



ИНТЕНСИВ
**Архипелаг
2121**

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Пушистый отель
уютно как дома**

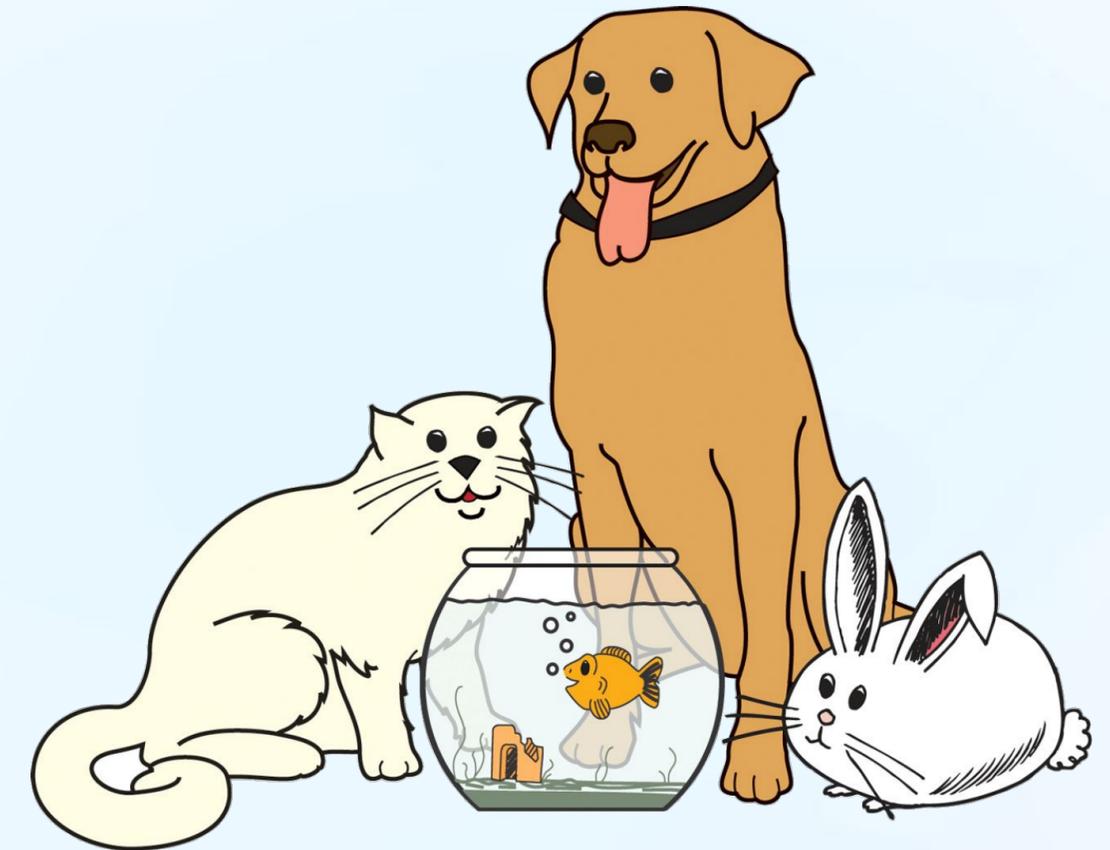


Актуальность проекта

Согласно данным, представленным компанией Mars Petcare, у каждого второго жителя нашей страны имеется домашнее животное - любимый пушистик, а порой и не один. И ежегодно эта цифра лишь растет.

Вместе с увеличением домашних любимчиков трансформируется и отношение хозяев к ним.

Опросы, проводимые Mars Petcare, показывают, что порядка 40% владельцев воспринимают домашнего питомца как члена семьи, 30% как друга, 20% как ребенка и лишь 10% владельцев считают питомца просто животным.



Проблема

Несмотря на то, что более 40% хозяев считают домашнего любимца полноценным членом семьи, мало когда представляется возможным взять питомца с собой в поездку.

В таком случае хозяевам необходимо место, где в их отсутствие **питомец будет как дома.**

Друзья и родственники зачастую **не могут обеспечить** такие условия содержания для животного в силу многих причин: неопытность, съемное жилье, аллергия и др.

Хозяевам необходимо место, где для их пушистиков будут обеспечены наиболее **приближенные к домашним условия содержания.**

Оставляя домашнего питомца, хозяева **хотят быть уверены**, что в их отсутствие пушистик обеспечен качественным уходом, правильным рационом и составом питания. Поэтому в связи с неуклонно увеличивающейся тревожностью хозяев о своих любимцах, возрастает и спрос на качественный уход за питомцем, обеспечиваемый присмотром знающих специалистов.

Решение

Гостиница для животных может обеспечить питомцев всем необходимым - речь идёт о питании, должном уходе и досуге.

В рамках гостиницы для животных питомцам будет предоставлен качественный уход под присмотром знающих специалистов.

Можно не переживать на предмет того, что с собакой, котом или другим представителем животного мира что-то случится.



Целевая аудитория

Целевой сегмент №1. Занятые люди, которые часто отлучаются в рабочих поездках. Командировочные, вахтовики и так далее. Это могут быть как мужчины, так и женщины. Возраст тоже разнообразный: от молодых, до предпенсионных.

Целевой сегмент №2. Семьи с детьми. Именно детское желание часто становится поводом для покупки собаки или котенка. Иногда даже сразу нескольких. Если родители отлучаются по работе или семья едет в отпуск, то это наши клиенты.

Целевой сегмент №3. Отпускники. Отдельную группу стоит выделить тем, кто отправляется в отпуск и не знает, на кого оставить своего домочадца. Упомянуть стоит, потому что здесь наблюдается сезонность. Неплохой процент новых клиентов приходит именно летом, когда едут на пару недель в путешествие и ищут, кто бы присмотрел за животным.

Целевой сегмент №4. Участники выставок и спортсмены. Весьма популярны в России и СНГ и выставки. Чаще всего собачьи и кошачьи, но бывают и другие. Это связано с переездами из города в город, на соревнования. Естественно, что в обычный отель заселиться не получится. Так что это тоже наши клиенты.



Рынок

- ❑ Ниша зоогостиниц - молодая ниша на рынке;
- ❑ На сегодняшний день рынок гостиниц для животных находится в стадии активного роста и в среднем, по Российской Федерации, занимает около 2 процентов от всего объема рынка;
- ❑ Ниша зоогостиниц освоена еще плохо, конкуренция не плотная;
- ❑ Для начинающих бизнесменов очень привлекательна.



Бизнес-модель

Компания оказывает услуги по размещению домашних животных частным лицам на возмездной основе.

Исполнителем услуг является наемный персонал, имеющий соответствующую квалификацию - ветеринар.

Модель монетизации: разовая услуга, абонемент, реферальная система.

Услуги:

- пребывание дневное
- пребывание долгосрочное
- услуга доктор
- досуг
- выгул



Преимущества и недостатки

S – Сильные стороны

1. Широкий спектр услуг;
2. Индивидуальный подход к клиентам и их питомцам;
3. Удобное месторасположения;
4. Комфортные условия для содержания животных и качественный уход за ними;
5. Доступные цены;
6. Соответствие гостиничных услуг стандартным требованиям

O – Возможности

1. Оказание дополнительных услуг постоянным клиентам;
2. Реконструкция;
3. Расширение гостиницы;
4. Рост квалификации сотрудников;
5. Проведение открытых дверей или благотворительной акции

W – Слабые стороны

1. Конкурентоспособность;
2. Сезонность;
3. Неизвестность компании

T – Угрозы

1. Снижение доходов населения;
2. Появление новых конкурентов;
3. Изменение или уменьшение спроса;
4. Банкротство

Текущие результаты

- В рамках акселератора было проведено изучение проблематики отрасли индустрии гостеприимства, а именно, в части размещения животных.
- Также были проведены проблемные интервью с владельцами домашних пушистиков, с целью определения более точной гипотезы и проблематики отрасли.
- В ходе проведенных исследований была выявлена следующая основная проблема - хозяевам необходимо место, где питомец будет как дома.

!В ходе акселерационной программы были проведены первичные исследования, глубинные будут проведены позднее!

- Также в рамках акселератора была проработана концепция проекта, произведен анализ потенциального рынка и конкурентов.

Планы развития

- Анализ рынка. Проведение повторных опросов целевых сегментов, анализ данных, доработка концепции проекта.
- Проработка бизнес-плана проекта. Юнит экономика, финансовая модель
- Разработка. Формирование команды проекта, включая необходимых специалистов, поиск помещений для аренды.
- Лицензирование. Получение лицензии на осуществление деятельности, проведение тестового запуска.

Команда



СЕО

Румянцева Екатерина

студентка 1 курса магистратуры
направления “Экономика” ФГБОУ
ВО “Сочинский государственный
университет”

- организация командной работы
- контроль за выполнением задач
- аналитика показателей



СТО

Кононюк Валерия

студентка 1 курса магистратуры
направления “Экономика” ФГБОУ
ВО “Сочинский государственный
университет”

- анализ технической стороны
- разработка презентации проекта
- аналитика показателей



СМО

Дзасохова Диана

студентка 1 курса магистратуры
направления “Экономика” ФГБОУ
ВО “Сочинский государственный
университет”

- анализ рынка
- проведение интервью
- анализ данных



Администратор

Алхазов Валерий

студент 1 курса магистратуры
направления “Экономика” ФГБОУ
ВО “Сочинский государственный
университет”

- тайм-менеджмент команды
- постановка задач
- оформление презентации проекта



ИНТЕНСИВ
**Архипелаг
2121**

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Благодарим за внимание!

Контакты

Лидер команды **Румянцева Екатерина**

Телеграм **@Katrin_rrr**