

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления  
(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент  
(код и наименование направления подготовки / специальности)

Предпринимательство  
(направленность (профиль) / специализация)

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Планирование деятельности малого предприятия

Обучающийся

А. К. Ботвина

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук Т. В. Полтева

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Консультант

канд. пед. наук, доцент С. А. Гудкова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

## Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Ботвина Арина Кирилловна.

Тема работы: Планирование деятельности малого предприятия.

Научный руководитель: канд. экон. наук Полтева Татьяна Владимировна.

Цель исследования – анализ теоретических и практических аспектов планирования деятельности малого предприятия.

Объект исследования – студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.), основным видом деятельности которой является предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Предмет исследования – экономические отношения, складывающиеся в процессе планирования деятельности малого предприятия.

Методы исследования – анализ, анкетирование, обобщение, синтез, индукция и дедукция.

Краткие выводы работы: на основании анализа рынка бьюти индустрии и обоснования проекта по внедрению новой услуги в ИП Парамонова Д. Р. был разработан бизнес-план, который в результате оценки оказался эффективным.

Практическая значимость состоит в том, что материалы бакалаврской работы, а именно разделы 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, могут быть использованы объектом исследования.

Структура работы представлена в виде введения, трех разделов, заключения, списка используемой литературы и приложения.

## **Abstract**

The title of the graduation work is «Planning activities of a small business».

This graduation work is devoted to analyzing the beauty industry and creating a business plan for the introduction of a new service.

The senior paper consists of an introduction, three parts, a conclusion, list of references and applications.

The key issue of the thesis is considered to be the creation of a business plan for the introduction of a new service to a small enterprise.

The aim of the graduation work is to study organizational and economic characteristics of the Beauty Studio "Lady Di" which is the individual entrepreneurship (IE); and to develop the business plan for the introduction of a new service for this IE business.

The graduation work may be divided into several logically connected parts which are: theoretical basis for the development of a business plan for an existing enterprise; analysis of the beauty industry in Russia and the city of Togliatti; organizational and economic characteristics of the activities of Beauty Studio "Lady Di" which is the individual entrepreneur (IE) by Paramonova D. R.; business plan for the introduction of a new service for this IE business.

At the end of the work, we provide a business plan that is effective for the company.

In conclusion we'd like to stress this work is relevant, because a business plan is needed not only for new businesses, but also for existing ones. After all, it will help to increase the profit of the enterprise in the near future.

## Содержание

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия... 7	
1.1 Экономическая сущность планирования деятельности малого предприятия.....	7
1.2 Понятие и структура бизнес-плана .....	15
2 Анализ деятельности малого предприятия студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) и выявление предпосылок для развития деятельности компании .....	25
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ИП Парамонова Д.Р. Студия красоты «Леди Ди».....	25
2.2 Анализ рынка и конкурентов.....	37
3 Разработка бизнес-плана по внедрению новой услуги в студию «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.).....	46
3.1 Бизнес-план по внедрению новой услуги в студию «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.).....	46
3.2 Экономическое обоснование разработанного бизнес-плана.....	52
Заключение .....	56
Список используемой литературы .....	59
Приложение А Декларация о соответствии технического регламента Таможенного союза ИП Парамонова Д. Р.....	63
Приложение Б Анкета для определения потребностей клиентов в студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) .....	65
Приложение В Изображение «Климазона».....	66

## Введение

Тема «Планирование деятельности малого предприятия» считается актуальной, так как в современном быстроменяющемся мире необходимо отслеживать состояние бизнеса и следить за его управлением.

Бизнес-планирование представляет собой предмет многочисленных анализов и исследований, которые направлены на выявление лучших практик, инноваций, подходов.

Бизнес-планирование является инструментом, благодаря которому компании могут определить свои цели, стратегии, планы действий, учитывая внешние и внутренние факторы, а также оценивать ресурсы, риски и возможности компании.

Разработка качественного бизнес-плана является важной составляющей процесса принятия стратегических решений, которые касаются развития бизнеса, внедрение инноваций, привлечения инвестиций, выхода на новые рынки.

Цель исследования – анализ теоретических и практических аспектов планирования деятельности малого предприятия.

Задачи исследования заключаются в следующем:

- исследовать теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия;
- провести анализ деятельности малого предприятия студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) и выявить предпосылки для развития деятельности компании;
- разработать бизнес-план по внедрению новой услуги в студию «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.).

Объект исследования – студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.), основным видом деятельности которой является предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Предмет исследования – экономические отношения, складывающиеся в процессе планирования деятельности малого предприятия.

Методами исследования, применяемыми при написании бакалаврской работы, послужили анализ, анкетирование, обобщение, синтез, индукция и дедукция.

Информационная база включает в себя научные статьи, учебники, учебные пособия, которые раскрывают понятия, связанные с бизнес-планированием малого предприятия.

Практическая значимость настоящего исследования заключается в том, что материалы бакалаврской работы могут быть использованы объектом исследования.

Бакалаврская работа включает в себя введение, три раздела основной части, заключение, список используемой литературы, а также приложения.

# **1 Теоретические аспекты планирования деятельности малого предприятия**

## **1.1 Экономическая сущность планирования деятельности малого предприятия**

Под малым предприятием подразумевается предприятие, которое характеризуется небольшим размером, ограниченным числом работников, небольшим производством продукции или услуг, малым объемом оборота и прибыли. При этом малые предприятия играют важную роль в экономике страны, они позволяют увеличить количество рабочих мест, способствуют инновациям и увеличивают конкуренцию на рынке.

Планирование — это первоначальная задача для развития предприятия, оно обеспечивает устойчивое развитие и помогает достигнуть поставленных целей. А также оно позволяет минимизировать риски, определить, какие потребуются ресурсы и сколько необходимо затратить времени для достижения целей.

Планирование – это процесс практического воплощения стратегии. Он заключается в принятии конкретных решений, позволяющих обеспечить эффективное функционирование и развитие организации в будущем, уменьшить их неопределенность.

«Планирование есть неотъемлемая часть системы управления объектом хозяйствования и является элементом общей организационной структуры управления предприятием. Планирование как одна из функций управленческой деятельности направлено на выбор наилучшей альтернативы развития объекта управления, рассчитанной на определенный временной период» [14].

Таким образом, планирование играет неотъемлемую роль в деятельности предприятия, представляя собой важный инструмент

управления, который способствует анализу и определению возможных угроз, а также прогнозированию будущего состояния предприятия.

Планирование – это важный этап для предприятия. Оно позволяет предпринимать рациональные шаги для обеспечения устойчивости и минимизации возможных негативных последствий.

Выделим положительные моменты планирования:

- «делает возможной подготовку к потреблению дальнейших подходящих и выгодных условий;
- создает возможность предвидения, учета и оперативного решения появляющихся вопросов;
- мотивирует и заставляет руководителей воплощать свои намерения и решения в предстоящей работе;
- совершенствует организацию, координацию и согласованность действий;
- формирует предпосылки улучшения образовательной подготовки персонала, которые занимаются плановой работой;
- расширяет потенциал в информационном обеспечении компании; предрасполагает целесообразному и пропорциональному размещению, расположению и применению ресурсов» [10].

«Сущность планирования состоит из постановки целей, способов достижения, выявления оптимальных возможностей предприятия» [28].

Процесс планирования на предприятии предлагает разработку и корректировку оперативных мероприятий, обоснование, конкретизацию и описание объекта на ближайшую и отдаленную перспективу.

Различные виды планирования могут быть классифицированы и систематизированы на основе таких ключевых критериев, как уровень управления, содержание планов, методы обоснования, область применения, продолжительность действия, степень точности, стадия разработки и другие соответствующие характеристики.

В зависимости от стадии разработки планирование бывает предварительным и окончательным. По степени точности – укрупненным и уточненным. В зависимости от устанавливаемых целей отмечают оперативное, тактическое и стратегическое планирование на предприятии.

Изучим несколько видов планирования для малого предприятия в зависимости от содержания плановых решений, рассмотрим каждый из них:

- тактическое,
- стратегическое,
- оперативно-календарное,
- бизнес-планирование [35].

В рамках тактического планирования осуществляется определение конкретных действий, шагов и ресурсов, необходимых для достижения стратегических целей, преимущественно долгосрочных. Его цель состоит в контроле за выполнением установленных сроков и соответствующим распределением бюджета. В рамках тактического планирования разрабатываются конкретные планы действий для различных функциональных областей предприятия, таких как маркетинг, производство, финансы, кадры и другие.

М. В. Тагирова, Д. И. Кулак, О. А. Даниэль отмечают, что «из особенности тактического плана следует, что он правильный и подробный проект всей производственной, финансовой и социальной работы группы компаний, ориентированный на выполнение задач тактического плана с более осознанным использованием ресурсов. В этом контексте особое внимание следует уделять признакам производительности, а также качеству работы, которые необходимо учитывать: повышение производительности труда; удешевление продукции; экономии материальных ресурсов и др.» [26].

Согласно мнению профессора Ю. В. Синчук, «стратегическим планированием называется выбор целей и путей их достижения, которые представляют основу управленческих решений, и то, на чем соответственно основывается управление членами организации. Его главное отличие

заключается прежде всего в выборе направления развития. В разработке планов стратегий задействованы организационные и мотивационные функции, а также функции контроля. Нельзя четко оценить направление развития корпоративного предприятия при игнорировании преимуществ стратегического планирования» [25].

Важным аспектом стратегического планирования считается определение миссии для предприятия, разработка планов и задач, управление изменениями и адаптация к новым условиям, помимо этого, выработка стратегических инноваций и улучшений для хорошего устойчивого развития и успешной конкурентоспособности [17].

«Оперативное планирование представляет собой конечный этап в иерархии внутрифирменного планирования. Задача данного планирования – уточнение данных тактического плана, для того чтобы организовать планомерную, каждодневную и ритмичную работу предприятия в целом и его структурных подразделений. Оперативное планирование устанавливает связь между всеми элементами предприятия» [10].

В аспекты оперативно-календарного планирования входит: управление производственными процессами, планирование закупок и поставок, управление финансами, контроль качества услуг или продукции, управление персоналом.

Бизнес-планирование позволяет провести оценку эффективности и целесообразности планируемых действий для предприятия. Бизнес-план считается важным процессом для предприятий, он позволяет представить бизнес-идею в целом и показать весь возможный потенциал инвесторам, партнерам, бизнес-ангелам [31]. В бизнес-плане описываются главные аспекты будущего предприятия и проводится анализ всех возможные проблем, которые могут возникнуть [15].

Исследователи Ш. Ш. Ризакулов и Ш. Ш. Абдуганиев в своей статье отмечают, что «бизнес-планирование — это процесс разработки и организации бизнес-плана, который является основным документом,

определяющим стратегию развития и деятельности организации. Он включает в себя подробное описание бизнес-идеи, целей и задач, а также план действий, необходимых для их достижения. Бизнес-планирование является неотъемлемой частью стратегического управления и способствует успешной реализации стратегии развития организации» [20]. Можно отметить, что бизнес-планирование играет важную роль в разработке бизнес-плана.

Планирование позволяет оценить работу предприятия «со стороны», а также оно помогает наметить планы развития предприятия и достигнуть поставленных целей [32].

А. С. Айдналиева в своей статье отмечает: «Бизнес-планирование – это направленный на управление процесс определения долгосрочных целей для бизнеса или бизнес-сегмента и формулирования реалистичных стратегий для достижения этих целей» [1].

Исходя из утверждения, ясно, что бизнес-планирование можно считать успешным, когда туда вложено значительное количество времени и усилий. Постоянное участие в процессе может привести к достижению положительных результатов, формируя будущее предприятия.

Успешное планирование позволяет предприятию быть гибким, адаптироваться к изменяющейся внешней среде, достигая своих целей.

Бизнес-планирование способствует определению стратегии развития предприятия, разработке соответствующих документов, проведению анализа рынка и конкурентов, выявлению рисков и определению необходимых ресурсов для успешной реализации задуманного проекта.

Бизнес-планирование выполняет ряд определенных функций:

- разработка концепции ведения бизнеса;
- изучение и создание новых сфер деятельности в бизнесе;
- организация процесса планирования;
- работа с денежными средствами;
- оценка работы предприятия [34].

Одним из основных элементов бизнес-планирования является бизнес-план.

А. А. Сергеев выдвинул свое мнение: «Бизнес-план является четко структурированным, требующим тщательной проработки документом, описывающим цели предприятия и способы их достижения» [24].

В современной экономике бизнес-план стал важной частью планирования на предприятия, поскольку он помогает увидеть проблемы и преимущества предприятия, а также помогает следить за прибылью, ресурсами и трендами, которые обновляются достаточно часто.

А. Б. Ланчаков отмечает, что «основная цель бизнес-планирования заключается в том, чтобы более четко сфокусировать внимание на видении и основной бизнес-цели организации, определяя при этом, как лучше всего решать внутренние и внешние проблемы, которые способны оказать наибольшее влияние на дальнейший успех коллектива» [13].

Прежде, чем приступить к планированию деятельности предприятия, необходимо ответить на ряд основных вопросов.

- чего мы хотим достичь благодаря документу «бизнес-план»?
- как мы будем это реализовывать?
- что мы не поменяем при любых обстоятельствах?
- как мы будем понимать, что идем в нужном направлении?
- что мы умеем делать хорошо?

Путем анализа, представленного выше набора вопросов можно более точно определить цель планирования, что облегчит процесс разработки бизнес-плана и сделает его составление более эффективным.

Бизнес-план представляет собой стратегический документ, описывающий будущую деятельность предприятия. В нем формулируются цели и перспективы развития предприятия, проводится анализ текущего положения, осуществляется прогнозирование будущих результатов, проводится оценка эффективности предложенных мероприятий [33]. Грамотно составленный бизнес-план позволяет предвидеть экономическую

ситуацию на предприятии, а также может способствовать успешному привлечению внешнего финансирования [5].

Анализ различных видов планирования позволяет сделать заключение о том, что каждый из них имеет уникальные цели и временные рамки в зависимости от особенностей конкретных ситуаций. Планирование является ключевой функцией управления в организации, поскольку позволяет эффективно распределять ресурсы и определять приоритеты для достижения поставленных целей. Использование времени с умом и рациональное его распределение возможно исключительно при наличии плана действий, который определяет последовательность и приоритетность задач.

По мнению И. А. Дубровина, для современного производства существуют основные цели планирования:

- «обеспечение экономического роста, соответствующего задачам предприятий по производству товаров и услуг, отвечающего спросу как характеристике уровня жизни людей; обеспечение занятости желающих и способных трудиться и вознаграждение персонала в соответствии с количеством и качеством труда;
- рост экономической эффективности с позиции максимальной отдачи используемых производственных ресурсов при допустимых, разумных издержках производства;
- обеспечение стабильности, минимальных колебаний производства при негативном воздействии внешних и внутренних факторов» [8].

Рассмотрим ключевые аспекты финансового планирования. Финансовое планирование представляет собой процесс разработки планов и системы индикаторов, необходимых для обеспечения экономических субъектов нужными ресурсами с целью улучшения их финансовой деятельности в перспективе.

На наш взгляд, наиболее точное определение предлагает один из исследователей: «Финансовое планирование – это процесс анализа

финансовой и инвестиционной политики, прогнозирование их результатов и воздействия на экономическое окружение предприятия; процесс принятия решений о допустимом уровне риска и выборе окончательных вариантов финансовых планов» [6].

Основная цель финансового планирования заключается в выборе дальнейшего сценария его развития, на основе взаимодействия между доходностью, ликвидностью, надежностью и рискованностью в условиях воздействия внешней и внутренней среды.

Финансовое планирование позволяет компании решать основные задачи по обеспечению финансовой стабильности:

- «согласовать потребность компании в инвестициях с наличием финансовых источников;
- сравнивать и оценивать различные сценарии финансового развития компании и выбирать наиболее оптимальные из них;
- учитывать развитие различных тенденций в деятельности компании;
- создавать своевременный антикризисный план действий на случай наступления негативных событий;
- гармонизировать различные, часто противоречащие друг другу цели;
- более эффективно распределять ресурсы и тем самым усиливать контроль в компании» [35].

Налоговое планирование является управленческим инструментарием и играет большую роль в управлении предприятием при принятии стратегических решений. Начинать использовать налоговое планирование необходимо не только в процессе жизнедеятельности компании, но и на этапе планирования бизнеса, составления бизнес-плана. Ведь на начальном этапе бизнеса закладываются основы исчисления налогов компании. «Организационно-правовая форма, система налогообложения, структура организации, а также место ведения бизнеса оказывают влияние на исчисление налогов. И именно эффективное налоговое планирование в процессе

планирования бизнеса будет способствовать оптимизации налоговой нагрузки компании» [6].

## 1.2 Понятие и структура бизнес-плана

Исследователи А. Ю. Анисимов и О. А. Пятаева дают следующее определение: «Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности» [3]. С данным высказыванием можно полностью согласиться. Оно в точности описывает определение бизнес-плана и несет четкий характер утверждения.

«Бизнес-план – это официальный документ, в котором излагаются цели, направления, финансы, команда и будущее планирование вашего бизнеса. Он может быть ориентирован на инвесторов с целью привлечения капитала или использоваться в качестве внутреннего документа для согласования команд и определения направления» [18].

Бизнес-план является обязательным инструментом для предпринимателей по целому ряду причин:

- бизнес-план позволяет выявить недостатки и исправить их, а также поможет детально рассмотреть бизнес-идею;
- поможет минимизировать риски потери вложений;
- бизнес-план также позволит оценить потребность в каких-либо ресурсах для реализации проекта;
- позволит привлечь инвесторов и партнеров.

«В идеале план периодически пересматривается и обновляется, чтобы видеть, были ли цели достигнуты или изменились и развиваются. Иногда новый бизнес-план создается для уже существующего бизнеса, который решил двигаться в новом направлении.

Написание бизнес-плана – это не создание документа, который точно предсказывает будущее компании. Многие эксперты отмечают, что самое важное – сам процесс составления плана. Составление бизнес-плана и его регулярное рассмотрение дает лучшее представление о том, что нужно сделать, чтобы достичь целей и добиться успеха» [22].

В процессе формирования бизнес-плана необходимо учесть несколько пунктов:

- «цели, которых вы хотите достичь;
- анализ реализации поставленных целей;
- возможность донести до персонала компании всю важность и необходимость достижения поставленных в бизнес – плане целей» [11].

Бизнес-план является творческим документом, у которого нет строгой структуры, ведь она может меняться в зависимости от сферы деятельности проекта. Однако рассмотрим общую структуру бизнес-плана для малого предприятия, представленную на рисунке 1.

Резюме
Описание предприятия и отрасли
Характеристика продукта (услуги)
Исследование и анализ рынка сбыта
Конкуренция и конкурентное преимущество
План маркетинга
План производства
Организационный план
Финансовый план
Потенциальные риски

Рисунок 1 – Разделы бизнес-плана

Каждый раздел имеет свои особенности, рассмотрим их подробно.

Резюме является информацией о предприятии, на основе которой планируется реализация проекта, а также оно содержит краткое описание идеи, цели и задачи бизнеса. Эффективное резюме должно быть качественно составлено с целью привлечения внимания инвесторов к проекту. Текст должен быть представлен лаконично, кратко и ясно.

В раздел «описание предприятия и отрасли» входит оценка отраслевой среды, анализ предприятия, оценка сильных и слабых сторон, оценка возможностей и угроз. Анализ можно провести с помощью SWOT-анализа (сильные стороны, слабые стороны, угрозы, возможности). Либо провести оценку предприятия с помощью такого инструмента, как SMART. S (specific) – конкретность, M (measurable) – измеримость цели, A (achievable) – цель должна быть реалистичной, достижимой, R (relevant) – актуальность и значимость цели, T (time bound) – цель должна иметь дедлайн. Существует также PEST-анализ, в котором рассматриваются четыре группы факторов:

- политический,
- экономический,
- социально-культурный,
- технологический.

«PEST-анализ позволяет эффективно организовать стратегическое планирование и руководство процессом принятия стратегических решений, формируя понимание о том, как необходимо реагировать на определенные события в будущем и корректировать. PEST-анализ фокусируется на внешних воздействиях и влиянии, которое они могут оказать на конкретную компанию, страну или сектор» [4].

А также важно описать историю предприятия и современное положение, изучить задачи текущие и новые, описать долгосрочные и краткосрочные цели, дать описание структуре управления. Здесь необходимо предоставить информацию о рынке, на котором будет работать предприятие. В этом разделе

нужно также написать характеристику потенциальных клиентов и возможных конкурентов.

Далее идет раздел «характеристика продукта (услуги)», в него входят:

- потребность;
- показатели качества (долговечность, надежность, простота, безопасность);
- экономические показатели (себестоимость, прибыль, безопасность);
- внешнее оформление;
- сравнение с конкурирующими аналогами;
- патентная защищенность;
- возможные факторы успеха.

Стоит также выделить, что в данном разделе необходимо указать права собственности на продукцию, наличие поставщиков, провести сравнительный анализ продукции с конкурентами.

В исследование и анализе рынка сбыта должно обязательно содержаться исследование спроса. Помимо этого, «Данный раздел должен включать определение сегментов рынка, на которые планируется ориентироваться, оценку тенденций развития каждого сегмента с учетом спроса на конкретные товары или услуги, уровня их удовлетворения и предложений, а также соответствующая оценка потенциала своего бизнеса. Кроме того, полезно вынести данные о каналах сбыта для существующих и будущих продуктов в отдельную таблицу. Не следует забывать о влиянии на конъюнктуру рынка таких факторов, как социальные, экономические, культурные, политические и другие» [23].

Пятый раздел содержит в себе описание и анализ конкурентов, оценку конкурентоспособности, конкурентное преимущество предприятия. «Детальный анализ действий конкурентов может помочь изменить стратегию и вносить коррективы в текущую деятельность, чтобы успешно противостоять конкурентам. При разработке данного раздела следует уделить особое

внимание тем аспектам деятельности, в которых у компании есть преимущества перед конкурентами, например, высокое качество продукции и обслуживания или опытный персонал» [16].

Структура раздела «план маркетинга» содержит в себе: стратегию маркетинга, товарную политику, ценовую политику, сбытовую политику, коммуникационную политику, выделение целевой аудитории, характеристика выпускаемой продукции/ услуг. Данный раздел отвечает за привлечение клиентов и продвижение товаров и услуг. Здесь можно использовать различные инструменты, например, модель SOSTAC, SWOT-анализ, товарная, сбытовая, ценовая стратегии, жизненный цикл товара. Данный раздел является одним из важных в бизнес-плане, по этой причине необходимо рассмотреть, как можно больше различных инструментов для анализа.

План производства – это часть бизнес-плана, где необходимы расчеты, описание технологии производства товара или услуги, контроль процесса, прогноз всех затрат, производственная программа, инвестиционные затраты. В этом разделе стоит показать все возможности предприятия. Следует отметить объем производства, ассортимент, потребность в площадях и в кадровых ресурсах. Также здесь рассчитываются расходы на персонал, затраты на сырье и материалы, переменные и постоянные издержки.

Организационный план представляет собой организационную структуру предприятия. «Обосновывает выбор организационно-правовой формы и структуры, а также содержит информацию о штатном расписании, об обеспеченности кадрами и их полномочиях и ответственности, какая иерархия должностей на предприятии и кто имеет ведущую роль в развитии бизнеса» [21].

«Реализация бизнес-идеи зависит от организации управления предпринимательской деятельностью и уровня квалификации его исполнителей. Когда данный раздел документа упускается из виду, возможны организационные проблемы и неудачи в бизнесе в будущем. Для обеспечения синхронности и согласованности работы всех подразделений фирмы

необходимо разработать организационную схему, структуру управления и определить, чем будут заниматься каждый сотрудник. Также важно определить, как будет осуществляться координация, контроль и взаимодействие всех работников фирмы. Весь этот план необходим для обеспечения эффективности и успеха бизнеса» [12].

Финансовый план представляет финансовые результаты проекта. В данный раздел будут входить: план себестоимости, инвестиционный план, кредитный план, план движения денежных средств, прогнозный баланс, диагностика финансового состояния, анализ и оценка показателей экономической эффективности проекта. Этот раздел очень важен для потенциальных инвесторов, они будут судить, насколько с экономической и инвестиционной точки зрения выгоден данный проект. Именно поэтому в данном разделе необходимо расписать все финансы четко и правильно. В финансовом плане необходимо рассчитать некоторые показатели и для них есть специально отведенные формулы. Помимо этого, в данном разделе необходимо рассчитать показатели рентабельности, они представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели рентабельности предприятия

Наименования	Формула расчета	Характеристика
Рентабельность продукции (Рпр)	$R_{пр} = \text{Прп} / C * 100\%$ , где Прп - прибыль от реализации продукции; C - себестоимость продукции	Отражает, сколько прибыли получено с 1 рубля, затраченного на производство и реализацию продукции
Рентабельность продаж (ROSreturn on sales)	$ROS = \text{Прп} / В * 100\%$ , где В – выручка	Показывает, сколько прибыли получено с 1 рубля продаж
Рентабельность активов (ROA - return on assets)	$ROA = \text{Пч} / \text{Аср} * 100\%$ , где Пч – чистая прибыль; Аср – средняя стоимость активов	Отражает эффективность использования всего имущества предприятия
Рентабельность собственного капитала (ROE - return on equity)	$ROE = \text{Пч} / \text{СКср} * 100\%$ , где СКср - средняя стоимость собственного капитала	Отражает эффективность использования собственного капитала

«Финансовый план, будучи сложным по своей структуре, также представляет сложность в своем содержании. В его разработке требуются совместные усилия различных подразделений компании. Структура финансового плана составляется путем последовательного рассмотрения нескольких аспектов. Сначала рассматривается инвестиционный аспект, то есть направления вложения средств, затем финансовый аспект, включающий источники мобилизации средств, и наконец, аспект эффективности, где определяются ожидаемые результаты» [20].

Последний раздел называется «потенциальные риски», он включает в себя все возможные опасности и угрозы, которые могут возникнуть в процессе реализации проекта [9].

Также можно привести различные методы по устранению рисков, провести реестр рисков, показать матрицу рисков и степень рисков. Данный раздел помогает предпринимателям грамотно подходить к принятию своих решений и по возможности минимизировать угрозы.

Рассмотрим виды потенциальных рисков:

- «деловые риски – риски, связанные с некачественным управлением компанией и ошибками руководства;
- кредитный (финансовый) риск связан с невыполнением своих финансовых обязательств – выплачивать кредиты, долги поставщикам и т.д.;
- операционный риск – это риск, связанный с операциями, с активами;
- инфляционный риск – это риск снижения покупательной способности. Риск того, что рост потребительских цен приведет к снижению реальных доходов от инвестиций;
- валютный риск заключается в изменении курса рубля к иностранной валюте. Если рубль укрепляется, то это снижает доходность инвестиций в иностранные акции;
- процентный риск заключается в изменении процентных ставок, которые влияют на рыночную стоимость и доходность инвестиций;

- риск ликвидности означает, что инвестор не сможет быстро и без потерь продать и получить наличные;
- случайные риски – это прежде всего риски, связанные с непредсказуемыми событиями, например, крупные техногенные катастрофы, изменение правового регулирования, политические перевороты, революции, военные конфликты» [10].

Рассмотрев подробно все разделы бизнес-плана, можно сделать вывод. Важно уделить должное внимание каждому разделу, спланировать каждый свой шаг и выстроить логичную цепочку.

Д. С. Саралинова в своей статье считает, что: «Бизнес-план как правило, систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и с изменениями на рынке, где действует фирма, и в экономике в целом. Таким образом, бизнес-план помогает предпринимателю оценивать прогресс своего дела на основе внутрифирменного и макроэкономического анализа и контролировать текущие операции.

Основной целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов» [22].

Общие требования для написания бизнес-плана такие:

- наглядная и краткая подача информации;
- отсутствие языкового и терминологического барьера;
- объективная оценка рисков;
- все приведенные прогнозы должны быть обоснованы;
- точность всех финансовых расчетов;
- конкретизация всех предложений;
- бизнес-план должен быть подготовлен с учетом требований лиц, которым он предназначается.

«Не будет преувеличением назвать бизнес–план основой управления организацией. Сам процесс разработки и реализации бизнес–плана, включающий детальный анализ экономических и организационных вопросов, постоянно побуждает мобилизоваться. Целью такого плана может быть получение кредита, привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров, оценка рыночного положения организации, достижение необходимых результатов по объемам сбыта продукции и др.» [6].

В конечном счете должны быть сформулированы решения по данным вопросам:

- стратегические цели предприятия,
- потребители продукции/услуг,
- форма рекламной кампании,
- возможности и источники привлечения финансовых средств,
- возможности привлечения инвесторов и партнеров.

«Бизнес–планирование – это упорядоченная совокупность стадий и действий от момента возникновения идеи до момента реализации.

Ключевым моментом подготовительной стадии бизнес-планирования является формирование перспективной идеи, оценки ее целесообразности и создание группы разработчиков бизнес – плана» [7].

«Бизнес-планирование является гибким инструментом, и может применяться как к созданию нового предприятия, к расширению существующего предприятия и пр.» [30].

Подводя итог первого раздела, отметим, что бизнес-планирование представляет собой существенную составляющую успешного управления и развития предприятия. Этот процесс способствует созданию долгосрочной стратегии предприятия, определению действий, необходимых для достижения поставленных целей и планированию эффективного использования ресурсов.

Бизнес-план является основным инструментом бизнес-планирования. Он помогает расставлять приоритеты, контролировать деятельность и оптимизацию бизнес-процессов. Структура бизнес-плана может изменяться в

зависимости от отрасли деятельности предприятия, однако необходимо, чтобы все его разделы были целостно связаны между собой и написаны четко и понятно.

Бизнес-план играет ключевую роль не только в привлечении потенциальных инвесторов, но и в определении стратегии развития предприятия, анализе рисков, контроле ресурсов и совершенствовании бизнеса. Бизнес-план предоставляет возможность получить полное представление о предприятии и выявить его слабые места. Кроме того, бизнес-план позволяет успешно рекламировать предприятие на рынке при соблюдении всех методов и правил его разработки.

Выводы анализа подчеркивают важность бизнес-планирования и его влияние на успех, и устойчивость предприятия в современных реалиях рыночной экономики.

## **2 Анализ деятельности малого предприятия студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) и выявление предпосылок для развития деятельности компании**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ИП Парамонова Д.Р. Студия красоты «Леди Ди»**

Объектом исследования для работы стало малое предприятие, ИП Парамонова Дина Ринатовна зарегистрировался в качестве индивидуального предпринимателя 08.08.2018, акт о регистрации выдан «Международной инспекцией Федеральной налоговой службы № 24 по Самарской области».

Адрес: Самарская область, г. Тольятти, ул. Лизы Чайкиной 43а.

Расположение студии считается достаточно удобным, потому что находится рядом с оживленными местами, а именно: парк, детские сады, школы, магазины, банк.

Таблица 3 – Характеристика помещения для оказания услуг

Наименование помещения	Площадь (м2)	Условия	Стоимость (руб.)
Нежилое помещение	71 м2	Аренда	32 000 руб./мес

Помещение оснащено всем необходимым для оказания услуг студии красоты и соответствует нормам санитарно-эпидемиологической службы.

Государственная регистрация и дальнейшая деятельность индивидуальных предпринимателей регламентируется Федеральным законом "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ [27].

Регистрация предпринимательской деятельности подтверждена выпиской из Единого государственного реестра индивидуальных

предпринимателей и свидетельством о внесении записи в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

Деятельность предприятия регулируется Гражданским, Налоговым, Трудовым Кодексами.

В 2018 году была основана студия «Леди Ди», начавшая свою деятельность как обычная парикмахерская. В течение двух лет произошло существенное расширение ассортимента услуг. Добавились услуги за ногтями, бровями, ресницами, а также оформление макияжа для лица.

Основным видом деятельности является: предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. Помимо дополнительно зарегистрированы еще 8 видов деятельности:

- торговля розничная косметическими и товарами личной гигиены в специализированных магазинах;
- торговля розничная косметическими и парфюмерными товарами, кроме мыла в специализированных магазинах;
- деятельность по оказанию консультационных и информационных услуг;
- аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом;
- аренда и управление собственным или арендованным жилым недвижимым имуществом;
- образование дополнительное детей и взрослых, не включенное в другие группировки;
- предоставление парикмахерских услуг;
- предоставление косметических услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Миссия студии «Леди Ди» заключается в предоставлении качественных услуг, на основе собственной натуральной косметики, с помощью квалифицированных профессионалов. Персонал студии хочет не только

получить от клиента прибыль, но и угадать и выполнить его желание, чтобы клиенты хотели вернуться снова.

ИП Парамонова Д. Р. применяет упрощенную систему налогообложения. Предприятие платит 6 % от дохода, а также страховые взносы за сотрудников.

ИП Парамонова Д. Р. имеет расчетный счет в ПАО Сбербанк и кассовый аппарат. Расчеты с клиентами ведутся безналичным способом, наличным и онлайн переводом с пробиванием чека через кассовый аппарат.

Организационная структура предприятия представлена на рисунке 2.

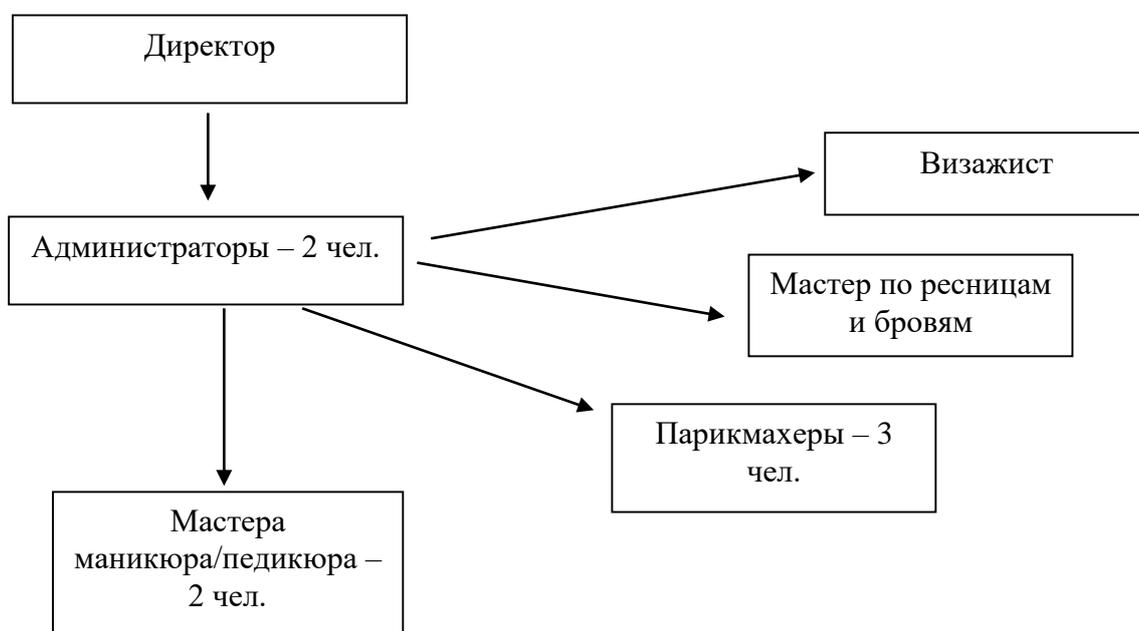


Рисунок 2 - Организационная структура студии красоты «Леди Ди» на начало 2024 г.

Численность сотрудников составляет 9 человек.

Тип структуры управления – линейная.

Преимущества линейной структуры:

- простое взаимодействие;
- четкие разграничения прав и обязанностей;
- высокий уровень дисциплины и контроля;

– оперативное рассмотрение вопросов.

Рассмотрим обязанности каждого сотрудника в студии «Леди Ди».

Директор студии занимается управлением персоналом, решает глобальные вопросы предприятия, осуществляет ведение системы учета доходов и расходов, обеспечивает своевременное погашение налогов, арендную плату и коммунальные услуги. Кроме того, директор студии распределяет задачи между всеми сотрудниками и следит за эффективностью и качеством работы в студии, обеспечивая соблюдение установленных стандартов и требований.

Администратор осуществляет регистрацию клиентов, осуществляет коммерческую деятельность, обеспечивает контроль за своим рабочим местом и рабочими местами исполнителей, занимается администрированием социальных сетей, продвижением бренда, координацией привлечения клиентов, производит финансовый учет, осуществляет закупку необходимых ресурсов для эффективного функционирования предприятия.

Мастера парикмахерского зала, мастера маникюра, бровей и ресниц обязаны осуществлять выполнение своих профессиональных обязанностей на высоком уровне качества, поддерживать чистоту рабочего места, взаимодействовать с клиентами вежливо и профессионально, а также постоянно совершенствовать свои навыки и знания в рамках профессиональной деятельности.

У мастеров бонусная (комиссионная) система оплаты труда, а у администраторов тарифная ставка (оклад). Мастера студии работают под проценты 60 % от услуги – студии, 40 % от услуги – мастеру.

В таблице 4 представлено количество услуг, которые мастер оказывает в месяц.

Таблица 4 – Расчет оказанных услуг мастера за месяц

Мастер	Наименование услуги	Кол-во	Стоимость, руб.	Всего, руб.	С учетом вычета процента (60%), руб.
Парикмахер	Мужская стрижка	64	500	32 000	12 800
	Женская стрижка	48	700	33 600	13 440
	Окрашивание	10	1 400	14 000	5 600
	Уход	5	1 500	7 500	3 000
Итого:				87 100	34 840
Мастер маникюра/педикюра	Маникюр	40	1 200	48 000	19 200
	Педикюр	16	1 700	27 200	10 800
Итого:				75 200	30 000
Мастер по ресницам и бровям	Наращивание ресниц	13	1 300	16 900	6 760
	Ламинирование ресниц	10	1 200	12 000	4 800
	Оформление бровей	20	600	12 000	4 800
Итого:				40 900	16 360
Визажист	Макияж	7	1 200	8 400	3 360
Итого:				8 400	3 360

Большая часть работы мастеров идет по записям, но бывают исключения, когда клиенты приходят по факту.

Составление отчетности не является обязательным, бухгалтерская отчетность составляется в целях финансового контроля за работой предприятия и за движением денежных средств.

При рассмотрении характеристики предприятия необходимо проанализировать динамику экономических показателей. Данные представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Экономические показатели работы ИП Парамонова Д. Р. за 2021 – 2023 годы

Наименование показателей	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Изменение			
				2022-2021 гг.		2023-2022 гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп роста, %	Абс. изм.	Темп роста, %
Выручка, руб.	2 557 200	4 189 200	5 477 520	1 632 000	164	1 288 320	130
Себестоимость услуг, руб.	1 090 200	2 521 350	3 752 000	1 431 150	231,3	1 230 650	148,8
Валовая прибыль, руб.	1 467 000	1 667 850	1 725 520	200 850	113,7	57 670	103,4
Коммерческие и управленческие расходы, руб.	739 200	727 200	751 200	-12 000	98,4	24 000	103,3
Прибыль от продаж, руб.	727 800	940 650	974 320	212 850	129,2	33 670	103,6
Чистая прибыль, руб.	574 368	689 298	645 669	114 930	120	-43 629	93,7
Численность сотрудников, чел.	9	9	9	0	0	0	0
Среднемесячная оплаты труда, руб.	1 074 000	1 684 320	2 210 880	610 320	156,8	526 560	131,3
Рентабельность продаж, %	28,46	22,45	17,8	-6,01	78,8	-4,65	79,3
Рентабельность затрат, %	39,8	29	21,6	-10,8	72,9	-7,4	74,5

Таким образом, на основании проведенных расчетов в таблице 5, можно сделать вывод о предприятии. Выручка на 2021 год составила 2 557 200 руб., что на 2 920 320 руб. меньше, чем в 2023 году. Это свидетельствует о том, что 2021 г. оказался кризисным для индустрии красоты из-за большой заболеваемости людей коронавирусом и закрытия всех предприятий на карантин. На рисунке 3 показано изменение выручки с 2021 г. по 2023 г.

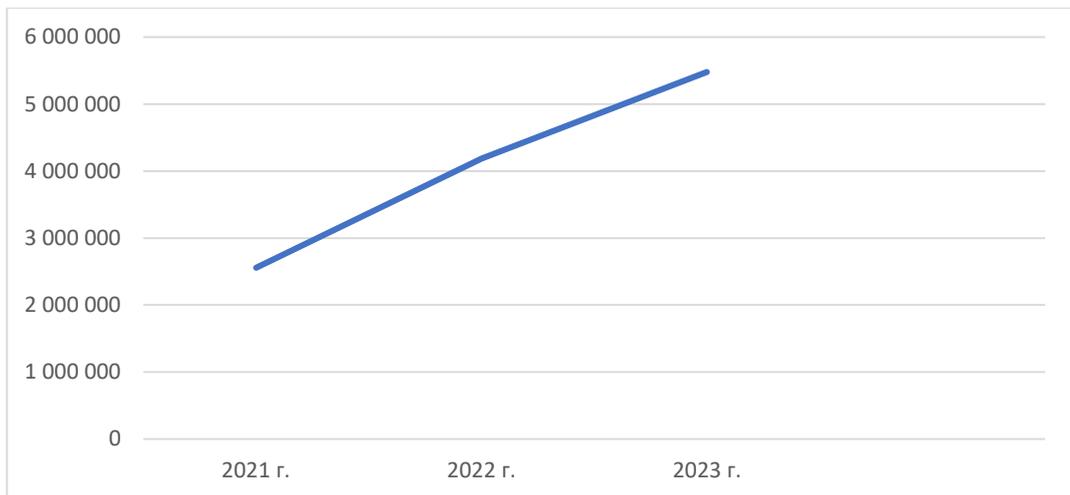


Рисунок 3 – Динамика выручки студии красоты «Леди Ди» за период 2021 – 2023 годы

После 2021 года ситуация начинает меняться в положительную сторону, и размер выручки начинает расти. В 2023 году выручка составила 1 632 000 руб. Себестоимость выросла на 2 661 800 руб.

На рисунке 4 показана динамика прибыли и чистой прибыли предприятия.

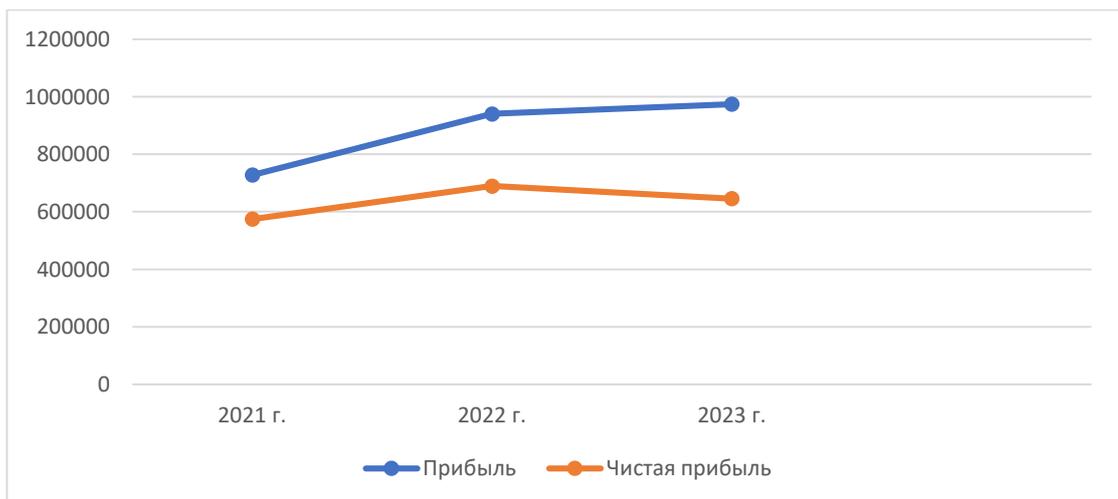


Рисунок 4 – Динамика прибыли и чистой прибыли студии «Леди Ди»

Несмотря на тяжелый период после пандемии коронавируса, руководство предприятия стремится к увеличению прибыли и привлечению клиентов. Из диаграммы видно, что прибыль предприятия выросла, в 2023 году она составила 974 320 руб., а чистая прибыль в период 2022 г. – 2023 г. снизилась на 43 599 руб.

Среднемесячная заработанная плата по данным 2023 года составила 610 320 руб. Численность сотрудников за эти годы не изменилась, в штате находится 9 человек.

Для оказания услуг предприятие покупает каждый месяц необходимые материалы. Основные материалы для работы представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Расчет материальных затрат (на месяц)

Наименование	Цена, руб.
Перчатки	950
Крафт-пакеты	2 000
Краски для волос	5 000
Шампуни и бальзамы	1 200
Гель-лаки, лаки, базы для ногтей	3 100
Пеньюары одноразовые	930
Салфетки одноразовые	500
Масло для машинок	700
Средства для стайлинга	1 400
Полотенца одноразовые	620
Итого	16 400

Материальные затраты на один месяц составляют 16 400 руб. Они могут меняться в зависимости от их остатка и необходимости.

Подводя итог, видно, что работа малого предприятия в целом ведется удовлетворительно, она не требует изменений в основных направлениях деятельности ИП Парамонова Д.Р.

Основные цели предприятия на 2024 год:

- увеличение прибыли,
- привлечение новых клиентов,

– введение новой услуги в студию.

Для реализации всех задуманных целей требуется пересмотреть затраты студии и эффективно использовать свои ресурсы.

На рисунке 5 представлены основные конкурентные преимущества студии красоты «Леди Ди».

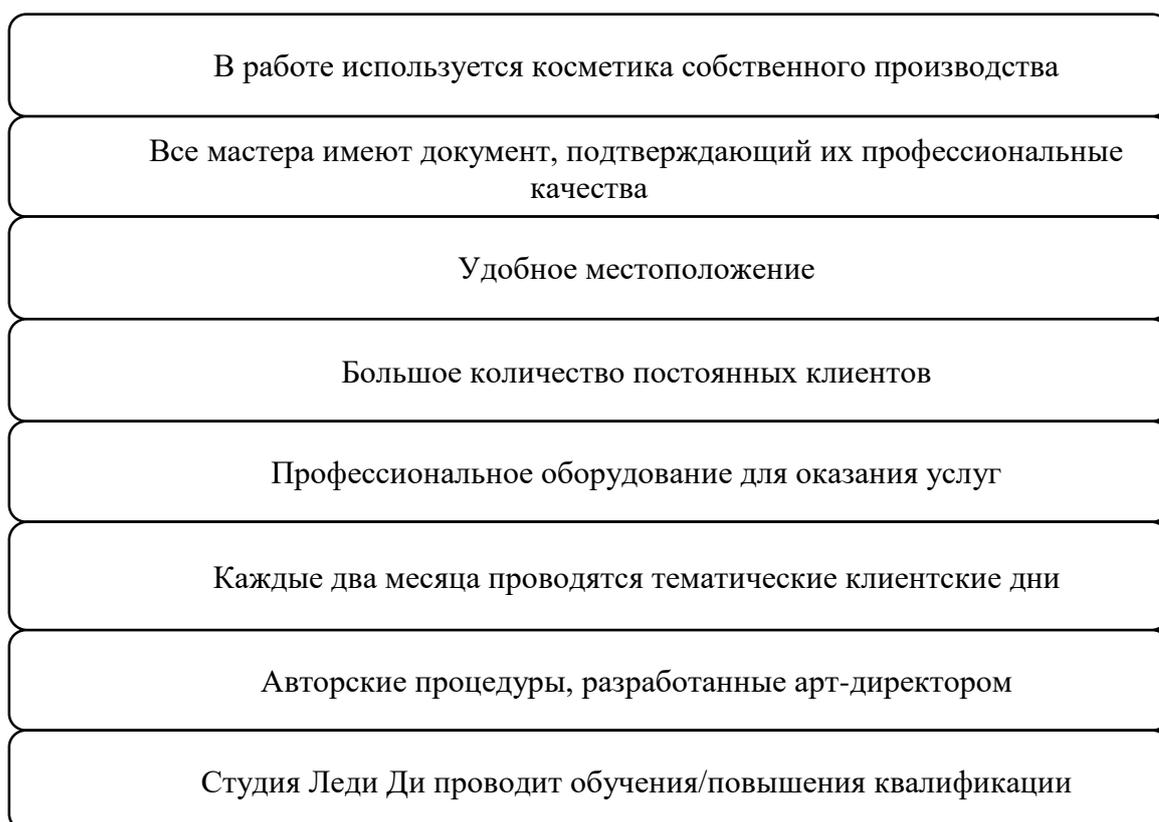


Рисунок 5 – Конкурентные преимущества студии красоты «Леди Ди»

Авторская продукция, которая применяется для работы с клиентами, имеет декларации о соответствии, а также имеет свой товарный знак (Приложение А). Продукция разрабатывается арт-директором студии в специально отведенной лаборатории. Косметику можно приобрести оффлайн в студии «Леди Ди», а также онлайн через социальные сети. Доставкой занимается компания «СДЭК», так как с ними был подписан договор о сотрудничестве.

В ассортименте находятся продукты для тела и волос. На данный период лаборатория имеет 23 позиции разных продуктов, 17 из них для волос и остальное для тела.

Расходы на изготовление собственной продукции в месяц у ИП Парамонова Д.Р. составляют 12 000 руб.

Основная партия косметики уже разработана, каждый месяц деньги тратятся только на тары и закуп необходимых компонентов.

В студии Леди Ди есть несколько видов услуг, такие как, парикмахерские услуги, услуги ногтевого сервиса, услуги мастера по бровям и ресницам. В таблице 7 представлены услуги студии и их стоимость.

Таблица 7 – Услуги и стоимость студии «Леди Ди»

Название услуги	Цена (руб.)
Стрижки:	
Женская стрижка	800
Мужская стрижка	500
Челка	200
Прическа	От 2000
Окрашивание волос:	
Окрашивание корней с растяжкой	1800
Уходовые процедуры для волос	
4-х ступенчатая реконструкция	2500
Зеркальный блеск	2000
Наращивание ресниц	
Классика	1400
Маникюр	
Маникюр комбинированный (без покрытия)	600
Маникюр + гель-лак	1200
Педикюр	
Педикюр комбинированный (без покрытия)	1200
Педикюр комбинированный + гель-лак	1500
Макияж	
Макияж (дневной, вечерний)	1500
Образ 2 в 1 (макияж + укладка)	3000
Брови и ресницы	
Окрашивание и коррекция бровей	600

Уходовые процедуры для волос, разработанные арт-директором студии «Леди Ди» на основе собственной косметики, являются авторскими и инновационными. Данные процедуры представляют собой комплексный подход к восстановлению и улучшению состояния волос.

Для проведения уходовых процедур по восстановлению волос необходимо определенное количество материалов, включающее в себя косметические средства, тары и прочее. Подсчет необходимых материалов является важным этапом оказания услуг. В таблице 8 представлены все необходимые материалы.

Таблица 8 – Расчет материальных средств по оказанию услуг по восстановлению волос (на одного клиента)

Наименование	Кол-во, грамм	Цена, руб.
Шампунь	20	50
Липидная маска	10	35
Увлажняющая маска	10	30
Восстанавливающая	10	30
Крем для волос «12 в 1»	7	28
Термопенка	3	15
Баттер для волос	1	5
Итого		193

Исходя из данных, представленных в таблице видно, что для уходовой процедуры на одного клиентка затрачивается определенное количество материалов стоимостью 193 руб. За месяц затрачивается 2895 руб. на материалы для оказания услуг по восстановлению волос.

Существуют также акции: -10% за 3 дня до и после дня рождения, акции месяца (каждый месяц разные услуги и предложения), скидки и специальные предложения в клиентские дни.

Основными видами услуг, которые обеспечивают объем выручки студии красоты «Леди Ди», являются парикмахерские, ногтевые и услуги по наращиванию и оформлению бровей.

В основном, самыми востребованными услугами студии «Леди Ди» являются женские и мужские стрижки, окрашивания волос.

Объем оказания услуг основывается на следующих показателях:

- парикмахерские услуги – 7;
- уход за ногтями – 3;
- оформление ресниц – 1;
- оформление бровей – 2.

На рисунке 6 наглядно показан объем оказания услуг студии «Леди Ди».

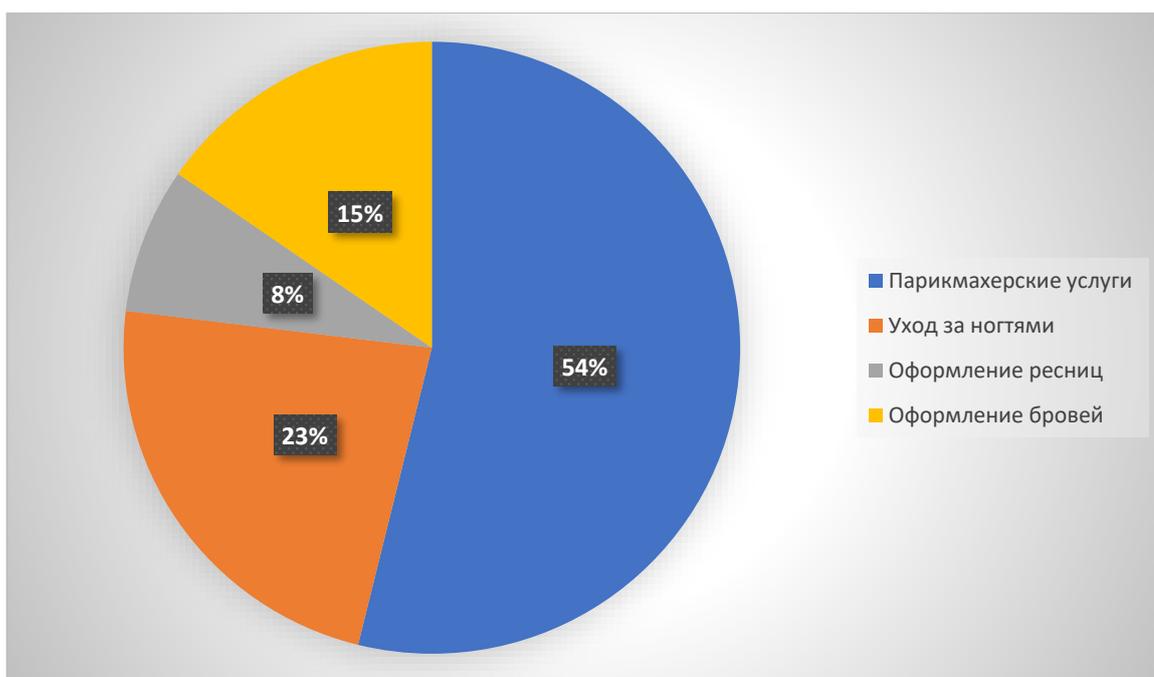


Рисунок 6 – Основные виды услуг, которые обеспечивают объем выручки ИП Парамонова Д. Р. Студия красоты «Леди Ди»

Основные виды услуг, которые обеспечивают объем выручки на предприятии являются парикмахерские услуги, они составляют 54 %.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что российский рынок красоты представляет собой относительно насыщенный сегмент экономики, однако большинство предоставляемых услуг и продуктов имеют сходные характеристики и не предлагают значительных различий от конкурентов. В данном контексте добавление новых услуг, улучшение качества предоставляемых сервисов, а также повышения уровня конкурентоспособности становится основным способом диверсификации и развития бизнеса в данной отрасли на данный момент времени.

В результате проведения организационно-экономической характеристики, удалось выявить: ИП Парамонова Д. Р. является малым предприятием, которое использует упрощенную систему налогообложения.

ИП Парамонова Д. Р. Студия красоты «Леди Ди» самостоятельно планирует производственно-хозяйственную деятельность, тип структуры управления – линейный.

Далее проведем анализ рынка и конкурентов для разработки направлений развития для студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.).

## **2.2 Анализ рынка и конкурентов**

При исследовании рынка является важным учесть общее состояние бьюти рынка и его основные тенденции.

Рынок в сфере бьюти достаточно загруженный и имеет высокую конкуренцию. На постоянной основе обновляется ассортимент услуг и товаров в данной сфере. Из-за высокой конкуренции руководителям приходится постоянно придумывать что-то новое и усовершенствовать свое предприятие.

Компания NeoAnalytics провела свое исследование в 2022 году и выявила, что «В ходе исследования на тему «Российский рынок парикмахерских и салонов красоты: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г.», выяснилось, что рынок парикмахерских и салонов красоты в 2021 г.

полностью восстановился после кризиса. По итогам года объем рынка увеличился на 46,9% после падения в 2020 г. и составил более 150 млрд. руб., это объясняется в первую очередь тем, что в 2021 г. был реализован отложенный в 2020 г. платежеспособный спрос в силу существенного падения доходов. Годом ранее падение рынка составило 13,5%, и показатель объема рынка был зафиксирован на уровне более 100 млрд. руб.» [2].

Специалист в области косметологии Е. Островская выявила особенности бьюти-бизнеса, а именно салонов красоты и магазинов косметики. «Отправляясь в салон красоты или в магазин, чтобы купить косметику, потребители хотят получить не только пакетик с красивой упаковкой и полезным содержимым внутри. Женщины идут за эмоциями. Расслабляющая музыка, атмосфера релакса, заботливый администратор или консультант, встречающий на входе — именно те детали, которые заставляют клиента возвращаться снова и снова». [19]

Из данного высказывания можно сделать вывод, что сейчас идет тренд на эмоции, то есть, придя в салон красоты, женщины хотят почувствовать комфорт и заботу, а не только увидеть красивую картинку.

По проведенным анализам компании «2ГИС» в 2023 году, удалось выявить такие показатели: «За март, сравнивая с тем же периодом прошлого года, увеличение количества бизнес-объектов в сфере косметологии, парикмахерских услуг, барбершопов составило 3,3. Всего в городах с миллионным населением специалисты «2ГИС» насчитали 19,1 тыс. объектов бьюти сферы. Москва остается в лидерах (7 тысяч салонов), второй город рейтинга – Санкт-Петербург (2,7 тыс.)».

Можно сделать вывод, что количество салонов с каждым годом возрастает, особенно в городах с миллионным населением.

Проведем SWOT-анализ для предприятия ИП Парамонова Д.Р. Студия красоты «Леди Ди»

Таблица 9 – SWOT-анализ студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д.Р.)

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- в работе применяется собственный бренд косметики</li> <li>- авторские процедуры</li> <li>- удобное месторасположение</li> <li>- большое количество постоянных клиентов</li> <li>- хорошая репутация</li> <li>- опытные мастера</li> <li>- высокий уровень сервиса</li> <li>- устраивание тематических клиентских дней</li> <li>- проведение обучающих курсов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нехватка необходимого оборудования для предоставления услуг</li> <li>- высокая конкуренция на рынке</li> <li>- сезонность</li> </ul>
Возможности:	Угрозы:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- введение новых услуг</li> <li>- выход на новые сферы деятельности</li> <li>- привлечение новой аудитории</li> <li>- открытие второй точки в другом районе города</li> <li>- улучшение рекламной кампании</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- появление новых конкурента с более выгодными и новыми предложениями</li> <li>- колебания спроса и предпочтений клиентов</li> <li>- потеря клиентов</li> <li>- глобальные ситуации в стране и мире</li> </ul>

В результате проведенного SWOT-анализа можно увидеть, что сильными ключевыми сторонами является работа с собственным брендом косметики, разработка авторских процедур, удобное местоположение, хорошая репутация и большое количество постоянных клиентов, высокий уровень сервиса, устраивание тематических дней, проведение обучающих курсов. При этом есть и слабые стороны: нехватка нужного оборудования, высокая конкуренция, сезонность. Несмотря на слабые стороны и угрозы, которые проявляются в колебании спроса клиентов, в появлении новых конкурентов, в потере клиентов и в глобальных ситуациях, существуют и возможности для предприятия. Они заключаются в том, что возможно введение новых услуг, которые помогут привлечь другую аудиторию, а также расширение в виде открытия второй точки в городе и улучшение рекламной кампании.

У предприятия довольно устойчивое положение на рынке, но при этом необходимо увеличить прибыль в зимний период и ввести новые услуги в студию.

Дополнительно проведем Pest-анализ для предприятия студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.).

Таблица 10 – Pest-анализ для предприятия студия красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.)

<p>Политические факторы</p>	<p>Экономические факторы</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- изменение законодательства в области налогообложения и лицензирования;</li> <li>- государственный контроль за деятельностью малого бизнеса;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уровень инфляции;</li> <li>- покупательная способность;</li> <li>- колебания курса валют;</li> </ul>
<p>Социально–культурные факторы</p>	<p>Технологические факторы</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- общественные ценности;</li> <li>- демографические факторы;</li> <li>- уровень индивидуального дохода;</li> <li>- новинки в сфере бьюти;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нововведения;</li> <li>- инновации в области бьюти;</li> <li>- достижения в области химии, медицины и косметологии;</li> </ul>

Вследствие Pest-анализа видно, что существует ряд внешних факторов, которые могут повлиять на развитие предприятия.

Политические факторы представлены в виде изменения законодательства в области налогообложения, лицензирования и государственного контроля за деятельностью малого бизнеса.

Экономические факторы появляются в уровне инфляции, покупательской способности и колебании курса валют.

Социально-культурные факторы будут такими: общественные ценности, демографические факторы, уровень индивидуального дохода, новинки в сфере бьюти.

Технологическими факторами являются нововведения, инновации в области бьюти, достижения в сфере химии, медицины и косметологии.

В комсомольском районе г. Тольятти большое количество студий красоты и парикмахерских. По данным «Яндекс Карты» студий красоты и парикмахерских в комсомольском районе 37 штук. Главными конкурентами для студии красоты «Леди Ди» являются: «Эвикс», «Акварель», «Галатейя», «Нравится», «Dolly House». В таблице 10 проведена оценка конкурентов студии красоты «Леди Ди».

Таблица 11 – Оценка конкурентов студии красоты «Леди Ди»

Критери и покупки	«Эвикс»	«Акварель»	«Галатейя»	«Нравится»	«Dolly House»
Услуги	Полный цикл, курсы для обучения	Маникюр и педикюр, брови, ресницы, перманентный макияж	Полный цикл, солярий, косметология	Парикмахерский зал, маникюр и педикюр	Маникюр и педикюр
Цены	Стрижка женская от 890 руб. Стрижка мужская 600 руб. Окрашивание от 2000 руб. Лами ресниц 1600 руб. Маникюр от 1400 руб. Педикюр от 1900 руб. Оформление бровей от 1100 руб. Наращивание ресниц от 1100 руб.	Педикюр от 800 руб. Маникюр от 600 руб. Оформление бровей от 700 руб. Ресницы (ламинирование) от 1400 руб. Перманентный макияж от 5000 руб.	Стрижка женская от 700 руб. Стрижка мужская от 550 руб. Солярий 20 руб. Окрашивание от 1700 руб. Уход от 400 руб.	Стрижка женская от 450 руб. Стрижка мужская от 300 руб. Окрашивание от 1200 руб. Уход от 200 руб. Маникюр от 400 руб. Педикюр от 1000 руб.	Маникюр от 690 руб. Педикюр от 1190 руб.

Продолжение таблицы 11

Критерии покупки	«Эвикс»	«Акварель»	«Галатей»	«Нравится»	«Dolly House»
Реклама	Соц сети, сайт	Сайт	Соц сети	Соц сети, сайт	Соц сети, сайт
Доступность	Коммунистическая, 41А	Механизаторов 1, 2 этаж, офис 17	Мурысева, 93а	Лизы Чайкиной, 67	Матросова, 27
Коммуникации	Много отзывов на различных площадках, большое количество положительных	Положительные отзывы, но самих отзывов мало и последние были написаны несколько месяцев назад	Мало отзывов, последние отзывы от 2023 года	Много положительных отзывов	Немного отзывов, но большинство положительных
Социальные сети	Есть (активно ведутся)	Есть (ведутся неактивно)	Есть (ведутся активно), мало подписчиков	Есть (ведутся активно)	Есть (ведутся недостаточно активно)
Сайт	Есть	Есть	Нет	Есть	Есть
График работы	С 9:00 до 21:00	С 9:00 до 20:00	Пн-пт с 9:00 до 20:00 Сб с 9:00 до 19:00 Вс с 10:00 до 18:00	С 9:00 до 21:00	С 9:30 до 20:30

На основании анализа конкурентов, были сделаны следующие утверждения. Главным прямым конкурентом из всех представленных можно считать салон «Эвикс». У данного салона достаточно положительных отзывов, активное ведение социальных сетей, удобное местоположение, полный цикл услуг и даже есть обучающие курсы. Сайт салона удобен в использовании, в нем находится вся необходимая информация для клиентов, а также представлены фотографии всех работ. Но у «Эвикс» высокий прайс на услуги студии, по сравнению с другими конкурентами. Также у данного конкурента

ведется бонусная система и с каждого посещения кэшбэк клиента пополняется, скидка 20% на первую процедуру, пополнение на 500 бонусов в день рождения клиента.

Косвенными конкурентами можно считать мастеров, которые предоставляют услуги на дому, а также парикмахерские.

Определив и изучив конкурентов, выделим конкурентные преимущества студии «Леди Ди»:

- в работе используется собственный бренд уходовой косметики ИП Парамонова Д. Р;
- удобное месторасположение;
- авторские процедуры, разработанные арт-директором студии;
- проведение обучающих курсов;
- хорошая репутация;
- большое количество постоянных клиентов.

На основе данных можно сделать вывод, что конкурентные преимущества студии «Леди Ди» являются весомыми, так как из рассмотренных конкурентов не было ни одного, кто бы в работе использовал косметику собственного производства и разрабатывал авторские уходы для волос.

Рассмотрев бьюти бизнес и сделав анализ конкурентов, можно сделать вывод. На данный момент люди стали отходить от того, чтобы делать какие-либо услуги на дому. Клиентам хочется получить эмоции. Они хотят прийти в красиво обустроенное помещение с вежливым, приветливым персоналом и получить заботу, комфорт, высший уровень сервиса, предоставление сразу нескольких процедур в одном месте и качественную работу. Именно по этой причине люди стали все чаще ходить в салоны красоты.

Для исследования было проведено анкетирование среди клиентов студии «Леди Ди», а именно среди девушек, в котором было выявлено несколько аспектов. Девушки больше предпочитают посещать студии красоты, чем ходить к мастеру на дом, по той причине, что в студии возможно

сделать сразу несколько процедур и при этом получить заботу, комфорт и высокий уровень сервиса (Приложение Б). А также у девушек появился запрос, связанный с восстановлением поврежденных и ломких волос. В большинстве анкет девушки написали, что хотели бы улучшить качество своих волос, восстановить их после неудачного окрашивания, отрастить длину. В опросе участвовало 15 девушек, которые приходили в студию «Леди Ди» на различные процедуры.

Исходя из опроса следует, что необходимо ввести новую услугу по уходу за поврежденными волосами.

Для повышения финансовой эффективности и расширение клиентской базы, было принято решение внедрить новую услугу – «SPA для волос». Данная процедура предлагает выполнение комплекса процедур, направленных на улучшение состояния волос и кожи головы, а также на обеспечение полной релаксации и комфорта для клиента.

Инновационность данного подхода заключается в предоставлении клиенту возможности получить не только процедуру ухода за волосами, но и ощутить положительные воздействия на свое физическое и эмоциональное состояние. Такой подход способствует не только повышению качества предоставляемых услуг, но и формированию у клиентов положительного впечатления от посещения студии.

Завершая второй раздел, можно сделать вывод, что объектом исследования для работы стало малое предприятие, ИП Парамонова Дина Ринатовна, основным видом деятельности является: предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. ИП Парамонова Д. Р. применяет упрощенную систему налогообложения, 6 % от дохода, а также выплачивает страховые взносы. Основным видом деятельности является: предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. ИП Парамонова Д. Р. занимается разработкой собственной косметики. Авторская продукция, которая применяется для работы с клиентами, имеет декларации о соответствии, а также имеет свой товарный знак. Продукция разрабатывается арт-директором

студии в специально отведенной лаборатории. Косметику можно приобрести оффлайн в студии «Леди Ди», а также онлайн через социальные сети.

Выручка студии красоты «Леди Ди» на 2023 год составила 5 477 520 руб., что на 2 920 320 руб. больше, чем в 2021 году. Чистая прибыль предприятия выросла и в 2023 году составила 974 320 руб. Материальные затраты студии в месяц – 16 400 руб. Затраты на производство собственной косметики ИП Парамонова Д. Р. в месяц – 12 000 руб.

Главным прямым конкурентом студии красоты «Леди Ди» является салон красоты «Эвикс», а косвенными конкурентами считаются мастера, которые предоставляют услуги на дому и парикмахерские.

Посредством анкетирования среди клиентов студии «Леди Ди» было выявлено, что девушки в данный период времени предпочитают больше студии красоты, чем отдельно существующих мастеров. У девушек в приоритете комфорт, высокое качество и возможность осуществить несколько услуг в одном месте. А также было выявлено, что клиентам недостаточно процедур, связанных с восстановлением волос. На основании данного анкетирования было принято решение внедрить новую услугу в студию «Леди Ди» - «SPA для волос». Для внедрения данной услуги необходимо произвести закупку нового оборудования, просчитать все необходимые материалы и проанализировать эффективность. С целью привлечения новой аудитории и удержания старой разработаем для студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) бизнес-план по внедрению новой услуги.

### **3 Разработка бизнес-плана по внедрению новой услуги в студию «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.)**

#### **3.1 Бизнес-план по внедрению новой услуги в студию «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.)**

Целью разработки бизнес-плана будет являться введение новой услуги и покупка дополнительного оборудования.

Проведем анализ рынка сбыта.

Студия «Леди Ди» ориентирована на жителей Комсомольского района, но при этом клиенты могут приезжать с других районов города Тольятти.

С возрастанием интереса к уходу и заботе за собой, количество салонов красоты, магазинов с косметикой будут только увеличиваться.

Технологии в бьюти индустрии играют значимую роль, именно поэтому ожидается расширение услуг в салонах красоты.

Эксперт по экономической безопасности А. Яковлев провел анализ в сфере бьюти и сделал выводы, что «В 2021 году количество организаций в индустрии красоты стремительно уменьшалось, вероятно, это стало следствием коронавирусных ограничений. В 2022 году, по сравнению с предыдущим годом, темпы ликвидаций уменьшились, но не изменили общей тенденции: к концу 2022 года число организаций приблизилось к минимуму за весь период. Как мы видим из исследования, начиная с 2024 года, отрасль стала восстанавливаться, но пока не смогла вернуться к уровню начала 2021 года.

К январю 2023 года отрасль начала постепенно восстанавливаться, спрос на услуги салонов красоты вернулся, что и привело к росту числа организаций в этой сфере» [29].

Из анализа видно, что бьюти отрасль с 2024 года начинает восстанавливаться и близиться к своему исходному состоянию.

По данным «2ГИС» в городе Тольятти было насчитано больше 100 салонов красоты/парикмахерских. В каждом районе достаточно большое количество салонов, в связи с этим конкуренция возрастает. Чтобы оставаться в числе конкурирующих предприятий, необходимо следить за инновациями в бьюти индустрии и прислушиваться к запросам клиентов.

Вследствие этого будет введена новая услуга «SPA для волос» и куплено дополнительное оборудование для удержания старой и привлечения новой аудитории.

Рассмотрим новую услугу для студии «Леди Ди».

Преимущества введения новой услуги «SPA для волос» представлены на рисунке 7.



Рисунок 7 – Преимущества введения новой услуги «SPA для волос»

Такая процедура, как «SPA для волос» позволит клиентам не только привести волосы в порядок, но и дать расслабление, комфорт и заботу. В

данную услугу будет входить авторский уход для волос, разработанный арт-директором студии «Леди Ди», далее очищение кожи головы (детокс), массаж кожи головы с помощью гуаша, ароматерапия для волос на основе эфирных масел. Дополнительно к данной услуге будет предоставлен чай и ароматические свечи.

Для процедуры «SPA для волос» необходимо оборудование под названием «Климазон» (Приложение В), которое требуется закупить для внедрения данной услуги.

Рассмотрим преимущества «Климазона», которые представлены на рисунке 8.



Рисунок 8 – Преимущества «Климазона»

Разработаем производственный план для ИП Парамонова Д. Р. «Студия Леди Ди».

«SPA для волос» будут выполнять мастера парикмахерского зала, предварительно изучив схему выполнения. На клиента, записавшегося на данную процедуру, будет отводиться 2 часа.

В студии «Леди Ди» уже реализованы авторские уходы от арт-директора, которые базируются на использовании собственной косметики. В

связи с этим, необходимость в разработке нового ухода для волос отсутствует. Однако требуется внедрить специализированное оборудование «Климазон» и внедрить несколько новых действий для оптимизации проведения процедуры.

Стоимость процедуры «SPA для волос» будет составлять 2 000 руб. Цена может менять в большую сторону, если волос будет густой и длинный, либо же, если клиент захочет сделать два ухода для волос сразу.

Следовательно, планируется увеличение прибыли за счет введения новой услуги.

Для введения новой услуги необходимо закупить оборудование «Климазон» в размере 2-х штук. Цена одной единицы составляет 83 000 руб., цена за две единицы – 166 000 руб.

Две единицы оборудования необходимы для того, чтобы было возможно параллельно обслуживать сразу несколько клиентов. Два мастера в смене смогут обслужить 10 клиентов. Из этого следует, что за день студия сможет заработать 20 000 руб.

Дополнительно будет затрачиваться электроэнергия и расходные материалы в виде косметики для уходов. В таблице 12 представлены планируемые доходы и расходы студии «Леди Ди» на 2024-2026 гг.

Таблица 12 – Планируемые доходы и расходы внедрения студии «Леди Ди» на 2024-2026 гг.

Наименование	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Объемы оказания новой услуги, шт.	131	147	170
Цена услуги, руб.	2 000	2 100	2 200
Доходы от оказания новой услуги, руб.	262 000	308 700	374 000
Расходы от оказания новой услуги, руб.	40 283	43 371	48 000
Прибыль от оказания новой услуги, руб.	221 717	265 000	326 000

Динамика изменения планируемых доходов и расходов студии «Леди Ди» представлена на рисунке 9.

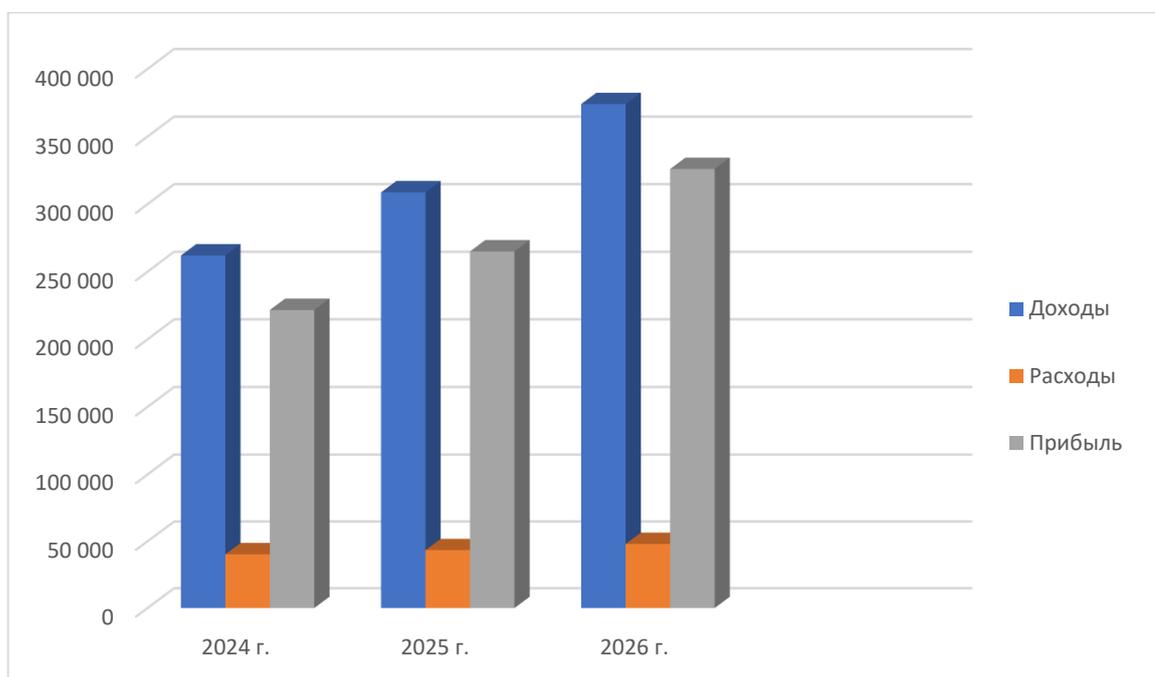


Рисунок 9 – Динамика изменения планируемых доходов и расходов студии «Леди Ди» на 2024-2026 гг.

В результате проведения анализа планируемых доходов и расходов выявлено, что за счет внедрения новой услуги в студию прибыль в прогнозируемом периоде увеличится.

Для покупки нового оборудования деньги будут взяты в займы без процентов на полгода. В месяц будет выплачиваться сумма в размере 27 667 руб.

На данный период девушки стали все больше стали ценить натуральную красоту и заботу о себе. Именно по этой причине уходы для волос становятся с каждым разом все более популярны.

Реклама новой процедуры будет проводиться в социальных сетях и по «сарафанному радио» среди постоянных клиентов.

Проведем анализ рисков для ИП Парамонова Д. Р. Студия красоты «Леди Ди».

К основным рискам, которые могут препятствовать реализации новой услуги, можно отнести:

- финансовый, связанный с оплатой дополнительного оборудования;
- конкуренция на рынке и отсутствие спроса на новую услугу;
- риск неправильного использования оборудования, что в следствие может привести к поломке;
- маркетинговый, связанный с задержкой выхода новой услуги.

Для минимизации рисков для студии «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) рекомендуется:

- правильно распланировать бюджет и выплаты;
- произвести маркетинговые исследования и разработать стратегии для продвижения;
- провести инструктаж для мастеров студии по использованию нового оборудования;
- разработать календарный план и действовать по нему.

В результате разработки бизнес-плана для студии «Леди Ди» удалось выявить, что нововведенная процедура по восстановлению волос является актуальной на данный период времени среди девушек.

Процедура «SPA для волос» включает в себя комплекс различных действий, которые не только помогут восстановить волосы, но смогут повлиять на эмоциональное состояние клиента.

Для внедрения процедуры «SPA для волос» необходимо оборудование «Климазон» в размере двух штук. Стоимость двух единиц составит 166 000 руб. Средства для покупки будут взяты в займы на полгода и каждый месяц планируется выплата – 27 667 руб.

При проведении анализа планируемых доходов и расходов было выявлено, что за счет внедрения новой услуги прибыль предприятия будет увеличена.

Проведем анализ экономической эффективности бизнес-плана для студии красоты «Леди Ди».

### 3.2 Экономическое обоснование разработанного бизнес-плана

Для оценки экономической эффективности составим прогнозный отчет о финансовых результатах с учетом внедрения новой услуги для студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) за 2023-2026 гг. Прогнозный отчет представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Прогнозный отчет о финансовых результатах студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) за 2023-2026 гг. с учетом внедрения новой услуги

Наименование показателя	2023 г. (факт)	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Выручка, руб.	5 477 520	5 699 237	5 964 237	6 290 237
Себестоимость услуг, руб.	3 752 000	3 894 000	4 042 000	4 194 000
Валовая прибыль, руб.	1 725 520	1 805 237	1 922 237	2 096 237
Коммерческие и управленческие расходы, руб.	751 200	791 483	834 854	882 854
Прибыль от продаж, руб.	974 320	1 013 754	1 087 383	1 213 383
Чистая прибыль, руб.	645 669	671 799,78	729 528,78	835 968,78

Динамика прогнозируемой выручки и чистой прибыли студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) за 2023-2026 гг. после внедрения новой услуги показана на рисунке 10.

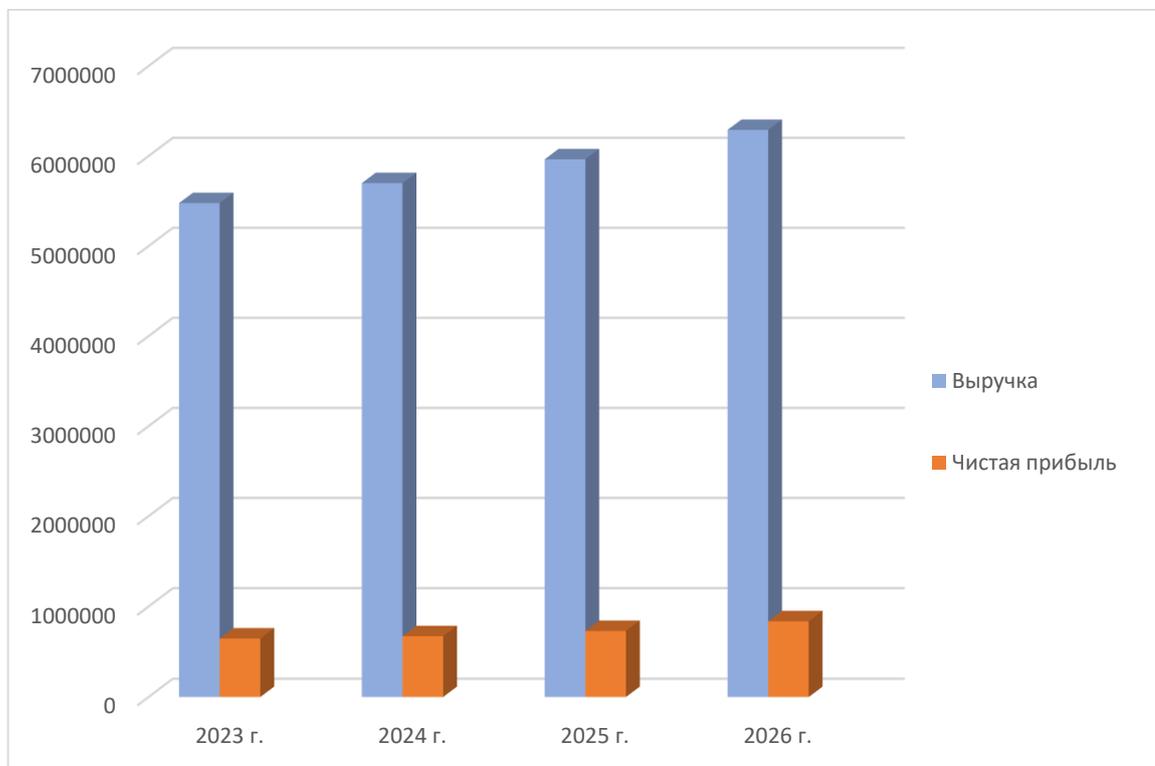


Рисунок 10 – Прогнозируемая выручка и чистая прибыль студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) за 2023-2026 гг. после внедрения новой услуги

В результате составления отчета о финансовых результатах после внедрения новой услуги студии красоты «Леди Ди», можно сделать вывод, что выручка предприятия увеличилась на 591 000 руб., а чистая прибыль возрастет на 164 169 руб.

Динамика изменений себестоимости после внедрения новой услуги за 2023-2026 гг. показана на рисунке 11.

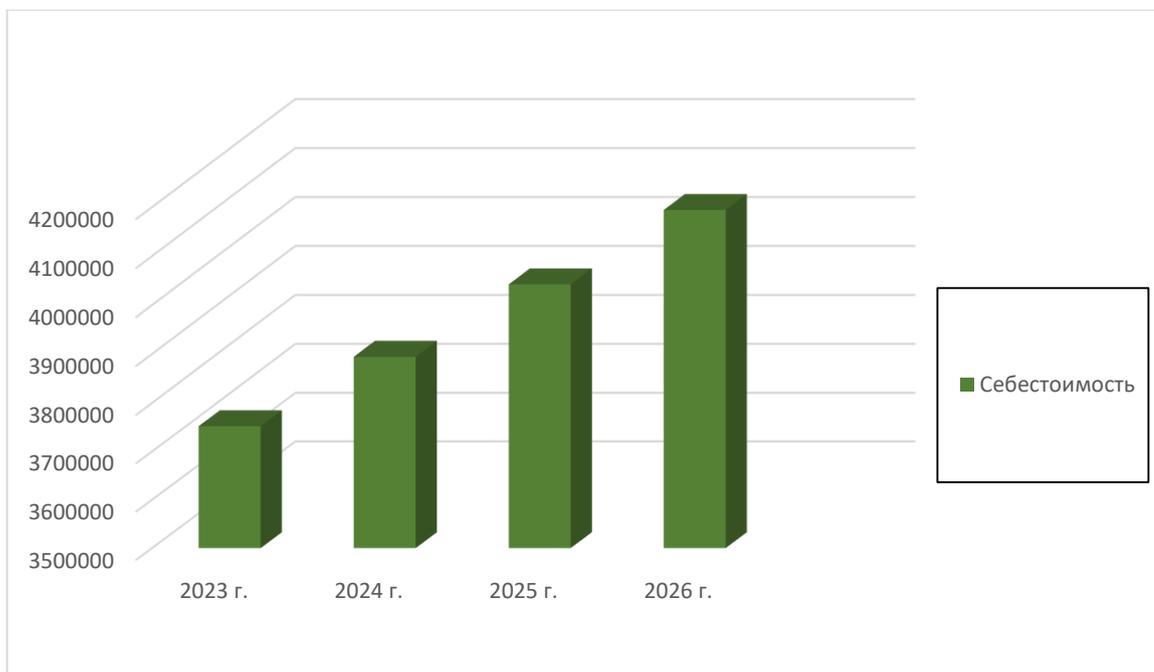


Рисунок 11 – Динамика прогнозируемой себестоимости после внедрения новой услуги в студию красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) за 2023-2026 гг.

По данным о прогнозируемой себестоимости видно, что идет увеличение. В 2026 году себестоимость будет составлять 4 194 000 руб.

Коммерческие и управленческие расходы увеличились на 91 371 руб.

Посчитаем срок окупаемости. Сумма для запуска новой услуги – 206 283 руб., а планируемая прибыль 221 717 руб. на 2024 г. Из этого следует, что срок окупаемости составит 0,93 года.

Рентабельность продаж можно просчитать с помощью прибыли и выручки. Рентабельность продаж на 2024 год составит 17,8 %, на 2025 год – 18,23 %, на 2026 год – 19,3 %.

Подводя итоги третьего раздела, можно сделать вывод, что разработанный бизнес-план для студии «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) по внедрению новой услуги является эффективным. В ходе разработки бизнес-плана была внедрена такая процедура, как «SPA для волос», которая позволяет клиентам не только привести волосы в порядок, но и дает расслабление, комфорт и заботу. Стоимость процедуры «SPA для волос» будет составлять

2 000 руб. Реклама новой процедуры будет проводиться в социальных сетях и по «сарафанному радио» среди постоянных клиентов. Для введения новой услуги необходимо закупить оборудование «Климазон» в размере 2-х штук. Цена одной единицы составляет 83 000 руб., цена за две единицы – 166 000 руб. К основным рискам, которые могут препятствовать реализации новой услуги, можно отнести: финансовый, связанный с оплатой дополнительного оборудования; конкуренция на рынке и отсутствие спроса на новую услугу; риск неправильного использования оборудования, что в следствие может привести к поломке; маркетинговый, связанный с задержкой выхода новой услуги. Выручка предприятия увеличится на 591 000 руб., а чистая прибыль возрастет на 164 169 руб. Срок окупаемости – 0,93 года. Рентабельность продаж на 2024 год составит 17,8 %, на 2025 год – 18,23 %, на 2026 год – 19,3 %. В результате внедрения новой услуги увеличится поток клиентов, что сможет повлиять на рост прибыли и увеличение рентабельности.

Таким образом, при проведении оценки экономического обоснования разработанного бизнес-плана выявлено, что разработанный бизнес-план по внедрению новой услуги в студию красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) является эффективным. В результате внедрения данного бизнес-плана в студию красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) ожидается увеличения новых клиентов и удержания старых, что повлияет на рост прибыли предприятия.

## Заключение

Бизнес-планирование представляет собой существенную составляющую успешного управления и развития предприятия. Этот процесс способствует созданию долгосрочной стратегии предприятия, определению действий, необходимых для достижения поставленных целей и планированию эффективного использования ресурсов.

Бизнес-план является основным инструментом бизнес-планирования. Он помогает расставлять приоритеты, контролировать деятельность и оптимизацию бизнес-процессов. Структура бизнес-плана может изменяться в зависимости от отрасли деятельности предприятия, однако необходимо, чтобы все его разделы были целостно связаны между собой и написаны четко и понятно.

Бизнес-план играет ключевую роль не только в привлечении потенциальных инвесторов, но и в определении стратегии развития предприятия, анализе рисков, контроле ресурсов и совершенствовании бизнеса. Бизнес-план предоставляет возможность получить полное представление о предприятии и выявить его слабые места. Кроме того, бизнес-план позволяет успешно рекламировать предприятие на рынке при соблюдении всех методов и правил его разработки.

Выводы анализа подчеркивают важность бизнес-планирования и его влияние на успех, и устойчивость предприятия в современных реалиях рыночной экономики.

Объектом исследования для работы стало малое предприятие, ИП Парамонова Дина Ринатовна, основным видом деятельности является: предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. ИП Парамонова Д. Р. применяет упрощенную систему налогообложения, 6 % от дохода, а также выплачивает страховые взносы. Основным видом деятельности является: предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. ИП Парамонова Д. Р. занимается разработкой собственной

косметики. Авторская продукция, которая применяется для работы с клиентами, имеет декларации о соответствии, а также имеет свой товарный знак. Продукция разрабатывается арт-директором студии в специально отведенной лаборатории. Косметику можно приобрести оффлайн в студии «Леди Ди», а также онлайн через социальные сети.

Выручка студии красоты «Леди Ди» на 2023 год составила 5 477 520 руб., что на 2 920 320 руб. больше, чем в 2021 году. Чистая прибыль предприятия выросла и в 2023 году составила 974 320 руб. Материальные затраты студии в месяц – 16 400 руб. Затраты на производство собственной косметики ИП Парамонова Д. Р. в месяц – 12 000 руб.

Главным прямым конкурентом студии красоты «Леди Ди» является салон красоты «Эвикс», а косвенными конкурентами считаются мастера, которые предоставляют услуги на дому и парикмахерские.

Посредством анкетирования среди клиентов студии «Леди Ди» было выявлено, что девушки в данный период времени предпочитают больше студии красоты, чем отдельно существующих мастеров. У девушек в приоритете комфорт, высокое качество и возможность осуществить несколько услуг в одном месте. А также было выявлено, что клиентам недостаточно процедур, связанных с восстановлением волос. На основании данного анкетирования было принято решение внедрить новую услугу в студию «Леди Ди» - «SPA для волос». Для внедрения данной услуги необходимо произвести закупку нового оборудования, просчитать все необходимые материалы и проанализировать эффективность. С целью привлечения новой аудитории и удержания старой разработаем для студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) бизнес-план по внедрению новой услуги.

Разработанный бизнес-план для студии «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) по внедрению новой услуги является эффективным. В ходе разработки бизнес-плана была внедрена такая процедура, как «SPA для волос», которая позволяет клиентам не только привести волосы в порядок, но и дает расслабление, комфорт и заботу. Стоимость процедуры «SPA для волос» будет

составлять 2 000 руб. Реклама новой процедуры будет проводиться в социальных сетях и по «сарафанному радио» среди постоянных клиентов. Для введения новой услуги необходимо закупить оборудование «Климазон» в размере 2-х штук. Цена одной единицы составляет 83 000 руб., цена за две единицы – 166 000 руб. К основным рискам, которые могут препятствовать реализации новой услуги, можно отнести: финансовый, связанный с оплатой дополнительного оборудования; конкуренция на рынке и отсутствие спроса на новую услугу; риск неправильного использования оборудования, что в следствие может привести к поломке; маркетинговый, связанный с задержкой выхода новой услуги. Выручка предприятия увеличится на 591 000 руб., а чистая прибыль возрастет на 164 169 руб. Срок окупаемости – 0,93 года. Рентабельность продаж на 2024 год составит 17,8 %, на 2025 год – 18,23 %, на 2026 год – 19,3 %. В результате внедрения новой услуги увеличится поток клиентов, что сможет повлиять на рост прибыли и увеличение рентабельности.

Таким образом, при проведении оценки экономического обоснования разработанного бизнес-плана выявлено, что разработанный бизнес-план по внедрению новой услуги в студию красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) является эффективным. В результате внедрения данного бизнес-плана в студию красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.) ожидается увеличения новых клиентов и удержания старых, что повлияет на рост прибыли предприятия.

## Список используемой литературы

1. Айдналиева С. А., Платонова Е. О. Бизнес-планирование в организации // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 12-3(68). С. 145-148.
2. Анализ российского рынка парикмахерских и салонов красоты [Электронный ресурс]: URL: <https://companies.rbc.ru/amp/news/3c809bf7-dbc3-4455-9a16-57b4d7f0f93d/> (дата обращения: 12.04.2024).
3. Анисимов А. Ю., Пятаева О. А. Бизнес-планирование: учебник: "Издательство "КноРус"; Москва: 2024. 168 с.
4. Антюхова Е. А. Макрофакторы глобальной образовательной политики: PEST-анализ // Вестник Забайкальского государственного университета. 2020. № 8. С. 59-68.
5. Бизнес-план. Методические материалы / под ред. проф. Р.Г. Маниловского. М.: Финансы и статистика, 2002. 160 с.
6. Волкова Ю. С. Бизнес-план инвестиционного проекта // Экономика и социум. 2021. № 6-1 (85). С. 509-512.
7. Гавриш Е. С., Схаплок Р. Б., Митибаева Е. А. Назначение и особенности формирования бизнес-плана // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 3. С. 26-32.
8. Дубровин И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров, стер. М., 2019. 432 с.
9. Евстифеева У. В., Перминова П. В. Оценка потенциальных рисков при инвестициях // Форум молодых ученых. 2022. № 2. С. 47-52.
10. Иванова А. С. Оперативно-календарное планирование в системе внутрифирменного планирование на промышленном предприятии // Мировая наука. 2019. № 12. С. 162-166.
11. Колесников М. М. Задачи бизнес-плана в современном бизнесе // Столыпинский вестник. 2021. № 5. С. 1-5.

12. Купцова Е. В., Степанов А. А. Бизнес-планирование; учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2023. 435 с.
13. Ланчаков А. Б. Бизнес-план как стратегическое решение для управления развитием бизнес-систем // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. № 12(141). С. 91-103.
14. Лашина А. С. Понятие, сущность и принципы внутрифирменного планирования на предприятии // Экономика и социум. 2019. № 10 (65). С. 251-253.
15. Лопарева А. М. Бизнес-планирование: учебник для среднего профессионального образования, М.: Изд-во Юрайт, 2023. 273 с.
16. Лопастейская Л.Г., Борисова Д.А. Налоговое планирование как элемент развития организации // Государство и рынок в условиях глобализации мирового экономического пространства : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Калуга, 24 марта 2021 года. Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2021. С. 32-35.
17. Мусостова Д. Ш., Зубарайева З. Т., Дудаев Т.-А.М. Бизнес-план, инструмент организации предпринимательской деятельности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № (12-2). С. 161-163.
18. Островская Е. Прогнозы бьюти-сферы на 2024 год [Электронный ресурс]: статья от 14.02.2024. URL: <https://companies.rbc.ru/amp/news/3c809bf7-dbc3-4455-9a16-57b4d7f0f93d/> (дата обращения: 10.05.2024).
19. Реброва А. Е., Петренко А. С. Финансовый план как важнейшая составляющая бизнес-плана // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: Сборник научных статей 13-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. ЗАО "Университетская книга". 2023. С. 115-119.

20. Ризакулов Ш. Ш., Абдуганиев Ш. Ш. Бизнес-планирование как инструмент реализации стратегии // *Innovations in Science and Technologies*. 2024. № 1(2). С. 70-75.
21. Романюта Т. Д. Современные аспекты бизнес-планирования на предприятии (организации) // *Тенденции развития науки и образования*. 2023. № 100-2. С. 137-144.
22. Саралинова Д. С., Аушева Т. И. Бизнес-план как неотъемлемый элемент стратегического планирования // *Вопросы устойчивого развития общества*. 2020. № 7. С. 122-128.
23. Сафин Н. В. Структура бизнес-плана // *Развитие современной науки и технологий в условиях трансформационных процессов: Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции*. 2023. С. 168-172.
24. Сергеев А. А. *Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры*, М.: Издательство Юрайт, 2018. 475 с.
25. Синчук Ю. В. О стратегическом планировании // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки*. 2020. № 4 (841). С. 111-118.
26. Тагирова М. В., Кулак Д. И., Даниэль О. А. Тактический подход в оценке эффективности финансовой деятельности хозяйствующих субъектов. 2021. № 4. С. 7-8.
27. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 № 129 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_32881/?ysclid=lx7h29zw6b788215506/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/?ysclid=lx7h29zw6b788215506/) (дата обращения: 20.02.2024).
28. Якименко К. П. Сущность планирования на предприятии // *Вестник магистратуры*. 2018. № 3-2 (78). С. 104-106.
29. Яковлев А. «В России за три года закрылся каждый десятый салон красоты»: статья от 2024 г. [Электронный ресурс]. URL:

[https://kontur.ru/press/news/50872-zakrylsya\\_kazhdyy\\_desyatyy\\_salon\\_krasoty/](https://kontur.ru/press/news/50872-zakrylsya_kazhdyy_desyatyy_salon_krasoty/)  
(дата обращения: 25.04.2024).

30. Ярлова В. В., Жукова Д. А. Основные элементы бизнес-планирования на предприятии // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. 2023. № 21. С. 41-45.

31. Atayev G.R., Gayupov M.A., Charyyev B.W. Solving operational planning and dispatching issues in the enterprise. 2024. № 5 (3 (72)). P. 19-21.

32. Ryabov A. A. Business planning in the structure of the enterprise's strategic development plan. European science. 2023. (4 (68)). P. 66-70.

33. Seyitmyradova G., Allakulyeva J., Atayev G. Understanding of business's investment business and process of creating investment plan/ 2024. № 3. P. 34-36.

34. Varyash I. Y. The planning system: market and centralization // Review of Business and Economics Studies. 2022. № 10 (3). P. 18-25.

35. Zhakupova A. A. Financial planning as a tool for strengthening the company's financial stability Sh. U. Niyazbekova // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. 2020. Vol. 99. No. 3. P. 134-142.

## Приложение А

### Декларация о соответствии технического регламента Таможенного союза ИП Парамонова Д. Р.

	<b>ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ ДЕКЛАРАЦИЯ О СООТВЕТСТВИИ</b>	
<p><b>Заявитель</b> Индивидуальный предприниматель Парамонова Дина Ринатовна Место жительства и адрес места осуществления деятельности: 445012, Россия, Самарская область, город Тольятти, улица Мурысева, дом 54, квартира 15 Основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя 318631300134464. Телефон: +79171240823 Адрес электронной почты: dina.paranonova.89@mail.ru</p>		
<p><b>заявляет, что</b> Средства косметические для ухода за волосами: кремы, сыворотки, масла, молочко, спрен, ампулы, пенки, двухфазные средства, средства с термозащитой, флюиды, пенки, маркировки «ИП Парамонова Дина Ринатовна».</p>		
<p><b>Изготовитель</b> Индивидуальный предприниматель Парамонова Дина Ринатовна Место жительства и адрес места осуществления деятельности по изготовлению продукции: 445012, Россия, Самарская область, город Тольятти, улица Мурысева, дом 54, квартира 15 Продукция изготовлена в соответствии с ГОСТ 31679-2012 Продукция косметическая жидкая. Код (коды) ТН ВЭД ЕАЭС: 3305900009 Серийный выпуск</p>		
<p><b>соответствует требованиям</b> Технического регламента Таможенного союза "О безопасности парфюмерно-косметической продукции" (ТР ТС 009/2011)</p>		
<p><b>Декларация о соответствии принята на основании</b> Протокола испытаний № 217 от 27.09.2023 года, выданного Испытательной лабораторией «LIGHT GROUP» Испытательным центром «CERTIFICATION GROUP» (уникальный номер записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц RARU.21AI63) Схема декларирования соответствия: 3д</p>		
<p><b>Дополнительная информация</b> ТР ТС 009/2011 "О безопасности парфюмерно-косметической продукции". Условия хранения продукции в соответствии с требованием ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»: температура хранения - не ниже 0°C и не выше 25°C, отсутствие непосредственного воздействия солнечного света. Декларация о соответствии распространяется на продукцию, изготовленную после 01.11.2023.</p>		
<p><b>Декларация о соответствии действительна с даты регистрации по 02.11.2028 включительно.</b></p>		
	<p>Парамонова Дина Ринатовна (Ф.И.О. заявителя)</p>	
<p>Регистрационный номер декларации о соответствии: ЕАЭС N RU Д-RU.PA09.B.39740/23 Дата регистрации декларации о соответствии: 03.11.2023</p>		

Рисунок А.1 – Декларация о соответствии технического регламента Таможенного союза ИП Парамонова Д. Р.

## Продолжение Приложения А

### Декларация о соответствии технического регламента Таможенного союза ИП Парамонова Д. Р.

**Eurasian Conformity Declaration**

**ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ  
ДЕКЛАРАЦИЯ О СООТВЕТСТВИИ**



**Заявитель** Индивидуальный предприниматель Парамонова Дина Ринатовна  
Место жительства и адрес места осуществления деятельности: 445012, Россия, Самарская область, город Тольятти, улица Мурысева, дом 54, квартира 15  
Основной государственный регистрационный номер индивидуального предпринимателя 318631300134464.  
Телефон: +79171240823 Адрес электронной почты: dina.paramonova.89@mail.ru

**заявляет, что** Средства косметические для ухода за волосами: кондиционеры, бальзамы, флюиды, ампулы, филлеры, маски, уксус, лосьон. Маркировки «ИП Парамонова Дина Ринатовна».

**Изготовитель** Индивидуальный предприниматель Парамонова Дина Ринатовна  
Место жительства и адрес места осуществления деятельности по изготовлению продукции: 445012, Россия, Самарская область, город Тольятти, улица Мурысева, дом 54, квартира 15  
Продукция изготовлена в соответствии с ГОСТ 31679-2012 Продукция косметическая жидкая.  
Код (коды) ТН ВЭД ЕАЭС: 3305900009  
Серийный выпуск

**соответствует требованиям**  
Технического регламента Таможенного союза "О безопасности парфюмерно-косметической продукции" (ТР ТС 009/2011)

**Декларация о соответствии принята на основании**  
Протокола испытаний № 487 от 31.07.2023 года, выданного Испытательной лабораторией «LIGHT GROUP» Испытательным центром «CERTIFICATION GROUP» (уникальный номер записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц RARU.21AI63)  
Схема декларирования соответствия: 3д

**Дополнительная информация**  
ТР ТС 009/2011 "О безопасности парфюмерно-косметической продукции". Условия хранения продукции в соответствии с требованием ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»: температура хранения - не ниже 0°С и не выше 25°С, отсутствие непосредственного воздействия солнечного света. Декларация о соответствии распространяется на продукцию, изготовленную после 1.01.2023.

Декларация о соответствии действительна с даты регистрации по 20.09.2028 включительно.

  
Парамонова Дина Ринатовна М.П.  
(подпись)

Парамонова Дина Ринатовна  
(Ф.И.О. заявителя)

Регистрационный номер декларации о соответствии: ЕАЭС N RU Д-РУ.РА07.В.72512/23  
Дата регистрации декларации о соответствии: 21.09.2023

Рисунок А.2 – Декларация о соответствии технического регламента Таможенного союза ИП Парамонова Д. Р.

## Приложение Б

### Анкета для определения потребностей клиентов в студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.)

**Студия  
Леди Ди**

**АНКЕТА**  
Оцените от 1 до 10

1. Сервис студии

2. Работа мастеров

3. Предлагаемые услуги

4. Стоимость услуг

5. Ваша любимая услуга

Хотели бы вы что-то изменить в студии/  
добавить новую услугу? (Если да,  
опишите)



+7(987)-980-73-55

Рисунок Б.1 – Анкета для определения потребностей клиентов в студии красоты «Леди Ди» (ИП Парамонова Д. Р.)

Приложение В

Изображение «Климазона»



Рисунок В.1 – Изображение «Климазона»