

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01. Экономика
Отделение цифровых технологий

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Тема работы
Бизнес-план центра по грумингу в г. Кемерово

УДК 005.511(083.92):636.7(571.17)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б40	Удальцова Анастасия Сергеевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОЦТ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОЦТ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

И.о. руководителя	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ОЦТ	Захарова А.А.	д.тех.н., доцент		

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально-значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 Федеральное государственное автономное
 образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Институт Юргинский технологический институт

Направление 38.03.01 Экономика

Отделение цифровых технологий

УТВЕРЖДАЮ:

И.о.руководителя ОЦТ

_____ Захарова А.А.

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Дипломной работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б40	Удальцовой Анастасии Сергеевне
Тема работы: Бизнес-план центра по грумингу в г.Кемерово	
Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	от 31.01.2019г. №6/С

Срок сдачи студентом выполненной работы:	01.06.2019г.
--	--------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<p>Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i></p>	<p>Объект исследования создание предприятия малого бизнеса</p>
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<p>Провести аналитический обзор литературных источников по теме исследования, необходимо в процессе исследования решить следующие задачи: провести маркетинговый анализ рынка по предоставлению услуг груминга; разработать организационно-производственный плана создания центра по грумингу; оценить экономическую эффективность предлагаемого, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.</p>
<p>Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	<p>Виды услуг салона Организационная структура</p>
<p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i></p>	
Раздел	Консультант

«Социальная ответственность»	Лизунков В.Г., к.пед.н., доцент
Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:	
Реферат	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б40	Удальцова А.С.		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б40	Удальцовой Анастасии Сергеевне

Институт	Юргинский технологический институт	Отделение	ЦТ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.01 Экономика

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
<i>1. Регламент положения КСО</i>	<p>1 ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 20000-2010 «Guidance on social responsibility».</p> <p>2 Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента».</p> <p>3 GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности.</p> <p>4 SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда .</p>
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
<i>1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности</i>	<p>Изучить понятие и принципы социальной ответственности. Анализ проводит на основании внутренней документации предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты и т.д. Результаты анализа сводятся в таблицу.</p> <p>Основные этапы анализа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Определение стейкхолдеров организации. 2) Определение структуры программ КСО. 3) Определение затрат на программы КСО. 4) Оценка эффективности и выработка рекомендаций.
<i>2 Определение стейкхолдеров организации</i>	<p>Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.</p>
<i>3 Определение структуры программ КСО</i>	<p>Задача студента на данном этапе назвать мероприятия КСО, реализуемые компанией, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ</p>

4 <i>Определение затрат на программы КСО</i>	Определяется бюджет программ КСО предприятия. Важным этапом является определения вклада организации при эквивалентном финансировании или при корпоративном волонтерстве.
5. <i>Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций</i>	Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах.
Перечень графического материала:	
<i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i>	-

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОЦТ	Лизунков В.Г.	к.пед.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б40	Удальцова А.С.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 74 страницы, 17 таблиц, 3 рисунка, 33 источника литературы.

Ключевые слова: предпринимательство, проект, планирование, бизнес-план, анализ, рынок, домашние животные, груминг, прибыль, эффективность.

Объектом исследования является организация салона по предоставлению услуг груминга.

Цель работы – разработка бизнес-плана по открытию салона по предоставлению услуг груминга.

В ходе работы решены следующие задачи:

- исследован рынок аналогичных услуг;
- рассчитан бизнес-план по открытию центра по предоставлению услуг груминга.

Люди любят домашних животных, маленькие дети просят своих родителей о кошечке или собачке. Появления мелких пород собак позволяет многим решить проблему содержания и ухода за домашним животным, о чем свидетельствует огромное число домашних животных, проживающих вместе с хозяевами в жилых квартирах. В связи с этим рынок салонов красоты для животных в ближайшие года будет только расширяться. Это указывает на большой потенциал и перспективность развития бизнеса.

Abstract

The final qualifying work contains 74 pages, 17 tables, 3 figures, 33 sources of literature. Keywords: business, project, planning, business plan, analysis, market, pets, grooming, profit, efficiency.

The object of the research is the organization of the salon for the provision of grooming services.

The purpose of the work is to develop a business plan for the opening of the salon for the provision of grooming services.

During the work the following tasks were solved:

- investigated the market for similar services;
- calculated the business plan for opening a center for the provision of grooming services.

People love pets, small children ask their parents to buy a cat or dog. The appearance of small breeds of dogs allows many to solve the problem of keeping and caring for a pet, as evidenced by the huge number of pets living with their owners in residential apartments. In this regard, the market of beauty salons for animals in the coming years will only expand. This indicates a great potential and prospects for business development.

Содержание

Введение	11
1 Обзор литературы	13
1.1 Стратегия собственного дела	13
1.2 Создание Образа будущего дела	19
1.3 Проектный и классический подход к организации собственного дела	24
1.4 Как завоевать клиента	27
1.5 Основные категории бизнес-плана	30
2 Объект и методы исследования	36
3. Расчеты и аналитика	37
3.1 Резюме проекта	37
3.2 Описание услуг проекта	38
3.3 Организационно-правовая форма	40
3.4 Анализ рынка сбыта	43
3.5 Организационная структура	45
3.6 Подбор персонала	47
3.7 Маркетинговый план	48
3.8 Расчет первоначальных вложений	50
3.9 Доходы и расходы проекта	52
3.10 Расчет безубыточности	55
3.11 Расчет финансовых коэффициентов	56
3.12 Swot-анализ проекта	58
3.13 Анализ рисков	59
4 Результаты проведенного исследования	62
5 Социальная ответственность	63
5.1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности	63
5.2 Определение стейкхолдеров организации	65
5.3 Определение структуры программ КСО	66

5.4	Определение затрат на программы КСО	68
5.5	Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	69
	Заключение	70
	Список использованных источников	72
	Диск CD-R	В конверте на обороте обложки

Введение

В повседневной жизни мы привыкли считать планированием составление некой последовательности действий или просто перечня шагов, которые нужно сделать для достижения цели.

В нашем исследовании *планирование (planning)* перекликается еще с одним процессом, решающим схожую задачу. В данном случае речь идет о бизнес-планировании .

Бизнес-планирование – это процесс, когда определенным задачам (действиям) сопоставляются определенные ресурсы (время, деньги, исполнители и т.д.). То есть все действия и имеющиеся ресурсы уже заданы – остается только их правильно (эффективно) распределить и определить порядок действий. Результатом этого процесса является расписание.

Само же *планирование* – это процесс творческий, в котором изначально задана лишь Цель и Спецификация (в бизнесе, к примеру, бизнес-идея). Все остальное – сами действия, их последовательность и определение оптимального количества ресурсов — необходимо найти. То есть планирование – это нахождение способа достижения заданной цели и его детализация, включая последовательность (алгоритм) действий и распределение ресурсов для этого. Соответственно, *максимально эффективное планирование – это нахождение максимально эффективного (наименее ресурсоемкого) способа достижения цели и его детализация, включая последовательность действий и оптимальное распределение ресурсов* . Результатом планирования является план.

Оба этих процесса являются важной составляющей построения успешного бизнеса. Но, хотя разница между ними очевидна, планирование бизнеса зачастую превращается в простое составление расписания бизнес-процессов, являющихся *типовыми* (а по сути стереотипными) для бизнеса.

Актуальность темы определили цель и задачи работы.

В работе поставлена следующая цель: разработка бизнес-план центра по грумингу.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести маркетинговый анализ рынка по предоставлению услуг груминга;
- разработать организационно-производственный плана создания центра по грумингу;
- оценить экономическую эффективность предлагаемого, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.

Объект исследования – малый бизнес.

Предмет исследования – организация услуг по грумингу.

Методологическая и теоретическая основа работы базируется на фундаментальных работах как отечественных, так зарубежных авторов, на прикладных исследованиях в области планирования. При составлении бизнес-плана опора была на научные публикации в области исследования рынка, а также применяемую методику расчётов основных показателей бизнес-плана. В работе применялся системный подход, статистический анализ, сравнение, прогнозирование, графические методы, анализ литературных источников и другие общенаучные методы исследования. Законодательные, нормативно-правовые документы Российской Федерации, статистическая информация с официальных сайтов в сети Интернет, материалы периодической печати составили информационную базу работы.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в рассмотрении основ бизнес-планирования и в оценке автором эффективности бизнес-плана.

Практическая значимость исследования состоит в экономически обоснованной возможности реализации бизнес-плана и в возможности с помощью разработанного бизнес-плана получить прибыль.

1 Обзор литературы

1.1 Стратегия собственного дела

Прежде всего, необходимо создать создаётся Образ будущего Дела. Здесь нужно исходить не из того, что у нас есть, а из того, что мы желаем.

Стратегия — это совокупность того, что мы желаем достичь и как мы желаем это достичь. Вопрос "как?" — такой же важный, как и вопрос "что?". То, как достигается цель, непременно скажется на личности, на затраченных ресурсах и времени. Это может оказаться неожиданным.

Как достигнуть своей цели? Насколько подробно продумываются варианты? Какой именно путь будет оптимальным? Всё это важно и есть неотъемлемая составляющая стратегии.

Приведем пример про таксиста. Садит он в машину пассажира и спрашивает: «Вам куда?». Туда-то. Таксист трогается с места и в течение двух секунд вспоминает, где находится пункт назначения и представляет путь своего следования. Как он представляет этот путь?

Сначала вспоминаем, где цель пути — представляем её местонахождение. Затем ближайшие к ней перекрёстки и дороги, которые к ним ведут. Затем ещё перекрёстки на этих дорогах. Затем вспоминаем обычную для этого времени ситуацию на этих дорогах. Пробки, количество машин, ремонтные работы и другое. Объездные пути, которыми можно миновать заторы. И только после того, когда точно представили, какими улицами будем ехать до цели, уверенно начинаем движение.

Много раз в жизни водителя были моменты, когда приходилось жалеть о том, что заранее не подумал, какой дорогой ехать до цели. Выбираешь машинально самый привычный путь (по главным улицам), не задумываясь, вырulingиваешь с перекрёстка и упираешься в хвост большой пробки. И быстро-быстро начинаешь перебирать в голове варианты, как бы эту пробку миновать. Может, даже нарушить правила дорожного движения. На

встречную полосу выехать или развернуться на одностороннем движении[1].

Если водитель не бесцельно дефилирует по дорогам города, а наоборот, двигается с определённой целью, которую надо достигнуть (и желательно побыстрее), в его голове обязательно присутствует план передвижения. План достижения цели. Он возникает в голове практически мгновенно в самом начале движения и так же мгновенно корректируется при встреченных на пути препятствиях.

Этот план, вместе с представлением самой цели и её местонахождения и есть настоящая стратегия. Настоящая потому, что только цель-образ, являющийся частью такой стратегии, имеет шансы быть воплощенным. И будет воплощён, ибо продуман до мелочей, учтены все возможные помехи и, в силу опыта мгновенно корректируется при возникновении непредвиденных ситуаций.

Какую же стратегию, как правило, мы создаем, когда пытаемся сделать что-то, чего никогда не делали, например, создать своё Дело? В абсолютном большинстве случаев — никакую.

Почему? Да потому, что мы представляем себе лишь зарисовку цели. Того что хотелось бы иметь, и какое оно желается. И, практически всегда, вопрос о стратегическом плане достижения цели упускается нами из виду. Мы не думаем о том, как достигнем своей цели. Какими путями пойдём. Какие вообще пути возможны. Зачастую, перебрав в голове уже известные нам варианты, мы решаем, что в нашем случае они не подходят, а других просто не существует. И на этом останавливается вся деятельность по созданию стратегии создания своего Дела, того, которое обязательно будет воплощено. Ну, вот не видим мы пути его достижения и всё. Баста. А те, что видим, нам не по зубам.

Стратегия по созданию будущего Дела обязательно должна содержать в себе следующее [6]:

1 Живое представление того, к чему вы стремитесь. Слово «живое» означает, что представлены должны быть все возможные чувственные составляющие. Ваши чувства и ощущения в момент достижения Образа. Как вы будете жить, проводить свой день и ночь, что пить, есть, чем дышать, с кем общаться, о чём разговаривать и так далее и тому подобное. Это важно. Нельзя ограничиваться лишь указанием суммой денег, которую вы хотите иметь в результате реализованного своего Дела. Это рабство денег. Вы же живой человек, а не банкомат, так что и думайте о своей жизни и её составляющих.

2 Стратегический план действий и промежуточных результатов в достижении этого Образа. Каким путём вы пойдёте. Сколько времени у вас это займёт, в идеале — с точностью до дня. Какие должны быть промежуточные результаты. Цепочка причин и следствий. Череди тех действий, которые ведут от первого ко второму.

Приведем пример. У вас есть семечко — это причина. Из семечка вырастет дерево — это следствие. Но семечко необходимо посадить в землю и поливать и ухаживать за ним в течение некоторого времени. Это и есть череди тех действий, которые от причины приведут вас к следствию.

Вырастить дуб — просто. Кинул жёлудь в землю, дуб сам и вырастет. Он требует минимум ухода. А вы попробуйте вырастить виноград, не дикий, а садовый. И постарайтесь добиться от него максимальной плодовитости. Это может показаться простым, так же бросить в землю семечко и поливать: будет виться лоза и радовать нас огромными гроздьями. Однако, не всё здесь просто.

Садовый виноград, как и своё Дело, требует тщательного ухода и чёткого представления того, как будет выглядеть шпалера с лозой, на которой висят крупные грозди. Есть, как минимум два представления у людей о том, как должна выглядеть и выращиваться виноградная лоза.

Первое — лоза сама бесконтрольно вьётся по деревьям, до которых дотягивается. Ухаживать за ней не нужно. Так растёт дикий виноград и плоды его намного меньше по весу, чем у садового.

Второе — для роста лозы устанавливается шпалера. В первый год выращивается ствол будущего куста. На следующий год выращивается два «плеча» из уже подрезанного прошлогоднего ствола. На третий год из «плечей» выращивается по два «рукава». «Рукава» опять же чуть подрезаются. На четвёртый год из «рукавов» выращиваются плодоносные лозы, которые только на пятый год дадут достойный урожай. «Рукава» и плодоносные лозы подвязываются к шпалерам, что позволяет тяжелым гроздьям не касаться земли и вызревать полностью. Регулярно лозы купируются — отщипываются молодые побеги, для того, чтобы не лишать соков зреющие грозди.

Какое из этих двух представлений о выращивании винограда более полное? Ясно, что приведённая стратегия выращивания садового винограда содержит в себе и план, как нужно выращивать. Именно эта Стратегия и есть Настоящая. Ибо она отвечает на вопросы "Как?" и "Что будет в итоге?".

Стратегия создания своего Дела, по аналогии с образом садового винограда и планом выращивания его шпалеры, есть такое же культурное мероприятие. Ни виноград, дающий большие плоды, ни своё Дело, которое создаёте своими руками, не могут быть отпущены на самотёк.

Только усердие и сила мысли, продумавшей всё до мелочей, приведут к тому, что собственное Дело будет давать вкусные и здоровые грозди человеческого счастья. Как в сумме денежного дохода, так и в числе улыбок и задорного смеха покупателей.

Самое главное — отнестись ко всему с чувством, толком, расстановкой и не бежать впереди паровоза. Продумать как можно лучше Образ и оптимальные пути его достижения.

Можно вполне согласиться с тем, что у своего Дела есть только два варианта будущего. Или Дело есть. Или его нет. Не бывает такого, что, как

бы Дело и есть, и в тоже время его и нет. Только есть или нет. Третьего не дано.

То, что Дела нет, представить очень просто. Даже и представлять ничего не надо. Нет, и всё. Никакого труда по разработке Образа будущего несуществующего Дела. По созданию проекта его достижения.

А вот то, что Дело есть и тем более КАКОЕ оно, — представить очень даже непросто. Мало представить себе, что оно есть. Необходимо еще создать проект по его достижению. Рассмотреть много-много вариантов хода событий. Все возможные шаги по достижению промежуточных целей и кучу разных встречных предложений. Выбрать лучшие на данный момент времени, опробовать их в жизни. Убедиться на опыте, что при выборе были допущены те или иные ошибки. Понять это, опять придумать, найти и осуществить выбор из нескольких вариантов. Всё это очень непросто, и если заранее не проведена проектная работа, приносит очень много лишних переживаний и испытаний.

Если, например, мы не задумываясь ни на секунду, где купить к обеду хлеба, зайдём в ближайший хозяйственный магазин за своей покупкой только из-за того, что это именно ближайший магазин, то хлеба мы там и не купим. Магазин может оказаться хозяйственным. Так же и в своём Деле. Попытка предложить на реализацию изготовленное кресло в ближайшем магазине с названием «Шторы, тюли, ламбрекены» обречена на провал. А время будет потрачено впустую, не принеся вам даже опыта в проведении переговоров.

Необходимо было предварительно подумать над тем, куда нести продукт собственного творчества. Кому предлагать его на реализацию и стоит ли вообще это делать. Изготовить и пойти продать клиенту самому или предложить на реализацию в магазин. Даже идея с размещением на реализацию возникает не в первую очередь. В большинстве случаев новоявленный предприниматель имеет в виду только один вариант развития событий. Если я что-либо произвёл, то я и должен это продать лично. Отсюда

и возникает страх начала своего Дела, основанный на опасении, что ваши способности не позволят вам продавать товар в том количестве, которое необходимо для получения известной доли прибыли.

Или другой случай, связанный с поиском поставщика сырья для будущего производства. Не важно, чем мы будем заниматься, услугами ли по визажу или изготовлением табуреток. В обоих случаях есть такая категория товаров как сырьё — то, из чего создается своё творение. В первом случае, например, это косметика, во втором, — то же самое дерево. Так вот, какая мысль возникает первой в ответ на вопрос: «Где взять сырьё?» Купить в магазине. Или, если большое количество, то на оптовой базе. Всё. Дальше фантазия редко идёт. И зря, между прочим. Потому что для любой покупки в малом или большом количестве нужны деньги. А денег в абсолютном большинстве случаев для начала своего любимого Дела и нет. И именно поэтому возникает ещё один страх начала своего Дела, основанный на убеждении, что без денег своего Дела не начать.

Следующий пример. Как сделать так, чтобы потенциальные покупатели узнали о появлении такого замечательного товара или услуги? Дать рекламу в СМИ. Ещё есть варианты? Как правило, нет больше вариантов, и так как реклама стоит денег, а денег нет, и взять их негде, то сей факт сильнейшим образом тормозит ваши мысли. Дальше просто мысли не идут.

Сырьё купить – нужны деньги. Рекламу дать – нужны деньги. Рабочих нанять – нужно платить им зарплату. Налоги тоже надо платить. Помещение арендовать и так далее, и тому подобное. Всё, ступор и уверенность в том, что никогда вы не создадите своё Дело и не будете жить так, как вы мечтаете, потому что денег нет. И долго не будет.

Другими словами, вы видите ЕДИНСТВЕННЫЙ путь к Образу своего будущего Дела. Путь через деньги. И так как денег у вас нет, то и пути другого тоже нет – говорит вам простая логика.

Вы подсчитали заранее, что для того чтобы у вас в будущем появился свой уютный ресторанчик, вам необходимо минимум сто тысяч долларов.

Арендовать помещение. Купить оборудование и мебель. Оформить зал. Нанять обслуживающий персонал и персонал по производству. Бухгалтера. Налоги надо будет заплатить, ведь Министерство по налогам и сборам постоянно талдычит об этом отовсюду. А суммы такой у вас нет и заработать её вряд ли когда-то удастся. Разве что под старость лет накопить в чулочке. Но зачем вам тогда будет нужен этот ресторанчик?

И вот есть у вас мечта. И нет никакой уверенности в том, что вы ее когда-нибудь достигнете. Более того, есть твёрдая уверенность, что этого вам не дано. Что вы не сможете никогда этого сделать, и не случится в вашей жизни такого чуда. А всё почему – потому что денег у вас нет. И другого пути вы не видите! Ситуация представляется вам безвыходной.

Клинический, надо сказать, случай... Что же делать?

Да всё просто. Надо начать своё Дело с нуля!

1.2 Создание Образа будущего дела

Исходим из того, что вы таки потрудились над своим Будущим и создали, разработали, описали Образ своего Дела. Он у вас есть. Это важно! Без этого никуда. Глупо начинать своё Дело без его Образа. А именно с Образа-то начать вы и в состоянии, даже с нуля.

Денег нет, но есть желание и время. Только не говорите, что времени у вас тоже нет. Вот есть же время ходить на работу и работать на другого человека? Есть! Так найдите время и для себя. Время-то, оно ваше и ничьё другое. Никто вам его не даст, если вы сами его не возьмёте.

Вот, по вечерам, во время обеденных перерывов, по дороге на работу, с работы, в выходные, наконец, – начните создавать своё Дело с Образа. Начните с мысли о том, что вы сможете всё сделать для того, чтобы ...

Взять ответственность за себя самого.

Мысль – она мгновенна и не рождается в муках. Все озарения случаются в миг. Так и времени для того, чтобы сказать себе: «Я могу! У меня будет

своё Дело!»), много не надо. Раз, и всё. Только позвольте себе это сделать, и всё. Назад пути уже не будет.

Считайте, что вы уже начали своё Дело. Начали с того, что начали думать об этом. Денег-то здесь не требуется. Вы сами понимаете, что если и не думать о том, как создать Дело с нуля, без денег, то гарантированно никогда и не создадите. Вот и хорошо, коль эту простую истину уже понимаете, то вперёд. Начинайте думать, а мы в этом журнале будем рассказывать о примерах других людей, как они создали своё Дело с нуля. Ведь создали же!

Мы стараемся своё Дело, имеющее под собой многим более серьёзное основание, чем простые (даже очень большие) деньги, то идея наша должна представлять собой часть какого-то жизненного плана. И план этот должен быть ОБРАЗОМ будущего. Того самого, который Вы лично создаёте для себя и своих детей. ОБРАЗ должен включать в себя как можно больше сторон жизнедеятельности вашей и взаимодействия вашего с окружающим миром.

Этот ОБРАЗ самое важное и поэтому его создание первый шаг в алгоритме проектирования своего Дела [12].

Почему важно создание ОБРАЗА?

Ответ в самом вопросе. Создание, то есть творение образа включает в себе ваши стремления к лучшей жизни, желаемые ощущения и чувства, питаемые вами к окружающему миру.

Вот пример прошлого десятилетия. Много людей в нашей стране строили свой бизнес без творения Образа своего будущего. Они, грубо выражаясь, вкладывали все силы в заколачивание денег. Чем больше денег, считалось, тем лучше и не было место в душе для Идеи и Образа. Бизнес, деньги и всё. И что получилось в итоге?

Множество анекдотов про новых русских, живо описывающих тупую натуру человека без Души. Не меньше историй, повествующих о развратных увлечениях и поражающих воображение картинах насилия. Мораль и порядочность уходили на задний план, когда перед людьми вставал вопрос о

проведении своего свободного времени. Хотя, даже время, потраченное на сам бизнес, не всегда отличалось добрыми деяниями. Воровство, подлог, обман и так далее. Почему? Потому что не было в душах людей и сознании их Образа светлого будущего. Жизнь велась здесь и сейчас без оглядки на содеянное в прошлом и его отражение в будущем.

Ни какой формулы для творения Образа будущего. Это есть порыв вашей Души и плоды ваших стремлений. А это значит, что алгоритм проектирования вашего дела начинается именно с Творчества, а не с глубинных маркетинговых исследований рынка. Более того, творческим является и второй шаг — создание Образа Дела.

В современной трактовке классической теории маркетинга этот шаг именуют описанием видения будущего состояния дела. Того, каким оно видится вам через N-ое количество лет. Но я считаю слово «видение» недостаточным для описания всех сторон Дела. Более подходящая формулировка именно «Образ Дела».

Ни в коем случае нельзя ограничиваться при описании Образа Дела указанием лишь размера прибыли. Например, формулировка «через три года моя прибыль в месяц будет составлять 350 000 рублей». Это далеко не описание Образа Дела, к которому лишь стоит стремиться. Конечно же, такая прибыль в месяц совсем не плохо, но... В дополнение к этому «но...» из слов об Образе Будущего скажу что, кроме того, какова ваша прибыль важно и то, как окружающий вас мир реагирует на ваши доходы и с помощью чего вы их получаете.

К примеру, такие деньги могут появляться за счёт продажи свечей с ароматизаторами, содержащими наркотические вещества или из "грязного" парафина. Вспомните историю известного американского прохладительного напитка.

За счёт использования дешёвой рабочей силы рабов. Вспомните истории о подпольных заводах из передачи «Человек и Закон».

За счёт организации «лохотронов» на свечах. Пройдитесь по ближайшему рынку, присмотритесь к праздношатающимся людям.

Дело в том, что деньги, это не настоящая цель. И именно Образ Дела, подчинённый Образу Будущего является настоящей целью. Потому важно при описании Образа Дела обозначить, помимо прибыли следующее:

- кто будет покупать ваши свечи;
- на какой территории они будут продаваться;
- в каких местах.

Если вашего воображения хватает лишь на то, чтобы ограничиться территорией вашего города, то никогда вам не выйти на иногородние рынки. Или выйти, но с большим опозданием. Успех завтрашних продаж в других городах зависит от ваших помыслов уже сегодня.

- из чего будут изготавливаться ваши свечи;
- где вы будете приобретать сырьё;
- на каком оборудовании будет построено производство.

Допустив мысль, что новые свечи будут производиться из оставшегося парафина от старых свечей вы, таким образом, придёте в будущем к организации сбора «использованных свечей». Куда уходит парафин, оставшийся от свечей в ресторанах? Выбрасывается, потому что никто за него ничего не даёт. А может свечи и не из парафина?

- что из себя будут представлять выпускаемые вами свечи;
- какой формы они будут и могут быть в принципе;

Если на начальном этапе вы не в состоянии выпускать всё многообразие мыслимых вами форм свечей, то нельзя отбросить из-за этого саму возможность их производства. Стоит уже сегодня заняться сбором тех ресурсов, которые позволят выпускать эти свечи в будущем.

- как покупатели будут отзываться о купленных свечах;
- что о них будут говорить друзьям;
- что напишут в газетах;

Если вы считаете, что декоративные свечи не тот предмет, о котором могут специально писать в газетах или рассказывать друзьям, значит, вы заранее чертите границы своего Дела. Вообразив, что о ваших свечах будут с интересом рассказывать друзьям покупатели и как о сенсации писать газеты, вы начнёте думать о свечах как о чём-то более значимом, чем кусок парафина с фитилём. И в итоге вы придумаете ту идею, которая приведёт к воодушевлённым рассказам о ваших свечах.

Итак, Образ Дела — это не сумма денег, которое Дело приносит, это ещё и весь комплекс реакций внешнего мира на ваше творение. Именно творение, потому что именно с творчества начинается проектирование вашего Дела.

В следующем номере журнала далее об алгоритме творческого проектирования Дела по третьему шагу "Пути достижения Образа" и четвёртому «Выбор оптимального пути».

Если Вы твёрдо решили начать своё Дело, то эти три слова, вынесенные в заголовки статьи должны стать для Вас святой троицей.

Анализ, Планирование и Контроль для успешного предпринимателя, как Отец, Сын и Святой Дух для истинно верующего человека.

Без этих китов маркетинга не предпринимается ни одного серьёзного действия. Каждое решение основано на анализе ситуации, каждое действие планируется, и все результаты подлежат контролю. Без этого нельзя стать успешным и не достигнуть Цели.

Необходима разработка проекта вашего Дела. Проекта, который будет включать в себя образ (описание) того состояния Дела, к которому Вы стремитесь и пути его достижения, учитывающие ваше нынешнее состояние.

Здесь надо чётко представлять себе разницу между классическим подходом к маркетингу и подходом проектным.

1.3 Проектный и классический подход к организации собственного дела

Классический подход предполагает, что сначала создается желаемый образ, дается подробная его характеристика. После этого, опираясь не те качества, которые вы желаете достигнуть, анализируете свое нынешнее состояние и выстраиваете план, как достигнуть, желаемый образ.

Проектный подход рекомендует изначально изучить исходное состояние вашего Дела, определить цель, что нужно изменить и затем уже строить планы как ее достигнуть, заранее определяя точки контроля промежуточных результатов.

С первого взгляда может показаться, что эти два подхода одинаковы, однако разница имеется и она существенна. В маркетинге проектный подход отличается от классического так же, как в алгебре прямой метод решения задач отличается от метода решения от обратного.

Теперь в схематичном виде.

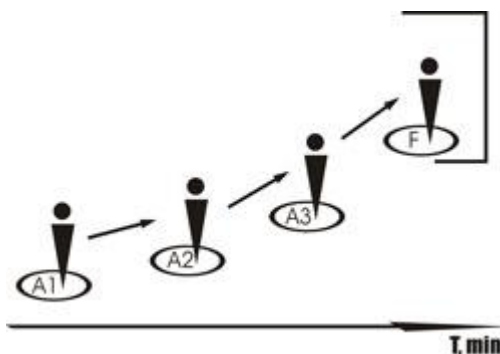


Рисунок 1 – Классический подход

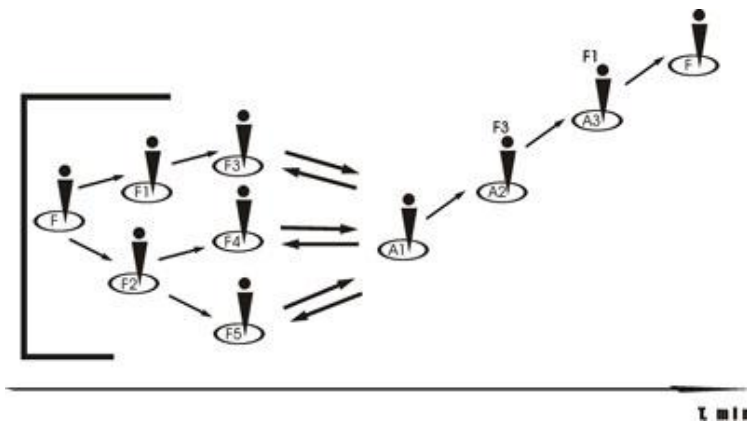


Рисунок 2 – Проектный подход

На обеих осях имеется шкала времени. Это обязательная составляющая всей предпринимательской деятельности. Время – это самое ценное, что у вас есть. Именно шкала времени на графиках дает возможность оценить их схожесть и различие.

Их схожесть состоит в одном – итог каждого подхода состоит в достижении цели, созданного образа будущего – в положении F. Но начинаются они и путь достижения цели у них различен.

Классический подход предполагает анализ ситуации, в которой вы находитесь. Далее необходимо представить себе следующий этап своего развития и сделать шаг, совершая действия исходя из ваших возможностей. Каждый последующий шаг предполагает контроль, анализ своего состояния и новых возможностей и далее уже совершаемые действия.

Вы достигнете цели, но вполне возможно, что она будет несколько другой, не той к которой Вы стремились первоначально, ведь время идёт и всё меняется, меняется окружение и ваше состояние. Могут измениться ваши приоритеты, и вы будете, удовлетворены той целью, которую достигли, а не той к которой изначально стремились.

Проектный подход предполагает, что сначала необходимо полностью отключиться от осознания своего сегодняшнего состояния и, освободив разум от имеющихся ограничений построить образ будущего, состояние F.

Далее, представить себе все возможные предшествующие варианты формы и содержания — декомпозировать систему во времени, разбить на вариантные составляющие, предшествующие состоянию F и друг другу.

Здесь важно постараться построить систему с как можно большим числом элементов. Вариантный выбор должен быть большим. И каждый из элементов необходимо охарактеризовать в нескольких показателях, в зависимости от специфики Дела это могут быть:

- объём продаж,
- себестоимость,

- норма прибыли,
- количество посетителей,
- территория распространения

или что-то другое.

Необходимо выбрать самые важные показатели и охарактеризовать с их помощью каждое из состояний вашего Дела, предшествующих образу будущего (состояния F1, F2, F3 и т.д.).

И только после того как вы подробно выстроили вариант вашего будущего, можно приступать к анализу нынешней ситуации. Этот анализ предполагает сравнение по отношению к каждому из элементов выстроенной вами системы.

Исходя из этого анализа, Вы выбираете тот путь, который в наибольшей степени отвечает Вашим внутренним желаниям и имеющимся возможностям. На схеме, выбран путь через элементы F3 и F1 к состоянию F. Здесь есть отличие между совершением действий, исходя из того, что Вы можете в классическом подходе и совершением действий, исходя из того, что Вы желаете в подходе проектном.

Из написанного выше следует, что Анализ, Планирование и Контроль имеют два разных воплощения в двух разных подходах к маркетингу. Какой именно подход является более эффективным, сложно сказать, но как показывает практика классический подход проще при воплощении, но менее результативный. Проектные работы всегда гораздо сложнее и требуют больше творческих усилий, но именно из-за этого заниматься проектированием и реализацией проекта становится интереснее.

Большое значение в маркетинге играет творчество. Может показаться на первый, что эти две категории несовместимы.

1.4 Как завоевать клиента

Простых решений вокруг очень много. Я когда-то взяла себе за привычку обращать внимание на то, что мне нравится в обслуживании меня как клиента, а что не нравится. Ну и конечно, всегда присматриваешься к нестандартным ходам предпринимателей, хотя и встречается такое не часто.

Конечно, некоторые из описанных ниже простых решений могут показаться вам банальными, но возможно кому-то пригодятся именно они. Итак, начнем...

Не упускайте шанса бесплатной рекламы и пиара в местных СМИ и интернете.

К примеру, предложите вести регулярную колонку в местной газете или журнале по своей специализации или предложите свои услуги местной радиостанции, – ваши потенциальные покупатели узнают вас как специалиста.

Используйте состязания, тотализаторы, конкурсы — в общем, все, что привлечет людей к вашему бизнесу. В своем Интернет-кафе, к примеру, я часто делала соревнования по компьютерным играм, в результате чего появлялось много новых клиентов.

Организуйте дополнительные услуги. Посмотрите на свой бизнес глазами клиента. Какие сопутствующие услуги вам было бы удобно покупать в одном месте?

Например, в том же Интернет-кафе – наряду с Интернетом и компьютерными играми – продажа напитков, прокат и продажа дисков, комплектующих, услуги по ремонту компьютеров, консультирование по программному обеспечению, распечатка документов, сканирование, заправка картриджей и т.д.

Если Ваш магазин или офис достаточно раскручен — сделайте несколько филиалов в разных районах города, а затем и региона.

Предложите Вашему самому толковому и предприимчивому сотруднику открыть филиал совместно, при условии, конечно, что он сам будет его развивать и раскручивать. Это позволит Вам сконцентрироваться на более важных задачах, а сотруднику проявить себя и начать совместный бизнес на партнерских с вами отношениях.

Можно еще увеличить рабочее время. Если вы закрываете магазин или контору в 17-00, то почему бы не заканчивать работу в 19-00? Попробуйте, оповестите об этом своих покупателей. Или работайте в какой-нибудь выходной. Почему бы не в субботу? Или в воскресенье, если в субботу вы и так открыты?

Кстати, например, в Кемерово, это очень хорошо сработало. Открылся очень большой промтоварный магазин, который работал ежедневно с 8.00-23.00. И в выходные, и в праздники. Так к ним паломничал весь город, особенно перед праздниками:).

У них много интересных решений было реализовано: например, две цены для покупателей: при покупке свыше 1000 руб. – все товары отпускаются по оптовой цене со скидкой 15-20% (в зависимости от товара). Причем обе цены указаны на ценнике. В день рождения покупателя, если конечно он сможет это подтвердить, тоже все товары для именинника по оптовой цене плюс подарок от магазина:.) и т.д.

Какие еще простые решения могут пригодиться?

Конечно, делайте скидки:

– за первую покупку, за последующую покупку, за опт; постоянному клиенту, по случаю праздника, за покупку до определенного числа/часа;

– за купон, за конструктивное предложение, за размещение на машине наклейки;

– определенным специалистам и сегментам (студентам, пенсионерам и т.д.).

Давайте подарки и бонусы:

- за каждого нового клиента;
 - сделавшему (сделавшим) самую большую покупку за месяц, квартал, год;
- при покупке цифрового фотоаппарата – второй в подарок:);
- доставка покупки на дом бесплатно;
 - каждому из клиентов — на выбор один из нескольких навороченных плакатов (в углу данные о фирме);
 - покупателю принтера — пачка бумаги бесплатно;
 - абонемент — за определенную сумму бесплатные консультации по телефону, сервисное обслуживание и т.д.

Для привлечения новых покупателей:

- используйте мелкую рекламу в почтовых ящиках с сообщением «Если Вас это не интересует, отдайте, пожалуйста, другому человеку» или «Положите в другой почтовый ящик. Спасибо». (Правда во Владивостоке этот способ стал менее эффективен из-за количества тех самых мелких бумажек:), но, тем не менее, все еще работает);

- пишите статьи в газеты и журналы, совмещайте рекламу со статьями, помогайте СМИ с выбором техники;

- повесьте в офисе письмо в красивой рамочке о признании фирмы кем-то крутым — для клиентов и газет;

- «издайте» документ «Почетный клиент:») и награждайте им своих лучших клиентов;

- печатайте свою рекламу на упаковочных коробках, на средстве доставки;

используйте большие плакаты, граффити.

Для удобства и удовольствия ваших клиентов:

- угощайте кофе, чаем и другими напитками посетителей, пока оформляется покупка;

- предлагайте лизинг и кредитование;

- устройте рабочее место в магазине для опробования клиентом;
- организуйте толковое консультирование в вашей области, краткие обучающие семинары по современным технологиям. (Особенно успешно этим решением пользуется компания «Юманс», занимающаяся 1С. Они раз в квартал или даже чаще собирают бесплатные обучающие семинары для бухгалтеров по новшествам налогового законодательства, и т.о. не только радуют постоянных клиентов, но и привлекают много новых);
- заменяйте очень быстро сломанные части (пока что-то в ремонте – тоже предоставляйте замену);
- организуйте ночью работу технической консультации (пусть подрабатывают студенты);
- сдвиньте время продаж, работайте тогда, когда конкуренты закрыты;
- предоставляйте клиентам возможность присутствовать при сборке техники (для компьютерных фирм, например);
- просите клиентов высказывать свое мнение, мгновенно реагируйте на жалобу...

Этот список можно продолжать и продолжать. Но я уверена, что если Вы внимательно оглядитесь вокруг, то увидите, что все эти идеи и решения уже реализованы у успешных предпринимателей, в таком или видоизмененном варианте. Так что...

Смотрите по сторонам, особенно на конкурентов:), пробуйте, меняйте, экспериментируйте, придумывайте свои сильные и простые решения. И тогда задача удвоения прибыли не будет сложной, а достижение ее – долгим и мучительным).

1.5 Основные категории бизнес-плана

Понятию бизнес-плана в последние годы уделяют важное место в мировой практике, ориентированной на предпринимательскую деятельность.

Данное слово пришло из английского языка и содержит описание предпринимательской деятельности, включающей два элемента: бизнес и план. В данном случае бизнес выступает синонимом предпринимательству, которое определяется как самостоятельная экономическая деятельность граждан и их объединений, направленная на производство и сбыт определенных товаров и услуг, а также на получение прибыли в рыночных условиях. Субъект осуществляет предпринимательскую деятельность под имущественную ответственность, которая закреплена в организационно-правовой форме предприятия.

Таким образом, любой гражданин, имеющий желание начать заниматься предпринимательской деятельностью, должен иметь представление о доступности трудовых и финансовых ресурсах, необходимых для организации бизнеса. Кроме того, необходимо уметь четко распределить и эффективно использовать имеющиеся ресурсы на предприятии.

Многие исследователи и ученые по-разному дают определение понятию «бизнес-план». Так, М.М. Алексеева считает, что бизнес-план – это юридический документ, который состоит из программы действий по реализации предпринимательской деятельности и включает экономическое получение прибыли от данного вида деятельности [3].

Схожее определение понятия бизнес-плана предлагают И.Ю.Бринк и Н.А. Савельева. Они считают, что бизнес-план включает план действий на определенный период времени, устанавливающий показатели эффективности, которые необходимо достигнуть предприятию [7].

В соответствии с определением В.П. Букова, бизнес-план – это способ планирования для создания разнообразных инновационных продуктов, а также для разработки и сбыта определенных товаров и услуг на рынке. Благодаря бизнес-плану можно четко представлять этапы по модернизации и развитию предприятия и увеличению количества выпускаемой продукции, и, как следствие, повышению качества товаров и производительности труда [6].

Исследователь С.И.Головань дает следующее определение бизнес-плану: это документ, содержащий стратегию развития организации, которая отражает подробно экономические и финансовые аспекты работы данной организации, содержит технико-экономическую характеристику конкретных мероприятий [1]. Для вновь создаваемых предприятий наличие бизнес-плана является обязательным, что позволяет им эффективно распоряжаться капиталом или получить кредит.

Таким образом, бизнес-план – это документ, содержащий последовательный план проводимого исследования и организационной работы.

Можно выделить следующие категории, из которых состоит бизнес-план:

- поэтапный план создания товара или услуги;
- анализ производственной и коммерческой деятельности предприятия.

Данный анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия;

- изучение механизмов, имеющихся в экономике, применяя которые можно повысить эффективность реализации проекта. К таким механизмам можно отнести финансовые, организационные и технико-экономические механизмы.

Бизнес-план - это инструмент, применяемые в современных условиях во всех сферах деятельности. Без четкого и ясного представления о возможностях развития предпринимательской деятельности невозможно достигнуть успеха. Для достижения заявленных целей необходим надежный план действий.

Бизнес-план позволяет увидеть те трудности, с которыми может столкнуться предприниматель, реализуя поставленные цели.

Бизнес-план, как правило, составляется сроком на один или несколько лет и позволяет дать четкую экономическую оценку намеченным мероприятиям.

Таким образом, бизнес-план представляет собой стратегию развития, которая содержит разработанную последовательность действий, способы их реализации, ресурсы, которые необходимы для ее реализации, а также экономическую целесообразность.

Содержание бизнес-плана должно обосновано доказать, что заявленная цель развития бизнес-идеи или предприятия экономически оправдано, представить возможные результаты деятельности такие как прибыль, объем продаж. В бизнес-плане должны быть описаны источники финансирования проекта, какое количество сотрудников необходимо и какие к ним предъявляются требования. Все эти составляющие важны и должны быть взаимосвязаны и быть как единое целое.

Существует большое количество сфер деятельности, где применяется бизнес-план. Бизнес-план, необходим, в первую очередь, при открытии нового бизнеса, привлечении инвесторов, нового направления развития действующего предприятия.

Бизнес-план может составляться как для внутреннего планирования, так и для внешнего пользования. Для внешнего пользования бизнес-планы составляются для привлечения инвесторов, установления деловых контактов.

В случае внутрифирменного планирования бизнес-план составляется для следующих целей (рис.3):

Для внешнего пользователя основное назначение бизнес-плана привлечение инвестиций. Для инвесторов расчетная часть бизнес-плана обязательно должна содержать расчет финансовой и экономической эффективности проекта.

В условиях современной экономики бизнес-план невероятно важный документ, так как неграмотно составленный проект отпугивает инвесторов ничуть ни меньше, чем нестабильная экономическая ситуация.



Рисунок 3 – Классификация целей бизнес-плана

Рассмотри ряд обязательных требований, предъявляемых к составлению и содержанию бизнес-плана.

1 Бизнес-план должен быть оформлен надлежащим образом, то есть, написан простым и понятным языком. Необходима четкая структура и наглядность, не стоит включать в разделы документа, например справочную информацию, ее можно вынести в приложение. Оптимальный объем среднего проекта составляет 40-60 страниц. Составление бизнес-плана очень длительный и трудоемкий процесс. На его составление в среднем уходит около 200 часов.

2 Бизнес-план должен быть понятен широкому кругу людей, не только потенциальному инвестору.

3 Необходимо информацию систематизировать по определенным категориям и представить в виде таблицы, диаграммы и графиков. Информация в бизнес-плане должна быть четкой и емкой.

4 Бизнес-план должен быть аргументирован и подкреплен статистическими данными, экономической информацией, иметь ссылки на информационные источники.

5 Должна присутствовать точность финансовых расчетов.

6 Рассмотрены возможные риски, которые могут возникнуть при реализации проекта.

7 В бизнес-плане должны быть отражены преимущества перед конкурентами и представлен план преодоления потенциальных трудностей.

Таким образом, бизнес-план важный инструмент для увеличения капитала предприятия, а также является незаменимым инструментом управления.

2 Объект и методы исследования

Объект исследования – центр груминга, открываемый индивидуальным предпринимателем.

Груминг можно отнести к одному из направлений в сфере парикмахерского дела, хотя в настоящее время груминг выделяется в самостоятельную и перспективную отрасль с разнообразным перечнем услуг.

Сегодня груминг активно развивается за счёт появления салонов с высоким уровнем обслуживания и школ груминга, а также проведения соревнований, в которых теперь участвуют уже и салонные мастера.

Кроме того, же необходимо отметить, что со временем запросы клиентов растут, это связано с динамически развивающимися модными тенденциями в данной области, а это дает толчок для дальнейшего развития деятельности.

Нужно отметить, что конкуренция в данной сфере сегодня высока. Но при открытии подобного бизнеса лучше думать не о конкуренции, а о качестве предоставляемых услуг. Тогда беспокоиться будут ваши конкуренты. Если салон имеет хорошую рекламу, опытных мастеров и полный спектр услуг, то он всегда будет приносить хорошую прибыль.

Для более точного представления о всех возможных рисках открытия салона в выпускной квалификационной работе использовались следующие методы: анализ, синтез, сравнение, статистического и экономического анализа, изучение литературы.

Был использован метод теоретического анализа, то есть выделение и рассмотрение отдельных сторон, признаков, особенностей, свойств явлений.

Обработка и представление результатов исследования осуществлялась с помощью современных компьютерных технологий.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Резюме проекта

Цель данного проекта – удовлетворение существующего в Кемерово спроса на услуги по уходу за домашними питомцами: от продуктов питания, одежды до парикмахерских услуг.

Для реализации поставленной цели планируется создать салон груминга красоты для домашних питомцев, совместив его с продажей сопутствующих товаров.

В последнее десятилетие существенно изменилась мода на содержание домашних животных: от крупных пород к карманным собачкам. Дамы стали разъезжать на машинах с йоркширскими терьерами или с чихуахуа в сумочке. Среди любителей кошек воцарилась повальная любовь к шотландским и британским кошкам. Домашние животные, безусловно, тоже требуют ухода: стрижка шерсти, когтей, чистка зубов. Многие владельцы домашних животных не способны самостоятельно качественно оказать такую услугу своему питомцу в домашних условиях. Кроме того, существуют услуги, например, чистка зубного камня, которую в домашних условиях сделать невозможно. Есть еще одна категория любителей животных – заводчики кошек и собак разных пород. Для подготовки питомца к выставке они готовы отдать немалые деньги за услуги груминга. Ведь внешний вид их питомца напрямую влияет, какое призовое место займет их любимец.

Груминг – это совокупность разнообразных гигиенических услуг для животных от стрижки шерсти, подстригания когтей до приклеивания страз на коготки. Это может быть разовой процедурой, так и регулярным комплексным обслуживанием.

Таким образом, открытие салона по оказанию услуг груминга связано с конъюнктурой рынка в сфере оказания услуг по уходу за домашними животными в Кемеровской области, а именно:

- существующая потребность в профессиональных услугах по уходу домашним животным;
- малое количество конкурентов в г. Кемерово;
- узкий ассортимент одежды, которая слабо отвечает потребностям покупателей и современным тенденциям в моде.

Социальная значимость проекта заключается в создании рабочих мест, а также в случае эффективного функционирования студии планируется открытие питомника для животных на базе студии при поддержке жителей города.

3.2 Описание услуг проекта

Салон будет предлагать своим клиентам следующее:

- стрижка;
- тримминг;
- создание окантовки;
- качественное мытье;
- обработка ушей и глаз;
- подстригание когтей;
- расчесывание спутавшихся колтунов;
- маникюр;
- выбривание декоративных узоров на шерсти животного;
- продажа одежды для собак;
- удаление зубного камня и налета;
- чистка глаз;
- продажа кормов и средств гигиены;
- подготовка животного к выставке;

– декоративная покраска.

Работники нашего центра приложат все усилия, чтобы домашний питомец после посещения нашего салона был доволен, здоров и красив. Ухоженное животное вызывает уважение к ее владельцу, так как это говорит об уровне его культуры. Наш центр груминга ориентирован именно на это и окажет разнообразные услуги по уходу за домашними питомцами всех пород.

Перед тем как начать мыть животное наши работники тщательно его расчешут и выстригут все образовавшиеся колтуны. Для купания температура воды будет чуть выше температуры тела собаки (около 39°C). Шампунь подбирается исходя из шерстяного покрова животного. После мытья животное обтирается махровым полотенцем, если необходимо применяется фен.

Для ухода за длинношерстными собаками и кошками применяется специальный гребень с длинными металлическими зубьями. Процедуру мастер проходит крайне осторожно, постепенно расчесывая сначала одну прядь, затем другую. Если возникает необходимость, не расчесываемые колтуны удаляются с помощью колтунорезки.

Длинные когти серьезная проблема для животных. Собаки с длинными когтями могут начать хромать, иногда они могут ломаться, что причиняет боль животному. Уход за когтями у кошек так же требует серьезного подхода. Это необходимо, прежде всего, для профилактики врастания ногтя в мягкие ткани лапы, что может привести к хромоте, воспалительным процессам, абсцессу. Слишком длинные когти снижают амортизационные способности костяка кошки и могут при прыжках с высоты привести к травмам. Кроме того, это позволяет сохранить мебель и стены в первоначальном виде. Ведь не секрет, что многие животные с удовольствием точат свои коготки не только об ковер, но и об мягкую мебель, стулья, стены и т.д.

Чистка ушей необходимая процедура, она требуется для профилактики

инфицирования животного и иных заболеваний в области уха. В процедуру включена услуга по выщипыванию волос внутри слухового прохода кошки или собаки. Многие домашние животные страдают от воспаления десен. Одна из распространенных причин этой болезни наличие зубного камня, который препятствует плотному прилеганию десны к зубу. Как правило, он возникает, если корма недостаточно твердые. Салонные услуги помогут быстро и эффективно избавить животное от этой проблемы.

Для удобства клиента наш салон будет предлагать следующие услуги:

- возможность оставить животное утром и забрать его вечером после работы;
- запись в удобное для клиента время.

Кроме того, для удобства клиентов в салоне будут продаваться товары для кормления и по уходу за домашними животными в домашних условиях.

Все животные в салоне будут окружены теплотой и вниманием. Если хозяин пожелает, то он сможет лично присутствовать на процедуре, чтобы иметь возможность оценить работу персонала. Вежливый персонал и комфортные условия создают атмосферу домашнего уюта в салоне. Для оказания услуг будет применяться только качественная косметика, не вызывающая раздражения. Она придаст их шерсти здоровый блеск и естественный лоск. Ухоженное животное порадует не только хозяев, но и всех окружающих. После стрижки в специализированном салоне многие клиенты забудут надолго о надоедливой шерсти в квартире во время линьки питомца, в том числе благодаря правильному уходу и качественной косметике.

3.3 Организационно-правовая форма

Организационно-правовая форма груминг-салона – ИП. Поскольку мы не планируем привлекать соучредителей, регистрироваться в качестве ООО не имеет смысла.

Код ОКВЭД при регистрации 96.0 «Деятельность по предоставлению прочих персональных услуг». Это связано с тем, что понятия груминг-салонов в нашей стране пока не существует. В качестве кода ОКУДН указывается 018 317 «Стрижка домашних животных».

ИП – это хороший выбор для тех, у кого нет большого стартового капитала, и кто собирается сам вникать во все вопросы, связанные и с грумингом, и с ведением бухгалтерского учета. Достоинства ИП: простая и быстрая процедура регистрации; упрощенная финансовая дисциплина (ведение кассы); можно обойтись без бухгалтера; меньшая налоговая нагрузка, чем в ООО; фирму легко ликвидировать.

В будущем, если заведение наберет серьезные обороты и сможет выйти со своим предложением за пределы города, можно будет сменить ОПФ. Режимом налогообложения для салона будет УСН со ставкой 15% от разницы между доходами и расходами – затраты на материалы и оплату труда сотрудников достаточно высоки.

Для начала работы груминг-салона необходимо собрать ряд документов:

- Разрешение от Роспотребнадзора для ведения предпринимательской деятельности.
- Договоры на проведение дезинсекции, дератизации, вынос мусора и шерсти.
- Разрешение от пожарной инспекции.

Специальных лицензий и сертификатов для открытия не требуется. Однако свидетельства о том, что ваши сотрудники являются профессионалами своего дела, будут не лишними. Для начала основателю можно самому пройти обучение, чтобы знать толк в своей деятельности изнутри.

Разработанные положения СанПиН 2.1.2.1199-03 «Парикмахерские. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию» определяют основные санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, планировке, санитарно-техническому

состоянию, содержанию парикмахерских, независимо от их категории по уровню обслуживания клиентов, установленных государственным стандартом, а также к условиям труда и соблюдению правил личной гигиены персонала.

Санитарно-эпидемиологические требования должны соблюдаться при осуществлении услуг гигиенического, декоративного и эстетического характера, оказываемых парикмахерскими населению.

Кроме того в деятельность салона должна соответствовать ГОСТ Р 55962-2014 Услуги для непродуктивных животных. Груминг-услуги. Общие требования. Разработан Некоммерческой организацией «Союз предприятий зообизнеса» (СПЗ) 2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 140 «Продукция и услуги для непродуктивных животных» Стандарт устанавливает общие требования к груминг-услугам для непродуктивных животных. Стандарт устанавливает общие требования к груминг-услугам для непродуктивных животных.

Настоящий стандарт распространяется на груминг-услуги для непродуктивных животных, оказываемые юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями.

Площадь помещения должны соответствовать действующим нормативам.

Высота потолка рабочего помещения парикмахерской должна быть не менее 3,0 м, бытовых помещений - не менее 2,7 м. Допускается размещение парикмахерских при высоте помещений не менее 2,7 м вместимостью до трех рабочих мест.

При одностороннем естественном освещении глубина помещения не должна превышать 6 м.

Рабочие места должны быть оборудованы мебелью, которая подвергается обработке моющими и дезинфицирующими средствами и должна быть расположена так, чтобы имелась возможность осуществлять уборку помещения, не загораживая источник света, не загромождая проходы.

В парикмахерском зале и кабинетах должно присутствовать только те предметы и оборудование, которое непосредственно имеет отношение к выполняемым работам. Иное оборудование и предметы не допускаются.

Расстояние между рабочими местами (креслами туалетного стола) должно быть 1,8 м, от крайнего кресла до стены - 0,7 м.

При двухрядном и более расположении кресел расстояние между рядами должно быть не менее 5 м.

В парикмахерских должны быть вспомогательные и бытовые помещения (гардеробные, комнаты отдыха и приема пищи с необходимым оборудованием, туалеты, кладовые, помещения для хранения инвентаря, мусора, остриженных волос).

В парикмахерских до 5 рабочих мест допускается совмещение комнаты приема пищи с гардеробной для персонала, а также вестибюля с гардеробом для посетителей и залом ожидания при соблюдении санитарно-эпидемиологических требований.

3.4 Анализ рынка сбыта

Открытие любого бизнеса предполагает изучение рынка аналогичных товаров или услуг. Услуги груминга на сегодняшний день являются привлекательной нишей для открытия бизнеса.

Люди любят домашних животных, маленькие дети просят своих родителей о кошечке или собачке. Появления мелких пород собак позволяет многим решить проблему содержания и ухода за домашним животным, о чем свидетельствует огромное число домашних животных, проживающих вместе с хозяевами в жилых квартирах. В связи с этим рынок салонов красоты для животных в ближайшие года будет только расширяться. Это указывает на большой потенциал и перспективность развития бизнеса. В таблице 1 представлены салоны по грумингу в городе Кемерово.

Таблица 1 – Анализ конкурентов

№п/п	Название салона	Адрес	Услуги
1	<i>Сити Грум</i> Ежедневно 09:00 – 20:00	<i>Притомский проспект, 13</i> Центральный район, Кемерово	Стрижки, удаление колтунов, кошек стрижем как с наркозом, так и без него
2	<i>Красивые питомцы</i> Ежедневно 09:00–20:00	<i>Ленина проспект, 68</i> Центральный район, Кемерово	Гигиенические стрижки, удаление колтунов, кошек стрижем как с наркозом, так и без него
3	<i>Джессика</i> Ежедневно 10:00–19:00	<i>Красноармейская, 101</i> Центральный район, Кемерово	Стрижка, мытье, чистика ушей и глаз, продажа аксессуаров и одежды
4	<i>Добрый Грумер</i> Ежедневно 9:00 – 20:00	<i>Дзержинского, 8</i> Центральный район, Кемерово	Стрижка собак ☑стрижка кошек без наркоза. Бесплатная стрижка когтей!
5	<i>ФИФА</i> Ежедневно 09:00–21:00	<i>Притомский проспект, 13</i> Центральный район, Кемерово	Стрижка собак, стрижка кошек
6	<i>Леопольд</i> Ежедневно 10:00–20:00	<i>Свободы, 3</i> цокольный этаж ФПК, Заводский район, Кемерово,	Профессиональный и бережный уход за Вашим питомцем: мытье, сушка, гигиеническая и модельная стрижка, вычесывание колтунов, подстригание когтей, мытье профессиональной косметикой
7	<i>Зоо-дизайн</i> Ежедневно 9:00–22:00	<i>Строителей бульвар, 22</i> Ленинский район, Кемерово	Подрезание (подпиливание) когтей, выщипывание шерсти из ушей и их чистка, избавление от колтунов (при их наличии), бритье паха, мытье профессиональной косметикой Nogga и сушка шерсти, модельная стрижка на выбор владельца или сбривание шерсти с лап, корпуса, оформление головы и ушей, оформление лап и хвоста.
8	<i>Кэт.ти</i> 10:00–20:00 Пон-суб.	<i>Арочная, 41</i> Центральный район, Кемерово	Зоосалон «Кэт.ти» предлагаем услуги по стрижке собак и кошек, а также представляем качественную, красивую одежду и аксессуары для животных. Эксклюзивно украшенные кристаллами Swagovski свитера, куртки, комбинезоны, платья, рубашки и прочее.
9	<i>Джерри</i> Ежедневно 10:00–21:00	<i>Ленина проспект, 10</i> Центральный район, Кемерово Ежедневно 09:00–19:00	Стрижка собак и кошек мелких и крупных пород.
10	<i>БоМонд</i> Ежедневно 10:00–21:00	<i>Свободы, 3</i> ФПК, Заводский район, Кемерово	Профессиональный и бережный уход за Вашим питомцем.
11	<i>Гламурные Лапы</i> Ежедневно 08:00–20:00	<i>Строителей бульвар, 46а</i> Ленинский район, Кемерово	Вид услуги: Стрижка собак и кошек.

В городе Кемерово существует немного салонов, специализирующихся на груминге. Кроме салонов есть еще ветеринарные клиники, которые также оказывают аналогичные услуги, но мы их не будем рассматривать в качестве конкурента, так как их основное предназначение это не косметических уход за животными, а их лечение. Как правило, хозяин домашнего животного за стрижкой предпочитает обращаться в салон, а не в клинику, куда привозят больных животных. Таким образом, потенциальные потребители нашего салона люди, которые имеют кошку или собаку и следят за красотой, здоровьем и воспитанием животного, с высоким и средним уровнем дохода, а так же те, клиенты, животные которых участвуют в различных выставках.

3.5 Организационная структура

Как показывает практика, для работы груминг-мастера необходимо 5 кв. м; 3 кв.м – для мытья животных. Планируя разместить в заведении 2 рабочих места по 5 кв. м, прилавок для реализации аксессуаров для животных площадью 15 кв. м, мойку с соответствующим оборудованием площадью 3 кв. м, стойку администратора, раздевалку с душевой для персонала и место для передержки питомцев, мы арендуем помещение площадью 70 кв. м на 1-м этаже жилого дома. Стоимость ежемесячной аренды составляет 14 000 рублей. Относительно низкая цена связана с отдаленностью заведения от центра города.

Чтобы приступить к работе, помещение должно быть приведено в соответствие с определенными требованиями:

- Его должно быть достаточно для комфортной одновременной работы всех мастеров (мы рассчитываем сразу на большой поток клиентов).

- Место для мытья животных должно быть не просто удобным, но и полноценным. К нему подводится канализация, вода холодная и горячая (можно поставить водонагреватель), фильтры, трапы для задержки шерсти.

– Обязательно должна быть установлена принудительная вентиляция помещения. В противном случае всю работу испортит повышенная влажность, неприятный запах. Кроме того, вентиляция позволит животным быстрее сохнуть, а в холодное время не придется открывать форточку и подвергать питомцев простудным заболеваниям.

– Кроме раздевалки, для персонала необходимо установить душ (если его не было изначально). После работы с животными обязательны гигиенические процедуры.

Арендуемое нами помещение ранее было небольшим тренажерным залом, поэтому раздевалка с душевой кабиной там уже имеется. Отделка стенам и потолку не требуется, вентиляционная система уже установлена. Чтобы сэкономить на ремонтных работах, в планировке основного помещения будем отталкиваться от удачного расположения будущей мойки для животных. Чем ближе оно будет находиться к уже имеющейся в проекте системе, тем меньшую площадь полов и/или стен придется вскрывать, меньше закупать материала. В общей сложности на ремонтные работы и оформление помещения потребуется около 90 тысяч рублей.

Таблица 2 – Оформление помещения

Наименование расходов	Сумма, руб.
Составление проекта	6 000
Закупка материалов	20 000
Трап	4 000
Услуги монтажников	30 000
Перегородка с установкой	5 000
Оформление помещения	20 000
Прочие расходы	5 000
ИТОГО	90 000

Вложенные в оформление и ремонт помещения деньги арендодатель не возвращает, поэтому в наших интересах оформить с ним договор на срок не

менее 3 лет, лучше – на 5 лет. Согласно условиям договора, первоначальный взнос за аренду оплачивается сразу за 3 месяца вперед – это 42 тысячи рублей. Не стоит забывать и о коммунальных платежах, которые составят около 12 тысяч рублей в месяц. Затраты на помещение ежемесячно запланированы в среднем в сумме 26 тысяч рублей.

3.6 Подбор персонала

С учетом графика груминг-центра с 10:00 до 21:00 в штат будет принято 6 человек. Работа мастеров и администраторов будет по графику 2/2. Поскольку в утреннее время число клиентов будет меньше, чем в вечернее, штатное расписание составляется с учетом занятости сотрудников. Расписание работы мастеров составлено, исходя из опыта анализа аналогичных салонов в городе и функциональной целесообразности. Оплата труда обслуживающего персонала (администратор, бухгалтер, уборщица) построена на основе должностных окладов, величина которых определялся исходя из анализа уровня заработной платы аналогичных должностей в центрах, оказывающие услуги груминга.

Кроме окладов, в нашем центре планируется для мотивации сотрудников предусмотреть систему премий по итогам работы. Способ расчета заработной платы мастеров — сдельный. Администраторы, бухгалтер и уборщица получают фиксированный оклад.

Администраторы, работающие по графику 2/2, будут получать ежемесячно по 20 тысяч рублей. Бухгалтер, отвечающий за ведение бухгалтерского учета и своевременную сдачу бухгалтерской и налоговой отчетности – 5 тысяч рублей в месяц. Уборщица – 8 тысяч рублей в месяц. Мастера грумера будут получать процент от оказанных ими услуг – 40%.

Таблица 3 – Заработная плата персонала

Наименование	Количество	Зарплата, тыс. руб	Итого, тыс. руб
Администратор-продавец	2	20	40
Бухгалтер	1	5	5
Уборщица	1	8	8
Мастер по грумеру	2	40% от стоимости оказанной услуги	
Итого:	6		

Мастера будут приходить за полчаса до начала рабочей смены, чтобы переодеться и подготовить свое место к приему клиентов. После каждого питомца инструменты и рабочая поверхность стола стерилизуются. Место для мытья животных рассчитано на 2 мастеров, поэтому в обязанности уборщицы будет входить регулярная дезинфекция ванны и трапа, после споласкивания каждого мохнатого клиента. Администратор-продавец производит запись клиентов, принимает их и осуществляет реализацию продукции из магазина.

Мастер по грумеру обязательно должен соответствовать следующим требованиям:

- Дружелюбие и искренняя любовь к животным.
- Профессионализм. Наличие документа, удостоверяющего прохождение курсов груминг-мастера, обязательно.
- Наличие санитарной книжки.
- Умение слаженно работать в коллективе.

Оценку и подбор персонала основатель салона будет проводить самостоятельно.

3.7 Маркетинговый план

Продвижение груминг-салона будет происходить в основном через интернет и социальные сети. Планируются также некоторые траты в типографии на визитки и листовки. Важно привлечь целевого клиента,

поэтому одним из вариантов станет кросс-маркетинг при сотрудничестве с ветеринарными клиниками и специализированными кафе в городе. Вложения в рекламу отражены в таблице 4.

Таблица 4 – Маркетинговые мероприятия

Тип рекламы	Цена, руб.
Печать листовок и их распространение промоутерами в парках, где потенциальные клиенты гуляют с животными	25 000
Изготовление визиток для обмена с ветеринарными клиниками и размещения на стойке администратора	10 000
Вывеска на входе	10 000
Создание одностраничного сайта (лендинга) и его продвижение	30 000
Создание и оформление групп в соцсетях («ВКонтакте», «Одноклассники»), аккаунта в Instagram	5 000
ИТОГО	80 000

Ежемесячно на таргетинг в социальных сетях и контекстную рекламу в «Яндекс.Директ» и Google Adwords будет затрачено около 15 тысяч рублей.

Кроме разовой рекламы и работы «сарафанного радио», в груминг-салоне будет действовать накопительная система скидок и акции:

- Пенсионерам – дополнительная скидка 5%, которую можно суммировать с накопленными бонусами за визиты.

- Начиная со 2 визита, клиент получает за каждое новое обращение 1% скидки, который суммируется с уже накопленными процентами. Максимальная скидка при этом – 15%.

- Оплата услуги комплексного ухода за питомцем на сумму свыше 2500 рублей дает право на скидку 30% за любую чистку зубов или бесплатное покрытие лаком когтей на выбор.

- Клиент, который приведет друга с питомцем в салон, получает разовый купон на скидку размером 500 рублей.

3.8 Расчет первоначальных вложений

Для функционирования груминг-салона требуется закупить специальное оборудование. Рабочие места мастеров должны быть снабжены ножницами, щетками, фенами, столами, когтерезами, машинками для стрижки и прочими инструментами. Обустроить нужно и уголок для мойки животных – это ванна, вешалка или полки для полотенец, косметика и прочее.

Немаловажное значение имеет выбор помещения. Как показывает практика, для работы груминг-мастера необходимо 5 кв. м; 3 кв.м – для мытья животных. Планируя разместить в заведении 3 рабочих места по 5 кв. м, прилавок для реализации аксессуаров для животных площадью 15 кв. м, мойку с соответствующим оборудованием площадью 3 кв. м, стойку администратора, раздевалку с душевой для персонала и место для передержки питомцев, мы арендуем помещение площадью 70 кв. м на 1-м этаже жилого дома. Стоимость ежемесячной аренды составляет 14 000 рублей. Относительно низкая цена связана с удаленностью заведения от центра города.

Чтобы приступить к работе, помещение должно быть приведено в соответствие с определенными требованиями:

- Его должно быть достаточно для комфортной одновременной работы всех мастеров (мы рассчитываем сразу на большой поток клиентов).
- Место для мытья животных должно быть не просто удобным, но и полноценным. К нему подводится канализация, вода холодная и горячая (можно поставить водонагреватель), фильтры, трапы для задержки шерсти.
- Обязательно должна быть установлена принудительная вентиляция в помещении. В противном случае всю работу испортит повышенная влажность, неприятный запах. Кроме того, вентиляция позволит животным быстрее сохнуть, а в холодное время не придется открывать форточку и подвергать питомцев простудным заболеваниям.

– Кроме раздевалки, для персонала необходимо установить душ (если его не было изначально). После работы с животными обязательны гигиенические процедуры.

Для стирки формы и полотенец требуется купить стиральную машинку с отжимом, поскольку отдавать постоянно их в химчистку будет дорого и долго. Тем более, большинство химчисток не принимает полотенца с шерстью. Необходимо приобрести прилавок для выкладки товаров в магазине, стойку и ноутбук для администратора-продавца, вешалку для одежды посетителей, расходные материалы. Отразим затраты в таблице 5.

Таблица 5 – Первоначальные вложения

Наименование	Цена, руб.
Мойка для животных	10 000
Стол с держателем (2 шт.)	30 000
Ультразвуковой ветеринарный скалер для чистки зубов	20 000
Стерилизатор для инструментов (2 шт.)	9 000
Профессиональный фен для сушки животных (2 шт.)	45 000
Машинки для стрижки (3 шт.)	8 000
Инструменты (расчески, заколки, зажимы и прочее) на 2 рабочих места	15 000
Ноутбук	15 000
Мебель для посетителей (вешалка, диван, зеркала, стулья, столик)	30 000
Мебель для персонала и обустройства магазина (стойка администратора, стулья, витрины)	50 000
Спецодежда для персонала	8 000
Стиральная машинка с отжимом	20 000
Товар для реализации в магазине	100 000
Расходные материалы (косметика для животных, бахилы, корм, салфетки, моющие средства и прочее)	30 000
ИТОГО	390 000

Арендуемое нами помещение ранее было небольшим тренажерным залом, поэтому раздевалка с душевой кабиной там уже имеется. Отделка стенам и потолку не требуется, вентиляционная система уже установлена.

Чтобы сэкономить на ремонтных работах, в планировке основного помещения будем отталкиваться от удачного расположения будущей мойки для животных. Чем ближе оно будет находиться к уже имеющейся в проекте системе, тем меньшую площадь полов и/или стен придется вскрывать, меньше закупать материала. В общей сложности на ремонтные работы и оформление помещения потребуется около 90 тысяч рублей.

Вложенные в оформление и ремонт помещения деньги арендодатель не возвращает, поэтому в наших интересах оформить с ним договор на срок не менее 3 лет, лучше – на 5 лет. Согласно условиям договора, первоначальный взнос за аренду оплачивается сразу за 3 месяца вперед – это 42 тысячи рублей. Не стоит забывать и о коммунальных платежах, которые составят около 12 тысяч рублей в месяц. Затраты на помещение ежемесячно запланированы в среднем в сумме 26 тысяч рублей.

Таблица 6 – Инвестиционные расходы

Статья затрат	Сумма, руб.
Аренда помещения за первые 3 месяца	42 000
Регистрация ИП и оформление документов	1 000
Отделка помещения	70 000
Оформление помещения	20 000
Закупка оборудования и материалов	390 000
Реклама и продвижение	80 000
ИТОГО	603 000

Средства на стартовые вложения будут взяты из личных накоплений основателя бизнеса.

3.9 Доходы и расходы проекта

Время стрижки составляет 1-4 часа, в зависимости от породы. Исходя из этого, рассчитываем ориентировочное количество процедур, которые успеют сделать мастера при средней загруженности. Кроме основного комплексного

предложения и модельных стрижек, груминг-салон будет иметь в ассортименте дополнительные услуги и продукцию для реализации в магазине. План по количеству услуг сформирован исходя из информации о деятельности других аналогичных салонов. Начинаящий мастер в среднем делает 2 стрижки в день. Профессионал своего дела 4 -5 стрижки. Будем исходить из того, что это соответствует средней загрузке салона.

Пример стоимости услуг и выручка от их реализации за месяц отражается в таблице 7:

Таблица 7 – Виды оказываемых услуг в салоне

Наименование услуги	Цена, руб.	План на месяц	Выручка по плану, руб.
Комплексный уход (цена варьируется в зависимости от породы)	2 000	100	200 000
Модельная стрижка собаки (цена варьируется в зависимости от породы)	1 500	30	45 000
Модельная стрижка кошки	1 000	30	30 000
Ультразвуковая чистка зубов	1 200	3	3 600
Механическая чистка зубов	700	3	2 100
Татуаж блестками на теле	500	1	500
Креативная стрижка (выстригание на шерсти фигур)	600	2	1 200
Покрытие когтей лаком	400	2	800
Антицарапки (передние лапы)	500	6	3 000
Антицарапки (передние и задние лапы)	800	10	8 000
Коррекция когтей после процедуры антицарапок (делается через месяц)	200	10	2 000
Чистка ушей	150	20	3 000
Чистка желез	200	10	2 000
SPA-маска	300	20	6 000
Дермо-маска	300	20	6 000
Реализация продукции в магазине	–	–	100000
ИТОГО	–	–	404 200

Таким образом, средний чек за услугу составляет 1500-2000 тысячи рублей.

Затраты на ежемесячную работу проекта представлены в таблице 8:

Таблица 8 – Ежемесячные затраты

Статья затрат	Сумма, руб.
Аренда помещения (начиная с 4-го месяца действия договора)	14 000
Коммунальные услуги	12 000
Фонд оплаты труда	174680
Отчисления в фонды за сотрудников и себя	52404
Расходные материалы (косметика, моющие средства, корм, бахилы и прочее)	10 000
Корма и одежда	30000
Реклама	15 000
итого	308084

Рассчитаем валовую прибыль, вычитая из ежемесячных доходов ежемесячные расходы:

$$\text{Доходы} - \text{расходы} = 404\,200 - 293\,084 = 111\,116 \text{ рублей.}$$

Из полученной суммы можно узнать величину налоговых отчислений по ставке 15% УСН:

$$\text{Валовая прибыль} \times 15\% = 111\,116 \times 15\% = 16\,667,4 \text{ рублей.}$$

Поскольку мы имеем право произвести из налогового платежа вычет за сотрудников, уплаченный в пользу фондов (не более 50%), то его сумма составляет 8333,7 рублей.

Посчитаем ежемесячную чистую прибыль:

$$\text{Валовая прибыль} - \text{налоговые выплаты} = 111\,116 - 8\,333,7 = 102\,782,3 \text{ рублей.}$$

Теперь узнаем, какова рентабельность нашего бизнеса:

$$(\text{Чистая прибыль} / \text{затраты}) \times 100\% = (102\,782,3 / 293\,084) \times 100\% = 35\%.$$

Одним из важнейших показателей является период окупаемости стартовых вложений, поскольку мы вкладываем в проект только личные средства. Он рассчитывается по формуле:

Стартовые вложения / чистая прибыль = $608\ 000 / 102782,3 = 6$ месяцев.

Представленные расчеты соответствуют оптимистическому прогнозу. Мы считаем, что салон может выйти на подобную доходность примерно через год. Как правило, первые полгода нарабатывается основная клиентская база.

Стоит учесть, что вырученная прибыль будет не только покрывать стартовые вложения, но и инвестировать в развитие, уходить на непредвиденные расходы и личный счет основателя. Поэтому срок окупаемости со всеми издержками составит около 1-1,5 года. Его сокращение будет происходить за счет интенсивного повышения качества услуг, лояльного отношения клиентов и их питомцев, а также путем материального стимулирования персонала (данная статья затрат уже заложена в фонд оплаты труда).

Перспектива развития бизнес состоит в:

1 Расширении ассортимента продажи кормов и аксессуаров, одежды для питомцев. Реализация продукции на первоначальном этапе составляет в общей структуре выручки 25%.

2 Увеличение количества предлагаемых услуг для домашних животных.

3.10 Расчет безубыточности

Для определения безубыточности при средней загрузке салона рассмотрим структуру затрат.

Безубыточность возникает в том случае, когда нет ни прибыли не убытка.

Таблица 9 – Ежемесячные затраты

Статья затрат	Сумма, руб.
Аренда помещения (начиная с 4-го месяца действия договора)	14 000
Коммунальные услуги	12 000
Фонд оплаты труда	174680
Отчисления в фонды за сотрудников и себя	52404
Расходные материалы (косметика, моющие средства, корм, бахилы и прочее)	10 000
Корма и одежда	30000
Реклама	15 000
ИТОГО	293084

Средний чек за услуги составляет 1500 – 2500 рублей.

Будем исходить из 2000 за разовую услугу.

В общей структуре выручки реализация кормов и одежды составляет 1000000.

$293084 - 70000 = 219813$ рублей необходимо заработать на оказании услуг.

$22308 : 2000 = 111$ услуг за месяц.

3.11 Расчет финансовых коэффициентов

Для оценки эффективности проектов используются такие показатели как NPV (чистый дисконтированный доход), DPP (дисконтированный срок окупаемости), PI (индекс доходности).

Расчет чистой текущей стоимости (NPV)

Возьмем ставку дисконтирования равную 12% годовых (1% в месяц)

Таблица 10 – Расчет показателя NPV

Месяц (n)	Денежные поступления, тыс руб	Коэффициент дисконтирования при 12% годовых, т.е $r=0,01$ $(1+r)^{-n}$	Текущая стоимость будущих доходов
0,00	0,00	1,00	0,00
1,00	102782,3	0,99	101754,477
2,00	102782,3	0,98	100726,654
3,00	102782,3	0,97	99698,831
4,00	102782,3	0,96	98671,008
5,00	102782,3	0,95	97643,185
6,00	102782,3	0,94	96615,362
7,00	102782,3	0,93	95587,539
8,00	102782,3	0,92	94559,71
9,00	102782,3	0,91	93531,893
10,00	102782,3	0,91	93531,893
11,00	102782,3	0,90	92504,070
Итого через год	1130616,3		1064824,622

$$NPV = - IC + \sum CF_t / (1 + i)^t, \text{ где } t = 1 \dots n.$$

$$NPV = - 608200 + 1064824,622 = 456624,622 > 0 \text{ проект является прибыльным}$$

Дисконтированный срок окупаемости равен 7 месяцев

Это видно из таблицы, с шестого на седьмой месяц наступает окупаемость.

Расчет PI (индекс доходности).

$$PI = NPV + I / I$$

$$PI = 1064824,622 / 608200 = 1,75$$

PI индекс рентабельности инвестиций, показывает целесообразность инвестиционного проекта:

$PI > 1$ – что означает, что инвестиционный проект рентабельный и его можно принять к рассмотрению.

$PI = 1$ – проект должен быть подвергнут анализу по другим показателям оценки эффективности инвестиционных вложений, чтобы понять принимать его к рассмотрению или отвергнуть;

$PI < 1$ – проект убыточен и снимается с рассмотрения.

В нашем случае значение PI больше 1, что говорит об эффективности вложения в проект денежных средств.

3.12 Swot-анализ проекта

Для того, чтобы четко выделить возможные перспективы и оценить возможные препятствия на пути реализации проекта необходимо провести SWOT-анализ. SWOT-анализ – это выделение сильных и слабых сторон проекта, а также возможностей и угроз, исходящих из ближайшего окружения (внешней среды).

Все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы). Метод предполагает определение цели проекта и выявление внутренних и внешних факторов, которые способствуют её достижению или осложняют его реализацию. Задача SWOT-анализа - дать структурированное описание ситуации, относительно которой нужно принять какое-либо решение. Однако, ситуация на рынке постоянно меняется, поэтому данный анализ необходимо проводить довольно часто, исходя из необходимости оценки рыночной ситуации.

В приведенной ниже таблице представлены все сильные и слабые стороны проекта, его возможности и угрозы (таблица 11). Далее даны пояснения к каждому из пунктов.

Таблица 11– SWOT-анализ

Сильные стороны	Возможности
1 широкий ассортимент продукции и услуг; 2 предоставление эксклюзивных услуг (фото-, видеосъемка, ателье); 3 действие системы клубных/ дисконтных карт; 4 бизнес отвечает новым тенденциям в моде; 5 возможность комплексного обслуживания клиентов; 6 высокий уровень сервиса; 7 наличие продуктов собственного производства; 8 <u>диверсифицированность</u> бизнеса	1 сильная реклама; 2 наличие перспектив развития (возможность создания новых бизнесов на базе имеющегося). 3 небольшая конкуренция (11 салонов на город); 4 отложенный спрос населения на данный вид деятельности; 5 отсутствие серьезных барьеров выхода на рынок
Слабые стороны	Угрозы
1 малая рыночная доля; 2 низкая репутация компании; 3 не сформирована чёткая организационно-функциональная структура компании; 4 недостаточная квалификация кадров; 5 узкая целевая аудитория; 6 сложность поиска соответствующих поставщиков;	1 мировой финансово-экономический кризис снизил покупательскую способность потребителей; 2 инфляция; 3 возможность появления салонов -- конкурентов; 4 угрозы со стороны контролирующих органов и администрации и т.п.; 5 наличие конкурентов – частных; 6 возможная текучесть кадров и связанная с этим потеря клиентуры

3.13 Анализ рисков

Общий балл для оценки риска рассчитывался перемножением вероятности наступления рискового события на коэффициент величины ущерба от его наступления:

$$M = P \times I$$

P - вероятность возникновения рисков, в соответствии с классификацией (в долях единицы)

I - величина потерь, в соответствии с классификацией (в единицах)

Таблица 12 – Риски проекта

Риск	Значимость риска (уровень его фатальности для проекта) I	Вероятность его наступления по оценке эксперта P	Общий балл
1. Неправильная оценка емкости рынка (недостаточная <u>востребованность</u> услуг премиум-класса);	10	0,5	5
2. Неправильная оценка конкурентов;	4	0,1	0,4
3. Увеличение затрат на проект, <u>вследствие кризисного роста цен</u> ;	6	0,9	5,4
4. Увеличение затрат на проект, <u>вследствие повышения курсов бивалютной корзины по отношению к рублю</u> . Так как большинство косметики и оборудования, одежды закупается у зарубежных поставщиков, то колебания курса доллара и евро могут оказать значительное влияние на себестоимость услуг;	4	0,7	2,8
5. Задержка выполнения этапов (в связи с <u>отложенностью</u> спроса в период кризиса);	10	1	10
6. Неправильный выбор целевой аудитории (целесообразно ли ориентироваться на сегмент класса «люкс»);	9	0,5	4,5
7. Недостаточная квалификация участников проекта;	6	0,6	3,6
8. Трудности с приобретением оборудования и косметики, которые не производятся в РФ по большей части;	4	0,2	0,8
9. Возможная текучесть кадров и связанная с этим потеря клиентуры;	6	0,4	2,4
10. Нежелательные изменения в законодательстве, в т.ч. – налоговом;	4	0,4	1,6
11. Недостаток оборотных средств;	7	0,7	4,9
12. Трудности с набором квалифицированных кадров (дипломированных специалистов);	2	0,1	0,2
13. Стихийные бедствия и прочие форс-мажорные обстоятельства;	10	0,2	2
14. Расчетные ошибки;	4	0,8	3,2
15. Ошибки планирования.	4	0,6	2,4

Таблица 13 – Наиболее значимые риски

Риск	Значимость риска (уровень его фатальности для проекта) I	Вероятность его наступления по оценке эксперта P	Общий балл
1. Неправильная оценка емкости рынка (недостаточная <u>востребованность услуг премиум-класса</u>);	10	0,5	5
5. Задержка выполнения этапов (в связи с <u>отложенностью спроса в период кризиса</u>);	10	1	10
6. Неправильный выбор целевой аудитории (целесообразно ли ориентироваться на сегмент класса «люкс»);	9	0,5	4,5
11. Недостаток оборотных средств;	7	0,7	4,9

Основной риск реализации проекта – это задержка выполнения этапов (в связи с отложенностью спроса). Действительно есть риск того, что в первые месяцы работы салон будет оказывать меньше 110 услуг, и будет работать в убыток. В связи с этим важно правильно реализовать маркетинговый план. Открытые салона планируется на конец лета, так как спрос осенью и весной на услуги груминга возрастает. Это позволит завоевать клиентов и выйти на уровень безубыточности.

4 Результаты проведенного исследования

Число домашних питомцев в последние годы только растет. А это значит, что растет спрос на качественные услуги, связанные с кошками, собаками и прочими любимцами семьи.

Груминг – стрижка собак. Этот вид бизнеса можно начать с малого, со стрижки собак на дому с вложением минимального стартового капитала. Если же возникнет желание открыть собственный груминг-салон, стоит помнить, что уровень первоначальных затрат в старт бизнеса существенно возрастет.

В результате исследования было выявлено, что для открытия центра по грмингу необходимо:

- арендуемое помещение общей площадью около 70 квадратов.
- численность персонала – 2 мастера по грмингу, 2 администратора-продавца, 1 бухгалтер и 1 уборщица;
- оказываемые услуги – модельная стрижка, чистка зубов, ушей.

Анализ и произведенные расчеты показали, что груминг-салон в крупном городе – интересный и доходный проект. Его рентабельность уже на первых этапах составит 35% и сможет быть увеличена в будущем путем расширения ассортимента услуг и некоторого повышения цен. Сейчас они находятся на уровень ниже, чем у конкурентов, для привлечения первых клиентов. Стартовые вложения размером 608 тысяч рублей окупятся за 6 месяцев, если чистая прибыль будет направлена только на выполнение данной задачи. С учетом погрешности этот срок может быть увеличен до полутора лет.

5 Социальная ответственность

5.1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, согласно которой предприятия должны учитывать интересы общества, беря на себя ответственность за реализуемую деятельность.

Социально ответственные организации принимают активное участие в как правило жизни района, в котором эта организация расположена, например, путем оказания спонсорской помощи, благотворительности и т.д. Государственные органы, видя поддержку предприятия в социальных вопросах, организует меньше проверок, может снизить сумму налоговых выплат. Социально ответственные организации вызывают больше доверия у поставщиков, так как социально ответственная компания не подводит своих партнеров и между ними возникает стабильное сотрудничество, что приводит к сокращению времени, связанного с поставкой сырья и сбыта продукции.

Основные принципы социальной ответственности:

1 Открытость и прозрачность результатов финансовой деятельности. Любая информация, кроме конфиденциальной, должна быть общедоступной. Соккрытие или фальсификация данных считается недопустимым.

2 Принцип системности. Руководство компании в полном объеме берет на себя ответственность за текущую и последующую деятельность. Все это должно быть внедрено во все бизнес-процессы.

3 Актуальность указывает на своевременность и востребованность предлагаемых программ. Они должны охватывать существенное количество людей и быть максимально заметными для общества. Затраченные средства обязаны помогать решать поставленные задачи после объективной и регулярной их оценки.

4 Предотвращение конфликтных ситуаций. Предприятия не должны участвовать в предвыборных компаниях, оказывать поддержку отдельным политическим деятелям или политическим партиям. Кроме того организации не должны пропагандировать религию.

Это позволяет создать ситуацию правильного выбора, без давления со стороны, а только следуя своим предпочтениям. КСО является не просто функцией связей с общественностью, она является составной частью корпоративного управления. Эта деятельность отражается в системе экономических, экологических и социальных показателей эффективной деятельности предприятия, осуществляется через постоянный диалог с обществом, является частью стратегического планирования и управления компании. Поэтому в области КСО решения принимаются совместно всеми уровнями корпоративного управления: собственником компании, советом директоров и менеджментом.

Суть реализации программ КСО заключается в том, что любые производственные и экономические решения должны приниматься с учетом их социальных и экологических последствий как для общества так и для самого предприятия. При таком подходе КСО становится мощным фактором стратегического развития, укрепления деловой репутации и ростом конкурентоспособности.

Программа КСО - это политика в области реализации стратегии эффективного развития компании. Учитывая общественные интересы, социально ответственная организация может принимать на себя дополнительные обязательства, которые входят в добровольный набор признаков социальной ответственности, что будет отвечать интересам самой организации и общества в целом.

В данном разделе анализируется процесс управления корпоративной социальной ответственностью. В частности, дана краткая характеристика корпоративной социальной ответственности для центра груминга.

Предложены рекомендации по улучшению управления корпоративно-социальной ответственностью.

5.2 Определение стейкхолдеров организации

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые организация оказывает как прямое, так и косвенное воздействие. В долгосрочной перспективе для организации важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры. Структура стейкхолдеров для салона груминга представлена в таблице 14.

Таблица 14 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1 Работники	1 Органы местного управления
2 Потребители	2 Средства массовой информации
3 Поставщики косметики, одежды и аксессуаров для животных	

Ниже представлена дополнительная информация по наиболее значимым стейкхолдерам, их структура и влияние, взаимодействие с предприятием.

Работники.

Планируемая списочная численность 6 человек.

Каждый работник имеет должностные инструкции. Основой для разработки должностных инструкций являются квалификационные характеристики (требования) по должностям, которые утверждаются Министерством труда и социального развития РФ. Каждый работник салона груминга должен знать и соблюдать свои должностные инструкции.

Потребители

Основными посетителями салона являются владельцы домашних животных города. Владелец салона ведет постоянный мониторинг и принимает активные меры для привлечения клиентов.

Поставщики товаров, техники.

Одной из самых важных составляющих успешной профессиональной работы любого салона груминга – это использование профессиональной косметики. Кроме того в нашем салоне к услугам клиентов будет предложены различные корма, одежда и аксессуары для животных. Среди поставщиков салона можно выделить следующих:

1 Поставщик - компания ООО «Биосфера» - крупная сервисная компания на рынке зооуслуг. Компания имеет большой ассортимент разнообразных товаров для животных - более 17000 наименований. Все зоотовары имеют необходимые сертификаты.

2 Nobby Pet Shop GmbH основанная в 1991 году - это крупная оптовая компания, специализирующаяся на поставках товаров для домашних животных. Компания предлагает более 6000 наименований товаров для собак, кошек, птиц.

3 Приобретение одежды и аксессуаров на площадке AliExpress – глобальная виртуальная (в Интернете) торговая площадка, предоставляющая возможность покупать товары производителей из КНР.

5.3 Определение структуры программ КСО

Структура программ КСО составляет портрет КСО центра груминга. Выбор программ, а, следовательно, структура КСО зависит от целей центра и выбора стейкхолдеров, на которых будет направлены программы. КСО, реализуемые в салоне, их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ представлены в таблице 15.

Таблица 15– Структура программ КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1	Работники предприятия	- Безопасность труда работников предприятия; - развитие и обучение персонала, возможности карьерного роста; - оказание помощи работникам	- Предоставление рабочих мест с конкурентоспособным уровнем оплаты труда и социальных льгот; - обеспечение безопасных условий труда и высокого уровня социально-бытовых условий; - содействие всестороннему профессиональному и культурному развитию работников
2	Потребители	Благотворительные пожертвования	- Обеспечение потребителей современными услугами; - расширение предоставляемых услуг
3	Поставщики материалов, оборудования	- Уменьшение затрат на развитие - стабильность развития	- Взаимное соблюдение договорных обязательств; - стимулирование развития конкуренции в сфере услуг <u>груминга</u>
4	Средства массовой информации	- Открытая информация о результатах работы предприятия	Позитивное освещение в средствах массовой информации: газеты, журналы, Интернет
5	Органы местного самоуправления	- Эквивалентное финансирование; - социально значимый маркетинг	- Стимулирование национального экономического роста и социального прогресса общества; - улучшение качества жизни и благосостояния населения, в том числе посредством предоставления социальных услуг; - добросовестное выполнение обязательств по уплате налогов и сборов

В сфере внутренней социальной политики центр будет проводить разнонаправленную деятельность:

- создание привлекательности рабочего места,
- установление легальной заработной платы, начисление которой будет полностью отражено в бухгалтерских документах, что позволяет человеку ощущать себя социально защищенным перед выходом на пенсию;
- развитие профессиональных навыков сотрудников, включая его профессиональное обучение;
- постоянное повышение квалификации мастеров;

- обеспечения безопасных условий труда и охрана здоровья;
- социальное страхование сотрудников (выплата пособий по листкам нетрудоспособности, предоставление оплачиваемого отпуска, выплата пособий по уходу за ребенком до полутора лет);
- разнообразные выплаты стимулирующего характера.

Система оплаты труда.

Система оплаты труда в открываемом центре устанавливается исходя из норм, согласно Трудовому Кодексу РФ, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ, которые обязательны для применения на территории России, она включает:

- минимальный размер оплаты труда,
- районные коэффициенты и надбавки к заработной плате,
- оплата труда в повышенном размере в особых условиях (ночные, праздничные доплаты),
- порядок аттестации работников,
- нормы труда.

5.4 Определение затрат на программы КСО

На данном этапе определим бюджет программ КСО центра груминга, с учетом результатов, полученных в таблице 16. Конечно, расходы на социальную вовлеченность являются для бизнеса издержками, которые в итоге переносятся на покупателей через повышение цены. В нашем случае затраты невелики.

Таблица 16 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Стоимость реализации на планируемый период
2	Предоставление скидки в размере 30% инвалидам на отдельные услуги	Шт.	10 000 руб.
3	Поддержка социальных учреждений, культурно-образовательной и духовной сферы	Шт.	10 000 руб.

Таким образом затраты на разработку КСО составляют 20 тысяч рублей.

5.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Оценка эффективности мероприятий КСО представлена в таблице 17.

Таблица 17 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
2	Предоставление скидки в размере 30% инвалидам на отдельные услуги	10 тыс. руб.	Улучшение имиджа компании	Помощь общественным организациям и благотворительным фондам; Помощь нуждающимся; Решение социальной проблемы
3	Поддержка социальных учреждений, культурно-образовательной и духовной сферы	10 тыс. руб.	Установление связи с органами местного самоуправления	Решение социальной проблемы

Программы КСО центра груминга полностью соответствует заявленным целям. В компании преобладает внутренняя КСО.

Таким образом, современная ситуация центра груминга говорит о необходимости разработки и распространения практических систем и методик развития корпоративной этики и социальной ответственности. Основными приоритетами при этом являются обеспечение взаимовыгодных интересов для центра и общества, применение ведущих международных стандартов. Соответственно, главными целями центра груминга в социальном контексте является обеспечение устойчивого развития, повышение своей привлекательности для общества.

Социальная функция реализуется в увеличении количества рабочих мест, добросовестной деловой практики в рамках предписанных обществом обязательств.

Заключение

В результате проведенного исследования поставленная цель и задачи выполнены, и можно сделать следующие выводы. В результате теоретического анализа основ бизнес-планирования можно сделать вывод, что:

- бизнес-план – это план реализации бизнес-идеи с рассчитанной эффективностью от ее внедрения. Это документ с кратким содержанием, четко просчитанный, содержащий достоверную информацию и обоснованную аргументацию.

- в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании. Бизнес-план является документом, как для внутреннего, так и для внешнего пользования, нередко его используют в качестве рекламы, где отражены все преимущества и недостатки предприятия.

- бизнес- план это целевой документ, который содержит систему расчетов, технических и экономических обоснований. Он позволяет кроме всего прочего выявить и проблемы предприятия и наметить пути их преодоления как собственными силами, так и помощью с стороны. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

В результате исследования было выявлено, что для открытия салона по грмингу необходимо:

- арендуемое помещение общей площадью около 70 квадратов.
- численность персонала – 2 мастера по грмингу, 2 администратора-продавца, 1 бухгалтер и 1 уборщица;
- оказываемые услуги – модельная стрижка, чистка зубов, ушей.

Анализ и произведенные расчеты показали, что грминг-салон в крупном городе – интересный и доходный проект. Его рентабельность уже на

первых этапах составит 34,7% и сможет быть увеличена в будущем путем расширения ассортимента услуг и некоторого повышения цен. Сейчас они находятся на уровень ниже, чем у конкурентов, для привлечения первых клиентов. Стартовые вложения размером 608 тысяч рублей окупятся за 6 месяцев, если чистая прибыль будет направлена только на выполнение данной задачи. С учетом погрешности этот срок может быть увеличен до полутора лет.

Вывод: реализация данного проекта является выгодным вложением денежных средств. Поэтапно составленный план реализации проекта позволит предвидеть и избежать непредвиденных ошибок и принятия неверных решений, а также способствует экономии времени и уменьшению затрат. Реализация проекта позволит получать устойчивую прибыль.

Список использованных источников

- 1 Абрамс Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 486 с.
- 2 Алиев В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы: Учебное пособие. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2014. - 288 с.
- 3 Алексеева М.М. Планирование деятельности фирм. – М.- Финансы и статистика. – 1999.
- 4 Берд П., Бизнес-план: Пошаговое руководство. - М.: Гранд-Фаир, 2014г. - 304 стр.
- 5 Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. - 224 с.
- 6 Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 192 с.
- 7 Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика. Ростов на Дону: Издательство Феникс. – 2002.
- 8 Буров В.П., Галь В.В., Казаков А.П. Бизнес-план инновационного проекта. Методика составления. – ООО «Гном-пресс». – 1997.
- 9 Виноградова М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. - М.: Дашков и К, 2013. - 280 с.
- 10 Волков А.С. Бизнес-планирование. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 81 с.
- 11 Гладкий А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере. - М.: Рид Групп, 2012. - 240 с.
- 12 Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.

- 13 Горбунов В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие. - М.: Риор, 2019. - 176 с.
- 14 Головань С.И. Бизнес-планирование. – Изд-во Феникс – 2002.
- 15 Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
- 16 Куницына Н.Н. Бизнес-планирование в коммерческом банке: Учебное пособие. - М.: Магистр, 2009. - 383 с.
- 17 Лопарева А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс. - М.: Форум, 2011. - 176 с.
- 18 Лосев В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ.- М.: Вильямс, 2014. - 208 с.
- 19 Любанова Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие. - М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2008. - 408 с.
- 20 Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие. - М.: Форум, 2017. - 288 с.
- 21 Орлова Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок. - М.: Омега-Л, 2013. - 168 с.
- 22 Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник. - М.: Дашков и К, 2014. - 284 с.
- 23 Петухова С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.
- 24 Романова М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие. - М.: Форум, 2018. - 288 с.

- 25 Станиславчик Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами. - М.: Ось-89, 2009. - 128 с.
- 26 Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.
- 27 Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 28 Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 488 с.
- 29 Сборник бизнес-планов: практическое пособие. ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.
- 30 Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.
- 31 Уткин, Э.А. Бизнес-план компании.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
- 32 Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 470 с.
- 33 Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 208 с.