

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г.Чернышевского»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Организация и развитие малых предприятий в сфере услуг в России
(на примере создания Агентства детских выездных праздников и шоу-
программ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 431 группы
направления 43.03.01 - «Сервис»
Института истории и международных отношений
Илюшиной Екатерины Владимировны

Научный руководитель

доцент, канд. эк. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Е.С. Милинчук

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой,

докт. экон. наук, профессор

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Т.В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

Введение

На современном этапе развития экономики становится актуальным вопрос развития малого бизнеса. Именно малый бизнес выступает гибким инструментом инноваций. Малый бизнес может быстро отслеживать настроения своей целевой аудитории и быть мобильным в ситуации кризиса. Развитие малых форм предпринимательства имеет большое значение для успешного функционирования экономики любого развитого государства. Благодаря развитию малого предпринимательства ускоряется экономический рост, научно-технический прогресс, происходит насыщение рынка товарами необходимого качества, решаются многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы.

С весны 2020 года в России малый бизнес функционирует в условиях высокой неопределенности. Главный риск – снижение доходов населения и, как следствие, падение потребительского спроса. На втором месте – страх перед возможными ограничениями на работу предприятий, как это было весной 2020 года.

Малый бизнес играет большую роль в рыночной экономике. Он занимает рыночные ниши, неинтересные для среднего и крупного бизнеса, гибко реагирует на изменения конъюнктуры рынка, в стабильные времена создаёт много рабочих мест. Также он позволяет поддерживать социальную стабильность, создавая для большого количества людей иллюзию самостоятельности в принятии решений. Недостатками малого бизнеса является невозможность долговременного планирования и работы в капиталоемких областях, низкий уровень компетентности, а также большая уязвимость в кризисных ситуациях в экономике.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в большинстве развитых стран малый бизнес является основой экономики, залогом ее стабильного развития. При этом у малого бизнеса есть существенный потенциал для дальнейшего роста и развития субъектов РФ не только по

экономическим показателям, но и по показателям социального характера (рост занятости, сокращение безработицы).

При написании бакалаврской работы использовались работы как отечественных, так и зарубежных ученых. Развитие малого предпринимательства подробно освещено в исследованиях таких авторов как А. О. Блинов, В. С. Балабанов, М. В. Беспалов, А. Г. Комаров, М. Г. Лапуста, Э. Уткин, Ф. Найт, М. Питерс и др.

Целью бакалаврской работы является исследование роли малого бизнеса в экономике России и особенностей создания и функционирования малых предприятий на примере создания Агентства детских выездных праздников и шоу-программ.

Для достижения поставленной цели, были сформулированы следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие и роль малого предпринимательства в современной экономике;
2. Исследовать виды и формы малого бизнеса;
3. Проанализировать динамику развития рынка услуг в России.
4. Выявить особенности, проблемы и перспективы развития малого бизнеса в России.
5. Разработать проект создания агентства детских выездных праздников и шоу-программ, в том числе производственный план, план маркетинга, и финансовый план.

Бакалаврская работы состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе описаны теоретические основы развития малого бизнеса, рассматриваются виды и формы малого предпринимательства. Во второй главе исследуется роль малого бизнеса в развитии сферы услуг в России, его проблемы и перспективы развития. В третьей главе представлен бизнес-план создания «Агентства детских выездных праздников и шоу-программ».

Основное содержание бакалаврской работы

Малый бизнес характеризуют небольшие размеры, и расположение производства на предприятиях, не являющихся крупными и не входящих в них. Небольшие размеры предпринимательства ограничены количеством в 100 человек, работающих на предприятии, и значением дохода до 800 млн. руб.

Рассмотрим понятие малого предпринимательства. Субъекты малого и среднего предпринимательства – это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства .

Малый бизнес играет существенную роль и способно стать фактором экономического развития России в силу особенностей своего функционирования. Малое предпринимательство выполняет важные социальные и экономические функции, и поэтому увеличение его роли в экономике страны в настоящее время не случайность, а необходимая закономерность. Растет и вклад малого предпринимательства сферы услуг в экономику нашей страны.

Способность экономики быстро адаптироваться к внешним и внутренним изменениям во многом зависит от деятельности предприятий малого бизнеса, которые в большинстве случаев стремительно формируют производство и большинство бизнес-процессов реализуют быстрее, чем крупные и средние предприятия. Развитые предприятия малого бизнеса выполняют ряд социальных функций, таких как формирование конкурентных отношений, создание дополнительного количества рабочих мест, повышение качественных показателей товаров и услуг, мотивация использовать средства научно-технического прогресса.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что малое предпринимательство играет важную роль в развитии современной российской экономики. Малое предпринимательство играет роль первооткрывателя, новатора на российском рынке. Малый бизнес создает рабочие места и помогает понять потребителя.

Классификация малого бизнеса позволяет определить его следующие виды:

- производственные организации;
- коммерческие организации;
- финансовые организации;
- консалтинговые предприятия.

В соответствии с формами ведения деятельности все организации, которые создаются с целью получения прибыли, разделяются:

- ИП – индивидуальный предприниматель,
- Полное и командитное товарищество,
- Публичное и непубличное акционерное общество,
- Общество с ограниченной ответственностью,
- Унитарное предприятие,
- Производственный кооператив,
- Крестьянское хозяйство (КФХ).

В экономически развитых странах сфера услуг занимает ведущие позиции в хозяйстве, а уровень ее развития, динамика, технологические, структурные и другие характеристики оказывают определенное воздействие на экономический и социальный прогресс и позиции стран в глобальном мире. Более того в последние десятилетия сфера сервиса во многих странах мира развивается быстрее материального производства и в данный момент представляет собой крупнейший сектор экономики.

Если сравнивать с другими странами, то, например, в США малый бизнес обеспечивает 60% ВВП, в Великобритании - 54%, в Германии - 53%. в

Японии - 55%. Численность работников малых предприятиях США составляет 72 млн. чел., Японии - 39,4 млн. чел., Великобритании - 13,6 млн. чел. Германии - 18,5 млн. чел. В России же можно наблюдать иную ситуацию – доля малого бизнеса в ВВП страны не превышает 10-12%. Поскольку институт предпринимательства для нашей страны является совсем «молодым» явлением, поэтому в целом уровень развития малых предприятий вообще и сферы услуг в частности характеризуется низким уровнем развития.

На фоне коронавирусной пандемии и порожденного ею экономического кризиса в наибольшей мере пострадал сектор малого и среднего бизнеса, ориентированный на предоставление офлайн-услуг. Фактически спрос на услуги индустрий общественного питания, развлечений, туризма, гостеприимства, а также beauty-индустрии и непродовольственного ритейла в условиях карантина упал в разы. При этом необходимость платить заработную плату, налоги, социальные взносы, арендные платежи, кредиты банкам и контрагентам за поставки и иные услуги сохранилась. Все виды бизнесов, которые не успели перейти на предоставление товаров и услуг в онлайн-формате или придерживаются бизнес-моделей, связанных исключительно с предоставлением персональных оффлайн-услуг, сейчас подвержены риску банкротства. Возник и углубляется кассовый разрыв, который может привести к банкротству большого числа субъектов малых и средних предприятий (МСП), неспособных быстро и без потери качества работы перейти в онлайн-режим, особенно в крупных городах России.

В 2020 г. число предприятий в секторе МСП неизбежно сократится еще, многие бизнесы обанкротятся и закроются. Кризис проявляется как в виде стремительного сжатия спроса в связи с сильным падением доходов населения; так и в коллапсе предложения, поскольку многие компании из-за кассового разрыва разорятся. В 2020 г. произошёл значительный рост доли

интернет-услуг, поскольку в условиях карантина рост спроса пришелся на услуги доставки, различные интернет-сервисы, информационные технологии, дистанционное образование. В некоторых организациях выручка снизилась на 90%.

Малые и средние компании в гораздо большей степени, чем крупные уязвимы для внешних шоков, сильнее реагируют на повышение транзакционных издержек и в условиях экономического кризиса первыми попадают под удар. Кризис 2020 г. может вынудить значительное число предпринимателей выйти из бизнеса; что, в свою очередь, способно подорвать не только устойчивость экономики, но и основы долгосрочного социально-экономического развития. В России доля предпринимателей традиционно невысока, но при этом они выполняют важнейшие функции в экономике, обеспечивая региональное развитие, устойчивую занятость, снижая бедность в наиболее депрессивных территориях, предоставляя потребителям доступ к широкому спектру товаров и услуг, способствуя трансферу технологий.

Таким образом, мы можем увидеть, что сфера услуг в России стабильно развивается. В то же время существуют причины, препятствующие интенсивному росту сферы услуг, которые мы рассмотрим в следующем параграфе. Особенности малого бизнеса в России в сфере услуг заключается в том, что эти предприятия требуют меньше капиталовложений. Сфера услуг очень популярна среди предпринимателей. Предприятия сферы сервиса могут быстрее оборачиваться, внедрять инновации, они более гибкие на современном рынке, и ситуация с коронавирусом показала это. По данным экспертов, доля малого и среднего бизнеса в экономике РФ составляет примерно 20-30 %.

Перспективы малого предпринимательства в России выглядят достаточно оптимистично. Удачным оказался проект самозанятости населения. В нем физическое лицо может оплачивать налоги с помощью

мобильного приложения и вести свой бизнес спокойно. Малый бизнес постепенно налаживает связь с правительством, просит снизить ставки аренды, налоги. Правительство со своей стороны пытается достичь определенного баланса в этих отношениях. В целом, мы можем отметить положительные перспективы развития малого бизнеса.

Однако, можно выделить и ряд проблем в развитии малого предпринимательства:

- отсутствие производственных площадей, соответствующих санитарным нормам и правилам для размещения предприятий бытового обслуживания;
- низкое качество большинства услуг и обслуживания;
- ценовые барьеры в получении бытовых услуг гражданами с низким доходом;
- несимметричность информационного рынка и недостаточная информированность населения о предприятиях обслуживания и оказываемых ими услугах.

Таким образом, в настоящее время есть сдерживающие факторы развития малого бизнеса в сфере услуг в России. Это такие проблемы как: слабая информационная поддержка малого бизнеса и потребителей, слабая законодательная база, нестабильность экономики, дорогая аренда недвижимости, низкие заработные платы.

В практической части бакалаврской работы мы представили бизнес план создания малого предприятия «Агентства детских выездных праздников и шоу-программ «Мальвина»». В бизнес-плане представлена общая концепция проекта создания проекта, в том числе производственный план, план маркетинга, и финансовый план.

Бизнес по организации праздников и мероприятий достаточно широко развит в городе Саратов, однако, нельзя сказать, что рынок полностью насыщен. Он находится на стадии активного расширения, поскольку спрос на

данные услуги растут. Все больше людей предпочитают поручать проведение значимых и важных мероприятий специалистам, приглашая профессиональных ведущих, ди-джеев, оформителей, определяя тематику праздника и ставя прочие специфические задачи.

Основная целевая аудитория проекта:

1. Семьи с детьми от 3 до 12 лет.
2. Детские учреждения (детские сады, школы начальных классов, школы раннего развития, детские центры, интернаты).

Цель проекта: Оказание качественных услуг по организации праздников. Задачи проекта:

- поиск наиболее выгодных направлений предпринимательской деятельности;
- наработка опыта в данном виде деятельности;
- наработка клиентской базы;
- увеличение ассортимента услуг.

Для аренды помещения было выбрано офисное здание по адресу ул. Большая Горная 310а к11. Площадь в 20 кв м потребует арендной платы примерно в 5 тыс. руб. в месяц.

В будние дни количество заказов может составить около 2-4, в выходные - до 7. В итоге, количество заказов в месяц составит примерно 95-135. Если стоимость среднего заказа составит 2500 рублей при стандартном заказе с одним аниматором, то месячная выручка будет в пределах 235 000 - 340 000 тыс. руб.

Для работы будет достаточно получить сертификат индивидуального предпринимателя и определиться с системой налогообложения. Мы выберем ИП на УСН 6% от дохода. Никаких дополнительных разрешений, сертификатов и лицензий не потребуется для осуществления этой деятельности.

Существует множество агентств, предоставляющих аналогичные услуги, но у данного агентства будут следующие конкурентные преимущества:

1. Профессиональные аниматоры. В команду будут набираться люди с опытом работы и прошедшие определенное обучение.
2. Персонализированные сценарии. Под каждый праздник будет разработан свой сценарий, соответствующий полу и возрасту ребенка.
3. Костюмы ручной работы. Все костюмы будут качественно сшиты с учетом всех деталей, чтобы максимально соответствовать нужному образу.

Услуги, которые планирует оказывать агентство детских выездных праздников:

1. Детская анимация на день рождения.
2. Организация выпускных с детского сада и начальной школы.
3. Организация детских мастер-классов.
 - Мастер-класс по созданию слаймов
 - Мастер-класс по варению мыла
4. Детский аквагрим.
5. Организация бумажных вечеринок (белая бумага, цветная бумага, серебряная бумага).

Для реализации разрабатываемого проекта предполагается взять в аренду помещение размером 20 кв.м. (две комнаты), которое будет являться офисом и одновременно складом агентства.

Само помещение будет состоять из следующих зон:

- Для заказчиков:.. Небольшая комната для общения с клиентами (необходим стол и удобные стулья);
- Для работников: складное помещение, в котором будет храниться оборудование.

Также нам понадобится следующее оборудование: музыкальная аппаратура, генератор мыльных пузырей, костюмы различных персонажей,

тематический реквизит, аквагрим и кисти, а также оборудование для тематических мастер-классов.

Производственный процесс оказания услуг по организации детских праздников состоит из следующих действий:

- 1) Оформление заказа по проведению детского мероприятия и обсуждение всех деталей;
- 2) Подготовка и проверка необходимого реквизита и костюмов;
- 3) Своевременное прибытие на площадку проведения праздника и расстановка реквизита;
- 4) Проведение анимационной программы.

В таблице 1 мы представили расчет затрат на оборудование.

Таблица 1. Необходимое оборудование для старта

Наименование оборудования	Количество единиц, шт	Цена за единицу, руб
Колонка	1	25 000
Микрофон	2	2500
Ноутбук	1	20 000
Костюмы	11	5 000
Реквизит	-	20 000
Генератор мыльных пузырей	1	3 000
Аквагрим	1	4 000
Кисти для аквагрима	7	150
Одноразовые клеенки	1	350
Клей	10	120
Тетраборат натрия	10	45
Краситель	5	50
Блестки	5	100
Ароматизатор	7	90
Контейнеры для слаймов	10	50
Фартук	15	200
Электрическая плитка	1	700
Мыльная основа	5	250
Итого:		141 880

Также, мы рассчитали стартовые вложения для открытия своего дела (см. табл.2).

Таблица 2. Стартовые вложения

№	Наименование	Стоимость, руб
1.	Оплата за аренду за 1 месяц	5 000
2.	Пошлина за регистрацию ИП	800
3.	Покупка необходимой музыкальной аппаратуры	50 000
4.	Пошив костюмов	55 000
5.	Закупка всего необходимого реквизита и специализированного оборудования	36 880
Итого		147 680

Рассчитаем рентабельность бизнеса и его окупаемость. Мы уже отмечали, что на начальном этапе будем проводить детские дни рождения, выпускные и мастер-классы. В первые несколько месяцев агентство будет выполнять не более 25 заказов. Средний чек одного заказа – 2500 рублей. При грамотно разработанной маркетинговой стратегии и высоком профессионализме работников, загруженность студии заказами через 6-8 месяцев может вырасти в 3-4 раза. Поэтому к концу года, агентство сможет выйти на доход в 230-340 тысяч рублей ежемесячно. При планируемом доходе, средняя окупаемость проекта составляет 3-4 месяца. Преимуществом данного бизнеса является отсутствие рамок по прибыли, именно поэтому агентство характеризуется высокой рентабельностью – около 65%. Со временем, возможно расширение штата сотрудников, освоивание новых направлений и внедрение новых видов услуг. При этом не нужно будет расширять офис, закупать новую технику и т.д.

Основными конкурентами нашего агентства являются организации, предоставляющими подобные услуги: Корпорация праздников «Сюрприз», Сеть клубов «КонфетТи», Семейный центр «Фонтанелия». В связи с этим, большое внимание необходимо уделить продвижению услуг агентства. Для агентства, только начинающего свою деятельность, подойдут менее затратные способы продвижения, такие как личная продажа и реклама: в

газетах, на сайтах объявлений, расклейка объявлений и раздача флаеров и пр. Для продвижения услуг агентства в социальных сетях мы предлагаем создать страницу агентства на таких площадках как instagram и vkontakte, что позволит вести диалог с клиентом, консультировать и продавать.

Как и в любом другом бизнесе, в сфере организации мероприятий и праздников есть свои риски. Наиболее значимыми являются: частое возникновение большого числа непредвиденных расходов, связанных с изменениями желаний и требований заказчика; рост цен на услуги подрядчиков; неисполнение подрядчиками своих обязательств; сложность в поиске хороших аниматоров; сложность в привлечении новой аудитории.

Тем не менее, прогнозирование успешного старта объясняется следующим факторами: большой потенциальный рынок; наличие спроса со стороны родителей; потенциальное расширение сферы услуг.

Учитывая, что проведение вечеринок и детских праздников возможно практически в любое время года, можно ожидать, что разработанный проект может стать достаточно прибыльным. Также хорошим вариантом может быть заключение соглашения с другими компаниями, работающими в смежной сфере, поскольку это существенно снизит затраты на реквизит и расходные материалы. Важно составить интересные и уникальные шоу, проводить их качественно и оставлять только положительные и позитивные впечатления у детей и их родителей. В перспективе будет возможно расширить штат персонала, снять большой офис, докупить костюмы, материалы и оборудование для запуска новых сценариев. Также планируется охватить не только весь город, но и Саратовский район, где тоже есть наша целевая аудитория.

Итак, праздничные агентства пользуются особенной популярностью в средних и крупных городах. При этом эту разновидность ивент-бизнеса часто выбирают начинающие предприниматели, которые хотят открыть бизнес с небольшими первоначальными вложениями.

Заключение

Малое предпринимательство — это предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. Малый бизнес – это среда развития инноваций, а соответственно – двигатель прогресса и развития экономики в целом. Малый бизнес отличается своей гибкостью и мобильностью, что позволяет ему лавировать на просторах экономики и быть готовым к ее изменениям. Выделяют такие формы бизнеса как торговля, производство товаров и услуг, финансовые организации и консультативные компании.

Малое предпринимательство в сфере услуг оказывает положительное влияние на экономику страны, показывает положительную динамику. Существует растущий вклад малого предпринимательства в экономику России, в том числе и малых предприятий сферы услуг. В то же время существуют причины, препятствующие интенсивному росту сферы услуг.

Российский бизнес в сфере услуг характеризуется количественным ростом, но не качественным. Мы наблюдаем рост рынка услуг, но уровень сервиса не всегда высокий. Также можем отметить, с одной стороны низкие зарплаты операционных служащих, менеджеров низшего звена; с другой стороны можно увидеть мотивацию работников на удовлетворение своих потребностей через занятость, и эти потребности не только финансовые, но и потребность в самовыражении.

Потенциал института малого бизнеса не используется в полной мере для его развития на территории регионов. Сильное влияние на малый бизнес сферы услуг оказывают макроэкономические факторы, что выражается в ухудшении соответствующих показателей предприятий. Таким образом, с одной стороны, малый бизнес является мобильным, быстро реагирующим на изменение условий функционирования, а с другой – зависимым от конъюнктуры рынка, динамики внешних социально-экономических и политических условий – факторов внешней среды.

Также нами были рассмотрены проблемы, сдерживающие развитие малого бизнеса сферы услуг в России. Это такие проблемы как: слабая информационная поддержка малого бизнеса и потребителей, слабая законодательная база, нестабильность экономики, дорогая аренда, низкие зарплаты. В связи с этим необходимо использовать инструменты поддержки малого бизнеса. Они могут послужить основой для дальнейшего развития сферы сервиса, для разработки долгосрочной стратегии развития малого и среднего бизнеса.

В практической части бакалаврской работы нами был разработан бизнес-план создания малого предприятия, а именно Агентства детских выездных праздников и шоу-программ «Мальвина». Мы отразили основные разделы бизнес-плана, показав, как имея небольшой первоначальный капитал можно организовать экономически выгодный, рентабельный бизнес и добиться получения стабильной прибыли на рынке развлекательных услуг.

Идея проекта заключена в проведении развлекательных мероприятий для детей и их родителей. Агентство будет предлагать услуги организации детских праздников, мастер-классов, организации бумажных вечеринок и пр. Стартовые вложения для открытия своего дела составят около 150 000 рублей. Согласно нашим расчетам агентство через год сможет выйти на доход в 230-340 тысяч рублей ежемесячно, а срок окупаемости проекта составит 3-4 месяца. Разработанный проект является достаточно эффективным, он позволит получать достаточно высокую и стабильную прибыль и окупить затраты уже менее чем через год. В то же время не стоит забывать, что на рынке развлекательных услуг г. Саратова достаточно высокая конкуренция, а это значит, что необходимо постоянно совершенствовать свою деятельность, анализировать ее и приспособлять к окружающей среде.