари, держатели номерков, кружки, значки.
4. Выставки	2-3 раза в месяц	Выставки города Тольятти
5. Стимулирование сбыта	Периодически	Дисконтные карты для постоянных клиентов

Как видно из таблицы 14 наиболее распространенным средством маркетинговых коммуникаций являются личные продажи и собственный сайт в интернете. Личные продажи являются каналом личной коммуникации, представляют собой способ передачи информации. Личная продажа - это часть продвижения товаров и услуг, представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами.

Для продвижения услуг и привлечения клиентов центра «Академия собак» следует размещать свою рекламу в таких журналах, например «Друг», «Мир собак» и другие.

Затраты которые пойдут на рекламу укажем в таблице 15

Таблица 15 – Затраты на рекламу

Средства маркетинговых коммуникаций	Частота использования	Сумма
1. Реклама в журнале	1 раз в месяц	2000
2. Собственный сайт	Создание сайта	10000
3. Сувенирная продукция (Календари, кружки, значки и т.д.)	2 раза в год	7000
4. Выставки в городе Тольятти	2-3 раза в месяц	300
Итого		19300

3.6 Финансовый план

Целью разработки финансового плана является определение эффективности предлагаемого бизнеса.

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия является одной из важных проблем в рыночной экономике. Это обусловлено необходимостью повышать конкурентоспособность, сохранять позиции на рынке.

Повышение эффективности производства достигается как за счет экономии текущих затрат, так и на основе лучшего использования ресурсов предприятия.

Определяющим результатом рыночной деятельности предприятия является максимальное получение прибыли.

Реализация услуг - важная и заключительная стадия кругооборота средств хозяйствования. От величины оказания услуг зависит результат финансовой деятельности предприятия, т.е. прибыль.

Прибыль является конечным показателем деятельности и отражает финансовый результат. Прибыль - это часть чистого дохода, созданного в сфере оказания услуг. Прибыль от оказания услуг – это основная прибыль, полученная от деятельности.

На прибыль оказывают влияние внутренние факторы:

- изменение цен;
- качество и надежные условия предоставления услуг;
- реклама, ее качество;
- ассортимент и др.

В организации необходимо построение целостной системы финансовых целей, которая позволит разрабатывать сбалансированные финансовые планы и привлекать целевую аудиторию.

Целевая аудитория - это люди, которые с наибольшей вероятностью купят рекламируемый товар или воспользуются предлагаемой услугой.

одной из самых важных задач является определение целевой аудитории. Основными характеристиками целевой аудитории являются: пол, возраст и размер дохода. В дальнейшем, целевая аудитория может определяться и по социальному положению, образу жизни, привычкам, предпочтениям и другим факторам, количество и виды которых зависит от рекламы, которая поможет с выбором именно нашего центра.

Стимулирование спроса подразумевает систему мероприятий по предоставлении услуг, направленных на покупателей, и заключается в предложении определенной финансовой выгоды.

Реклама – один из важных и результативных способов продвижения услуг компании. При всех прочих равных условиях одна и та же реклама может сработать, а может и нет, т.к. на ее эффективность влияют множество неподдающихся исследованию факторов (количество конкурентов в рекламоносителе, погода, настроение потребителей и пр.). Точный источник эффективности выявить невозможно.

Стоимость услуг зависит от выбранного вида дрессировки и частоты посещения дрессировочного центра. Предположим, что 1240 человек в год воспользуются услугами нашего дрессировочного центра, тогда ориентировочную выручку представим в таблице 16.

Таблица 16 – Количество занятий в месяц и ожидаемая выручка

Наименование	Цена, руб.	Количество человек	Сумма, руб.
Коррекция поведения	1000	240	240000
Индивидуальное занятие пакет премиум	2000	120	240000
Эконом пакет. Абонемент стандарт, группа из 13 человек	3900	390	1521000
Груминг маленьких пород	1500	130	195000
Груминг больших пород	2500	60	150000
Хендлинг	2000	100	200000
Пакет премиум	2000	50	100000

Продолжение таблицы 16

Аренда грум зоны	500/час	150	75000
Итого		1240	2545500

Расчетные данные основаны на оптимистическом прогнозе продаж.

Таким образом, выручка на 2019 год составит 2545500 рублей (оптимистический прогноз). Предположим, что с 2020 года произойдет прирост объема оказанных услуг на 10%, поэтому предполагаемая выручка на 2019-2021 годы составят:

2019 год – 2545500 руб.

2020 год – 2800050 руб.

2021 год – 3080055 рублей.

Далее необходимо рассчитать единовременные и ежемесячные затраты дрессировочного центра «Академия собак».

Единовременные и ежемесячные затраты организации представлены в таблицах 17 – 18.

Таблица 17 - Единовременные расходы дрессировочного центра «Академия собак»

Наименование	Стоимость, (руб.)
Ремонт помещения	20 000
Покупка оборудования	286 320
Реклама	19300
Аренда	15000
Регистрация	10000
Итого	350620

Таблица 18 - Ежемесячные расходы дрессировочного центра «Академия собак»

Наименование статьи	Стоимость, руб/мес.
Расходы на заработную плату с учетом социальных взносов	121000
Коммунальные расходы	10000
Арендная плата	15000
Реклама	2000
Отчисления во внебюджетные фонды	36300

Продолжение таблицы 18

Прочие расходы	10 000
Итого в месяц, рублей	194300

По данным таблицы 18 видно, что наибольшую долю затрат составляет фонд заработной платы персонала.

На основе данных по ожидаемым доходам и расходам можно составить план движения денежных потоков (кэш-фло).

План движения денежных потоков представлен в таблице 19.

Таблица 19 - План движения денежных потоков (кэш-фло)

Показатель	Значение показателя, рублей			
	2018	2019	2020	2021
Первоначальные инвестиции	350620			
Выручка от оказания услуг		2545500	2800050	3080055
Затраты		2331600	2331600	2331600
Амортизация		26100	26100	26100
Валовая прибыль		213900	468450	748455
Налог на прибыль		12834	28107	44907
Чистая прибыль		201066	440343	703548
Чистый денежный поток		227166	466443	729648

Собственник бизнеса вкладывает собственные средства в размере 350620 рублей в 2018 году. Салон начинает работать с 1 января 2019 года.

Амортизация начисляется линейным методом исходя из стоимости основных средств.

Таким образом, чистый денежный поток во все годы осуществления инвестиционного проекта оказался положительным, что является свидетельством финансовой состоятельности проекта.

Ставка дисконтирования зависит от минимальной доходности и влияния уровня инфляции. В данном случае под минимальной доходностью понимается ставка по депозитам в наиболее надежных российских банках. Она составляет 7,25% годовых. Уровень инфляции за 2018 г. по данным

Росстата составил 4%. Исходя из этого, формула ставки дисконтирования имеет вид:

$$(1+E)=(1+R)*(1+I) \quad (16)$$

где E - ставка дисконтирования, R – минимальная доходность (безрисковая ставка), I – уровень инфляции.

$$(1+E)=(1+0,07)*(1+0,04\%)$$

$$(1+E) = 1,11$$

$$E = 0,11 = 11\%$$

$$E = 11\%$$

Проведем оценку экономической эффективности проекта методом расчета чистой приведенной стоимости (NPV)

Таблица 20 - Расчет NPV (в рублях)

Показатели	2019	2020	2021
Денежные потоки проекта, рублей	227166	466443	729648
Коэффициент дисконтирования	0,901	0,812	0,731
Дисконтированные потоки, рублей	204676	378752	533373
Сумма дисконтированных потоков, рублей	1116801		

Сумма дисконтированных денежных потоков составляет 1116801 руб.

Таким образом, NPV данного инвестиционного проекта равен:

$$NPV = 1116801 - 350620 = 766181 \text{ руб.}$$

$NPV > 0$, это свидетельствует о прибыльности проекта и выгоды его осуществления.

Расчет индекса прибыльности инвестиций:

Индекс прибыльности инвестиций (PI) показывает отношение отдачи капитала к размеру вложенного капитала, показатель PI показывает относительную прибыльность проекта или дисконтируемую стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на единицу вложений.

Критерий принятия решения такой же, как при принятии решения по показателю NPV, т.е. $PI > 0$. При этом возможны три варианта:

- $PI > 1,0$ – инвестиции рентабельны и приемлемы в соответствии с выбранной ставкой дисконтирования;

- $PI < 1,0$ – инвестиции не способны генерировать требуемую ставку отдачи и неприемлемы;

- $PI = 1,0$ – рассматриваемое направление инвестиций в точности удовлетворяет выбранной ставке отдачи.

Проекты с высокими значениями PI более устойчивы.

PI рассматриваемого инвестиционного проекта равен:

$$PI = PVP / I, \text{ где}$$

PVP – Сумма дисконтированных денежных потоков.

I – Первоначальные вложения

$$PI = 1116801/350620 = 3,1$$

$$3,1 > 1$$

Исходя из условий прибыльности инвестиционного проекта ($PI > 1$), данный проект можно признать рентабельным.

Оценка экономической эффективности методом внутренней нормы доходности

Внутренняя норма доходности - норма прибыли, порожденная инвестицией.

Внутренняя норма прибыли находится обычно методом подбора значений ставки дисконта, при вычислении показателя чистой текущей стоимости проекта.

Коэффициент дисконтирования P , определяющий настоящую стоимость платежа, который будет осуществлен через n лет при ставке дисконтирования i , определяется по формуле: $P = 1 / (1+i)^n$

Таблица 21 - Расчет внутренней нормы доходности (тыс. руб.)

	Чистый денежный поток, руб.	Кэф дисконт. 1 (11%)	Денежный поток 1, руб.	Кэф дисконт. 2 (80%)	Денежный поток 2, руб.
0	-350620	1	-350620	1	-350620

Продолжение таблицы 21

1(2019)	227166	0,90	204449	0,55	112446
2 (2020)	466443	0,81	377811	0,30	114742
3 (2021)	729648	0,73	532643	0,17	93030
Чистый дисконтированный доход, руб			764283		-30402

Внутренняя норма доходности (IRR) находится по формуле:

$$\text{ВНД (IRR)} = \text{КД1} + (\text{ЧДД1}/(\text{ЧДД1}-\text{ЧДД2})) * (\text{КД2}-\text{КД1})$$

Рассчитаем внутреннюю норму доходности для данного проекта

$$\text{ВНД} = 0,75 \text{ или } 75\%$$

Для нормы дисконта 10% NPV составит 764283 руб., для нормы дисконта 75% NPV составит -30402 руб.

Формула справедлива, если выполняются условия $\text{КД1} < \text{ВНД} < \text{КД2}$ и $\text{ЧДД1} > 0 > \text{ЧДД2}$, в данном случае эти условия выполняются.

IRR составляет 75%, таким образом, полученное значение $\text{IRR} > \text{R}$, следовательно, проект можно считать прибыльным.

Произведем расчет рентабельности дрессировочного центра и срок окупаемости, сведем все показатели в таблицу 22.

Таблица 22 - Эффективность инвестиционных проектов

Срок окупаемости	Капитальные вложения / чистая прибыль $350620/2545500=0,13$ месяца	0,13 месяца
------------------	---	----------------

Проект окупается за 0,13 месяца что позволит в дальнейшем развивать дополнительные направления деятельности, создавать новые рабочие места. Способствовать росту конкуренции на данном рынке, а значит наиболее полно и качественно удовлетворять потребности жителей города Тольятти.

Данные показатели свидетельствуют об устойчивом положении предприятия, что является, безусловно, положительным фактором.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Не смотря на некоторые особенности данной сферы, которые усложняют работу с клиентом, по всему миру за последние 3 года замечен высокий рост.

Сфера услуг сама по себе является молодой и модифицируется с огромной скоростью. В настоящее время сфера услуг является одной из самых перспективных, быстро развивающихся отраслей экономики.

Каждая собака обязана быть воспитанной. Хорошо тому хозяину, который уже преуспел в изучении сложной и многогранной науки дрессировки собак, и вырастил своего питомца умным и послушным.

Существует несколько подходов к дрессировке:

1. Групповая дрессировка, или дрессировка в группе. Набирается группа собак, в среднем - от десяти до двадцати в группе. При этом виде обучения занятия проводятся на дрессировочной площадке, владельцы работают со своими собаками сами, под руководством инструктора.

2. Индивидуальная дрессировка. Индивидуальная дрессировка позволяет не только привить навыки послушания, но и подробно разобраться в причинах возникновения нежелательного поведения, и исправить их.

Уже поэтому, казалось бы, услуги – в широком смысле этого слова — относятся к тем направлениям бизнеса, которым не требуется особая поддержка со стороны. Ведь за предоставляемые им услуги люди готовы платить деньги, и порою немалые.

Рассмотрев вторую главу, мы провели анализ потребительского спроса и конкурентной деятельности трех дрессировочных центров которые существуют в городе Тольятти и выявили преимущества и недостатки данных центров. Наиболее конкурентоспособным оказался «Центр дрессировки собак». Так же провели анализ экономической эффективности деятельности дрессировочного центра ООО «КРИОС», проанализировав факторы развития отрасли за 3 года. Выручка данной организации за 2017 г.

составила 901000 рублей, по сравнению с показателем 2016 года 427000 рублей. Рассмотрев показатель рентабельности дрессировочного центра ООО «КРИОС» следует сделать вывод, что доходность от дрессировки собак является прибыльным

В третьей главе проанализировали возможные места расположения нового дрессировочного центра.

С целью изучения маркетинговой ситуации дрессировочных центров, мы рассчитали производственную программу открытия центра. Также провели аналитическую оценку деятельности ближайших конкурентов, и проанализировали возможную прибыль.

Рассчитали ориентировочную выручку, единовременные и ежемесячные затраты. Исходя из расчетов выручка составила 2545500 рублей, а чистая прибыль в первый год реализации проекта 201066 рублей. Провели анализ движения денежных потоков, чистый денежный поток во все годы осуществления инвестиционного проекта оказался положительным.

Определили эффективность предлагаемого бизнес-плана по созданию дрессировочного центра «Академия собак», методом расчета чистой приведенной стоимости (NPV), при норме дисконта 10% NPV составила 764283 рублей, а для нормы дисконта 75% NPV составила -30402 руб.

Внутренняя норма доходности (IRR) составила 75%, следовательно, проект можно считать прибыльным.

В данном бизнес - плане рассмотрены вопросы рыночной стратегии и тактики деятельности вновь создаваемой организации области воспитания и дрессировки собак. Наличие конкурентных цен, желание сотрудников организации работать, к её потенциальным клиентам можно отнести практически всех владельцев собак. Сотрудники организации имеют опыт работы со всеми породами. Помимо оборудования, в организации имеется также необходимая литература по воспитанию и дрессировки собак.

Налаженный участок работы, оборудованный необходимыми атрибутами, возможность развития и расширения деятельности, всё это позволяет надеяться на прибыльность и процветание организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
2. Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие / В.С. Алиев, Д.В. Чистов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
3. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
4. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
5. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
6. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2013. - 432 с.
7. Фадеева Г. Д., Железняков Л. А., Артюхина О. В. Роль бизнес-планирования в коммерческой деятельности предприятий // Молодой ученый. — 2014. — №12. — С. 190-192.
8. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
9. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров. / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2012. - 432 с.
10. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с.
11. Немети, Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для владельцев бизнеса / Л. Немети. - М.: Инфотропик Медиа, 2012. - 272 с.

12. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2013. - 284 с.
13. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник. / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2016. - 288 с.
14. Все о собаке. Сборник М.: Эра, 2012, 695 с.
15. Корнеев Л. Слово о собаке. М.: Мысль, 2014, 253 с.
16. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.
17. Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
18. Стрекалова, Н. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Н. Стрекалова. - СПб.: Питер, 2012. - 352 с.
19. Лобачев В. С. Словарь собаководов. М.: 2014, 233 с.
20. Мазовер А. П., Крушинский Л. В., Израилевич И. Е. и др. Служебная собака. Можайск: изд. ВАП, 2014, 576 с.
21. Реймерс Н. Ф. Популярный биологический словарь. М.: Наука, 2016, 350с.
22. Ротенберг В. С. Мозг. Обучение. Здоровье. М.: Просвещение, 2016.
23. Руководство по дрессировке. М.: Воениздат, 2016, 128 с.
24. Севодняев В. М., Шалабот Н. Е. Помощники в службе. // Войсковой вестник. М., 2014, № 2, с. 57–59.
25. Служебная собака. Д. ВАП, 2015, 576 с.
26. Ходжсон, Сара Воспитание щенков для "чайников" / Сара Ходжсон. - М.: Вильямс, 2013. - 312 с.
27. Служебное и охотничье собаководство. М.: Колос, 2013, 150 с.
28. Собака — кто она? М.: Эра, 2013.
29. Трут Л. Н. Очерки по генетике поведения. Новосибирск: Наука, 2015, 240с.

30. Трут Л. Н. Эволюционная концепция Д. К. Беляева — десять лет спустя. // Генетика, 2015, т. 33, № 8, с. 1060–1068.
31. Фабри К. Э. Основы зоопсихологии. М.: Изд-во МГУ, 2015, 287 с.
32. Фогель Ф. Мотульский А. Генетика человека. М.: Мир, 2014, т. 3, 366 с.
33. Хайнд Р. Поведение животных. Синтез этологии и сравнительной психологии. М.: Мир, 2016, 856 с.
34. Вегманн, Ангела Дрессируем собаку / Ангела Вегманн. - М.: Белый город, 2009. - 128 с.
35. Вуд, Дебора Дрессируем маленькую собачку / Дебора Вуд. - М.: Эксмо, 2011. - 176 с.
36. Гриценко, В. Послушание собаки / В. Гриценко. - М.: Аквариум-Принт, Астрель, ВКТ, 2011. - 256 с.
37. Давыденко, В. И. Главные правила дрессировки собак / В.И. Давыденко. - М.: АСТ, Харвест, 2010. - 256 с.
38. Давыденко, Виталий 10000 советов. Ваша собака / Виталий Давыденко. - М.: Харвест, 2002. - 304 с.
39. Джерелин, Дж. Билакевиц Воспитание и обучение собак. Как превратить озорного щенка в дрессированную собаку с хорошими манерами / Джерелин Дж. Билакевиц. - М.: Астрель, АСТ, 2006. - 276 с.
40. Нестеров, А.В. Все о дрессировке собак / А.В. Нестеров. - М.: Эксмо, 2014. - 144 с.
41. Подготовка специалистов кинологии пограничных органов федеральной службы безопасности. Учебно-методическое пособие. - М.: Граница, 2012. - 480 с.
42. Сандсмарк, Джоанна Наши лучшие книги о собаках (комплект из 4 книг) / Джоанна Сандсмарк и др. - М.: Добрая книга, 2009. - 452 с.
43. Укроженко, М. Уроки воспитания и научения собак / М. Укроженко, В. Благодырев. - М.: Аквариум-Принт, 2009. - 544 с.

44. Усов, М. Собака-спасатель. Подготовка и обучение / М. Усов. - М.: Аквариум-Принт, 2014. - 144 с.
45. Арасланов Ф.С., Алексеев А.А., Шигорин В.И. Дрессировка служебных собак. – М: Досааф, 2017 – С. 126.
46. Бочаров В. И. Всё о собаках. – Дрессировка служебных собак. – М: Досааф, 2015 – С. 101.
47. Московкин В. В. Основы служебного собаководства – Чебоксары: «Руссика», 2012. – С. 286.
48. Крузерман Г. В. Справочник. Дрессировка собак. – М: Мир, 2015. – С.142.
49. Дудинский Д.И. О собаках М.: АСТ, – 2015. С. 64
50. Карапетьянц К.Г. Здоровье и воспитание собак с первых шагов – 2014. С. 64
51. Штраке П. Родезийский риджбек М.: ООО «Аквариум Принт», 2017 – с. 160
52. Акимушкин И. Мир животных М.: Мысль, 2018, 445 с.
53. Андреев Л. А., Васильев В. В., Васильев М. Ф. и др. Служебное собаководство. (Руководство по подготовке специальных служебных собак.) М.: Сельхозгиз, 2014.
54. Арасланов Ф. С. и др. Дрессировка служебных собак. Алма-Ата: Кайнар, 2017, 304с.
55. Варлаков В. С. Зачем собаке учиться? И как ее учить? // Альманах «Друг», М.: 2014, с. 144–167.
56. Варлаков В. С., Затевахин И. И. Системные принципы дрессировки. // О чем лают собаки. М.: Патриот, 2017, с. 174–245.
57. Савкина, Р.В. Планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник / Р.В. Савкина. - 2-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 320 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=421098>.

58. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев и др. ; под ред. В.З. Черняк, Г.Г. Чараев. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 591 с. - Библиогр. в кн. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114751>

59. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник / И.А. Дубровин. - 2-е изд. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 432 с. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229284>

60. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебник / под ред. В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Н. Млодик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2009. - 816 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226037>.

