

рукции фитостены, высадка растений и настройка освещения.

В себестоимость услуги «создание напольной композиции» входит выезд специалиста на объект, подбор им растений, субстрата, высадка растений, разработка индивидуального дизайна, создание 3D-модели, подготовка чертежей.

В создаваемой фирме предлагаются к реализации следующие виды услуг: разработка дизайн-проекта «Стандарт», «Премиум», разработка и создание фитостен и напольных композиций.

При этом возможны внутренние и внешние риски.

Внутренние причины:

– неправильно составленный прогноз спроса на предоставляемые виды услуг. В случае не востребованности определенного вида услуг необходима разработка стратегии дальнейших действий;

– неправильная ценовая политика на рынке сбыта. Необходимы предварительные маркетинговые исследования и ориентация на цены конкурентов;

– снижение конкурентоспособности в результате низкой квалификации персонала. В фирме должны работать только профессионалы, которые хорошо знакомы с особенностями оказываемых услуг;

– неэффективная организация процесса рекламы и реализации продукции.

К внешним причинам риска стоит отнести неплатежеспособность предприятий и физических лиц – потребителей услуг, которые являются новыми для Беларуси.

Таким образом, бизнес-план фирмы, оказывающей услуги по озеленению интерьеров, должен учитывать капитальные и текущие расходы, предотвращать риски, ориентироваться на востребованные услуги, формировать спрос, планировать создание сайта и эффективную рекламу, способствовать формированию эстетического восприятия зеленых интерьеров заказчиков.

УДК 005.511

Маг. А.В. Новикевич

Науч. рук. доц. Е.А. Дашкевич
(кафедра МТБиУР, БГТУ)

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА СОЗДАНИЯ ЛАНДШАФТНОЙ ФИРМЫ

Бизнес-план является неотъемлемой частью создания ландшафтной фирмы. Он обосновывает бизнес-идею, учитывает особенности ведения бизнеса, формирует расчеты экономической целесообразности

ности выполнения работ и оказания услуг. Структура бизнес-плана зависит от поставленных целей, вида деятельности предприятия, понятно, чем крупнее фирма, тем сложнее ее функционирование. Однако существует типовая структура разделов бизнес-плана:

- резюме;
- характеристика продукции и бизнеса;
- анализ рынков сбыта и сведения о конкурентах;
- план маркетинга;
- план производства и реализации продукции;
- мероприятия по предотвращению рисков;
- финансовый план и финансовая стратегия;
- приложения.

Основной вид деятельности предполагаемого ландшафтного предприятия – создание, уход и содержание малых садов, а также формирование и обрезка любой древесной растительности. Возможно оказание услуг не только на частных участках, но и работа с городскими службами по озеленению. Мы стремимся поддерживать гармонию и красоту природы для людей, живущих рядом.

Наряду с характеристикой ландшафтной фирмы, стратегией ее развития, анализом рынков сбыта и конкурентов, описанием предоставляемых видов услуг, маркетинговым и организационным планом, бизнес-план должен включать оценку рисков (производственного, финансово-экономического, ценового, социального, юридического и форс-мажорного), а также показатели эффективности деятельности.

В ходе создания фирмы возможно использование маркетинговой стратегии, при которой компания концентрирует внимание на потребностях различных групп клиентов. Кроме этого не стоит отказываться от маркетинговой стратегии «среднерыночных цен», т. е. реализации работ и услуг по скромной, не завышенной цене.

Расчет точки безубыточности для нашей фирмы покажет, какое количество заказов и клиентов компании необходимо для безопасной и прибыльной работы.

Для молодой компании также будет важна стратегия продвижения продукции, которая предполагает определение целевого рынка и основных целей коммуникации, включая план рекламных компаний, принципы поддержания новинок и основного ассортимента услуг компании. При этом немаловажную роль имеет размер рекламного бюджета и средств на создание сайта в Интернете.

Уникальный контент сайта, постоянная смена познавательной информации позволяют активно привлечь и удержать внимание посетителей, возбудить устойчивый интерес. Статьи в журналах, иллюст-

рированные хорошими фотографиями, участие в выставках, конкурсах и других общественных мероприятиях также помогут продвигать бизнес. Не менее важны и социальные сети, которые будут выступать как в качестве источника рекламы, так и средством связи с клиентами, помогут при поиске новых деловых партнеров.

Для организации компании также необходимо определить объем инвестиций, источниками которых являются как личные сбережения учредителей, так и субсидии заинтересованных инвесторов.

В бизнес-плане также следует предусмотреть оценку рисков с учетом отечественного и зарубежного опыта, изложенного в литературе. Мы предполагаем, что возможны следующие риски: невыполнение предполагаемых объемов продаж; снижение объемов заказов вследствие резкого падения платежеспособного спроса населения; рост конкуренции; текучесть кадров вследствие низкой заработной платы в зимний период; нарушение сроков выполнения работ и формирование отрицательного образа компании.

Специфика создания бизнес-плана для создания подобной фирмы заключается в сезонности работ, которой необходимо избежать с помощью дополнительных услуг в зимний период (уход и создание композиций в защищенном грунте, например, в зимних садах; уход за комнатными растениями во время отсутствия хозяев; работы по очистке улиц от снега в городской среде и т. д.).

Таким образом, особенность создания бизнес-плана ландшафтной фирмы состоит в том, что главной задачей является снижение негативного влияния сезонности выполнения работ и услуг. Поэтому в весенне-осенний период необходимо создать «запас прочности», способствовать тому, чтобы максимизировать прибыль и создать «подушку безопасности» на зимний период, чтобы не допустить резкого снижения оплаты труда работников. Необходимо предлагать зимой дополнительные услуги с существенными скидками, широко рекламировать свои возможности, чтобы к началу сезона озеленения был сформирован предполагаемый объем работ и услуг на год.