

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Бизнес-планирование онлайн-платформы
по доставке цветов «Букет? Сейчас!»**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 268 группы
направления 43.04.01 «Сервис»

Института истории и международных отношений

Новицкой Виктории Алексеевны

Научный руководитель

доцент, к.с.н., доцент

М.С. Отнюкова

Зав. кафедрой

к.и.н., доцент

О.В. Королева

Саратов 2026

Введение. Актуальность темы. Цветы и цветочные композиции дают человеку положительные эмоции за счёт своего приятного аромата и красивого внешнего вида. Из-за этого такой серьёзный цветочный бизнес называют ещё и «красивым бизнесом». С давних времен букеты были символом почтения и самых трепетных эмоций. В наши дни цветы прочно вошли в обиход, их преподносят по случаю торжеств и нередко в качестве знака внимания. С ростом спроса на цветочные композиции, на рынке начали возникать всевозможные флористические студии, магазины, онлайн-платформы, многие из которых сумели завоевать прочные позиции.

Цветочный бизнес является одним из самых популярных направлений в сфере торговли. Предложения цветочной продукции всегда высоки, а спрос на нее неуклонно растет. Для успешного развития цветочного бизнеса необходимо учитывать текущие тренды и перспективы этой отрасли. Именно поэтому начинает активно развиваться электронная коммерция в виде онлайн-платформ по доставке цветов.

Начало любого нового проекта начинается с бизнес-планирования, которое определит жизнеспособность проекта с точки зрения наличия финансовых, человеческих и материальных ресурсов, правового обеспечения, а также возможности получения прибыли. Бизнес-план позволяет оценить качество проработки идеи проекта, спрогнозировать ожидаемые риски, а также определить эффективность проекта.

Таким образом, актуальность магистерской работы обусловлена как стремительным технологическим прогрессом, так и изменениями в поведении потребителей, требующими от цветочного бизнеса оперативного реагирования на новые вызовы.

Методологические и теоретические основания магистерского исследования. Теоретические основы понятий «бизнес-планирование» и «бизнес-план» рассматривают сегодня многие специалисты. Среди них: И. А.

Дубровин¹, И.В. Жуплей², М.Ю. Руднев³, М.В. Романова⁴, М.В. Бгашев⁵, С.А. Грачёв⁶, И.А. Захаренкова⁷ и многие другие. Хотя специалисты и дают разные определения данных понятий, тем не менее, все сходятся на том мнении, что бизнес-планирование является основой для создания бизнес-плана, или иными словами, бизнес-планирование находит отображение в специальном документе – бизнес-плане.

Понятие цветочного бизнеса рассматривают многие эксперты данной сферы, такие как М.Ф. Андреева⁸, М.А. Карнюшина⁹, Е.А. Андрюкова¹⁰. Данные авторы приводят похожие между собой определения цветочного бизнеса. На наш взгляд, более подходящим, в контексте нашей работы, является следующее определение: «Цветочный бизнес – это предпринимательская деятельность, связанная с производством, продажей и распространением цветов, букетов, горшечных растений, а также предоставлением сопутствующих услуг (например, оформление мероприятий)».

Целью магистерской работы является исследование особенностей бизнес-планирования в сфере цветочного бизнеса, а также разработка

¹Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – С. 14-15.

² Жуплей, И.В. Бизнес-планирование: учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика. – Уссурийск: ФГБОУ ВО Приморская ГСХА, 2021. – С. 9.

³Руднев, М.Ю. Бизнес-планирование на предприятии: краткий курс лекций для бакалавров 4 курса направления подготовки 38.03.02. «Менеджмент» // ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – С. 4.

⁴ Романова, М.В. Бизнес-планирование: учебное пособие. – М.: Форум, 2018. – С.10.

⁵ Бгашев, М.В. Бизнес-планирование. – Саратов: Амирит, 2018. – С. 26-27.

⁶ Грачёв, С.А., Гундорова, М.А. Бизнес-планирование: учебное пособие. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2023. – С. 28.

⁷ Захаренкова, И.А., Иготти, И.Н., Беспалова В.В. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов всех форм обучения. – СПб.: СПбГЛТУ, 2020. – С. 6.

⁸ Андреева, М.Ф. Цветочный бизнес без цензуры. – Тула, 2022. – С. 11.

⁹Карнюшина, М.А. Шпаргалки для цветочного бизнеса. Настольная книга будущих и действующих цветочных предпринимателей. – Екатеринбург: Издательские решения, 2021 – С.15.

¹⁰ Андрюкова, Е.А. Цветочная мастерская. Первая книга начинающего флориста. – М.: Эксмо, 2019. - С. 31.

основных разделов бизнес-плана онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- изучить понятие, задачи и функции бизнес-планирования;
- рассмотреть основные составляющие бизнес-планирования онлайн-платформы по доставке цветов;
- проанализировать состояние и перспективы развития сферы цветочного бизнеса в России;
- дать описание отрасли онлайн-платформы по доставке цветов;
- разработать маркетинговый, организационный, производственный и финансовый планы;
- рассмотреть риски проекта и способы их минимизации.

Объект магистерской работы – сфера цветочного бизнеса.

Предмет магистерской работы – бизнес-планирование новой онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!».

Эмпирическая база магистерского исследования включает в себя следующие методы:

- SWOT-анализ цветочной отрасли;
- шаблон ценностного предложения Остервальдера;
- опрос среди жителей города Саратова на электронной площадке «Гугл формы»;
- анализ конкурентов «Экспресс Букет 24», «Julia Flower», «Флора Парк», «Арт Букет», «Мир Цветов», «Flowгу», «Цветопт 24».

Научная новизна представлена в научных результатах, полученных лично магистрантом. Новизна выражена в выборе предмета для исследования.

Практическая значимость исследования заключается в разработке бизнес-плана онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!».

Апробация работы.

Результаты и тема магистерской работы обсуждались и докладывались

на:

1. LXVII Всероссийская научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Новый век: человек, общество, история глазами молодых к 80-летию Великой Победы», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 11 апреля 2025 года. Тема доклада: «Цветочный бизнес: сравнительная характеристика известных цветочных брендов».

2. Всероссийская научно-практическая конференция (с международным участием) «Переосмысление туризма в новых реалиях: вызовы и приоритеты», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 18 апреля 2025 года. Тема доклада: «Инновационные креативные технологии в сфере цветочного бизнеса как инструмент развития территории».

3. XI Всероссийская научная конференция студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Путь в науку», Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, 9-10 апреля 2025 года. Тема доклада: «Сравнительный анализ предложений онлайн-платформ по доставке цветов, на примере Саратовского рынка».

4. VIII Всероссийская научно-практическая конференция «Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса», Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва, 25 апреля 2025 года. Тема доклада: «Анализ и применение инновационных и креативных технологий в цветочной индустрии».

5. LXVIII Всероссийская научная конференция «Новый век: человек, общество, история глазами молодых к 65-летию первого полёта человека в космос», Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 17 апреля 2026 года. Тема доклада: «Актуальные направления развития цветочного бизнеса: экологическая ответственность, цифровизация процессов и персонализация предложения».

Основные публикации:

1. *Новицкая, В.А.* Цветочный бизнес: сравнительная характеристика известных цветочных брендов / В.А. Новицкая // Новый век: человек, общество, история глазами молодых: Межвуз. сб. науч. тр. молодых ученых, аспирантов и студентов. Вып. 23 / под ред. А. В. Баранова. – Саратов, 2025. – С. 353-359.

2. *Новицкая, В.А.* Анализ и применение инновационных и креативных технологий в цветочной индустрии / В.А. Новицкая // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции «Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса» 25 апреля 2025 г. / кол. авторов; под. ред. Е.Е. Коноваловой. – М.: РНИ РГУТИС, 2025. – С. 178-184.

3. *Новицкая, В.А.* Современные тренды в сфере цветочного бизнеса: от экологичности к цифровизации и персонализации / В.А. Новицкая // Студенческий вестник: научный журнал. – № 47(380). Часть 10. – М.: Интернаука, 2025. – С. 6-7.

Поставленные цель и задачи обусловили структуру магистерской работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Основное содержание работы

В первой главе магистерской работы «Теоретические аспекты бизнес-

планирования в сфере сервиса» изучены понятия бизнес-плана и бизнес-планирования, в целом, а также выделены задачи, принципы и функции бизнес-планирования в сфере сервиса. Также рассмотрена наиболее распространённая структура бизнес-планов. Проанализировав комплекс теоретических источников, было определено, что бизнес-план характеризуется как конкретный документ, точная, подробная программа последовательных действий, содержащая описание предполагаемого бизнеса от стадии разработки стратегии, тактики поведения на рынке для достижения поставленных целей до выявления возможных рисков и определения эффекта от его реализации. А также определено соотношение понятий «бизнес-планирование» и «бизнес-план». «Бизнес-планирование» – это процесс разработки и организации стратегии и действий для достижения бизнес-целей, а «бизнес-план» – это конкретный документ, отражающий результаты этого процесса, содержащий цели, стратегии, финансовые показатели и план действий. Можно сказать, что бизнес-планирование является основой для создания бизнес-плана, или иными словами, бизнес-планирование находит отображение в специальном документе – бизнес-плане.

Исследуя цветочный рынок, можно отметить, что в последние несколько лет он демонстрирует стабильный и динамичный рост, что подтверждается статистическими данными. В настоящее время рынок цветочной продукции испытывает трансформации, постепенно приспосабливаясь к изменившимся условиям и увеличивая свои производственные возможности, одновременно сохраняя традиционные каналы поставок.

Отметим, что необходимым составляющим для создания успешного бизнеса в условиях рыночной экономики является планирование. С помощью бизнес-планирования предприниматель сможет получить полное представление о будущем бизнесе, разобрать все преимущества и недостатки, возможную прибыль и убытки, оценить риски и окупаемость бизнеса. Главной целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности организации на долгосрочные и краткосрочные периоды в

соответствии с требованиями рынка и возможными ресурсами. В зависимости от целей и планируемых результатов будет зависеть его содержание. Обычно ключевыми составляющими каждого бизнес-плана являются разделы, связанные с управлением, маркетингом и финансированием проекта. Анализ особенностей бизнес-планирования предприятия сферы сервиса показал, что бизнес-план должен содержать такие разделы как резюме, описание предприятия и отрасли, описание продукции, маркетинговый план, производственный план, организационный план, финансовый план и оценка рисков. В настоящее время потребность в эффективном бизнес-планировании деятельности предприятий сферы сервиса достаточно велика. Это связано с тем, что сфера сервиса, являясь одним из наиболее динамичных секторов постиндустриальной экономики, характеризуется высокой степенью неопределённости внешней среды, что делает планирование не просто инструментом управления, а необходимым условием обеспечения экономической устойчивости и конкурентоспособности предприятия.

Популярность цветочного бизнеса в России обусловлена уникальным сочетанием эмоционально-культурной значимости продукта и адаптивности к кризисам. Несмотря на высокий уровень конкуренции и логистические сложности, этот рынок остаётся привлекательным для инвесторов и стартапов благодаря низкому порогу входа и возможности быстрой оборачиваемости средств. Перспективы его развития связаны с усилением роли российского производителя цветов и цифровизацией продаж, посредством создания онлайн-платформ.

Во второй главе «Бизнес-план онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!»» автором было осуществлено описание отрасли онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!», в которое входили такие работы, как: SWOT-анализ цветочного бизнеса, выявление ценностного предложения с помощью шаблона ценностного предложения Остервальдера, проведение опроса среди жителей города Саратова, анализ основных конкурентов онлайн-платформы (такие, как: «Экспресс Букет 24», «Julia

Flower», «Флора Парк», «Арт Букет», «Мир Цветов», «Flowry», «Цветопт 24»). Российский рынок доставки цветов характеризуется устойчивой положительной динамикой, что позволяет позиционировать его в качестве одного из значимых сегментов электронной коммерции. Поскольку электронная коммерция в настоящий период служит основным фактором расширения цветочного рынка, наиболее рациональной стратегией в данной отрасли представляется разработка онлайн-платформы по доставке цветов. Такая платформа способна обеспечить клиентам наиболее конкурентоспособное ценностное предложение. Несмотря на высокую конкуренцию в торговле цветами, спрос на них остается стабильным. Флористический бизнес, как и многие другие, успешно адаптировался к новым реалиям.

Составив маркетинговый план, была выделена целевая аудитория цветочной онлайн-платформы, продуманы основные элементы фирменного стиля (логотип и цветовая палитра), сделан упор на создание рекламы, а также описаны условия доставки, ассортимент и ценообразование, поставщики цветочной продукции.

Ключевые аспекты создания и функционирования онлайн-платформы помогает описать организационный план. А производственный план описывает ежедневную работу, какие нужны помещение и оборудование, как будет выстроен процесс обслуживания клиентов, как организован режим работы и т.д. Также стоит отметить, что для повышения видимости в поисковых системах, улучшения пользовательского опыта, увеличения конверсии и долгосрочного развития бизнеса нужен хороший оптимизированный сайт. При составлении финансового плана просчитаны все необходимые затраты, в том числе инвестиционные. Составив примерную финансовую модель, видно, что за год общая выручка составит 12090000 рублей, а чистая прибыль онлайн-платформы в год составляет 1359378 рублей. Также были описаны риски проекта и способы их минимизации. Наибольшую угрозу для онлайн-платформы по доставке цветов представляет порча

цветочной продукции (например, при транспортировке или неправильном хранении), а также сезонные колебания спроса.

Обобщив результаты проведённого исследования, нами была обнаружена следующая проблема: с одной стороны, рынок цветочной продукции демонстрирует устойчивый тренд на цифровизацию, и современные потребители полностью готовы покупать цветы онлайн. А с другой стороны, покупатели ждут от онлайн-платформы не просто «каталога с ценами», а технологичного сервиса – удобного поиска по категориям, подбора букетов по различному бюджету, прозрачной системы скидок и интеграции с мессенджерами. Для решения данной проблемы был разработан бизнес-план, цель которого состоит в создании онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!».

Заключение. Итак, проведенный анализ бизнес-планирования онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!» позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

Теоретический анализ показал, что бизнес-планирование играет немаловажную роль в управлении организацией на рынке, ведь бизнес-

планирование, как целенаправленная экономическая деятельность, позволяет рассматривать во взаимосвязи множество экономических, социальных, инвестиционных, управленческих и других аспектов как единую целостную систему. При этом назначение бизнес-плана заключается в предоставлении организации возможности объективно рассмотреть концепцию, зафиксировать ее в необходимых документах, подтвердить ее рентабельность и предугадать преимущества и недостатки работы компании на цветочном рынке. Бизнес-планирование – один из методов, помогающих в удобной форме обосновать принятие разносторонних решений, спрогнозировать их результаты и спланировать свои действия в той или иной ситуации.

В последние несколько лет цветочный рынок демонстрирует стабильный и динамичный рост, что подтверждается статистическими данными. В настоящее время рынок цветочной продукции испытывает трансформации, постепенно приспосабливаясь к изменившимся условиям и увеличивая свои производственные возможности, одновременно сохраняя традиционные каналы поставок. Перспективы развития сферы цветочного бизнеса в России остаются благоприятными, но лишь при условии успешной адаптации к изменяющимся условиям. Немаловажным в современных реалиях является использование инновационных технологий для развития конкурентоспособного и привлекательного для потребителей бизнеса.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований. Проведенный SWOT-анализ показал, что цветочный бизнес в России сохраняет высокую маржинальность, стабильный спрос и гибкую адаптивность, но сталкивается с зависимостью от импорта и сезонными потерями товара. В настоящее время нужно делать переход на локальную срезку (импортозамещение) и диверсификацию каналов продаж (предзаказы, цветочная подписка, B2B для ресторанов и офисов, а также партнёрство с цветочным маркетплейсом «Flowwow»). Одну из угроз (падение доходов населения) можно минимизировать предложением более бюджетного варианта – мини-букеты (которые, в свою очередь, будут дополнением к

основному цветочному ассортименту, а также снизят «отходность» за счёт использования коротких стеблей цветов). Успешная стратегия строится на сочетании высокого качества, бюджетных мини-букетов и переходе на российских поставщиков, что повысит стабильность бизнеса.

Также для онлайн-платформы по продаже цветов было выявлено ценностное предложение с помощью шаблона ценностного предложения Остервальдера. Данный шаблон визуализирует соответствие между тем, что создаёт компания, и тем, что действительно нужно клиенту. Сопоставив элементы карты ценности с профилем потребителя, видно, что продукт решает реальные задачи аудитории. А именно, наличие доставки к конкретному времени и онлайн-отслеживание заказа, готовые категории товара на онлайн-платформе с реальными фотографиями, фото/видеосъёмка букета перед отправкой для гарантии свежести, а также наличия бюджетных мини-букетов, что позволяет клиентам сделать заказ на любой бюджет.

Проведённое анкетирование жителей Саратова позволяет утверждать, что ядром аудитории являются люди в возрасте 26-45 лет, преимущественно женщины. Частота покупок 1-2 раза в месяц, а средний чек составляет 2000-3500 рублей. Немаловажным является то, что 88% жителей Саратова либо уже покупают цветы онлайн, либо открыты к этому. Вопросы о способе доставке подтверждают тот факт, что доставка «точно ко времени» является популярной услугой. Респондентами были выбраны наиболее популярные форматы цветочной продукции, которые они бы заказали через онлайн-платформу. Самыми популярными здесь оказались «готовый букет по фото», «букет с заменого цветка / упаковки», мини-букеты (что немаловажно), цветы в коробке / корзине, а менее популярными стали монобукеты и сухоцветы. Стоит отметить, что замена цветка или упаковки (своего рода кастомизация) является сильным преимуществом онлайн-платформы перед полкой в магазине.

Основными конкурентами онлайн-платформы «Букет? Сейчас!» являются такие крупные игроки цветочного бизнеса в Саратове как, «Экспресс

Букет 24», «Julia Flower», «Флора Парк», «Арт Букет», «Мир Цветов», «Flowry», «Цветопт 24». Это те цветочные магазины, которые являются самыми популярными в поисковых запросах в интернете, а также имеющие самое большое количество отзывов в «Яндекс.Карты». Из сравнительной характеристики можно увидеть, что все представленные конкуренты имеют физическую точку продаж, а онлайн-платформу используют лишь как вспомогательный инструмент. Эти компании находятся на рынке много лет, поэтому у них налажены продажи в офлайн-формате, а онлайн-продажи они почти не развивают. Также видно, что у 6 из 7 конкурентов, помимо цветов и цветочных композиций в продаже имеются разнообразные сопутствующие товары. У большей части компаний есть гарантия свежести на букет в течение 24 часов, что особенно важно для онлайн-продаж и повышения собственного имиджа. Что касается системы лояльности, то у анализируемых цветочных магазинов есть бонусы, скидки и кэшбек, который варьируется от 5% до 10%. Стоит отметить, что ни у одного отмеченного конкурента в продаже нет мини-букетов (небольших цветочных композиций по невысокой стоимости). Поэтому для онлайн-платформы «Букет? Сейчас!» мини-букеты будут особенностью и уникальностью. Мини-букет будет не просто товаром, а эмоциональным чеком.

Таким образом, анализ статистических данных показал, что российский рынок доставки цветов продолжает демонстрировать устойчивую положительную динамику и постепенно закрепляется как один из заметных сегментов электронной коммерции.

Обобщив результаты проведённого исследования, нами была обнаружена следующая проблема: с одной стороны, рынок цветочной продукции демонстрирует устойчивый тренд на цифровизацию, и современные потребители полностью готовы покупать цветы онлайн. А с другой стороны, покупатели ждут от онлайн-платформы не просто «каталога с ценами», а технологичного сервиса – удобного поиска по категориям, подбора букетов по различному бюджету, прозрачной

системы скидок и интеграции с мессенджерами. Для решения данной проблемы был разработан бизнес-план, цель которого состоит в создании онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!».

Маркетинговый план описывает рекламную кампанию, включающую как продвижение в онлайн-среде, так и использование традиционных каналов. А также описывает разработку фирменного стиля, условия доставки, ассортимент и ценообразование, поставщиков цветочной продукции.

Инвестиционные затраты на открытие онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!» составляют 462880 рублей. Была составлена финансовая модель, которая построена основе расходов, а также примерной ежемесячной выручке (из расчёта, что средний чек составляет 3000 рублей, а количество заказов в месяц варьируется от 210 в низкий спрос, до 550 в период повышенного спроса). Выручка онлайн-платформы в год составляет 12090000 руб., а чистая прибыль составляет 1359378 руб. Рентабельность по чистой прибыли 11,2%. Маржа за год составляет 7423260 руб. Маржинальность 61,4%. Точка безубыточности в денежном выражении равняется 9876029.

Также мы описали риски и способы их минимизации, чтобы снизить угрозу потенциальных проблем, и в случае возникновения рисков, знать, что можно предпринять для улучшения ситуации.

Таким образом, разработанный бизнес-план онлайн-платформы по доставке цветов «Букет? Сейчас!» доказывает, что открытие такого формата цветочного бизнеса будет эффективным.