

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
Кафедра менеджмента

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

<b>Тема работы</b>
<b>Реализация программы поддержки малого бизнеса в Томской области</b>

УДК 334.012.64:338.242.4

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
<b>3А2А</b>	<b>Казина Инесса Олеговна</b>		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Доцент</b>	<b>Калмыкова Екатерина Юрьевна</b>	<b>к.э.н.</b>		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Старший преподаватель</b>	<b>Громова Татьяна Викторовна</b>			

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Старший преподаватель</b>	<b>Громова Татьяна Викторовна</b>			

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Менеджмента</b>	<b>Чистякова Наталья Олеговна</b>	<b>к.э.н.</b>		

Томск - 2016г.

**Планируемые результаты обучения по ООП 38.03.02 Менеджмент  
(бакалавриат)**

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Профессиональные компетенции</i>	
Р <sub>1</sub>	Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в профессиональной деятельности. Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений менеджмента в России и за рубежом в условиях неопределенности с использованием современных научных методов
Р <sub>2</sub>	Применять профессиональные знания в области организационно-управленческой деятельности
Р <sub>3</sub>	Применять профессиональные знания в области информационно-аналитической деятельности
Р <sub>4</sub>	Применять профессиональные знания в области предпринимательской деятельности
Р <sub>5</sub>	Разрабатывать стратегии развития организации, используя инструментарий стратегического менеджмента; использовать методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций
Р <sub>6</sub>	Систематизировать и получать необходимые данные для анализа деятельности в отрасли; оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование предприятий отрасли, анализировать поведение потребителей на разных типах рынков и конкурентную среду отрасли. Разрабатывать маркетинговую стратегию организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
Р <sub>7</sub>	Разрабатывать финансовую стратегию, используя основные методы финансового менеджмента; оценивать влияние инвестиционных решений на финансовое состояние предприятия
Р <sub>8</sub>	Разрабатывать стратегию управления персоналом и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию. Применять современные технологии управления персоналом, процедуры и методы контроля и самоконтроля, командообразования, основные теории мотивации, лидерства и власти
<i>Универсальные компетенции</i>	
Р <sub>9</sub>	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности.
Р <sub>10</sub>	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем разрабатывать документацию, презентовать результаты профессиональной деятельности.
Р <sub>11</sub>	Эффективно работать индивидуально и в коллективе, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации.

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление подготовки (специальность) 38.03.02 Менеджмент  
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

### ЗАДАНИЕ

**на выполнение выпускной квалификационной работы**

В форме:

**Бакалаврской работы**

(бакалаврской работы, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
<b>3А2А</b>	<b>Казиной Инессе Олеговне</b>

Тема работы:

<b>Реализация программы поддержки малого бизнеса в Томской области</b>	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	

Срок сдачи студентом выполненной работы:	
--	--

#### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<b>Исходные данные к работе</b>	Справочная, научная, методическая литература, ресурсы Интернет
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b>	1) Теоретические основы программы поддержки малого бизнеса 2) Государственная политика поддержки малого бизнеса 3) Разработка бизнес-плана 4) Оценка эффективности участия в программе поддержки малого бизнеса
<b>Перечень графического материала</b>	Компьютерная презентация: 1. Место малого бизнеса в экономике России 2. Цели и задачи работы 3. Описание ситуации рынка Томской области 6. Оценка эффективности участия в программе поддержки малого бизнеса 7. Обоснование необходимых инвестиций 8. Формирование денежных потоков 9. Расчет показателей эффективности 10. Социальная ответственность

<b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b> <i>(с указанием разделов)</i>	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>
Социальная ответственность	Громова Татьяна Викторовна

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	10.01.2016 г.
---	---------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Калмыкова Екатерина Юрьевна	к.э.н.		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
<b>3А2А</b>	<b>Казина Инесса Олеговна</b>		

## **Реферат**

Выпускная квалификационная работа содержит 94 страницы, 6 рисунков, 27 таблиц, 20 использованных источников, 18 приложений.

Ключевые слова: малый бизнес, программа поддержки, инвестиционный проект, оценка эффективности.

Объектом исследования является малое предпринимательство.

Цель работы: изучение реализации программ по развитию и поддержке малого предпринимательства в Томской области.

В процессе исследования проводился анализ теоретических аспектов поддержки малого бизнеса, оценка эффективности инвестиционного проекта в рамках данной программы.

В результате исследования была обоснована целесообразность участия инвестиционного проекта по оказанию услуг в программе поддержки малого бизнеса Томской области.

## Оглавление

Реферат .....	5
Введение.....	8
1 Роль малого бизнеса в экономике .....	11
1.1 Понятие малого бизнеса .....	11
1.2 Влияние малого бизнеса на экономику в зарубежных странах .....	14
1.3 Место малого бизнеса в экономике России .....	17
2 Государственная поддержка малого бизнеса .....	23
2.1 Государственная политика поддержки малого бизнеса в России.....	23
2.2 Анализ развития малого бизнеса в Томской области.....	28
2.3 Программы поддержки малого бизнеса в Томской области .....	34
3 Экономическое обоснование создания предприятия малого бизнеса.....	47
3.1 Маркетинговые исследования рынка.....	47
3.2 Разработка бизнес-плана .....	50
3.3 Подготовка документов для участия в программе поддержки малого бизнеса	
80	
4 Социальная ответственность .....	84
Заключение .....	90
Список публикаций студента.....	91
Список используемых источников.....	92
Приложение А Описание документов заявки .....	93
Приложение Б Прейскурант женского зала .....	94
Приложение В Прейскурант мужского зала .....	96
Приложение Г Рыночная доля предприятия по месяцам.....	97
Приложение Д Объем реализации услуг .....	98
Приложение Е Кадровое обеспечение .....	99
Приложение Ж Переменные затраты.....	100
Приложение З Постоянные затраты предприятия .....	101
Приложение И Заработная плата сотрудников .....	102
Приложение К Отчет о прибылях и убытках .....	103

Приложение Л Отчет о движении денежных средств.....	104
Приложение М Заявление на участие в районном конкурсе предпринимательских проектов «Первый шаг» .....	106
Приложение Н Описание предпринимательского проекта .....	108
Приложение О Согласие на обработку персональных данных.....	109
Приложение П Резюме предпринимательского проекта .....	110
Приложение Р Финансово-экономические показатели предпринимательского проекта.....	111
Приложение С Справка-расчет на предоставление субсидии.....	112

## **Введение**

Сегодня малое и среднее предпринимательство — основа благосостояния развитых стран. В развитых странах малый и средний бизнес является полноценным, значимым участником экономики, к которому относятся не по остаточному принципу.

Малый бизнес — атрибут здоровой экономики. Он заполняет те ниши, которые недоступны крупному бизнесу и государству. Он создает дополнительные рабочие места, внедряет новейшие технологии, дает значительную долю налоговых поступлений. Малый бизнес обладает мобильностью управления, гибкостью к изменениям, быстрой реакцией на требования потребителей.

Малое предпринимательство - предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным законами критериям (показателям).

В настоящее время малому бизнесу отведена одна из основополагающих ролей в процессе восстановления экономики от последствий кризисных явлений. Государством предусматриваются меры по поддержке субъектов малого предпринимательства, в том числе «налоговые каникулы» для вновь созданных малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, снижение ставок специальных режимов налогообложения, расширение доступа к поставкам товаров и услуг для государственных нужд.

Поэтому сейчас в условиях нашей российской деятельности, необходимо разработать эффективную модель взаимодействия малого бизнеса и государства, это на сегодняшний день является актуальным как для России в целом, так и для Томской области в частности.

**Объектом исследования является** малое предпринимательство.

**Целью работы является** изучение реализации программ по развитию и поддержке малого предпринимательства в Томской области.

В связи с целью исследования определены следующие задачи:



- рассмотреть понятие малого бизнеса;
- изучить влияние малого бизнеса на экономику в зарубежных странах;
- рассмотреть место малого бизнеса в экономике России;
- исследовать государственную политику поддержки малого бизнеса в России;
- провести анализ развития малого бизнеса в Томской области;
- изучить программы поддержки малого бизнеса в Томской области;
- провести маркетинговые исследования рынка;
- реализовать разработку бизнес-плана;
- провести подготовку документов для участия в программе поддержки малого бизнеса;

**Предметом исследования являются** теоретические и практические аспекты в реализации программы поддержки малого бизнеса «Первый шаг».

**Практическая значимость результатов ВКР:** Результаты исследования могут быть использованы при подготовке реального инвестиционного проекта по оказанию парикмахерских услуг для участия в программе поддержки малого бизнеса в Томской области.

## Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В работе приняты следующие сокращения:

Сокращение	Расшифровка
РФ	Российская Федерация
СФО	Сибирский федеральный округ
ТО	Томская область
Субъект МСП	Субъект малого и среднего предпринимательства
МП	Малое предпринимательство
ИП	Индивидуальный предприниматель
МиП	Микропредприятие
СП	Среднее предприятие
ФЗ	Федеральный закон

# 1 Роль малого бизнеса в экономике

## 1.1 Понятие малого бизнеса

В научной литературе вместо термина «малый бизнес» часто употребляется термин «малое предпринимательство». Эти понятия практически тождественны. Отличие состоит лишь в том, что «малое предпринимательство»-это юридический термин, поскольку употребляется в нормативных актах, а «малый бизнес»- экономический. Но, в сущности, это одно и то же явление.

Малое предпринимательство - предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным законами критериям(показателям) [1].

В соответствии с Федеральным Законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к малым и средним предприятиям, относятся хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Критерии, которым должны соответствовать субъекты малого и среднего бизнеса, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства

Категория субъектов МСП	Занятость	Оборот предприятия	Критерий независимости происхождения
Микропредприятие	менее 15 человек	менее 120 млн.руб.	Доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных в уставном капитале не выше 25%, а доля участия иностранных юридических лиц и юридических лиц, не являющихся МСП- не выше 49%
Малое предприятие	16-100 человек	менее 800 млн.руб.	
Среднее предприятие	101-250 человек	менее 2 млрд. руб.	

Категорию субъекта малого или среднего предпринимательства принято определять по наибольшему значению из условий, установленных критерием 2

и критерием 3. Например, если индивидуальный предприниматель, крестьянское (фермерское) хозяйство, юридическое лицо (ОАО, ЗАО и т.д.), удовлетворяющее критерию 1, имеют среднюю численность работников 15 человек, а выручку от реализации или балансовую стоимость активов 900 миллионов рублей, то такой субъект экономической деятельности попадает в категорию «среднее предприятие».

Или, наоборот, если выручка от реализации или балансовая стоимость активов у субъекта экономической деятельности менее 120 миллионов рублей, а средняя численность работников свыше 250 человек, то такой субъект не попадает под понятие даже среднего предприятия, то есть является крупным предприятием.

Среднюю численность работников малой фирмы принято определять с учетом всех его служащих, в том числе по совместительству и включая работников филиалов.

В том случае, если численность работников предприятия превышает установленные законом нормы, то данная компания на тот период, в течение которого произошло превышение, а также на последующие три месяца лишается предусмотренных законодательством льгот.

Малые предприятия могут различаться по формам собственности, юридической организации, по видам деятельности, территориальной и отраслевой принадлежности, по способу образования, занятости.

Формы юридической организации малых предприятий весьма разнообразны (рисунок 1); наиболее распространенные из них- хозяйственные товарищества и общества. Также в последнее время часто применяется форма предприятия без образования юридического лица (ПБОЮЛ).



Рисунок 1 – Формы юридической организации малых предприятий

По форме собственности, как правило, малые предприятия относятся к негосударственным. Доля таких предприятий составляет 96 процентов в их общем количестве и практически 100 процентов в сфере коммерческой деятельности. Среди негосударственных форм собственности явно преобладает частная, она лидирует во всех отраслях малого бизнеса (более 80 процентов от общего числа предприятий). Наиболее высокая доля частных предприятий приходится на сферу торговли и посреднических услуг. Также весомое значение доли частных предприятий достигается в транспортной, строительной отраслях, жилищно-коммунальном хозяйстве.

Субъекты малого предпринимательства могут оперативно заполнять те ниши рынка или отрасли, в которых крупный бизнес малоэффективен: розничная торговля, медицинское и научное обслуживание, сфера услуг.

Однако субъектам малого бизнеса присущи и некоторые недостатки: недостаточная компетенция руководства, сложности заимствования

дополнительных финансовых ресурсов и получения кредитов. Как показывает практика, большинство неудач малого бизнеса в первую очередь связано с:

- некомпетентностью;
- несбалансированным опытом;
- нехватки опыта в коммерции, поставках, финансах;
- неумением заводить деловые связи и контакты.

Шансы малого предприятия на успех увеличиваются по мере ее взросления.

Так, компании, долгое время управляемые одним владельцем, приносят больший доход, чем предприятия с часто меняющимися владельцами. Однако, если фирмой руководит не один человек, а группа лиц, состоящая из нескольких человек, то шанс на выживание значительно повышается, так как коллективное принятие решений считается более эффективным.

## **1.2 Влияние малого бизнеса на экономику в зарубежных странах**

Наряду с крупными корпорациями, в том числе гигантскими международными ТНК (транснациональными компаниями), деятельность которых относится к большому бизнесу, одним из активных операторов международного бизнеса являются малые и средние предприятия.

В развитых странах малый бизнес - основа рыночной экономики. Основная их масса- микропредприятия с количеством работников не более двадцати человек. Малый бизнес способствует приросту 2/3 новых рабочих мест и благодаря этому развитие страны смогли намного сократить безработицу.

Малые предприятия эффективны как в потребительской сфере, так и в качестве производителей необходимых для производства конечной продукции отдельных элементов, выпуск которых невыгоден крупным компаниям [2]. Малый бизнес имеет большое значение в развитии производительных сил общества, решении социальных проблем, ускорении научно-технического

прогресса, а также стимулирует развитие конкуренции между малыми и крупными предприятиями. Поэтому в рамках ЕС осуществляется политика поддержки малого предпринимательства, главными целями которой являются:

- унификация законодательной базы;
- усиление взаимодействия стран ЕС для более глубокого экономического сотрудничества.
- укрепление единого внутреннего рынка;
- устранение административных барьеров.

Исходя из поставленных целей в сфере малого предпринимательства, Европейские и другие развитые страны на современном этапе имеют следующие качественные результаты, представленные в таблице 2, которые подтверждают значимость малого бизнеса для экономики в целом.

Таблица 2 – Уровень развития малого и среднего предпринимательства в некоторых странах [3]

Страна	Количество малых и средних предприятий		Численность работников, млн	Доля малых и средних предприятий, %	
	Тыс.ед.	В расчете на 10 000 жителей		В общей численности занятых	В ВВП (оценка)
Германия	2 290	370	18,5	46	50-54
Япония	6 450	496	39,5	78	52-55
Италия	3 920	680	16,8	73	57-60
Страны ЕС	15 770	450	68	72	63-67
США	19 300	742	70,2	54	50-52
Великобритания	2 630	460	13,6	49	50-53
Франция	1 980	350	15,2	54	55-62
Россия	875	57	7,5	9,6	10-11

В Китае, благосостояние которого доказывает эффективность экономической политики, был создан «Государственный фонд развития малого и среднего предпринимательства», который финансируется за счет бюджетных средств страны. Также основная часть продукции, экспортируемая в другие страны, произведена именно малыми предприятиями.

Особый интерес представляет развитие малого предпринимательства в Сингапуре. По мнению специалистов, Сингапур - лучшее место для ведения предпринимательской деятельности. Здесь субъектов малого предпринимательства можно разделить на две категории. Субъекты, относящиеся к первой категории занимаются организацией и развитием сервисных услуг: ресторанный, гостиничный, туристический, строительный бизнес. Субъекты малого предпринимательства, относящиеся ко второй категории заняты в сфере производства и применения инновационных разработок. Это делается для эффективного распределения труда и для достижения лучшего результата при внедрении новых технологий и производства новой продукции [4].

На сегодняшний момент развитие и внедрение инноваций и технологий является приоритетным при определении экономической эффективности, что подтверждается на примере США. В Штатах с 1953 г. существует самостоятельное агентство федерального правительства - SBA. В рамках этой службы была создана сеть бесплатного информационного обслуживания SBA-Net, в которой действуют информационные системы, предоставляющие информацию об инвесторах, поставщиках, подрядчиках, а также возможность поиска партнеров и новых возможностей [5].

Таким образом, малое предпринимательство представляет собой стратегически важную сферу экономики многих государств, которые ориентированы на инновационное развитие экономики и благосостояние общества в целом. Благодаря мобильности внедрения новых видов продукции, обеспечению населения рабочими местами и эффективному внедрению инновационных разработок и технологий малый бизнес является одной из самых перспективных отраслей для изучения.



### **1.3 Место малого бизнеса в экономике России**

Деятельность малых предприятий придает гибкость экономике в целом. По уровню развития малого бизнеса можно судить о способности страны приспосабливаться к меняющимся экономическим условиям. По степени развития малый бизнес России значительно уступает малому бизнесу в развитых странах, таких как Япония, США, Германия.

Однако, несмотря на трудности малый бизнес успешно развивается, набирает темпы роста, решая научно-технические, социальные, экономические проблемы.

По основным видам деятельности малые предприятия разделяются на коммерческие, инновационные и производственные. На текущий момент основная доля малых фирм действует в коммерческой сфере (посредничество, торговля), так как она характеризуется небольшими объемами начального капитала, большей скоростью оборота активов и более высокой прибылью, при этом от руководителя не требуется специальная профессиональная подготовка.

Инновационные компании, занимающиеся разработкой новых технологий и их внедрением, представляют собой небольшую часть функционирующих малых компаний. Они образуются в двух случаях: работают на базе крупных заводов или отсоединились от научно-исследовательских организаций.

Производственные предприятия имеют мелкосерийный тип производства, в основном образуются на базе действующих больших предприятий. И так как норма прибыли относительно небольшая, чтобы поддержать свою безубыточность, производственные компании часто совмещают свою деятельность с коммерческой. Для должного развития в своем реальном секторе, производственные фирмы должны получить государственную поддержку. Основные показатели деятельности малых предприятий показывает таблица 3.

Таблица 3 – Основные показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 01.01.2015г [6]

	ИП	МиП	МП	СП	Все категории МСП
Количество субъектов МСП, тыс. ед.	2414	1868	2356	14	4531
Доля в секторе МСП, %	53,3	41,2	5,2	0,3	100
Оборот субъектов МСП от реализации товаров, млрд.руб.	10448	9699	16693	5028	41867
Среднесписочная численность работников, тыс.чел.	5646	4431	6358	1589	18021

Географическая картина распределения субъектов малого бизнеса говорит о неравномерности его развития по регионам (рисунок 2). Основная доля малых предприятий приходится на Центральный федеральный округ и прилегающие к нему федеральные округа. Этому способствовали три причины:

- это регионы с большим количеством промышленных и научно-исследовательских предприятий. После экономического спада, в результате которого многие квалифицированные рабочие лишились работы, образовалась благоприятная почва для развития малого бизнеса;

- это регионы с высокой плотностью населения, тем самым, имеют повышенный платежеспособный спрос, который может удовлетворять и малый бизнес;

- в этих регионах быстрее развивается инфраструктура, которая способствует появлению и развитию малых фирм: биржи, банки, оптовые склады, огромное количество нежилых помещений, используемые под склады или офисы[7].

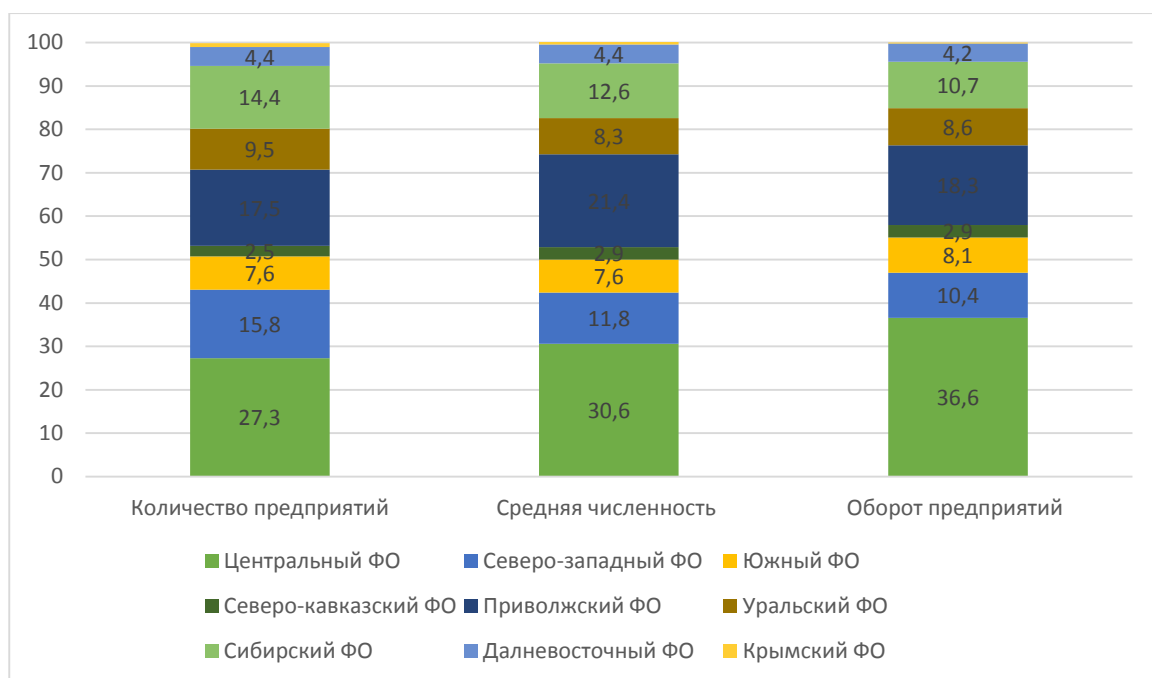


Рисунок 2 – Региональная структура малого предпринимательства в 2014 году

На большинстве территорий самым распространенным видом деятельности малых компаний является торговля, а также посреднические услуги в области торговли. Причиной этого является простота организации данной отрасли и быстрое накопление капитала.

Однако в крупных городах торговля не получила столь широкого распространения. Так, в Санкт-Петербурге доля торговых предприятий не превышает одной трети, а в Москве около одной четвертой числа малых предприятий [8].

Из этого следует, что условия деятельности малых предприятий по регионам значительно различаются. Более того, малые предприятия можно разделить на два региональных типа: центральный и провинциальный. В случае, если предприятие находится в промышленном центре, то оно обладает возможностью гибкого маневра. Провинциальные малые предприятия зависят от факторов локального значения. К тому же у малого бизнеса в провинции нет выхода на международные рынки, сильная зависимость от произвола местных властей. Таким образом, положение провинциального малого предприятия

гораздо хуже, чем центрального, а его стремление образовать прочный тандем с сильным союзником значительно больше.

Занятость в сфере малого бизнеса характеризуется таблицей 4, в которой приводится отраслевая структура численности и оборот малых предприятий.

В общей сложности, число работающих на малом предприятии составляет 11,5 млн. человек. Они являются постоянными работниками.

Таблица 4 – Отраслевая структура занятости и объемов производства малого предпринимательства [9]

Наименование деятельности	Численность работников		Оборот предприятий	
	тыс.чел.	%	млрд.руб.	%
Обрабатывающие производства	1 641,7	14,2	2 459,2	9,3
Сельское хозяйство	534,7	4,6	484,8	1,8
Добыча полезных ископаемых	53,8	0,5	113,5	0,5
Оптовая и розничная торговля	3 421,4	29,6	15 396,3	58,5
Строительство	1 566,7	13,6	2 740,6	10,4
Операции с недвижимым имуществом	2 535,8	21,9	2 858,7	10,8
Транспорт и связь	698,4	6,0	1 099,7	4,2
Другие виды деятельности	1 109,7	9,6	1 154,5	4,5
<b>Всего</b>	<b>11 562,2</b>	<b>100</b>	<b>26 307,3</b>	<b>100</b>

Безусловно, оценивать роль малого бизнеса в экономической жизни страны необходимо не только по количеству действующих компаний, но и по объему производимой продукции и рентабельности. Основной задачей при открытии малого бизнеса является получение прибыли. Прибыльность малых предприятий отражают показатели рентабельности. По состоянию на 2014 год картина неутешительна. Уровень рентабельности малых предприятий составляет 4.3 процента, в то время как у крупных предприятий тот же показатель равен 17.9 процентов. Рентабельность малых предприятий на конец года показана в таблице 5.

Таблица 5 – Рентабельность предприятий по годам

Малые предприятия			
Годы	Рентабельность продаж	Рентабельность оборотных активов	Рентабельность внеоборотных активов
2010	3,4	4,1	3,2
2011	3,7	3,2	2,8
2012	3,7	5,2	4,8
2013	5,3	2,3	2,3
2014	5,4	2,8	5,4

Адекватно оценить роль и место малых предприятий в экономике невозможно из-за несовершенства системы статистического учета деятельности малых предприятий: частая смена малых предприятий фактически осуществляемой деятельности приводит к тому, что данные о них теряют актуальность.

Более того, органы статистики не обладали информацией о действующих малых предприятиях. До настоящего времени только 20 процентов малых предприятий добровольно предоставляли данные, на основе которых и велся учет [10]. Однако, федеральная служба государственной статистики объявила о проведении в 2016 году сплошного федерального статистического наблюдения за 2015 год. В наблюдении, которое пройдет во всех регионах России, примут участия все субъекты малого и среднего предпринимательства.

Сплошное наблюдение проводится исключительно в интересах малого бизнеса и является этапом в формировании государственной стратегии развития малого и среднего предпринимательства.

Выводы по первой главе:

Говоря о роли малого бизнеса, опираясь на зарубежный опыт, можно сделать вывод, что поступательное развитие малого предпринимательства может помочь в решении следующих проблем:

- Формирование конкурентных рыночных отношений;
- Повышение качества товаров, работ, услуг, расширение ассортимента;

- Сокращение дистанции между производителем и потребителем;
- Малый бизнес перестраивает структуру экономики: придает ей гибкость, маневренность, мобильность;
- Содействие развитию производства путем привлечения личных средств населения;
- Освоение и использование местных источников сырья;
- Формирование социального слоя собственников, владельцев компаний;
- Создание дополнительных рабочих мест;
- Содействие деятельности крупных предприятий.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого предпринимательства ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования экономики России.

## **2 Государственная поддержка малого бизнеса**

### **2.1 Государственная политика поддержки малого бизнеса в России**

Государственная политика развития малого бизнеса в Российской Федерации является частью государственной социально-экономической политики и представляет собой совокупность социальных, экономических, политических, правовых, консультационных, информационных, организационных, образовательных и иных мер, предпринимаемых органами власти, направленных на достижение принципов и целей государственной политики.

Цели государственной политики поддержки малого бизнеса:

1. Содействие субъектам малого предпринимательства в продвижении товаров, производимых ими.
2. Развитие самозанятости и обеспечение занятости населения.
3. Развитие субъектов малого предпринимательства для формирования конкурентной среды.
4. Обеспечение прироста субъектов малого предпринимательства.
5. Увеличение производимых субъектами малого предпринимательства доли товаров в объеме ВВП.
6. Обеспечение субъектам малого предпринимательства благоприятных условий для развития.
7. Увеличение доли налогов, уплачиваемых субъектами малого предпринимательства.

Принципы государственной политики поддержки малого бизнеса в Российской Федерации:

1. Делегирование полномочий между органами власти (государственной, субъектов Российской Федерации, местного самоуправления) по поддержке субъектов малого предпринимательства;
2. Органы власти несут ответственность за благоприятные условия для развития субъектов малого предпринимательства;

3. Участие субъектов малого предпринимательства в реализации и формировании государственной политики в области малого предпринимательства;

4. Субъекты малого предпринимательства имеют равный доступ к получению поддержки.

В рамках реализации государственной политики предусматриваются следующие меры:

1. Введены особые налоговые режимы для малых предприятий;

2. Упрощена бухгалтерская (финансовая) отчетность;

3. Упрощен порядок составления статистической отчетности для субъектов малого и среднего предпринимательства;

4. Приватизация субъектами малого предпринимательства государственного и муниципального имущества также предполагает льготный порядок расчета;

5. При государственном контроле принимаются действия по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого предпринимательства;

6. Действия по распределению средств финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства;

7. Улучшение инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства;

Инфраструктура поддержки субъектов малого предпринимательства представляет собой систему коммерческих и некоммерческих организаций, создающихся для осуществления закупок товаров для обеспечения государственных и муниципальных нужд при реализации программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Субъекты малого предпринимательства могут претендовать на получение консультационной, информационной, имущественной и финансовой поддержки, а также получить поддержку в области подготовки, переподготовки



и повышения квалификации своих работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства.

Органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления могут оказывать другие виды поддержки исходя из собственных средств, местных бюджетов.

Корпорация развития малого и среднего предпринимательства учреждена в качестве института развития МСП определяют формы поддержки, а также порядок и условия ее получения.

Основными направлениями финансовой поддержки являются:

1. Оказание гарантийной поддержки субъектам малого предпринимательства – выдача поручительств и независимых гарантий;

2. Организация иных форм финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства, включая развитие лизинговых и факторинговых операций, разработку механизмов рефинансирования долговых обязательств субъектов малого предпринимательства;

3. Организация финансирования кредитных организаций, иных юридических лиц, оказывающих финансовую поддержку субъектам малого предпринимательства.

В 2016 году Корпорация планирует существенно увеличить объемы, выданных гарантий и поручительств в рамках национальной гарантийной системы. Общая гарантийная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства должна составить не менее 65 миллиардов рублей. Целевые значения объема гарантий/ поручительств, предоставленных участниками национальной гарантийной системы, утверждены в следующих объемах: АО «Корпорация МСП» - 30 миллиардов рублей, АО «МСП Банк» - 12 миллиардов рублей и РГО - 23 миллиарда рублей [11].

Развитие дополнительных форм финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства реализуется за счет создания новых гарантийных продуктов Корпорации, обеспечивающих доступность лизинговых, факторинговых операций для конечного получателя – субъекта малого

предпринимательства, а также за счет развития инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства – лизинговых, факторинговых и микрофинансовых организаций, специализирующихся на предоставлении финансовых услуг субъектам малого предпринимательства.

Базовые требования к субъектам малого и среднего бизнеса:

1. Соответствие требованиям ст. 4 Федерального закона № 209-ФЗ:
  - соответствие требованиям по структуре уставного (складочного) капитала (паевого фонда);
  - выручка не более 2 миллиардов рублей;
  - персонал не более 250 человек.
2. Любые виды предпринимательской деятельности, кроме:
  - производство и реализация подакцизных товаров;
  - профессиональные участники рынка ценных бумаг;
  - инвестиционные фонды;
  - кредитные организации;
  - добыча и реализация полезных ископаемых;
  - игорный бизнес;
  - ломбарды;
  - участники соглашений о разделе продукции;
  - страховые организации;
  - негосударственные пенсионные фонды.
3. Регистрация бизнеса на территории Российской Федерации;
4. Отсутствие отрицательной кредитной истории по кредитам с гарантией Корпорации;
5. Отсутствие просроченной задолженности по налогам и сборам;
6. Не применяются процедуры несостоятельности (банкротства).

Приоритетными направлениями деятельности АО «Корпорация «МСП» в рамках оказания правовой поддержки субъектам малого

предпринимательства в 2016 году и на период 2016-2018 годов являются следующие:

1. Организация и реализация системы мер правовой поддержки субъектов малого предпринимательства и создание необходимых механизмов и инструментов такой поддержки с целью снижения издержек на ведение бизнеса, повышения правовой грамотности малых предприятий.

В частности, планируется обеспечить создание «базы правовых решений для субъектов малого предпринимательства», содержащей описание типовых проблемных ситуаций (кейсов), возникающих при реализации субъектами малого предпринимательства бизнес-проектов, и юридических механизмов выхода из них. Указанные кейсы будут размещаться на сайте АО «Корпорация «МСП», начиная со второго квартала 2016 года.

Корпорация также примет исчерпывающие меры по обеспечению практического применения указанных кейсов в субъектах Российской Федерации совместно с общероссийскими некоммерческими организациями, выражающими интересы субъектов малого предпринимательства, в том числе с привлечением отраслевых и региональных представительств таких организаций, а также организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого предпринимательства.

Кроме того, будут обеспечены подготовка и размещение на сайте АО «Корпорация «МСП» информационных, методических и иных материалов, содержащих разъяснения норм законодательства в сфере развития малого предпринимательства.

2. Инициирование и проработка предложений по совершенствованию нормативно-правового регулирования в сфере поддержки субъектов малого предпринимательства, в том числе в целях их направления в правительственную комиссию по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства.

Органы государственной власти, органы местного самоуправления оказывают субъектам малого предпринимательства имущественную поддержку

в виде передачи во владения муниципального или государственного имущества, в том числе зданий, строений, нежилых помещений, земельных участков, оборудования, машин, сооружений, установок, транспортных средств, механизмов, инструментов, инвентаря:

- на возмездной основе;
- на безвозмездной основе;
- на льготных условиях.

Условия и порядок оказания имущественной поддержки субъектам малого предпринимательства устанавливаются:

- муниципальными правовыми актами;
- нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации;
- нормативными правовыми актами Российской Федерации.

Ежегодно субъекты малого предпринимательства обязаны предоставлять в корпорацию развития малого и среднего предпринимательства информацию о результатах использования полученной поддержки [12].

## **2.2 Анализ развития малого бизнеса в Томской области**

Для анализа экономического положения малого и среднего бизнеса региона использовались статистические данные Росстата и Томскстата, в которых отражены основные экономические показатели деятельности малого и среднего предпринимательства по Томской области. Также в качестве источника анализа взяты результаты социологического исследования Томской торгово-промышленной палаты, включающиеся в себя количественные и качественные методы сбора данных: экспертный опрос субъектов малого предпринимательства, анкетирование.

Томская область все так же занимает ведущие позиции по уровню развития малого и среднего бизнеса на территории Сибирского федерального округа.

Таблица 6 – Место Томской области по количеству субъектов МСП на душу населения в 2014 г., ед./1000 человек

Территория, вид СМП	СМСП	ПМСП	МП	МиП	СП	ИП
Россия	31,55	14,75	1,64	13,00	0,11	16,80
Томская область	34,74	17,98	1,47	16,37	0,13	16,76
Забайкальский край	22,90	6,02	0,91	5,01	0,09	16,88
Омская область	30,62	15,61	1,41	14,09	0,11	15,01
СФО	31,97	15,78	1,45	14,21	0,13	16,19
Республика Хакасия	32,04	12,76	1,27	11,40	0,09	19,28
Иркутская область	29,00	11,95	1,40	10,43	0,12	17,05
Республика Тыва	25,85	4,29	0,44	3,81	0,04	21,57
Новосибирская область	42,75	28,18	2,16	25,83	0,19	14,56
Красноярский край	35,60	18,87	1,64	17,11	0,12	16,73
Республика Бурятия	27,17	11,56	0,77	10,74	0,05	15,61
Алтайский край	30,96	13,50	1,53	11,84	0,13	17,46
Кемеровская область	26,75	12,50	1,16	11,21	0,13	14,25
Республика Алтай	33,19	10,80	0,92	9,80	0,08	22,39

Как показано в таблице 6, Томская область уступает только Новосибирской области и Красноярскому краю. По итогам 2014 года Томская область занимает среди регионов Сибирского федерального округа следующие позиции по числу субъектов малого предпринимательства на душу населения:

- 2 место по количеству средних предприятий;
- 3 место по количеству микропредприятий;
- 4 место по количеству малых предприятий;
- 7 место по количеству индивидуальных предпринимателей.

Основные показатели сферы малого и среднего предпринимательства показывают снижающую динамику, что подтверждает выводы о недостаточном развитии данной сферы экономики Томской области. Однако, следует

отметить, что наряду с общим снижением количества субъектов малого предпринимательства, количество микропредприятий растет быстрыми темпами. Данный процесс не носил катастрофического характера лишь потому, что, по мнению экспертов, широко реализовывались меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Показатели состояния малого и среднего предпринимательства Томской области в 2010 – 2015 гг. приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Количество субъектов МСП и индивидуальных предпринимателей

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество ИП	31675	31526	31563	25259	25218	25000
Количество средних предприятий	168	184	150	157	144	110
Количество малых предприятий	1 970	1 861	1 914	1 490	1 577	1 700
Количество микропредприятий	13064	13677	18488	19279	17519	19500
Суммарное количество субъектов малого и среднего бизнеса	46877	47248	52115	46185	44458	46310
Отношение численности субъектов МСП к уровню 2010г., %	100	100,8	111	98,5	94,8	98,8

Динамика численности субъектов малого предпринимательства за последние три года приобрела отрицательную тенденцию – снижение общей численности субъектов малого предпринимательства составило 1,21 процента к уровню 2010 года по состоянию на декабрь 2015 года. Наибольшее снижение произошло в сегменте индивидуальных предпринимателей – количество упало почти на 20 процентов по отношению к уровню 2010 года. Рост численности произошел только в сфере микропредприятий (прирост составил 49 процентов).

Анализ численности субъектов малого предпринимательства по видам экономической деятельности позволяет сделать вывод об идентичности распределения субъектов на территории региона и страны в целом. Более двух третей субъектов малого и среднего бизнеса заняты в сфере торговли и оказания услуг.

Таблица 8 – Распределение численности предприятий МСП по видам экономической деятельности (в сравнении с Российской Федерацией), %

Наименование вида деятельности (ОКВЭД)	ТО	РФ
Здравоохранение	2,0	1,4
Образование	0,3	0,3
Строительство	11,4	11,9
Промышленное производство	11,7	10,6
Гостиницы и рестораны	2,7	3,0
Транспорт и связь	6,7	6,8
Предоставление прочих услуг	2,9	2,5
Оптовая и розничная торговля	35,9	38,7
Сельское хозяйство и рыболовство	2,4	2,9
Операции с недвижимым имуществом	22,1	20,3
Остальные виды деятельности	1,8	1,5

Анализ данных таблицы позволяет сделать вывод об идентичности распределения субъектов малого предпринимательства по видам деятельности на территории региона и Российской Федерации. Как и в целом по России, более двух третей предприятий малого и среднего бизнеса заняты в сфере торговли и оказания услуг. Наименьшую доля занимает образование.

Совокупный оборот субъектов малого предпринимательства в 2015 году по оценке Томскстата составил 780 миллиардов рублей. Наибольший вклад в оборот субъектов малого и среднего предпринимательства в 2015 г. сделали малые предприятия (110 миллиардов рублей).

Таблица 9 – Структура годового оборота хозяйствующих субъектов Томской области, млн. руб.

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Оборот организаций Томской области, в том числе:	473639	609958	712617	745774	770367	780000
Оборот по ИП	36 509	42 572	48 466	52 679	51 525	50 000
Оборот по МиП	31 457	31 546	41 842	41 603	46 969	50 000
Оборот по МП	78 939	85 179	99 793	93 397	96 817	110000
Оборот по СП	28 817	54 664	40 920	32 419	32 960	25 000
Оборот по субъектам МСП	175723	213960	231021	220099	228270	235000
Доля оборота предприятий МСП, %	29,39	28,10	25,62	22,45	22,94	23,72
Доля оборота субъектов МСП, %	37,10	35,08	32,42	29,51	29,63	30,13

Еще одним важным показателем, определяющим положение и долю малого и среднего предпринимательства в экономике Томской области, является численность занятых. Анализ показывает существенную роль малого и среднего бизнеса в экономике области как источника рабочих мест. В 2015 году объем занятых в малом и среднем бизнесе от общей численности занятых в экономике составила 322 тысяч человек.

Таблица 10 – Динамика среднесписочной численности работников в экономике

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Численность работников в экономике, тыс. чел. в том числе:	339,8	332,4	327,5	327,9	325	322
Численность наемных работников, занятых у ИП, тыс. чел.	18,5	16,1	15,3	19,9	22,8	23
Численность работников средних предприятий, тыс. чел.	16,6	15,8	12,9	12,7	13,4	11
Численность работников малых предприятий, тыс. чел.	50,1	47,1	45,1	43,9	44,2	46
Численность работников микропредприятий, тыс. чел.	31,7	26,2	26,5	29,3	26,6	27
Доля занятых на предприятиях МСП, %	29	26,8	25,8	26,2	25,9	26,1
Доля занятых в малом и среднем бизнесе без учета численности ИП, %	34,4	31,7	30,5	32,3	32,9	33,2
Доля занятых в малом и среднем бизнесе с учетом численности ИП, %	43,7	41,1	40,1	40,0	40,7	41



Важным индикатором, характеризующим экономическую активность и состояние малого и среднего предпринимательства, а также динамику его развития, является инвестиционная активность.

Таблица 11 – Динамика инвестиций в основной капитал малых и микропредприятий в 2010-2015 год

Наименование показателя	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал по полному кругу предприятий, млн. руб.	77 598	100 897	108 304	102 035	108 740	109 000
Инвестиции в основной капитал на средних предприятиях, млн. руб.	-	-	-	19100	9 507	5000
Инвестиции в основной капитал на малых предприятиях, млн. руб.	8 803	2 941	1 998	1 536	1 881	2500
Инвестиции в основной капитал на микропредприятиях, млн. руб.	-	300,0	657,7	362,8	509,1	300

Данные демонстрируют противоречивую картину. С одной стороны, общий объем инвестиций в основной капитал по полному кругу предприятий растет, начиная с 2010 года и уже в 2015 году превысил предкризисное значение показателя. Однако в сегменте малого предпринимательства объем инвестиций падает.

Данные Томскстата и Росстата позволяют говорить о продолжении следующих трендов в динамике показателей, характеризующих экономическое положение субъектов малого предпринимательства Томской области в 2013-2015 годах:

- плавное восстановление показателя численности субъектов малого предпринимательства до уровня 2010 года.

– медленный рост показателя годового оборота субъектов малого предпринимательства - ниже темпов роста индекса потребительских цен.

– боковой тренд показателя численности работников субъектов малого предпринимательства в пределах 88-90 процентов от уровня показателя 2010 года.

С учетом обозначенных трендов можно предположить следующие крайние сценарии развития динамики показателей в 2015 году:

1. Численность субъектов малого предпринимательства. Пессимистический вариант прогноза динамики показателя включает незначительный рост показателя чуть выше уровня 2015 году (46500 единиц). Оптимистический вариант прогноза динамики показателя предусматривает рост уровня показателя чуть выше 4 процента в 2016 году (48 500 единиц).

2. Годовой оборот. Пессимистический вариант прогноза динамики показателя может характеризоваться сохранением достигнутого в 2015 года уровня (235 000 миллионов рублей). Оптимистический вариант прогноза динамики показателя может включать рост до уровня в 250 000 миллионов рублей.

3. Численность занятых в сфере малого предпринимательства. Пессимистический вариант прогноза может быть охарактеризован отсутствием динамики показателя с сохранением уровня 2015 года в 132 тысяч человек. Оптимистический вариант прогноза может включать слабую положительную динамику роста показателя до уровня в 133 тысяч человек.

### **2.3 Программы поддержки малого бизнеса в Томской области**

Томская область – лидер среди российских регионов по количеству малых предприятий, числу работающих в малом бизнесе, инвестиционной активности малых предприятий в пересчете на 1 тысячу населения.

На территории Томской области действует сеть бизнес-инкубаторов, офисы коммерциализации, Фонд развития предпринимательства и центры

поддержки предпринимательства во всех муниципальных образованиях, маркетинговые, учебно-деловые и консультационные центры, агентство по привлечению инвестиций, лизинговые компании и общественные объединения предпринимателей.

Городской центр поддержки малого и среднего бизнеса является элементом инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства на территории муниципального образования «Город Томск» и имеет основной целью деятельности содействие развитию малого и среднего предпринимательства, поддержку трудовой и предпринимательской инициативы граждан.

Основными задачами городского центра поддержки малого и среднего бизнеса являются:

1. Организация условий, содействующих увеличению количества субъектов малого и среднего предпринимательства.
2. Содействие самозанятости граждан в рамках предпринимательской деятельности и росту деловой активности в предпринимательской среде.
3. Развитие благоприятного общественного мнения о предпринимательстве на территории города Томска.
4. Организация и проведение консультирования субъектов малого и среднего предпринимательства и лиц, желающих открыть собственное дело, по вопросам ведения предпринимательской деятельности.
5. Оказание содействия по участию субъектов малого и среднего предпринимательства и лиц, желающих открыть собственное дело, в действующих программах поддержки малого и среднего предпринимательства.
6. Стимулирование предпринимательской активности граждан путем обеспечения доступности информационной и методической поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе субъектов молодежного малого и среднего предпринимательства.
7. Организация и проведение мероприятий, направленных на повышение профессионального уровня субъектов малого и среднего

предпринимательства и лиц, желающих открыть собственное дело (семинары, мастер-классы, круглые столы и другие мероприятия).

В городском центре поддержки малого и среднего бизнеса реализуется бесплатная образовательная программа «Школа успешного бизнеса», ориентированная на широкий круг участников: начинающие предприниматели, работники малого и среднего бизнеса, школьники, студенты, молодежь. Школа успешного бизнеса помогает начинающим бизнесменам приобрести необходимые предпринимательские компетенции. Участники школы успешного бизнеса изучают основы моделирования бизнеса, разработают, просчитывают индивидуальный бизнес-план и учатся управлять своим бизнес-проектом с помощью практикумов и деловых игр.

Центр поддержки малого и среднего бизнеса организует бесплатные бизнес-тренинги и мастер-классы для начинающих и действующих предпринимателей, с целью повышения предпринимательских компетенций по различным вопросам организации бизнеса и реализации бизнес-проектов.

Основными механизмами для старта и развития бизнеса Томской области являются:

1. Конкурс начинающих предпринимателей «Первый шаг».
2. Субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства – юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в целях финансового обеспечения (возмещения) затрат в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг и их продвижением на внешний рынок.

3. Конкурс молодежных бизнес-проектов «Перспектива».

**Конкурс начинающих предпринимателей «Первый шаг».**

Организатор конкурса - управление экономического развития администрации города Томска.

Цель конкурса - поддержка стартующего бизнеса, содействие занятости населения, поддержка трудовой и предпринимательской инициативы граждан

путем предоставления победителям конкурса субсидий в целях возмещения затрат в связи с созданием и развитием собственного бизнеса.

Максимальный размер субсидии не может превышать 500 тысяч рублей на одного получателя субсидии.

Участвовать в конкурсе могут субъекты малого и среднего предпринимательства, соответствующие следующим требованиям:

1. Заявители письменно выразили согласие с условиями проведения конкурса.

2. Осуществляют свою деятельность на территории города Томска. Действуют на момент подачи заявки менее одного года.

3. Не находятся в состоянии ликвидации, реорганизации или банкротства.

4. Средний размер заработной платы составляет не ниже размера прожиточного минимума трудоспособного населения в Томской области.

5. Отсутствует просроченная задолженность по уплате налоговых платежей.

6. Со всеми работниками заключены трудовые договоры.

7. Заключен трудовой договор с руководителем юридического лица.

8. Отсутствует просроченная задолженность по заработной плате на момент подачи заявки.

9. Заявители обязуются вложить не менее 30% от суммы субсидии в статьи затрат, связанных с реализацией предпринимательского проекта.

10. Обязуются обеспечить сохранность общего количества рабочих мест в течение года, следующего за годом реализации предпринимательского проекта.

11. Заявители имеют диплом о высшем экономическом или юридическом образовании. Допускается также прохождение краткосрочного обучения.

12. Деятельность заявителя соответствует следующим видам экономической деятельности:

- производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
- обрабатывающие производства;
- операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг;
- рыболовство, рыбоводство;
- образование;
- гостиницы и рестораны;
- оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования;
- сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;
- предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг;
- транспорт и связь;
- строительство;
- предоставление услуг по ведению домашнего хозяйства;
- здравоохранение и предоставление социальных услуг.

13. Заявители являются гражданами Российской Федерации, соответствующими одному из следующих условий:

- зарегистрированы в качестве безработных граждан;
- зарегистрированы в качестве ищущих работу граждан;
- являются работниками, находящимися под угрозой массового увольнения;
- являются на дату подачи заявки субъектами молодежного предпринимательства (в возрасте до 30 лет);
- являются военнослужащими, уволенными в запас в связи с сокращением Вооруженных Сил Российской Федерации;
- являются инвалидами I и II группы, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей;

– являются одинокими матерями, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей;

14. Заявители предоставили полный комплект документов, содержащих достоверные сведения.

Пакет документов, входящих в состав заявки указаны в приложении 1.

Рассмотрение заявок осуществляется комиссией по проведению конкурса начинающих предпринимателей «Томск. Первый шаг» в следующем порядке.

Конкурсная комиссия рассматривает заявки на соответствие требованиям и принимает решение о допуске заявителей или об отказе заявителям в допуске к участию в конкурсе.

Заявки заявителей, допущенных к участию в конкурсе, рассматриваются на соответствие критериям. В зависимости от количества набранных баллов они располагаются в порядке рейтинга. При равном количестве баллов в рейтинге учитывается очередность поступления заявок в соответствии с регистрационными порядковыми номерами заявок. Исходя из объема финансирования конкурса субсидии распределяются в пользу тех заявок, которые набрали большее количество баллов в соответствии с рейтингом участников конкурса.

Итоги конкурса проводятся в течение 30 дней со дня окончания приема заявок по результатам заседания конкурсной комиссии. Итоги конкурса заносятся в протокол заседания конкурсной комиссии по подведению итогов конкурса.

Итоги конкурса утверждаются организатором конкурса в форме муниципального правового акта руководителя управления экономического развития администрации города Томска. При утверждении итогов конкурса организатор конкурса руководствуется решениями, принятыми конкурсной комиссией.

Указанный муниципальный правовой акт руководителя управления экономического развития администрации города Томска принимается в срок не

позднее семи календарных дней со дня проведения заседания конкурсной комиссии, на котором подведены итоги конкурса.

**Субсидии субъектам малого и среднего предпринимательства – юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в целях финансового обеспечения (возмещения) затрат в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг и их продвижением на внешний рынок.**

Основными целями предоставления субсидии являются финансовое обеспечение (возмещение) затрат в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг и их продвижением на внешний рынок, а также формирование в муниципальном образовании «Город Томск» рынка потребления инновационной, наукоемкой продукции томских предприятий.

Субсидии предоставляются в целях финансового обеспечения (возмещения) затрат:

1. Связанных с участием в мероприятиях, в том числе за пределами г. Томска, Томской области или России, а именно в выставках, ярмарках, деловых миссиях, форумах, конференциях, семинарах или иных мероприятиях.

Субсидии в соответствии с данным направлением предоставляются на финансовое обеспечение (возмещение) затрат на участие в мероприятиях, в том числе за пределами города Томска, Томской области или России, а именно в выставках, ярмарках, деловых миссиях, форумах, конференциях, семинарах или иных мероприятиях, за исключением расходов на питание. Субсидия на финансовое обеспечение (возмещение) затрат по найму жилых помещений предоставляется только в случае проведения мероприятия за пределами муниципального образования «Город Томск» из расчета не более 3000 рублей за 1 сутки проживания на 1 человека.

2. Связанных с предоставлением образцов товаров (выполнением работ, оказанием услуг), в том числе наукоемких, для пробного бесплатного (льготного) использования.



Субсидии в соответствии с данным направлением предоставляются на финансовое обеспечение (возмещение) затрат, возникших у заявителя в связи с предоставлением образцов товаров (выполнением работ, оказанием услуг) для льготного использования в рамках рекламных акций или для социально-значимого использования с целью формирования в муниципальном образовании «Город Томск» рынка потребления продукции (товаров, работ, услуг) томских предприятий, в том числе инновационной и наукоемкой. Субсидии предоставляются на финансовое обеспечение (возмещение) затрат, возникших в связи с:

- бесплатной поставкой контрагенту, являющемуся юридическим лицом, товаров в целях формирования спроса на свою продукцию, из расчета не более 70 процентов рыночной стоимости поставленных товаров;

- льготной поставкой контрагенту, являющемуся юридическим лицом, товаров в целях формирования спроса на свою продукцию, из расчета не более 70 процентов разницы между рыночной стоимостью и льготной ценой поставленных товаров.

3. Связанных с организацией и проведением образовательных мероприятий и консультирования.

Субсидии в соответствии с данным направлением, предоставляются на финансовое обеспечение (возмещение) затрат на организацию и проведение программ обучения и консультирования малого бизнеса, в том числе наукоемкого, и граждан, желающих открыть собственное дело, за исключением расходов на питание.

Субъект малого или среднего предпринимательства имеет право получить субсидию по одному или нескольким указанным направлениям.

Суммарный размер субсидий не может превышать 70 процентов затрат и 100 000 рублей в год одному субъекту малого или среднего предпринимательства.

Субъекты малого и среднего предпринимательства, претендующие на получение субсидии, должны соответствовать следующим критериям отбора:

1. Письменное согласие с условиями и порядком проведения отбора.
2. Соответствие требованиям, предъявляемым к субъектам малого и среднего предпринимательства в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;

3. Регистрация в установленном порядке в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя в ИФНС России по г. Томску и осуществление своей деятельности на территории муниципального образования «Город Томск».

4. Отсутствие задолженности по уплате налоговых, неналоговых и иных обязательных платежей в бюджеты всех уровней и внебюджетные фонды.

5. Субъект не находится в стадии реорганизации, ликвидации или банкротства.

Субсидии не предоставляются субъектам малого и среднего предпринимательства:

1. Является участником соглашений о разделе продукции.
2. Осуществляет предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса.

3. Является кредитной, страховой организацией, инвестиционным фондом, негосударственным пенсионным фондом, профессиональным участником рынка ценных бумаг, ломбардом.

4. Не является резидентом Российской Федерации.

5. Осуществляет производство и реализацию подакцизных товаров, а также добычу и реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых.

Для получения субсидий субъекты малого и среднего предпринимательства, претендующие на ее получение, предоставляют заявку, включающую документы, перечень которых определен в приложении к настоящему Положению, в срок, указанный в извещении о приеме заявок.

Страницы заявки должны быть пронумерованы, прошиты, скреплены подписью заявителя, печатью (при ее наличии).

Предоставление субсидии осуществляется в безналичном порядке путем перечисления денежных средств на счет получателя субсидии, открытый в кредитной организации и указанный в договоре о предоставлении субсидии в предусмотренные договором о предоставлении субсидии сроки.

Размер субсидии субъекту малого или среднего предпринимательства определяется решением комиссии по распределению субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства – юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям в целях финансового обеспечения (возмещения) затрат в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг и их продвижением на внешний рынок.

Комиссия рассматривает поданные заявки и принимает решение о предоставлении субсидий либо об отказе в предоставлении субсидий, а также решает спорные вопросы в рамках распределения субсидий.

Основаниями для отказа в предоставлении субсидии являются:

- предоставление неполного комплекта документов, а также оформление документов с нарушением требований;
- предоставление недостоверных документов и сведений, содержащихся в документах;
- несоответствие заявителя требованиям;
- полное распределение средств, предусмотренных на финансирование субсидий;

Решение комиссии принимается по результатам открытого голосования. Решение считается принятым, если за него проголосовало большинство членов Комиссии, участвовавших в голосовании. В случае равенства голосов голос председателя комиссии является решающим.

Сообщение о результатах размещается на официальном портале муниципального образования «Город Томск» (<http://admin.tomsk.ru>) в срок не

позднее 7 календарных дней со дня подписания протокола последнего заседания комиссии.

Управление в течение 10 рабочих дней со дня подписания протокола последнего заседания комиссии письменно уведомляет заявителей, которым отказано в предоставлении субсидии, путем направления сообщения по адресу электронной почты, указанному в заявлении о предоставлении субсидии.

В случае принятия решения о предоставлении субсидии с получателем субсидии заключается договор о предоставлении субсидии в течение 45 календарных дней со дня принятия комиссией соответствующего решения (со дня подписания комиссией соответствующего протокола), но не позднее 25 декабря текущего календарного года.

В случае, если получатель субсидии в течение 45 календарных дней со дня принятия комиссией соответствующего решения, но не позднее 25 декабря текущего календарного года, не явился для подписания договора о предоставлении субсидии и отказался от его подписания, он считается отказавшимся от предоставления субсидии.

### **Конкурс молодежных бизнес-проектов «Перспектива».**

Организатор конкурса - некоммерческая организация «Фонд развития малого и среднего предпринимательства Томской области» при поддержке Департамента промышленности и развития предпринимательства Томской области.

Цель конкурса - выявление и поддержка лучших предпринимательских проектов, созданных молодыми людьми в возрасте до 30 лет (включительно), реализующими предпринимательские проекты на территории Томской области.

Победителям конкурсного отбора оказывается финансовая поддержка в размере до 1 миллион рублей.

К участию в конкурсе допускаются субъекты малого и среднего предпринимательства, зарегистрированные на территории Томской области и осуществляющие хозяйственную деятельность (зарегистрированы) не менее одного года на дату объявления конкурса:

1. Юридические лица, отвечающие следующим условиям:

– возраст руководителя - до 30 лет, при этом последняя смена руководителя должна быть произведена до даты объявления приема заявок на конкурс;

– в уставном (складочном) капитале доля вкладов физических лиц в возрасте до 30 лет составляет не менее 50 процентов, при этом последнее изменение долей в уставном (складочном) капитале должно быть произведено не позднее даты объявления конкурса;

2. Индивидуальные предприниматели в возрасте до 30 лет.

Заявки на конкурс принимаются в электронном варианте на интернет-портале lidertomsk.ru от зарегистрированных пользователей портала, путем заполнения анкеты в электронном (отсканированном) варианте, с прикреплением к заявке необходимых документов для участия в конкурсе, исключительно в формате PDF.

Конкурс проходит в 3 этапа:

1. Подача заявки через портал lidertomsk.ru, с последующей проверкой заявки организатором конкурса на признаки соответствия условиям конкурса. Определение участников, заявки которых допущены до этапа оценки экспертами.

2. Оценка заявки экспертами конкурса, подготовка рейтинга заявок. Определение номинантов конкурса.

3. Представление номинантами оригиналов документов, поданных ранее на конкурс в электронном варианте, подтверждающих соответствие участника условиям конкурса и очная защита номинантами своих проектов перед конкурсной комиссией. Определение победителей конкурса.

Критерии определения победителей:

В качестве основного критерия выступает фактический вклад проекта в экономику региона и развитие территории. Данный критерий включает показатели уплаченных налогов, уровень средней заработной платы

сотрудников, количество рабочих мест, территориальное расположение проекта, объем экспортных операций, объем производства товаров и услуг.

Выводы по второй главе:

Учитывая возможности региональных органов власти, в приоритетах государственной политики по поддержке сектора малого предпринимательства, следует ориентироваться на развитие малых и средних предприятий, нацеленных на экспорт и сконцентрированных в сфере производства и оказания услуг.

Несмотря на создание одной из самых эффективных региональных систем поддержки бизнеса лишь немногим организациям в Томской области, включая инновационные, удалось создать успешный бизнес на международном уровне. Причиной тому не только географическое положение региона, но и отсутствие достаточных финансовых, информационных и человеческих ресурсов, требуемых для выхода на внешний рынок. Для ослабления влияния таких причин необходимо продолжать развивать инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, предоставляющую специализированные высококачественные услуги для экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства в Томской области и создающую условия для обеспечения выхода малого и среднего предпринимательства на межрегиональные и международные рынки.

Кроме того, необходимо реализовывать мероприятия, направленные на привлечение профессиональных консультантов для решения тех или иных локальных задач бизнеса, особенно в сфере мероприятий государственного контроля и надзора.

Дополнительно следует активизировать работу по обеспечению внедрения в производство новой продукции, услуг и технологий, а также обеспечению защиты томских компаний от незаконной конкуренции.

### 3 Экономическое обоснование создания предприятия малого бизнеса

#### 3.1 Маркетинговые исследования рынка

Маркетинговое исследование- систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчеты о результатах. Такие исследования требуют, как правило, немалых затрат. Поэтому их часто выполняют нейтральные организации, специализированные агентства. Этапы маркетингового исследования отражены в рисунке 3 [13].

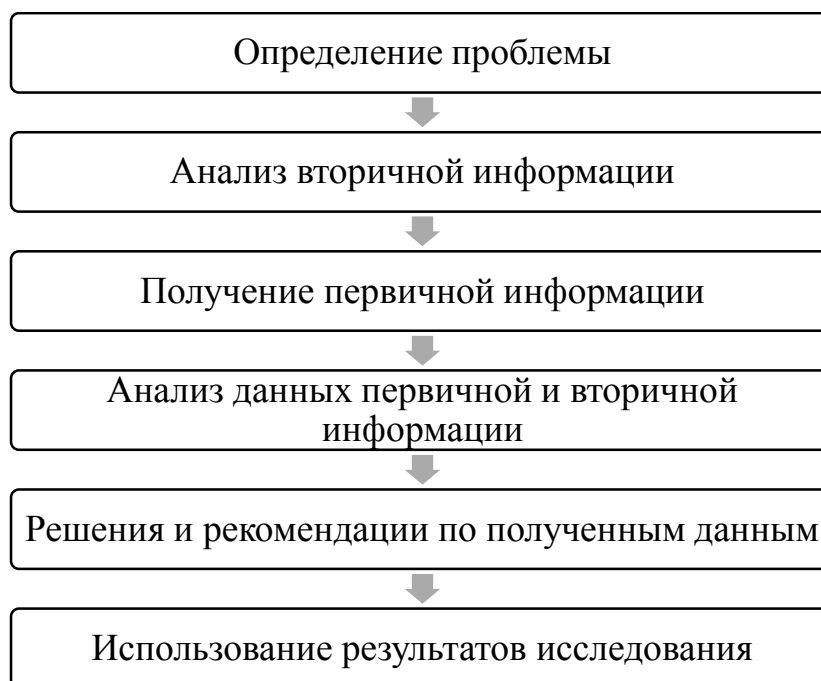


Рисунок 3 – Этапы маркетингового исследования

Рынок парикмахерских услуг характеризуется как немонополизированный и открытый для новых участников. Количество салонов красоты увеличивается с каждым годом, но называть данный рынок насыщенным пока рано, в силу большого количества потенциальных потребителей, которые редко пользуются услугами салонов красоты или не прибегают к ним вовсе.

В связи с введенными экономическими санкциями против нашей страны, продолжающимся кризисом, благосостояние граждан начинало постепенно снижаться, тем самым заставляя их прибегать к более дешевым услугам, в том числе и парикмахерским. В течение первых двух кварталов 2015 года закрылось около 25 процентов существующих салонов красоты, 20 процентов от оставшегося количества переквалифицировалось в классические парикмахерские с несколько расширенным ассортиментом услуг в виде маникюра и педикюра, солярия, и некоторых косметических процедур. Однако люди из-за нехватки денег реже стричься не стали, и потому количество посетителей парикмахерских осталось на прежнем уровне, даже немного выросло в связи с увеличением рождаемости за последние 5-6 лет. Основные проблемы начинающих парикмахерских – необоснованное завышение цен, отсутствие четкого портрета своего клиента, и разделения категорий клиентов. К закрытию многих заведений приводит также: невысокий уровень подготовки мастеров и нехватка опыта молодых специалистов отсутствие качественного профессионального оборудования некомпетентность в вопросах новых технологий и модных тенденций. Эти задачи можно отчасти решить своевременной переподготовкой персонала, подпиской на специализированные печатные издания. Одновременно с устранением этих проблем повысится конкурентоспособность парикмахерской.

Именно нестабильная ситуация на рынке оказания парикмахерских услуг может помочь начинающему предприятию завоевать доверие клиентов при условии высокого качества обслуживания и формирования яркого положительного образа парикмахерской. В этом могут помочь следующие мероприятия:

- размещение рекламы на красочных плакатах на близлежащих жилых домах;
- рассылка рекламных листовок и мини-брошюр по почте;
- реклама в местных СМИ;



- проведение различных акций, организация скидок и распространение купонов, дающих право на скидку;
- создание собственного Интернет-ресурса, регулярно оповещающего своих подписчиков о предстоящих мероприятиях и рассказывающего об оказываемых услугах.

Наконец, успех парикмахерской, в том числе и в конкурентной борьбе зависит и от грамотной маркетинговой политики заведения, сформированного имиджа и от организационного подхода.

### **Современное состояние рынка салонов красоты в Мельниково.**

Услуги современных салонов красоты включают:

- все виды парикмахерского обслуживания (разработка нового имиджа, стрижка, окрашивание, уход, укладка, создание причесок);
- услуги визажистов;
- косметологические процедуры (уход за кожей лица и тела с применением ручных и аппаратных методик);
- услуги маникюра и педикюра;
- солярий, моментальный загар.

В настоящее время в Мельниково хорошо развит парикмахерский бизнес. Но не все парикмахерские предоставляют необходимые услуги, и не всегда качество соответствует требованиям. Так как количество парикмахерских растет, растут и требования. Всего в Мельниково действуют 8 салонов красоты. Каждый салон имеет свою, узкую специализацию. Также широко распространено ведение предпринимательской деятельности без регистрации в качестве ИП. Салоны эконом-класса занимают 62,5 процентов рынка. Салоны среднего и средневысокого уровня занимают 37,5 процентов рынка. Салоны класса люкс, позиционирующие себя как имиджевые заведения, отсутствуют.

Итак, проанализировав ситуацию на рынке парикмахерских услуг, планируется открытие новой студии красоты «IK Makeup & Hair Studio» в 2017

году. Студия находится по адресу: Томская область, Шегарский район, село Мельниково, улица Московская 13М.

В студии будут работать мужской и женский залы, зал для маникюра.

Время работы студии понедельник-суббота 10.00-20.00 часов без перерыва на обед.

Клиентами являются жители села Мельниково. Цены ориентированы на клиентов со средним и средневысоким достатком.

### **3.2 Разработка бизнес-плана**

#### *Резюме бизнес-плана*

Основная коммерческая идея проекта: Открытие студии красоты.

Юридический адрес индивидуального предпринимателя: Томская область, Шегарский район, село Мельниково, улица Московская 13М.

Фактический адрес расположения предприятия: Томская область, Шегарский район, село Мельниково, улица Московская 13М.

Руководитель предприятия: Казина Инесса Олеговна.

Потенциальная емкость рынка: 9 112 750 рублей.

Рыночная доля предприятия: 4, 85 процентов.

Конкуренты: Салон красоты «Jasmin», парикмахерская «Имидж»

Численность персонала предприятия: 5 человек.

Стоимость реализации проекта: 363 183 рублей.

Направления использования средств: ремонт помещения, покупка и установка оборудования.

Сроки реализации проекта: 3 месяца.

Показатели экономической эффективности проекта:

Чистый доход, тысяч рублей (NV): 2283363

Рентабельность инвестиций (ROI): 51,02 %

Срок окупаемости (PP): 3 месяца

Численность создаваемых рабочих мест: 4 места.

## *1. Описание бизнес-проекта*

### *1.1 Сведения о проекте*

Коммерческая идея проекта: Открытие студии красоты.

Атмосфера любви, заботы, спокойствия и уюта – главная ценность и отличительная особенность создаваемой студии красоты. состояние, в котором мы живем, творим и работаем. Состояние, которое способно увидеть, почувствовать и открыть истинную красоту.

Искусно подобранные детали интерьера, утонченные ароматы, окутывающие студию, легкая приятная музыка, точные изящные движения мастера – во всем чувствуется гармония и любовь. Любовь к своему делу, любовь к тому, что тебя окружает, любовь к красоте и миру.

Наш посетитель не просто клиент, которому мы оказываем профессиональные услуги, - это наш желанный гость, которого мы действительно рады принять. С которым готовы поделиться этой атмосферой, подарить это восхитительное чувство красоты и влюбленности.

Услуги студии ориентированы на клиентуру со средним и средневысоким уровнем доходов. Студия рассчитана на 4 посадочных места: 2 женских и 1 мужское, а также одно рабочее место для маникюра.

Организационной формой для осуществления деятельности по оказанию парикмахерских услуг выбрана деятельность в качестве индивидуального предпринимателя.

Миссия и философия бизнеса: Предоставление качественных услуг широкого спектра в сфере красоты и обеспечение индивидуального подхода к каждому гостю.

Для реализации проекта необходимо 360 000 рублей. Эти средства будут направлены на аренду помещения, ремонт помещения, покупку и установку оборудования.

## 1.2 Сведения об инициаторах, участниках и основных специалистах

Участники проекта – физические и/или юридические лица, которые непосредственно вовлечены в реализацию проекта, либо чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении проекта. Основные участники проекта представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Участники проекта

№	Участник (ф.и.о, наименование организации)	Краткое описание вклада и роль в организации проекта
1.	Казина Инесса Олеговна	Руководитель проекта. Выполняет роль заказчика и инициатора проекта. Определяет основные требования к результатам проекта, обеспечивает финансирование проекта за счет своих или привлекаемых средств, может заключать контракты с основными исполнителями проекта
2.	АО «Россельхозбанк»	Сторона, вкладывающая инвестиции в проект посредством кредита
3.	Администрация Шегарского района	Выделение субсидии в целях возмещения затрат в связи с реализацией услуг

После реализации проекта необходимо нанять персонал. Все мастера при приеме на работу должны иметь сертификаты о прохождении обучения и опыт работы в парикмахерской деятельности не менее трех лет.

Перечень профессиональных обязанностей во многом зависит от специализации парикмахера. Тем не менее, любой уважающий себя парикмахер, независимо от специализации, должен обладать определенным набором знаний и навыков, выходящим за пределы его сферы деятельности. Если обобщить профессиональные обязанности парикмахера, то примерный список будет выглядеть следующим образом:

- различные виды мужских, женских или детских стрижек;
- окрашивание разнообразными техниками и красками различного химического состава с учетом особенностей их биологического воздействия;
- подготовка к укладке;
- ламинирование, экранирование;
- создание причесок различной сложности;
- создание линии и формы бороды, усов;

- формирование образа с помощью новейших технологий ведущих фирм.

Так как работа парикмахера в основе своей заключается в создании неповторимой и изящной прически с учетом требований современной моды, индивидуальных особенностей клиентов и профессиональных навыков мастера, данную профессию выбирают люди творческие, креативные и с достаточно развитым эстетическим вкусом. Кроме того, хороший парикмахер обязательно должен обладать такими личностными качествами, как:

- личное обаяние;
- коммуникабельность;
- стрессоустойчивость;
- умение слушать;
- выносливость;
- терпеливость;
- аккуратность;
- инициативность;
- опрятность;
- стремление к самосовершенствованию.

Следует подчеркнуть, что профессия парикмахера предполагает практически непрерывный процесс обучения — сфера парикмахерских услуг постоянно развивается, что влечет за собой регулярное обновление техник и технологий, материалов и стилевых решений. Поэтому парикмахерам приходится постоянно отслеживать последние модные тенденции и достижения производителей продукции для специалистов.

Успех студии во многом зависит от руководителя. Повседневная деятельность руководящего лица подразделяется на множество небольших актов общения, управленческих воздействий, взаимодействий с внешними и вышестоящими инстанциями. Каждый такой аспект способен породить

психологические трудности. Умение их видеть и справляться с ними — обязательный компонент квалификации любого руководителя.

### *1.3 Направления взаимодействия с органами государственной власти и меры государственной поддержки*

По вопросам реализации проекта будет налажено взаимодействие с Администрацией Шегарского района с целью получения поддержки в виде субсидии.

Администрация Шегарского района ежегодно проводит конкурс начинающих предпринимателей «Первый шаг», и проект по оказанию услуг в 2016 году примет в нем участие.

Данный проект выгоден для экономики с. Мельниково, ведь создаются новые рабочие места и как следствие снижаются расходы по выплате пособия по безработице, увеличиваются налоговые отчисления и отчисления во внебюджетные фонды.

### *2. Характеристика предприятия*

Название предприятия: IK Makeup & Hair Studio.

Организационно-правовая форма предприятия: Индивидуальный предприниматель.

Юридический адрес: Томская область, Шегарский район, с. Мельниково, улица Московская, 13М.

Фактический адрес предприятия: Томская область, Шегарский район, с. Мельниково, улица Московская, 13М.

ОКВЭД (с расшифровкой видов деятельности): 93.02. Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Эта группировка включает:

- мытье волос, подравнивание и стрижку, укладку, окрашивание, подкрашивание, завивку, распрямление волос и аналогичные работы, выполняемые для мужчин и женщин, а также бритье и подравнивание бороды;
- косметический массаж лица, маникюр, педикюр, макияж и тому подобное.

Штатная численность предприятия - 5 человек, включая индивидуального предпринимателя.

### *3. Описание услуг*

#### *3.1 Виды, цена услуг*

В создаваемой студии представлен широкий спектр парикмахерских услуг. Несмотря на это, мы будем развиваться и расширять диапазон услуг для максимального удовлетворения требований потребителей.

Виды и цены парикмахерских услуг студии представлены в приложениях 2 и 3. Стоимость услуг зависит от количества используемого материала и длины/густоты волос

#### *3.2 Показатели конкурентоспособности услуг*

Конкуренты представляют собой важнейший внешний фактор. Руководство каждого предприятия понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей столь же эффективно, как и конкуренты, то предприятие просуществует недолго. Важно понимать, что потребители - не единственный объект соперничества организаций. Предприятия ведут конкурентную борьбу за трудовые ресурсы, материалы, капитал и право использовать определенные технические нововведения. От реакции на конкуренцию зависят такие внутренние факторы, как условия труда, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными. Конкуренты «IK Makeup & Hair Studio» в сфере парикмахерских услуг – салон красоты «Jasmin», салон красоты «Имидж».

Таблица 13 – Оценка конкурентоспособности предприятия

Критерии конкурентоспособности	Jasmin	Имидж	IK Makeup & Hair Studio
Качество	10	10	10
Ассортимент услуг	9	8	8
Надежность	10	10	10
Сервис	9	10	10
Месторасположение	10	8	10

Продолжение таблицы 13.

Уровень цены	9	9	10
Система скидок	9	9	10
Использование средств массовой информации	10	10	9
Наружная реклама	9	10	10
Сумма баллов	85	84	87

Как показывает таблица 13, на рынке парикмахерских услуг в с. Мельниково довольно сильные конкуренты. И это стимулирует к продвижению новых идей, позволяет трезво оценивать положение на рынке, быть изобретательнее.

### *3.3 Ценообразование*

При формировании цены необходимо учитывать следующее: уровень цен на услуги предприятия диктуют рынок и потребители.

В условиях рынка предприятие может выбрать одну из нескольких ценовых стратегий:

- цена на уровне цен конкурентов;
- цена выше уровня цен конкурентов, при наличии особого качества и уникальных свойств услуг;
- цена ниже уровня цен конкурентов;
- демпинговое снижение цен.

Стратегией ценообразования в первое время будет установление цен на уровне конкурентов.

Повышение цены на услуги предприятия будет оправданным в случае улучшения качества и придания услугам уникальных особенностей, ценных для потребителей.



#### 4. *Маркетинг и сбыт продукции (услуг)*

##### 4.1 *Характеристика рынка*

Для того, чтобы охарактеризовать рынок, в первую очередь необходимо определить границы рынка. Основными критериями выделения границ рынка являются:

- территориальный охват;
- наличие свободных рыночных ниш;
- близость к потребителям.

Доступным является рынок, на котором предприятие имеет возможность оказывать услуги. В сфере услуг наиболее распространенный способ выделения рынка — территориальный, так как процесс предоставления услуги и передача результатов потребителю тесно взаимосвязаны и часто неразделимы.

Итак, границы деятельности создаваемого предприятия простираются на территории с. Мельниково и близлежащих населенных пунктов.

Потенциальная емкость рынка представляет собой возможный объем реализации услуг на конкретном рынке при определенном уровне цен. Потенциальная емкость рынка выражается в денежных единицах и вычисляется по формуле:

$$E = KA * ЧП * СЦ \quad (1)$$

где E - потенциальная емкость рынка;

KA- количество аудитории;

ЧП- частота посещения;

СЦ – средняя цена услуги.

Для того, чтобы рассчитать емкость рынка для создаваемого предприятия, необходимы следующие входные данные:

Рассматриваемый временной интервал: месяц;

Рассматриваемый территориальный рынок: Томская область, село Мельниково;

Количество аудитории: население 8048 человек;

Частота посещения: в среднем 1 раз в месяц;

Средняя цена: 1132,3 рублей;

$$E = 8048 * 1 * 1132,3 = 9\ 112\ 750 \text{ рублей.}$$

9 112 750 рублей – это потенциальная емкость рынка. То есть такая сумма может быть выручена всеми парикмахерскими при условии обслуживания всех жителей с. Мельниково.

Объем реализации услуг предприятия неравномерен, так как сфере парикмахерских услуг присуща сезонность.

Прогнозный объем реализации услуг определялся методом анализа конкурентов. Объем услуг, оказываемых конкурентами, выявлялся с помощью получения информации из открытых источников.

Рыночная доля предприятия (услуг проекта) представляет собой отношение планируемого объема услуг (V) в денежном выражении к потенциальной емкости рынка (E) (приложение 4).

$$S = V/E * 100\%, \quad (2)$$

где S – рыночная доля услуг предприятия;

V – планируемый объем услуг предприятия;

E - потенциальная емкость рынка.

Сегментирование – разделение рынка на отдельные потребительские группы, связанные однородными признаками. В том случае, если услуга ориентирована на население (парикмахерские услуги), то сегментирование проводится по следующей схеме:

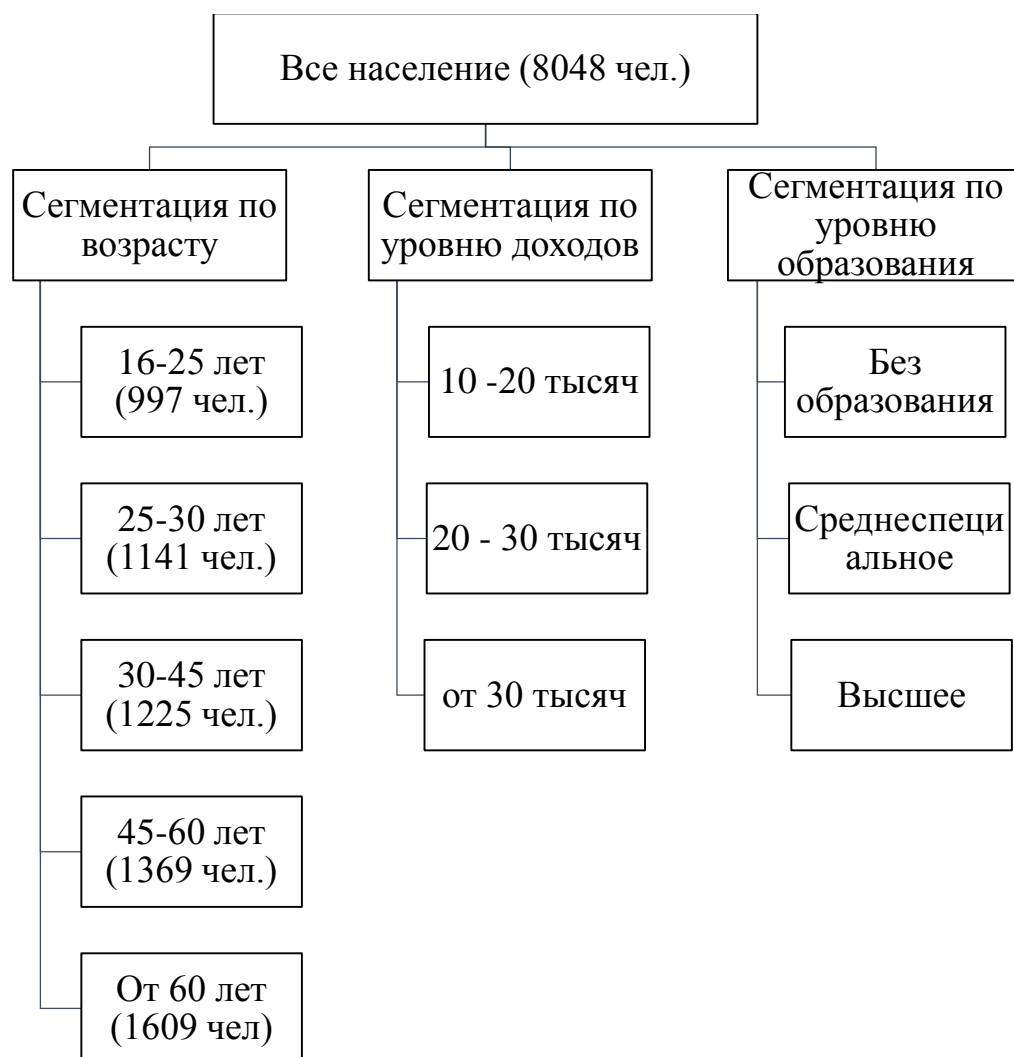


Рисунок 4 – Схема сегментирования

Более подробно о потенциальных потребителях показано в таблице 14.

Таблица 14 – Описание потребительских сегментов

№	Сегмент	Характеристики сегмента
1.	Молодежь (16-25 лет)	Учащиеся, студенты, лица впервые обратившиеся в салоны красоты.
2.	Молодые пары/ Молодожены (25-30 лет)	Лица, желающие обслуживаться в салонах красоты, но, как правило, ограниченные в финансовом плане.
3.	Семейные пары (25-45 лет)	Работающие люди, но имеют ограниченную свободу финансовых действий. В приоритете стоит обеспечение семьи, и только потом уход за своей внешностью.
4.	Лица «в зрелом возрасте» (40-55 лет)	Данная категория людей характеризуется ростом доходов и снижением расходов. Они могут регулярно посещать салоны красоты.
5.	Лица, пенсионного возраста (55 и более лет)	Люди имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность. Салоны красоты посещают редко, в основном женщины.

Сфера услуг, как правило, имеет выраженную сезонность, в связи с чем в таблице 15 приведен, а на рисунке 5 изображен прогноз реализации услуг с учетом сезонных колебаний, а также разработаны меры по снижению негативного влияния сезонных спадов спроса на уровень доходности проекта: поиск партнеров (например, фотографов) для совместных проектов, акции (например, «приведи подругу получи скидку 10 процентов).

Таблица 15 – Колебания спроса (сезонность) в течение года

Период, мес.	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		I кв.			II кв.			III кв.			IV кв.		
Прогноз реализации, %	0	30	60	90	100	100	100	80	30	50	100	100	100

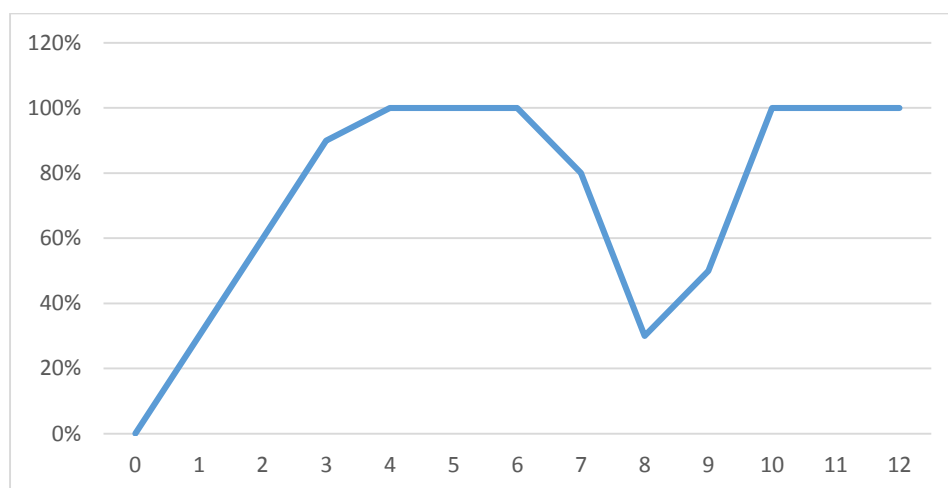


Рисунок 5 – График сезонности

#### 4.2 Конкуренты

Конкурентов разделяют на прямых и косвенных. К прямым конкурентам можно отнести две фирмы: «Имидж» и «Jasmin». К косвенным относятся остальные парикмахерские, в перечень услуг которых включены исключительно женские и мужские стрижки.

Таблица 16 – Сильные и слабые стороны конкурентов

Конкурент	Сильные стороны	Слабые стороны
«Имидж»	Активная реклама в социальных сетях;	Недостаточная квалификация персонала; Действует меньше полугода; Неудобное местоположение.
«Jasmin»	Действует больше 5 лет; Есть постоянные клиенты; Расположена в центре.	Узкая специализация; Не соответствует цена-качество.

### 4.3 Стратегия маркетинга

Стратегия маркетинга предусматривает детальную разработку следующих вопросов:

- формирование имиджа предприятия, услуг;
- каналы распространения услуг;
- ценовая стратегия;
- методы стимулирования продаж.

В первую очередь необходимо разработать фирменный стиль парикмахерской. Одинаковая форма мастеров, визитка, конверты и бланки для писем и сертификатов, логотип - это минимальный набор и первый шаг на пути формирования имиджа и лица фирмы, в котором отражаются ее философия и амбиции. Рядом с рабочим местом каждого мастера должны висеть все его грамоты и сертификаты, это повышает статус не только сотрудника, но и салона.

Стратегия маркетинга должна представлять собой аргументированный и конкретный план завоевания рыночной ниши и конкурентной борьбы. Разработанная стратегия должна обеспечить реализацию планируемого объема продукции. Мероприятия продвижения услуг представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Бюджет продвижения

№	Мероприятия по продвижению услуг	Планируемые затраты, руб.
1.	Реклама в газете	1400
2.	Участие в конкурсах/мероприятиях	3000
3.	Распространение купонов/визиток в местах скопления людей	2600
Итого		7000

Ценовая стратегия создаваемой фирмы: установление цен на уровне конкурентов.

## *5. Технология предоставления услуги*

### *5.1 Месторасположение предприятия*

При открытии салона или парикмахерской необходимо учитывать некоторые условия, для того, чтобы добиться наибольшего успеха:

- дорожное движение. Движение транспорта должно быть упорядоченным, а не представлять собой сплошной поток, в котором трудно затормозить;
- парковка. Она должна быть предусмотрена непосредственно рядом с салоном;
- внешний вид помещения;
- фасадное решение;
- доступность. Отдельный вход с улицы, возможность размещения рекламной вывески на фасаде, рекламных счетов.

Создаваемое предприятие соответствует всем вышеперечисленным требованиям. Студия находится в центре с. Мельниково, на одной из главных его улиц. Рядом располагаются школа, детский сад, торговый центр, гостиница, банк. В этой части проживает (а также работает) большинство потенциальных потребителей.

### *5.2 Прогноз объемов реализации услуг*

Основанием для разработки прогноза реализации услуг являются результаты маркетинговых исследований рынка и потребителей.

Планирование объемов реализации услуг происходит не только исходя из потенциала предприятия, но и с учетом объемов рыночного спроса. Объем реализации услуг представлен в приложении 5.

### *5.3 Технология предоставления услуги*

В студии для оказания услуг будут использовать нижеприведенные условия.

Перед началом работы мастер-парикмахер должен подготовить рабочее место к приему посетителей: разложить инструменты и приспособления,

проверить исправность необходимой для работы аппаратуры, получить чистое белье, парфюмерию и другие материалы.

При всех работах по обслуживанию посетителей в парикмахерских мастер должен применять белье, предохраняющее одежду клиента от попадания на нее применяемых при работе составов, а также остриженных волос. Это пеньюары, полотенца, салфетки.

Одной из важнейших задач администрации и всего обслуживающего персонала парикмахерских является привлечение постоянных посетителей. От этого зависит ритмичность работы предприятия и своевременное выполнение производственного плана. Работа по привлечению постоянных посетителей в парикмахерскую должна вестись в следующих направлениях:

- содержание всех помещений парикмахерской в образцовой чистоте и порядке;
- соблюдение правил техники безопасности, производственной санитарии и личной гигиены;
- культура поведения обслуживающего персонала;
- качественное выполнение всех видов обслуживания посетителей.

Различие волос по своей структуре, а также по степени жирности требует применения различных моющих средств. Существующий в настоящее время арсенал таких средств позволяет парикмахерам использовать их с учетом особенностей волос.

Для мытья головы применяются шампуни и бальзамы. На этикетке каждого флакона указано, для какой кожи предназначен данный шампунь. Выполнение этих указаний должно быть обязательным для каждого парикмахера.

*Женские стрижки бывают двух видов:*

- контрастная: резкий переход от длинных к коротким и на различных участках волосяного покрова головы;
- неконтрастная: плавный переход от длинных к коротким волосам.

Каждый вид стрижки, как женской, так и мужской складывается из отдельных операций по обработке различных участков волосяного покрова головы. В зависимости от конкретной модели при стрижке применяют следующие операции:

- сведение волос на нет (выполняется с помощью машинки для стрижки волос и насадок);
- тушевка – операция, которая отличается плавным переходом от очень коротких к относительно длинным волосам;
- окантовка- операция, в результате которой придается резкая линия, ограничивающая их по всему краю роста волосяного покрова или на отдельных его участках;
- градуировка – необходимая операция для того, чтобы задать линию, согласно которой волосы должны лежать, создавая фасон выбранной стрижки;
- сушка и проверка стрижки в сухом виде.

*Укладка волос осуществляется несколькими способами:*

- без применения бигуди и зажимов (укладка волос холодным способом);
- с применением бигуди и зажимов;
- с применением фена;
- с применением щипцов для горячей завивки.

*Красители для волос*, используемые в настоящее время в парикмахерской практике, условно можно разделить на четыре группы.

К первой группе следует отнести все отбеливающие (обесцвечивающие) вещества, применяемые в парикмахерских.

Ко второй группе относятся краски органического синтеза, которые являются чисто химическими красителями. При взаимодействии с кератином волос эти красители вступают с ним в химическую реакцию, т. е. являются химически активными. Красители второй группы называются окислительными



в силу того, что проявляют способность к окрашиванию только после окисления перекисью водорода.

К третьей группе относятся так называемые подкрашивающие средства, выпускаемые в виде шампуней. Они воздействуют лишь на поверхность волос, не вступая в химическую реакцию с кератином волос, в связи с чем являются химически неактивными.

В четвертую группу входят все кратки естественного происхождения (растительные).

*Прически по характеру построения можно разделить на четыре основных типа.*

Первый тип - обратный. Все волосы прически этого типа зачесываются назад. Это самый распространенный вариант, который подходит одинаково хорошо, как для мужской, так и для женской прически. Прически этого типа могут выполняться как из длинных, так и из коротких волос.

Второй тип - ацентральный (ниспадающий). В прическе этого типа волосы направлены от макушки в разные стороны. Такое направление волос соответствует их естественному росту. Прическа данного типа, так же, как и прическа первого типа, может быть выполнена из волос различной длины и, следовательно, подойдет как для мужчин, так и для женщин. Однако при выполнении этой прически из длинных волос их необходимо спереди укоротить до такой длины, чтобы можно было выполнить челку.

Третий тип - концентрированный. Все волосы этого типа зачесываются вверх к макушке. Но так как вверх зачесываются также волосы с нижней части затылка и с шеи, они должны быть достаточно длинными. Естественно, что этот тип прически может быть использован только для женщин.

Четвертый тип - передний. Все волосы этого типа прически имеют направление вперед, на лоб. Причем желательно, чтобы волосы нижней части затылка и шеи были длинными, так как они непременно должны доставать до участка волос на темени и постепенно переходить в короткую челку.

#### *5.4 Помещения и оборудование*

Студию планируется разместить в арендуемом здании. При поиске подходящей площади были учтены следующие факторы, большей частью определенные санитарными нормами:

1. Размер минимальной площади на первое рабочее место – 14 квадратных метров, на каждое последующее место – по 7 квадратных метров;
2. В парикмахерской обязательно наличие следующих помещений (зон) – парикмахерский зал (мужской и/или женский), зона ожидания, помещение для персонала, складское помещение;
3. Наличие отдельного входа;
4. Парикмахерская не имеет права находиться в подвальном либо в полуподвальном помещении;
5. Обязательно наличие водопровода (горячей и холодной воды) и канализации. При этом должна быть организована подводка воды в рабочий зал;
6. На каждое парикмахерское место должно приходиться не менее 40 люксов. При этом освещение должно быть смешанным – естественным и искусственным;
7. Должна быть оборудована принудительно-вытяжная вентиляция и кондиционирование рабочих мест;

Еще один важный этап организации предприятия – это обустройство рабочих мест. При открытии студии на 4 рабочих места (мастер по маникюру свое рабочее место обустраивает самостоятельно) потребуется следующий комплект технического оборудования:

- четыре вращающиеся кресла;
- четыре парикмахерские стойки с зеркалом и полками для инструментов;
- две передвижные тележки для инструментов и вспомогательных материалов;
- одна мойка для волос;

- электронагреватель воды;
- стерилизатор ультрафиолетового излучения.

Еще один важный момент, определенный санитарными правилами и нормами – это наличие на каждого мастера в смену не менее 3 комплектов одежды и 10 комплектов для посетителей, состоящих из: 2 полотенец 1 пеньюара и 1 салфетки.

Потребность в оборудовании для организации бизнеса приведена в приложении 6. Выбранное оборудование достаточно современное, отвечает требованиям и предпочтениям потребителей, а также прекрасно вписывается в интерьер.

#### *5.5 Потребность в энергоресурсах, водоснабжении.*

Услуги в сфере бытового обслуживания населения связаны с потреблением электроэнергии, воды, поэтому в этом разделе бизнес-плана определяются и описываются требования к коммунальной инфраструктуре:

1. Организации коммунально-бытового назначения, оказывающие парикмахерские и косметические услуги, должны быть оборудованы системами централизованного водоснабжения, в том числе горячего, и канализации;

2. Качество используемой воды должно соответствовать гигиеническим требованиям к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения;

3. При отсутствии в населенном пункте централизованных систем водоснабжения и канализации организации коммунально-бытового назначения, оказывающие парикмахерские и косметические услуги, оборудуются автономными системами.

4. При отсутствии централизованного горячего водоснабжения допускается установка проточных водонагревательных устройств с подключением к системе холодного водоснабжения. Использование непроточных нагревателей допускается только в качестве резервного источника водоснабжения.

5. Все производственные и санитарно-бытовые помещения оборудуются стационарными санитарно-техническими приборами.

В арендуемом здании централизованное отопление, водоснабжение. В летний период необходимо использовать водонагреватель.

#### *5.6 Сертификация предприятия*

Порядок документального оформления работы парикмахерской несложен:

1. регистрация ИП или ООО.
2. получение сертификата.
3. разрешение Роспотребнадзора.
4. разрешение государственного пожарного надзора;

Процедура сертификационной проверки специальной инспекционной комиссией состоит из:

- оценки квалификации рабочего персонала;
- оценки соответствия оборудования рабочих мест;
- соответствия рабочего инструмента, используемых косметических средств, и других вспомогательных материалов.

В настоящее время санитарно-эпидемиологическая экспертиза предприятия и предоставляемых услуг осуществляется территориальными управлениями (оформление заключений) и Центрами гигиены и эпидемиологии (проведение испытаний) Роспотребнадзора России.

#### *5.7 Кадровое обеспечение*

Параллельно с работой по оформлению документов проводится поиск и набор персонала. Основным критерий для приема в штат организации – наличие профессиональных навыков, подтвержденных дипломом либо свидетельством о соответствующей подготовке.

Штат состоит как из опытных специалистов, так и молодых парикмахеров. Первые имеют солидный опыт работы, позволяющий обслуживать клиентов быстро и качественно, вторые – стараются использовать в работе новые технологии, и следят за модными новинками в сфере

парикмахерского искусства. Сочетание «нового и старого» скажется на работе парикмахерской только положительно.

Оплата труда парикмахеров состоит из оклада (10 000 рублей) и 5 процентов от оборота салона за месяц. Кадровое обеспечение показано в приложении 7.

С мастерами будут заключены договоры на определенный срок, так как существует сложившаяся устойчивая тенденция ухода парикмахеров после того, как они приобретут некоторый опыт. Также в контракт включен пункт об обязательном ежегодном повышении квалификации.

Схему работы парикмахеров необходимо оговорить непосредственно с ними. Для удобства можно предложить несколько вариантов:

- смена 10 часов – «день через день»;
- смена 6 часов – «утро-вечер»;
- смена 10 часов – «2 дня через 2».

### *5.8 Экология проекта*

Руководство студии несет полную ответственность за загрязнение данного предприятия окружающей среды и обязуется выполнять следующие требования:

- Производственные отходы должны храниться в специальных, плотно закрытых мусороприемниках;
- Остриженные волосы должны собираться в закрытые емкости, которые устанавливаются в подсобном помещении.

## *6. Организационный план*

### *6.1 График реализации проекта*

Реализация проекта начинается непосредственно после принятия бизнес-плана заказчиком или после получения заемных средств. Основные этапы проекта и сроки их исполнения отображены в таблице 18.

Таблица 18 – Этапы реализации проекта

Этапы реализации	Сроки их выполнения	Условия для их выполнения
Заключение инвестиционного договора на получение кредитных средств	10 дней	Наличие нужного пакета документов
Получение кредитных средств	5 дней	Наличие нужного пакета документов
Поиск помещения и заключение арендного договора	5 дней	
Регистрация бизнеса, внесение в реестр, постановка на учет в соответствующих органах	10 дней	Наличие нужного пакета документов
Поиск и наем персонала	14 дней	
Получение необходимых разрешений	5 дней	Наличие арендного договора и личных медицинских книжек персонала
Закупка и установка оборудование	5 дней	Получение кредитных средств
Проведение маркетинговой кампании	1-24 месяца	

### *6.2 План привлечения инвестиций*

Стоимость реализации проекта составляет около 360 000 рублей.

Источники финансирования: конкурс начинающих предпринимателей «Первый шаг», собственные средства.

Направления расходования средств: покупка оборудования, расходных материалов, ремонт помещения, арендная плата.

### *6.3 График вложения инвестиций*

Реализация проекта возможна только при получении субсидии от конкурса начинающих предпринимателей «Первый шаг». По условиям конкурса, комиссия подводит итоги не позднее 20 декабря текущего календарного года, и организатор конкурса обеспечивает заключение с победителями договоров о предоставлении субсидии. Из этого следует, что реализация проекта начнется в марте 2017 года.

Таблица 19 – График вложения инвестиций

Наименование этапа	Январь	Февраль
Поиск помещения и заключение арендного договора	42000	
Регистрация бизнеса, внесение в реестр, постановка на учет в соответствующих органах	3300	
Закупка и установка оборудования, ремонт помещения		320283
Проведение маркетинговой кампании		7000

## *7. Финансовый план*

### *7.1 Макроэкономическое окружение проекта*

Главная задача анализа макросреды – дать общее представление о положительных или отрицательных тенденциях во внешней среде.

Политико-правовая среда. Внутренний рынок и деятельность организации постоянно находятся под влияние политических событий и решений, и руководство организации должно следить за принимаемыми решениями и законами не только федерального правительства, но и местных органов власти, на территории которых функционирует предприятие.

Экономическая среда. Помимо самих людей, для рынков важна еще и покупательная способность. Общий уровень покупательной способности зависит от уровня текущих доходов, цен, сбережений и доступности кредита. На покупательной способности сказываются экономические спады, высокий уровень безработицы, растущая стоимость получения кредитов. Экономическая среда оказывает большое влияние на деятельность «IK Makeup & Hair Studio». К важнейшим экономическим факторам, оказывающим как позитивные, так и негативные последствия на деятельность организации, относятся следующие:

1. Инфляция. Несмотря на существенное снижение темпа инфляции в этом году, все же наблюдается небольшой рост цен. При этом существующая инфляция приводит к обесцениванию существующих запасов сырья, к обесцениванию денежных средств, возмещающих затраты предприятия. Таким

образом, инфляция может представлять серьезную угрозу для достижения целей организации.

2. Налоговая ставка. Для индивидуальных предпринимателей применяется единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности, поэтому изменение налоговых ставок приведет либо к положительному, либо отрицательному влиянию на деятельность организации.

3. Таможенные тарифы. Поскольку студия приобретает сырье и материалы и все оборудование российских партнеров, то таможенные тарифы не оказывают непосредственное влияние на цену продукции и в конечном итоге на прибыль.

Социально-культурная среда. К социальным факторам, которые могут в дальнейшем повлиять на деятельность «IK Makeup & Hair Studio», относится средний уровень заработной платы в отрасли и усиливающееся внимание потребителей среднего и высшего класса к своему внешнему виду, что способствует увеличению объемов продаж фирмы.

Факторы научно-технического прогресса. Научно-техническая среда оказывает некоторое влияние на деятельность «IK Makeup & Hair Studio». Например, создание нового оборудования, может уменьшить нагрузку на сотрудников компании, и тем самым повысить производительность труда.

Макросреда оказывает значительное влияние на деятельность «IK Makeup & Hair Studio». Поэтому руководству нужно тщательно изучать эти факторы и учитывать их влияния при принятии каких-либо решений, связанных с деятельностью предприятия.

### *7.2 Налоговое окружение проекта*

Существует четыре режима налогообложения предприятий малого и среднего бизнеса:

- общий (стандартный) режим налогообложения;
- упрощенная система налогообложения (УСН);
- единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН);



– единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности.

Единый налог на вмененный доход – обязательный режим налогообложения для тех предприятий, которые осуществляют вид деятельности, отнесенный к установленному законом перечню, в том числе оказание бытовых услуг.

Налоговой базой для исчисления суммы ЕНВД признается величина вмененного дохода.

При расчете налоговой базы используются следующая формула:

$$\text{ВД} = (\text{БД} * (\text{N1} + \text{N2} + \text{N3}) * \text{K1} * \text{K2}), \quad (3)$$

где: ВД – величина вмененного дохода;

БД – значение базовой доходности в месяц по определенному виду предпринимательской деятельности;

N1, N2, N3 – физические показатели, характеризующие данный вид деятельности, в каждом месяце налогового периода;

K1, K2 – корректирующие коэффициенты базовой доходности.

$$\text{ВД} = (7500 * 4 * 2,083 * 0,54) = 33744,6 \text{ рублей.}$$

Если в течении квартала величина физического показателя меняется, плательщик ЕНВД учитывает это изменение с начала того месяца, в котором оно произошло. Определив размер вмененного дохода, организация (предприниматель) умножает его на ставку единого налога. Она равна 15 процентам [14].

$$\text{ЕН} = \text{ВД} * 15\%, \quad (4)$$

где: ВН – вмененный доход за налоговый период;

ЕН – сумма единого налога.

$$\text{ЕН} = 33744,6 * 0,15 = 5062$$

### 7.3 Смета затрат на реализацию проекта

Смета затрат на реализацию проекта включает полный перечень капитальных затрат на приобретение земельных участков, зданий, офисных помещений, подключение к объектам коммунальной инфраструктуры (подключение к линиям электропередач, подвод воды, газа), приобретение оборудования, офисной мебели, транспортных средств. В смету затрат не включаются текущие затраты на обеспечение деятельности предприятия.

В смете затрат на реализацию проекта представляются только капитальные затраты, имеющие инвестиционный характер.

Все капитальные затраты рекомендуется группировать по следующим основным видам:

- Организационные расходы;
- Проектно-изыскательские работы;
- Приобретение земельных участков и объектов природопользования;
- Строительство, приобретение, реконструкция и ремонт зданий;
- Приобретение оборудования (включая монтаж и доставку);
- Приобретение транспортных средств;
- Приобретение офисной техники и мебели.

Таблица 20 – Затраты на реализацию проекта

№	Наименование	Источник финансирования	Сумма, руб.
1.	Организационные расходы	Собственные средства	
1.1	Государственная регистрация	Собственные средства	800
1.2	Изготовление печати	Собственные средства	1000
1.3	Услуги нотариуса	Собственные средства	1500
2.	Оборудование	Привлеченные средства	320283
3.	Ремонт помещения	Привлеченные средства	39600
	Итого		36483

#### 7.4 Потребность в оборотном капитале

Бизнес-проекты, реализуемые в сфере услуг, как правило, не требуют значительных финансовых вложений в формирование оборотного капитала, так как длительность оказания услуги составляет от получаса до нескольких дней, а расчет за оказанные услуги производится сразу. В связи с вышеизложенным, размер оборотных средств для проектов в сфере услуг нормируется обычно исходя из специфики бизнеса в размере месячной (недельной) потребности предприятия в расходных материалах.

Среднесуточную потребность предприятия в финансовых средствах на обеспечение деятельности можно рассчитать по формуле:

$$\text{Соб. сут} = \frac{\text{С}_{\text{год}}}{\text{T}_{\text{год}}}, \quad (5)$$

где С об. сут. – суточная потребность в оборотных средствах;

С год – годовые затраты предприятия;

T год.- количество рабочих дней в году.

Ежемесячные обязательные затраты (в рублях):

- Коммунальные расходы – 3 000 в месяц или 36 000 в год;
- Расходные материалы – 25 000 в месяц или 300 000 в год;
- Непредвиденные расходы – 5 000 в месяц или 60 000 в год;
- Арендная плата- 42 000 в месяц или 504 000 в год.

$$\text{Соб. сут} = \frac{900000}{258} = 3488 \text{ рублей.}$$

Общая потребность в оборотных средствах рассчитывается посредством умножения длительности оборота денежных средств на среднесуточную потребность в оборотных средствах.

$$\text{С об} = 3\,488 * 7 = 24\,416 \text{ рублей.}$$

Общая потребность в инвестициях на реализацию проекта складывается из объема капитальных вложений и потребности в оборотных средствах на обеспечение деятельности.

$$\text{Инвестиции} = \text{Скап} + \text{Соб}, \quad (6)$$

где: Скап.- потребность в инвестициях на создание основных фондов;

Соб.- оборотные средства на обеспечение деятельности.

Инвестиции=364 083+24 416=388 499 рублей.

### *7.5 Затраты предприятия*

В целом, все виды затрат могут быть разделены на две основные категории: постоянные (условно-постоянные) и переменные (условно-переменные).

#### *7.5.1 Переменные затраты*

Переменные (условно-переменные) затраты – это расходы, которые изменяются в прямой пропорции в соответствии с увеличением или уменьшением объемов предоставления услуг.

К переменным затратам относятся затраты на расходные материалы, комплектующие, электроэнергию и воду, расходуемые в процессе основной деятельности, транспортные расходы, заработная плата основного персонала, отчисления во внебюджетные фонды с переменной заработной платы, налоги, начисляемые на финансовые результаты предприятия. Переменные затраты предприятия указаны в приложении 8.

#### *7.5.2 Постоянные затраты*

Постоянные (условно-постоянные) затраты не зависят от объемов предоставленных услуг. К постоянным затратам относятся: аренда помещений, коммунальные услуги, канцелярские и хозяйственные расходы, заработная плата административно-управленческого персонала с отчислениями во внебюджетные фонды, постоянные налоги (на имущество, единый налог на вмененный налог). Постоянные затраты предприятия отражены в приложении 9.

Условно-переменными и условно-постоянными затраты называют потому, что некоторые расходы в определенных ситуациях могут переходить из одной категории в другую. Например, электроэнергия, которая расходуется на работу оборудования, относится к переменным затратам, чем больше работает оборудование, тем больше произведено продукции, но электроэнергия на

освещение офиса относится к постоянным расходам, так как ее расход не связан с объемом произведенной продукции.

#### *7.6 Штатное расписание и заработная плата*

Фонд оплаты труда административно-управленческого персонала относится к категории «постоянные затраты», а сдельная заработная плата основного персонала относится к категории «переменные затраты».

В «Отчете о прибылях и убытках» в первые месяцы реализации проекта фонд оплаты труда основного персонала рассчитывается пропорционально объемам оказания услуг. Зарботная плата сотрудников отражена в приложении 10.

#### *7.7 Прогноз финансовых результатов*

Отчет о прибылях и убытках представляет собой сводные показатели доходов и расходов предприятия, расчет прибыли за определенный временной период, по факту их возникновения, без учета фактического поступления денежных средств.

В отчет о прибылях и убытках включаются только расходы по операционной деятельности и не включаются инвестиционные затраты (на приобретение зданий, сооружений, оборудования, прочие затраты капитального характера на создание бизнеса). Отчет о прибылях и убытках представлен в приложении 11.

Отчет о движении денежных средств (Cash Flow), в отличие от предыдущего отчета, показывает фактическое поступление и расходование денежных средств, по принципу «приход в кассу», «выплаты из кассы». Cash Flow учитывает движение средств по всем видам финансовой деятельности: операционной, инвестиционной, финансовой. Отчет о движении денежных средств представлен в приложении 12.

## 8. Оценка эффективности проекта

### Чистый доход (NV).

Чистым доходом Net Value (NV) называется накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Этот показатель рассчитывается по формуле:

$$NV = \sum_1^n F_n = F_1 + F_2 + \dots + F_n, \quad (7)$$

где F – сальдо денежного потока за определенный период;

$$NV = 27031 + 124324 + 228116 + 260547 + 260547 + 273547 + 195685 + 33531 + 98393 + 260547 + 260547 + 260547 = 2283363 \text{ рублей.}$$

### Средняя норма прибыли (ARR)

Средняя норма прибыли представляет собой отношение средней прибыли за период к сумме инвестиций [15].

$$ARR = APr / I_0 * 100\%, \quad (8)$$

где APr – средняя прибыль за рассматриваемый период;

I<sub>0</sub> – первоначальные инвестиции.

$$ARR = 185180 / 363183 * 100\% = 51,02\%.$$

### Срок окупаемости инвестиций (PP)

Сроком окупаемости называется период, по истечении которого накопленный денежный поток становится равным сумме вложенных инвестиций.

Срок окупаемости инвестиций может исчисляться от начала осуществления инвестиций, либо от момента ввода в эксплуатацию основных фондов создаваемого предприятия.

Срок окупаемости инвестиций целесообразно определять графически.

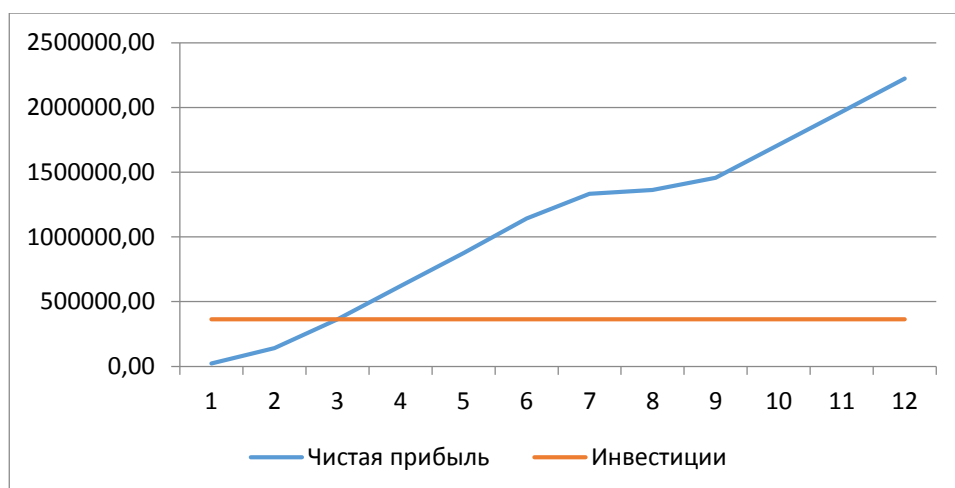


Рисунок 6 – Срок окупаемости инвестиций

Из рисунка 6 видно, что первоначальные инвестиции окупятся через 3 месяца.

#### 9. Анализ рисков реализации проекта и механизм их снижения

Описание рисков подразумевает их выявление и группировку по направлениям деятельности и степени возможного ущерба.

Таблица 22 – План управления рисками

№	Содержание риска	Возможные потери	Меры предупреждения и снижения риска
<b>Маркетинговые риски</b>			
	Недостаточный спрос на услуги	Потеря платежеспособности предприятия	Проведение маркетинговой политики; грамотная кадровая политика, направленная на привлечение высокопрофессиональных специалистов.
	Низкое качество услуг	Потеря клиентов	Повышение квалификации сотрудников
<b>Обстоятельства непреодолимой силы</b>			
	Гибель имущества от пожара	Потеря оборудования, мебели	Установление противопожарных датчиков, соблюдение правил пожарной безопасности

Для проектов, реализуемых в сфере услуг основные риски, как правило, находятся в сфере маркетинговой деятельности, и связаны с недостаточным спросом на услуги и их низким качеством.

### **3.3 Подготовка документов для участия в программе поддержки малого бизнеса**

Для участия в конкурсе необходимо направить в конкурсную комиссию заявку, содержащую следующие документы:

1. Заявление на участие в конкурсе (приложение 13).
2. Описание предпринимательского проекта (приложение 14).
3. Документы, подтверждающие полномочия руководителя - заявителя (индивидуального предпринимателя).
4. Согласие на обработку персональных данных (приложение 15).
5. Резюме предпринимательского проекта (приложение 16).
6. Финансово-экономические показатели проекта (приложение 17).
7. Справка-расчет (приложение 18).

Документы, выданные соответствующим уполномоченным органом, подтверждающие соответствие заявителя одному из критериев конкурса начинающих предпринимателей «Первый шаг»:

1. Копии документов, подтверждающих прохождение индивидуальным предпринимателем юридического лица краткосрочного обучения или копия диплома о высшем экономическом или юридическом образовании;
2. Справка о размере средней заработной платы;
3. Копия трудового договора с руководителем юридического лица;
4. Справка об отсутствии неурегулированной просроченной задолженности по заработной плате;
5. Копии трудовых договоров с работниками и заверенная копия отчета по форме РСВ-1 ПФР в Управление пенсионного фонда РФ в г. Томске за последний отчетный квартал;
6. Копии документов, подтверждающих вложение собственных средств, не подлежащих возмещению за счет субсидии (при наличии);



7. Копии документов, подтверждающих предпринимательские затраты заявителя на сумму запрашиваемой субсидии (не более 500 000 рублей).

В случае выявления в представленных в составе заявки документах противоречивых сведений, организатор конкурса запрашивает у заявителя, а также в государственных органах, органах местного самоуправления, организациях дополнительные сведения, документы, подтверждающие достоверность информации, содержащейся в заявке.

Выводы по третьей главе:

Несмотря на созданные жесткие условия для существования на рынке, парикмахерская является высокоприбыльным заведением, имеющим большие перспективы при организации грамотного управления. Количество людей, желающих выглядеть красиво, стильно, и опрятно, не уменьшается. Бизнес-план парикмахерской является обязательным условием для реализации идеи. При условии инвестирования в проект необходимых средств, реализация данного бизнес-плана не является сложной. Окупаемость проекта в течение 4 месяцев подтверждена проведенным в описании проекта анализом. Следовательно, финансовые вложения в реализацию проекта вполне оправданы.

Также несмотря на внешнюю привлекательность и красоту, бизнес на салоне красоты очень трудоемкое и хлопотное дело. Вместе с тем при раскрутке и полноценном становлении он может стать стабильным источником прибыли.

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>
3А2А	Казиной Инессе Олеговне

<b>Институт</b>	<i>ИСГТ</i>	<b>Кафедра</b>	<i>Менеджмента</i>
<b>Уровень образования</b>	<i>Бакалавриат</i>	<b>Направление/специальность</b>	<i>38.03.02 менеджмент</i>

<b>Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»</b>	
<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения)</li> <li>- опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы)</li> <li>- негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу)</li> <li>- чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера)</li> </ul>	<p>Провести анализ эффективности программ КСО на предприятии</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>ГОСТы для производимой продукции Трудовой Кодекс Положения об охране труда</p>
<b>Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке</b>	
<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности;</li> <li>- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>- системы социальных гарантий организации;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<p>Провести анализ внутренней социальной ответственности компании. Проанализировать мероприятия, направленные на безопасность труда, условия работы.</p>
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды;</li> <li>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> <li>- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров);</li> <li>- готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.</li> </ul>	<p>Провести анализ внешней социальной ответственности компании. Проанализировать мероприятия, направленные на содействие окружающей среде.</p>

<b>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</b>	
---	--

Задание выдал консультант:

<b>Должность</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, звание</b>	<b>Подпись</b>	<b>Дата</b>
Старший преподаватель	Громова Татьяна Викторовна			

Задание принял к исполнению студент:

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>	<b>Подпись</b>	<b>Дата</b>
3А2А	Казина Инесса Олеговна		

## 4 Социальная ответственность

Социальная ответственность фирмы — максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают как участников бизнеса, так и общество в целом.

Социальная ответственность отличается от юридической и рассматривается как добровольный отклик организации на социальные проблемы своих работников, жителей города, края, страны, мира.

Социальная ответственность бизнеса — концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта/услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом.

Социальная ответственность бизнеса:

- нацеленность бизнеса на устойчивое развитие;
- комплекс направлений политики и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды.

Корпоративная социальная ответственность — инструмент, с помощью которого возможно оказывать влияние на общество, обеспечивая устойчивое развитие.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса — это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума [19].

*Определение целей и задач КСО для «IK Makeup & Hair Studio».*

Данное предприятие еще не функционирует, поэтому мы рассмотрели традиционную модель создания и внедрения целей КСО в деятельность организации «IK Makeup & Hair Studio».

Таблица 23 – Цели КСО на предприятии

Миссия компании	Предоставление качественных услуг широкого спектра в сфере красоты и обеспечение индивидуального подхода к каждому гостю.	Цели КСО: Развитие и поддержка персонала; Охрана здоровья и безопасные условия труда;
Стратегия компании	В финансах – повышение прибыли на вложенный капитал. В работе с гостями – предвосхищение ожиданий гостей и удовлетворение их потребностей на уровне стандартов обслуживания. В бизнес-процессах – стандартизация бизнес-процессов, контроль исполнения и оценка их эффективности. В ресурсах – эффективное использование. В корпоративной среде – клиентоориентированность и развитие.	Природоохранная деятельность и ресурсосбережение; Развитие добросовестной деловой практики.

Таким образом, цели КСО могут способствовать реализации стратегии компании. Так, развитие и поддержка персонала поможет привлечению новых клиентов. Охрана здоровья и обеспечение безопасности труда будет способствовать укреплению позиций организации. Она сможет зарекомендовать себя как надежную и способную к развитию организацию.

#### *Определение стейкхолдеров программы КСО.*

Стейкхолдерами, или заинтересованными лицами называется любое сообщество внутри организации, или вне ее, предъявляющее определенные требования к результатам деятельности организации и характеризующееся определенной скоростью реакции.

В основе взаимодействия предприятия со стейкхолдерами лежат три основных принципа:

1. Существование- организация должна знать, кто ее заинтересованные стороны, а также какие ее интересы и какие интересы заинтересованных сторон являются для нее значимыми.
2. Реагирование- организация должна последовательно реагировать на существенные вопросы, стоящие перед заинтересованными сторонами.

3. Полнота- от организации требуется понимать опасения заинтересованных сторон, а именно понимать их взгляды, потребности и ожидаемые результаты деятельности, а также их мнения по значимых для них вопросам.

Инициатором взаимодействия должна выступать компания. Дальнейший процесс взаимодействия включает такие этапы:

- выработка стратегии, позволяющей определить содержание, цели и области взаимодействия;
- определение самых эффективных способов взаимодействия;
- разработка методики определения заинтересованных сторон;
- разработка плана и графика взаимодействия со стейкхолдерами;
- составление карты и схемы взаимодействия, позволяющие повысить результативность организации;
- определение потребности стейкхолдеров увеличивать возможности по взаимодействию с компанией [20].

Чтобы выстроить эффективные взаимоотношения со стейкхолдерами, создаваемая компания обязуется:

1. Использовать знания, полученные при взаимодействии со стейкхолдерами, для принятия стратегических решений компании.
2. Разработать процедуры и механизмы измерения и оценки качества взаимодействия со стейкхолдерами.
3. Оценивать и видоизменять карту стейкхолдеров, корректировать стратегию взаимодействия при поступлении новой информации.

Таблица 24 – Определение стейкхолдеров программы КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1.	Развитие и поддержка персонала;	Работники компании, население
2.	Охрана здоровья и безопасные условия труда;	Работники компании
3.	Природоохранная деятельность и ресурсосбережение;	Местное население, местные организации и общества
4.	Развитие добросовестной деловой практики.	Деловые партнеры

В таблице определены основные стейкхолдеры, деятельность которых оказывает непосредственное влияние на организацию.

Следующим этапом разработки программы корпоративной социальной ответственности бизнеса является определение элементов программы КСО.

Таблица 25 – Определение элементов программы КСО

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Деловые партнеры	Социальные инвестиции	Привлечение инвестиционного капитала; Достижение стабильности и устойчивости компании.
Население	Социально-значимый маркетинг	Улучшение имиджа и репутация компании; получение налоговых льгот.
Работники компании	Корпоративное волонтерство	Развитие собственного персонала позволит не только избежать текучести кадров, но и привлечь новых клиентов.

#### *Затраты на программы КСО.*

Затраты на программы КСО могут определяться по остаточному принципу и расходоваться в зависимости от их наличия, а могут стать частью ежемесячных, поквартальных отчислений. В создаваемой компании используется второй вариант отчислений. Подготовка кадров-повышение квалификации будет выполняться один раз в квартал. Затраты на социальные программы вне организации, на охрану окружающей среды- один раз в год. Охрана труда и техника безопасности- один раз в месяц. Бюджет КСО на мероприятия отражен в таблице 26.

Таблица 26 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятия	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1.	Обучение персонала	Рубль на 1 человека	15000	30000 (два раза в год)
2.	Обеспечение безопасных условий труда	Рубль	25 000	25000/год
3.	Природоохранная деятельность и ресурсосбережение;	Рубль	5000	20000 (один раз в квартал)
4.	Финансирование массовых городских мероприятий	Рубль	5000	15000(три раза в год)
Итого				90000

Обоснования выделенного бюджета:

1. Обеспечение безопасных условий труда. Для защиты одежды от красящих средств будет приобретена специальная одежда. Также сотрудникам в свободном доступе будут предоставлены респираторы во избежание вдыхания токсичных паров.

2. Обучение и мотивация персонала. Т.к. в данной организации работает 5 человек, то им понадобится повышение квалификации минимум два раза в год, для того чтобы отвечать запросам и требованиям потребителей.

3. Финансирование и поддержка программ в сфере культуры. Например, участие в организации дня села, в ежегодном параде невест. Данные мероприятия послужат хорошей рекламой организации.

#### *Ожидаемая эффективность программ КСО*

Оценка эффективности КСО-деятельности безусловно имеет важное значение для компании, которой уже на этапе планирования хотели бы видеть желаемые результаты своей деятельности.

Таблица 27 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Мероприятия	Затраты	Эффект для предприятия	Эффект для общества
1.	Обучение персонала	30 000	Повышение квалификации персонала	Высокое качество получаемых услуг
2.	Обеспечение безопасных условий труда	25000	Повышение морального духа персонала	Улучшение здоровья людей
3.	Природоохранная деятельность и ресурсосбережение;	5000	Улучшение имиджа организации	Улучшение экологической обстановки в регионе
4.	Финансирование массовых городских мероприятий	5000	Повышение узнаваемости услуг	Локальный эффект

Затраты на охрану труда и на работу с персоналом, охрана окружающей среды являются обязательными, несмотря на высокую стоимость.

Затраты на финансирование городских мероприятий могут выполняться по усмотрению руководства, т.к. соотношение затраты на мероприятие – эффект для компании – эффект для общества не принесет желаемого эффекта, а также неясен сам эффект для общества от данного мероприятия.



Предприятие определяет заинтересованные стороны как лица, на которые может оказать существенное влияние деятельность Компании, и лица, которые могут повлиять на способность Компании успешно реализовывать стратегию и достигать поставленных целей.

Группы заинтересованных сторон были определены на основании их важности для компании и регулярности взаимодействия с ними, а также посредством проведения сравнительного анализа нефинансовой отчетности международных и российских компаний электротехнической отрасли, результаты которого были рассмотрены менеджментом компании.

Понимание ожиданий заинтересованных сторон и принятие мер, направленных на их удовлетворение, являются важными составляющими деятельности Компании по повышению эффективности бизнеса и его устойчивости.

При взаимодействии с заинтересованными сторонами компания придерживается принципа открытости, предоставляя полную и достоверную информацию о своей деятельности и используя различные формы и методы информирования и обратной связи, а также наиболее эффективные средства коммуникаций. Среди основных каналов коммуникации используются следующие: СМИ, интернет-сайт, социальные сети, годовые отчеты, отчеты о корпоративной социальной ответственности и др.

## **Заключение**

В соответствии с темой, целью, объектом и предметом исследования в работе были сформулированы задачи, решая которые необходимо было:

- рассмотреть понятие малого бизнеса;
- изучить влияние малого бизнеса на экономику в зарубежных странах;
- рассмотреть место малого бизнеса в экономике России;
- исследовать государственную политику поддержки малого бизнеса в России;
- провести анализ развития малого бизнеса в Томской области;
- изучить программы поддержки малого бизнеса в Томской области;
- провести маркетинговые исследования рынка;
- реализовать разработку бизнес-плана;
- провести подготовку документов для участия в программе поддержки малого бизнеса;

Поддержка малого бизнеса может привести к важным изменениям в разных сферах, в частности:

- Содействие развитию производства путем привлечения личных средств населения;
- Формирование социального слоя собственников, владельцев компаний;
- Создание дополнительных рабочих мест;
- Содействие деятельности крупных предприятий.

Также в работе была проанализирована возможность участия в программе поддержки малого бизнеса в Томской области. Был проведен анализ отрасли, который позволил выявить состояние рынка услуг, уровень конкуренции. Таким образом, было проведено технико-экономическое обоснование инвестиционного проекта по оказанию услуг населению.

### **Список публикаций студента**

1. Казина И.О. Применение IT-технологий в малом и среднем бизнесе // Сборник научных трудов II Международной конференции «Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине», Томск, 19-22 Мая 2015. - Томск: Томское университетское издательство, 2015 - Т. 100 - С. 135-136

### Список используемых источников

1. Яковлев Г. А. Организация предпринимательской деятельности – М: РДЛ, 2006.
2. Арустамов Э. А. Основы бизнеса. - Москва : Дашков и К, 2015. - стр. 230.
3. Валигурийский Д. И. Организация предпринимательской деятельности. - Москва : 2009. - стр. 387.
4. Поляк Г. Б. Предпринимательство . - Москва : 2009 г.. - стр. 88.
5. Дацко С. Н. Предпринимательство в России. - Москва : Финансы и статистика, 2005. - стр. 352.
6. Девлетов О. У. История отечественного предпринимательства: Директ-Медиа, 2015. - стр. 343.
7. Дьякова Ю. Б. Зарубежный опыт развития малого бизнеса. - Минск : Белорусский государственный экономический университет, 2013.
8. Ерохин В. Л. Международное предпринимательство. - Москва : Финансы и статистика, 2008. - стр. 392.
9. Лапуста М. Г. Поршнева А. Г., Старостин Ю. Л., Скамай Л. Г., Предпринимательство. - Москва : Инфра-М, 2007.
10. Могильницкая Г. О. Маркетинг. - Томск : Томский политехнический университет, 1999. - стр. 123.
11. Официальный сайт Малого бизнеса Томской области [Электронный ресурс] // URL: <http://mb.tomsk.ru/>
12. Официальный сайт Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс] URL://<http://corpmsp.ru/>.
13. Росстат Малое и среднее предпринимательство . - Москва : 2015.
14. Росстат Статистический ежегодник . - Москва : [б.н.], 2015. - стр. 36.
15. Смоляк С.Р. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. -Москва: Дело, 2008
16. Тиньков О. В. Как стать бизнесменом-Москва :Альпина-Паблишер, 2016
17. Федеральный Закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

18. Шевченко И.Г. организация предпринимательской деятельности - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. 92 с.
19. Шимширт Н. Д. Стратегия и тактика управления бизнеса в условиях конкуренции Томск 2005.
20. Шестопап Ю.Т., Дорофеев В.Д. Конкурентные позиции бизнеса – М.: ИНФРА-М, 2003. – 261с.

**Приложение А**  
**Опись документов заявки**

№ п/п	Название документа	Номер страницы
1	Заявление на участие в конкурсе	
2	Документы, подтверждающие полномочия руководителя юридического лица - заявителя (индивидуального предпринимателя) и/или представителя заявителя, действующего в силу полномочий, основанных на доверенности или иных законных основаниях	
3	Согласие на обработку персональных данных	
4	Описание предпринимательского проекта	
5	Резюме предпринимательского проекта	
6	Финансово-экономические показатели проекта	
7	Справка-расчет	
8	Документы, выданные соответствующим уполномоченным органом, подтверждающие соответствие заявителя одному из критериев, установленных подпунктом 13 пункта 6.1 Положения о проведении конкурса начинающих предпринимателей «Томск. Первый шаг»:	
9	Копии документов, подтверждающих прохождение индивидуальным предпринимателем или учредителем (ями) юридического лица краткосрочного обучения или копия диплома о высшем юридическом и (или) экономическом образовании (профильной переподготовке)	
10	Справка о размере средней заработной платы	
11	Копия трудового договора с руководителем юридического лица (для юридических лиц)	
12	Копии трудовых договоров с работниками и заверенная копия отчета по форме РСВ-1 ПФР в Управление пенсионного фонда РФ в г. Томске за последний отчетный квартал (с приложением документов, подтверждающих факт сдачи данной отчетности)	
13	Справка об отсутствии неурегулированной просроченной задолженности по заработной плате	
14	Копии документов, подтверждающих предпринимательские затраты заявителя на сумму запрашиваемой субсидии (не более 500 000 рублей), оформленные в соответствии с требованиями пунктов 9.2 - 9.6 Положения о проведении конкурса начинающих предпринимателей «Томск. Первый шаг»	
15	(При наличии) Копии документов, подтверждающих вложение собственных средств, не подлежащих возмещению за счет субсидии	
16	Документы, представляемые заявителем по собственной инициативе	

**Приложение Б**  
**Прейскурант женского зала**

№	Наименование услуги	Цена (руб.)
1.	Стрижка модельная с сушкой/мытьё	
	Короткие	400-500
	Средние	500-600
	Длинные	600-750
2.	Подравнивание кончиков волос	300
3.	Подравнивание волос по стрижке	350-450
4.	Оформление челки	150
	коррекция челки	100
5.	Полировка	500-1000
6.	Ламинирование	1000-1500
7.	Экранирование	600-900
8.	Окрашивание	
	в один тон	900-1200
	сложное окрашивание (брондирование, шатуш, балаяж)	2000-3000
9.	Укладка	400
10.	Локоны	1000
11.	Голливудская волна	1300
12.	Вечерняя прическа	1700
13.	Свадебный образ	3500
14.	Макияж	
	дневной	800
	вечерний	1200
15.	Коррекция бровей	
	оформление и окрашивание бровей краской	600
	оформление и окрашивание бровей хной	900
16.	Boost-Up (прикорневой объем)	1900

Приложение В  
**Прейскурант мужского зала**

№	Наименование услуги	Цена (руб.)
1.	Мужская стрижка	
	Спортивная	350
	Модельная	450
	«Бокс»	450
	«Полубокс»	500
	«Теннис»	400
	Стрижка простая	350
	2.	Окрашивание
3.	Укладка	250
4.	Оформление бороды/усов	500



Приложение Г  
**Рыночная доля предприятия по месяцам**

Период	Объем реализации в денежном выражении	Рыночная доля, %
0	0	0
1	132482	1,45%
2	264964	2,91%
3	397445	4,36%
4	441606	4,85%
5	441606	4,85%
6	441606	4,85%
7	353285	3,88%
8	132482	1,45%
9	220803	2,42%
10	441606	4,85%
11	441606	4,85%
12	441606	4,85%

Приложение Д  
Объем реализации услуг

Период	План реализации	Объем реализации, ед	Объем реализации, руб
0	0	0	0
1	30%	117	132482
2	60%	234	264964
3	90%	351	397445
4	100%	390	441606
5	100%	390	441606
6	100%	390	441606
7	80%	312	353285
8	30%	117	132482
9	50%	195	220803
10	100%	390	441606
11	100%	390	441606
12	100%	390	441606

**Приложение Е**  
**Кадровое обеспечение**

№	Наименование, характеристика	Кол-во	Категория, требования	Источник пополнения	Оклад в мес., руб.
1.	Основной персонал				
1.1	Парикмахер-универсал	2	Сертификат о прохождении обучения, опыт работы	Внешний	10 000 + 5% от выручки
1.2	Стилист- визажист	1	Сертификат о прохождении обучения, опыт работы	Внешний	10000 + 5% от выручки

Приложение Ж  
**Переменные затраты**

Период	Расходные материалы	Заработная плата ПП	Отчисления во ВБФ	Э/энергия	Водоснабжение	Итого
0	0	0	0	0	0	0
1	7500	399872	11962	620	1235	61189
2	15000	59745	17923	1240	2470	96378
3	22500	74616	22385	1859,4	3706	125067
4	25000	81240	24372	2066	4118	136797
5	25000	81240	24372	2066	4118	136797
6	25000	71240	21372	2066	4118	123797
7	20000	67992	20397	1652,8	3294	113338
8	7500	34872	10461	619,8	1235	54689
9	12500	48120	14436	1033	2059	78148
10	25000	81240	24372	2066	4118	136797
11	25000	81240	24372	2066	4118	136797
12	25000	81240	24372	2066	4118	136797

Приложение 3  
**Постоянные затраты предприятия**

Наименование статей расходов	Ед. изм.	Сумма, руб.
Аренда помещения	Руб.	42 000
Коммунальные услуги	Руб.	2000
Вывоз ТБО	Руб.	200
Итого		44 200

**Приложение И**  
**Заработная плата сотрудников**

Период	Фонд оплаты труда	Отчисления во ВБФ	Итого
0	0	0	0
1	39872	11962	51834
2	59745	17923	77668
3	74617	22385	97002
4	81241	24372	105613
5	81241	24372	105613
6	71241	21372	92613
7	67993	20398	88391
8	34872	10462	45334
9	48120	14436	62557
10	81241	24372	105613
11	81241	24372	105613
12	81241	24372	105613

**Приложение К**  
**Отчет о прибылях и убытках**

Интервал планирования	I-й год, ежемесячно												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Месяцы	0	0	0	397445	441606	441606	441606	353285	132482	220803	441606	441606	441606
Выручка	0	0	0	397445	441606	441606	441606	353285	132482	220803	441606	441606	441606
Переменные затраты				-125067	-136797	-136797	-123797	-113338	-54689	-78149	-136797	-136797	-136797
Расходные материалы				-22500	-25000	-25000	-25000	-20000	-7500	-12500	-25000	-25000	-25000
Заработная плата ПП				-74617	-81241	-81241	-71241	-67993	-34872	-48120	-81241	-81241	-81241
Отчисления во ВБФ				-22385	-24372	-24372	-21372	-20398	-10462	-14436	-24372	-24372	-24372
Электроэнергия				-1859	-2066	-2066	-2066	-1653	-620	-1033	-2066	-2066	-2066
Водоснабжение				-3706	-4118	-4118	-4118	-3294	-1235	-2059	-4118	-4118	-4118
Постоянные затраты		-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200
Аренда помещения		-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000	-42000
Коммунальные услуги		-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000
Вывоз ТБО		-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200
Валовая прибыль		-44200	-44200	228178	260609	260609	273609	195747	33593	98454	260609	260609	260609
ЕНВД				-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062
Чистая прибыль		-44200	-44200	223116	255547	255547	268547	190685	28531	93393	255547	255547	255547
Прибыль нарастающим итогом		-44200	-88400	134716	390263	645811	914358	1105043	1133574	1226967	1482514	1738061	1993609

Приложение Л  
Отчет о движении денежных средств

Вид деятельности	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>I. Основная деятельность</b>													
1.1. Выручка	0	132482	264964	397445	441606	441606	441606	353285	132482	220803	441606	441606	441606
1.2. Затраты	0	-110451	-145640	-174329	-186059	-186059	-173059	-162599	-103951	-127410	-186059	-186059	-186059
- прямые (переменные) затраты	0	-61189	-96378	-125067	-136797	-136797	-123797	-113338	-54689	-78149	-136797	-136797	-136797
- постоянные	0	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200	-44200
- налог на прибыль (ЕНВД)	0	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062	-5062
доход от аренды	0	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Итого операционная деятельность (п. 1.1.- п.1.2)	0	27031	124324	228116	260547	260547	273547	195685	33531	98393	260547	260547	260547
<b>2. Инвестиционная деятельность</b>													
Регистрационные затраты	-3300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ремонт помещения	-39600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Оборудование	-320283	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Итого инвестиционная деятельность	-363183	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>3. Финансовая деятельность</b>													



собственный капитал	108000												
средства программ Государственной поддержки	360000												
кредиты банка	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
% за кредит	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
возврат кредитов	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Итого финансовая деятельность (1+2+3-4- 5-6)	468000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Суммарный денежный поток	104817	27031	124324	228116	260547	260547	273547	195685	33531	98393	260547	260547	260547
Денежные средства на начало периода	0	104817	27031	151355	379471	640018	900565	1174112	1369798	1403329	1501722	1762269	2022816
Денежные средства на конец периода	104817	27031	151355	379471	640018	900565	1174112	1369798	1403329	1501722	1762269	2022816	2283363

Приложение М  
**Заявление на участие в районном конкурсе предпринимательских проектов «Первый шаг»**

Фамилия, имя и (в случае, если имеется) отчество, претендующего на участие в районном конкурсе предпринимательских проектов «Первый шаг» \_\_\_\_\_

Ф.И.О. руководителя соискателя \_\_\_\_\_

Юридический адрес соискателя \_\_\_\_\_

Фактический адрес соискателя \_\_\_\_\_

Краткое описание деятельности соискателя \_\_\_\_\_

Идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) \_\_\_\_\_

Государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя \_\_\_\_\_

Наименование проекта, претендующего на муниципальную поддержку \_\_\_\_\_

Краткое описание проекта, претендующего на муниципальную поддержку \_\_\_\_\_

Код Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД), к которому относится деятельность в рамках реализации проекта, претендующего на муниципальную поддержку \_\_\_\_\_

Контактные телефоны: рабочий \_\_\_\_\_ сотовый \_\_\_\_\_

Факс \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

Банковские реквизиты \_\_\_\_\_

Контактное лицо/лица \_\_\_\_\_

Размер собственных средств соискателя, предусмотренных на финансирование выставленного на Конкурс проекта (в рублях) \_\_\_\_\_

Запрашиваемый размер субсидии из районного бюджета (в рублях) \_\_\_\_\_

Цели, на которые будет направлена сумма субсидии, запрашиваемой из районного бюджета на финансирование проекта \_\_\_\_\_

Срок окупаемости проекта \_\_\_\_\_

Срок реализации проекта \_\_\_\_\_

Настоящим гарантирую, что вся информация, предоставленная в заявке на участие в Конкурсе, достоверна.

Со всеми условиями проведения районного Конкурса ознакомлен, их понимаю и согласен с ними.

Руководитель юридического лица, индивидуальный предприниматель

(представитель по доверенности от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

М.П.

(подпись)(Ф.И.О. (отчество – при наличии))

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ год

**Приложение Н**  
**Описание предпринимательского проекта**

Ф.И.О. индивидуального предпринимателя \_\_\_\_\_

Наименование проекта \_\_\_\_\_

План описания проекта:

1. Краткое резюме проекта (организационно-правовая форма, дата создания, дата начала деятельности, численность персонала, выручка, цели проекта, общая сумма налоговых отчислений, объем финансирования проекта).

2. Подробное описание предприятия (информация об учредителях, инициаторах проекта, об опыте; численность и компетенции персонала; структура финансирования проекта; географическое положение и преимущества деятельности предприятия).

3. Услуга (целевая аудитория, характеристика и назначение продукции/услуги; нормативные требования к услуге).

4. Анализ рынка (описание географического сегмента предприятия; основные тенденции рынка, характеристика конкурентов, характеристика потребителей).

5. Сбыт и продвижение услуг на рынок (ценовая политика, условия продаж, приоритетные средства продвижения).

6. Риски проекта.

Руководитель юридического лица, индивидуальный предприниматель  
(представитель по доверенности от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

М.П.

(подпись)      (Ф.И.О. (отчество – при наличии))

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ год

## Приложение О

### Согласие на обработку персональных данных

Я, Казина Инесса Олеговна, даю свое согласие экономическому отделу Администрации Шегарского района (далее – оператор), расположенному по адресу Томская область, Шегарский р-н, с. Мельниково, ул. Ленина, на обработку (сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение) моих персональных данных, указанных в представленных документах для участия в конкурсе начинающих предпринимателей «Первый шаг», а именно:

1. Фамилия, имя, отчество (при наличии): \_\_\_\_\_
2. Контакты (телефон сотовый, городской, e-mail): \_\_\_\_\_
3. Адрес регистрации по месту жительства: \_\_\_\_\_
4. Адрес фактического проживания: \_\_\_\_\_

Цель обработки персональных данных: ведение реестра получателей поддержки, являющегося общедоступным источником персональных данных, размещение информационных сообщений на официальном сайте Шегарского района ([www.shegadm.ru](http://www.shegadm.ru)), предоставление персональных данных органам государственной власти Российской Федерации, органам государственной власти Томской области, органам местного самоуправления по их запросам.

Настоящее согласие выдано без ограничения срока его действия.

Субъект персональных данных вправе отозвать данное согласие на обработку своих персональных данных, письменно уведомив об этом оператора.

В случае отзыва субъектом персональных данных согласия на обработку своих персональных данных в письменной форме (если иной порядок отзыва не предусмотрен действующим законодательством) оператор обязан прекратить обработку персональных данных и уничтожить персональные данные в срок, не превышающий трех рабочих дней с даты поступления указанного отзыва. Об уничтожении персональных данных оператор обязан уведомить субъекта персональных данных.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ год

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О. (отчество – при наличии))

## Приложение П

### Резюме предпринимательского проекта

Наименование проекта: (в соответствии с заявлением на участие в конкурсе)

Заявитель: (ФИО (отчество – при наличии) индивидуального предпринимателя.

Дата государственной регистрации: (дата присвоения ОГРН)

Руководитель: (ФИО (отчество – при наличии), должность)

Запрашиваемая сумма субсидии: (сумма субсидии указывается в соответствии с заявлением на участие в конкурсе)

Наличие на момент подачи заявки и размер предпринимательских затрат на сумму запрашиваемой субсидии: (в соответствии с приложенными подтверждающими документами)

Сумма вложенных в проект на момент подачи заявки средств, не подлежащих субсидированию: (в соответствии с приложенными подтверждающими документами)

Юридический адрес заявителя: (адрес регистрации юридического лица или адрес регистрации по месту жительства индивидуального предпринимателя)

Фактический адрес реализации проекта: (адрес арендованного для реализации проекта помещения или помещения, принадлежащего заявителю на праве собственности; «отсутствует» - в случае, если отсутствует действующий договор аренды (субаренды) или право собственности заявителя на помещение; «не требуется» - если для реализации проекта помещение не требуется)

Цель проекта, описание товара/работы/услуги: (краткое описание деятельности по проекту)

Количество вновь созданных на момент подачи заявки рабочих мест, а также число рабочих мест, планируемых к созданию в течение не более 12 месяцев реализации проекта: (вновь созданные рабочие места должны быть подтверждены документально, планируемые к созданию рабочие места указываются в соответствии с формой 6 «Финансово-экономические показатели предпринимательского проекта»)

Наличие материально-технических и организационных возможностей реализации проекта: Соответствие образования и опыта работы руководителя заявителя (индивидуального предпринимателя и или лица, имеющего право действовать без доверенности от имени юридического лица) специфике проекта:

Соответствие привлекаемых трудовых ресурсов специфике проекта (кроме индивидуального предпринимателя и или лица, имеющего право действовать без доверенности от имени юридического лица):

## Приложение Р

### Финансово-экономические показатели предпринимательского проекта

Ф.И.О. (отчество – при наличии) индивидуального предпринимателя \_\_\_\_\_

Наименование проекта \_\_\_\_\_

Основные финансово-экономические показатели:

№ пп	Показатели проекта, претендующего на государственную поддержку	— квартал 20__ года	— квартал 20__ года	— квартал 20__ года	— квартал 20__ года
1	Рабочие места по проекту - всего, в том числе:  1) вновь созданные на момент подачи заявки на конкурс рабочие места;  2) рабочие места, создаваемые в течение срока реализации предпринимательского проекта (поквартально)				
2	Уровень средней заработной платы наемных работников по проекту (рублей/месяц)				

Руководитель юридического лица, индивидуальный предприниматель

(представитель по доверенности от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

М.П.

(подпись)

(Ф.И.О. (отчество – при наличии))

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ год

**Приложение С**  
**Справка-расчет на предоставление субсидии**

Наименование Получателя: \_\_\_\_\_

Наименование предпринимательского проекта: \_\_\_\_\_

Банковские реквизиты: \_\_\_\_\_

№	Наименование расходов	Сумма, руб.	Дата оплаты	Документы, подтверждающие вложение
1	Затраты на вложение средств, не подлежащих субсидированию			
1.1.	...			
	Итого по разделу 1			
2	Затраты за счет вложения средств, подлежащих субсидированию			
2.1.	...			
	Итого по разделу 2			
	<b>ИТОГО</b>			

1. Сумма документально подтвержденных затрат в рамках реализации Проекта \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) рублей.

2. Размер субсидии \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) рублей.

3. Сумма софинансирования со стороны Получателя \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) рублей.

4. Доля софинансирования со стороны Получателя (раздел 1/ раздел 2\*100%) \_\_\_\_ %

5. Размер субсидии к выплате \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) рублей.

Руководитель юридического лица, индивидуальный предприниматель

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

М.П.

(подпись) (Ф.И.О. (отчество – при наличии))

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ год