

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

Институт _____
Специальность _____
Кафедра _____

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ/РАБОТА

Тема работы
Бизнес – план создания семейной студии красоты «Магия»

УДК _____

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
317Б10	Татарова Ю.А.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Изоткина Н.Ю.	К.э.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
	Гришагин В.М.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

Томск – 2016 г.

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 69 страниц,
12 таблиц, 21 источник.

Ключевые слова бизнес-план, парикмахерские услуги, маникюрные услуги, сезонность, рынок.

Актуальность работы обусловлена тем, что одним из важных условий, устанавливающих наш статус в обществе и наше благополучие, считается наш образ. Во многих ситуациях наша внешность оказывает решающее влияние на наше будущее, будь то продвижение по службе или личная жизнь. В наше время инновационные технологии, позволяют мастерам парикмахерского искусства реализовать практически любой придуманный образ или замысел клиента.

Семейная студия красоты может окупиться за небольшой срок, несмотря на сезонный спрос. В зимние месяцы необходимо планировать отпуска работников, их обучение (повышение квалификации, всевозможные семинары) и разрабатывать введение новых услуг в данный бизнес.

Объектом исследования является создание семейной студии красоты.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка бизнес-плана семейной студии красоты.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

1. рассмотреть теоретические основы бизнес-плана;
2. разработать бизнес-план по созданию семейной студии красоты ;
3. определить финансовые показатели.

В результате исследования был создан бизнес-план семейной студии красоты «Магия».

Abstract

Final qualifying work of 62 pages, 11 tables, 19 sources.

Keywords business plan, hairdressing, nail services, seasonality, market.

Relevance of the work due to the fact that one of the important conditions for establishing our status in society, and our well-being is considered to be our way. In many situations, our appearance has a major impact on our future, whether it be a promotion or personal life. Nowadays, innovative technology allows the master of hairdressing implement virtually any image or idea invented by the client.

Family beauty studio can be recouped within a short time, despite the seasonal demand. In winter you need to plan holiday workers, their training (training, various seminars) and to develop the introduction of new services in this business.

The object of research is the creation of a family beauty studio.

The purpose of this final qualifying work is to develop a business plan for the family beauty studio.

To achieve this goal the following tasks:

- 1 examine the theoretical basis of the business plan;
- 2 to develop a business plan for the creation of a family beauty studio;
- 3 to determine the financial performance.

The study was set up a business plan family beauty studio "Magic."

Оглавление

Введение	10
1. Обзор литературы	12
1.1 Аспекты предпринимательской деятельности	12
2. Объект и методы исследования	15
2.1 Практический и теоретический подходы	15
3. Расчет и аналитика	17
3.1 Управленческий прием	12
4. Результаты проведенного исследования	26
4.1 Разработка бизнес-плана	26
4.2 Резюме	27
4.3 Формулировка бизнеса	28
4.4.Описание предприятия	28
4.5Производственный план	30
4.6 Анализ рынка	30
4.6.1 Рыночные сегменты	31
4.6.2 Конкуренты	32
4.7 План маркетинга	33
4.7.1 Стратегия ценообразования	34
4.7.2 Реклама	35
4.7.3 Работа с клиентами	35
4.7.4 Работа с поставщиками	36
4.8 Организационный план	37
4.9Финансовый план	40

5 Социальная ответственность	
5.1 Описание рабочего места	44
5.2 Список законодательных и нормативных документов	
5.3 Анализ факторов внутренней социальной ответственности	49
5.4 Анализ факторов внешней социальной ответственности	
5.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности	
Заключение по разделу	60
Заклучение	62
Список использованных источников	
Ошибка! Закладка не определена.	
CD-диск Пояснительная записка ВКР	

Введение

Выбранный проект актуален тем, что каждый современный человек хочет выглядеть презентабельно. Но предложения множества парикмахерских и салонов красоты не всегда отвечают запросам клиентов: кому-то цены высоки на предоставляемые услуги, кому-то не нравится качество обслуживания. Стремясь максимально получить прибыль порой страдает качество услуг или дорогое обслуживание многим не по карману.

Альтернатива – обращение в семейную студию красоты для воплощения придуманного образа клиента по доступным ценам, а также для обслуживания ребёнка в комфортном детском зале в игровой обстановке.

Работая более 14 лет мастером – парикмахером, и зная эту сферу деятельности изнутри, возникла идея создания своей парикмахерской. Сегодня бизнес в сфере услуг имеет большие перспективы развития. Планируя открытие своего бизнеса в данной области, в первую очередь, нужно определить концепцию будущей студии красоты, выбрать место и разработать бизнес-план.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка бизнес - плана по открытию семейной студии красоты.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы бизнес – плана;
- разработать бизнес – план по созданию семейной студии красоты;
- определить финансовые показатели.

Объектом исследования является создание семейной студии красоты .

Предметом исследования является разработка бизнес – плана.

1.Обзор литературы

1.1Аспекты предпринимательской деятельности

При написании данной выпускной квалификационной работы использовались нормативно – законодательные акты, учебная методическая и научная литература, статьи в российских периодических изданиях.

Источниками, раскрывающими основы бизнес – плана, были работы Петухова С.В., Уткина Э.А., Барина В.А., Попова В.Н., Морошкина В.А., Маркова В.Д., Головань С.И. В этих источниках подробно рассмотрено и описано понятие бизнес – плана, его специфика и структура.

Также были использованы работы Д. Белешко, М.Ю. Сергеева и С.Ф. Каюмова, М.И. Кузнецова и Е.С. Ивановой, раскрывающие основы парикмахерского бизнеса.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка бизнес – плана по открытию семейной студии красоты.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы бизнес – плана;
2. Разработать бизнес – план по созданию семейной студии красоты;
3. Определить финансовые показатели.

Объектом исследования является семейная студия красоты.

Предметом исследования является разработка бизнес – плана.

По определению Барина В.А. бизнес – планом является документ, в котором описываются все аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться

предприниматель, и определяются основные способы их решения.

Типовая структура бизнес – плана состоит из 12 пунктов:

1) Титульная страница – в этот пункт входит название и реквизиты компании владельцев, её местоположение.

2) Резюме проекта. Именно с данного раздела начинается бизнес–план. Здесь раскрываются главные вопросы проекта:

- что представляет собой проект;
- место реализации;
- сумма инвестиций;
- срок реализации проекта;
- расходы и доходы;
- срок окупаемости и т.д.

3) Описание предприятия. Пункт предоставляет основные сведения о предприятии, видах деятельности. Здесь же описывается организационно–правовая форма и владельцы предприятия.

4) Описание деятельности – информация о предлагаемой услуге (её характеристики, свойства, потребители, всевозможные аналоги).

5) Маркетинговый анализ – информация об услугах и товарах, уже имеющих на рынке, сравнение предлагаемой услуги (товара) с тем, что уже оказывают конкуренты. Очень важно проанализировать, сколько и какого товара требует рынок, по какой цене и почему именно он будет пользоваться спросом. Также должен быть проведен анализ возможности развития организации, средняя прибыль и объемы производства, степень развития конкуренции.

6) Стратегия продвижения. В этом пункте главное, определиться для каких категорий потребителей предназначены услуги (товар), какими методами и каналами сбыта будут реализовываться услуги (товары). Также здесь должна быть отражена информация о стратегии рекламы данных услуг (продуктов), политика ценообразования, методы работы с клиентами.

7) Производство – описание затрат на оборудование, ремонт и прочее. А также информация о поставщиках (их местонахождение, реквизиты), необходимые потребности в конкретном товаре.

8) План по персоналу – информация о кадрах, которые необходимы для реализации проекта, об уровне его квалификации. Здесь же необходимо предоставить расчеты на оплату труда и социального обеспечения.

9) Организационная структура и управление – схема управления предприятием, информация о его подразделениях и руководстве, правовые документы.

10) Финансовый план – информация о требуемых для проекта финансовых ресурсах. А также можно привести отчеты о доходах и расходах, налоговых платежах.

11) Анализ рисков. Необходимо проанализировать все риски и проблемы, с которыми может столкнуться бизнес. А, следовательно, заранее разработать стратегии по их преодолению.

12) Приложения – документы, при помощи которых создавался бизнес – план. Например, маркетинговые исследования, каталоги, прайс-листы, характеристики конкурентов.

Буров В.П. и Морошкин В.А. считают, что «не смотря на многообразие ситуаций, требующих бизнес – планирования с точки зрения их классификации по масштабу планирования, всё множество бизнес – планов можно отнести к двум группам: бизнес – план проекта и бизнес – плана организации ».

Книга Дмитрия Белешко «Прибыльная парикмахерская. Советы владельцам и управляющим» раскрывает организационные моменты: вопросы ценообразования, способы увеличения среднего чека, методы превращения заинтересованного клиента в реального потребителя, увеличение числа визитов клиентов и привлечение новых. Книга рассказывает о приемах и методах, с помощью которых возможно максимально быстро увеличить свою прибыль.

Каюмов С.Ф. и Сергеев М.Ю. – специалисты по маркетингу и менеджменту индустрии красоты в своей книге «Прибыльный салон красоты. Советы владельцам и управляющим» раскрывают все тонкости парикмахерского дела. Как правильно подобрать и стимулировать персонал, как необходимо продвигать своё дело, как привлечь и удержать клиентов.

Кузнецов М.И., Иванова Е.С. в книге «Суперприбыльный салон красоты: как преуспеть в этом бизнесе» раскрывают секреты салонного бизнеса. Как правильно вести учет в парикмахерской, как выбрать косметические средства и поставщиков и многое другое. Также приведены образцы документов, которые требуются для работы парикмахерской.

2. Объект и методы исследования

2.1 Практический и теоретический подход

Целью данной работы является разработка бизнес–плана. Практическим результатом будет составление бизнес – плана семейной студии красоты, разработанного с учётом сложившейся ситуации на рынке и предполагаемой динамики развития, основанной на маркетинговом исследовании.

Объектом исследования является создание семейной студии красоты. Предметом исследования является разработка бизнес – плана. Метод – совокупность действий, нацеленных на решение определенных задач или достижения определённой цели.

При написании работы были использованы такие методы как:

1. Теоретический анализ – процесс разложения изучаемого предмета, или какого– либо явления на составные части (особенности, свойства, явления, признаки). Анализируя отдельные факты, систематизируя, группируя их, мы выявляем в них общий принцип или правило.

2. Моделирование – это один из важнейших общенаучных методов, с помощью которых создаётся модель (условный образ) объекта исследования. Суть его заключается в исследовании каких- либо процессов, явлений, систем объекта.

3. Сравнение – процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух (и более) объектов.

4. Наблюдение – некая деятельность, которая направлена на получение знаний о чём-либо и применение их в дальнейшей деятельности.

5. Опрос – метод изучения. По сути, это выяснение мнения у общества на какие – либо вопросы.

3. Расчет и аналитика

3.1 Управленческий прием

Оказание парикмахерских и маникюрных услуг – интересный, творческий, но в то же время трудный бизнес. Трудный, из-за сезонности, вкуса и капризов клиентов, а также квалификации и таланта мастера, оказывающего данные услуги. Чем профессиональнее кадры, тем больше возможностей для завоевания широкого круга клиентов и своего места в данном бизнесе.

В современном мире стало модно, престижно хорошо выглядеть. И в этом не малая заслуга мастеров – парикмахеров, мастеров маникюра и визажистов, поэтому оказание парикмахерских услуг является перспективным и прибыльным делом.

Парикмахерские услуги востребованы в любое время года, людьми всех возрастов «от мала до велика», в будни и праздники. Стригутся все, а значит, бизнес будет приносить прибыль (доход), если перечень оказываемых услуг будет соответствовать потребностям клиентов, их материальному положению и статусу.

В кризис стараются экономить все, но без стрижки, покраски, укладки, маникюра никак не обойтись. В наше время необходимо выглядеть привлекательно, ухоженно. Все перечисленные услуги позволяют добиться такого результата.

Особенность парикмахерского бизнеса – это сфера услуг. Услуга – это действие, которое совершает человек или организация для удовлетворения потребностей другого человека (клиент, пациент и т.д.). Другими словами – это некое благо и оно представляется в форме деятельности, а не в материальной форме. Т.е. само оказание услуг позволяет получить желаемый результат.

И поэтому очень важно, создавая бизнес, привлечь к работе мастеров с высокой профессиональной подготовкой, со специальными знаниями (психология, эстетика).

Каждый человек выбирает свой образ, имидж индивидуально. Поэтому помощь мастера в создании стиля клиента является основной его задачей.

Прогнозирование спроса на парикмахерские услуги является основой для успешного бизнеса. Если мастера парикмахерского искусства не будут «шагать в ногу со временем», то есть посещать различные семинары, обучение, то будут терять своих клиентов. В настоящее время индустрия красоты достигла небывалых высот и мастера должны постоянно повышать свою квалификацию, совершенствовать мастерство. Того требует время.

Многие клиенты посещают парикмахерские конкурентов в поисках оптимального варианта цены и качества. И здесь предприниматель должен тщательно следить за новыми тенденциями (новинки по уходу за волосами, современный инструмент, оборудование, новые услуги) и ценами на рынке услуг, отсюда планировать работу своего предприятия.

Главным инструментом для построения долгосрочных отношений парикмахерской с клиентами является общение. От того насколько мастер обладает умением общаться зависит круг его клиентов. Кто – то действительно идёт в парикмахерскую не только подстричься, но и пообщаться, поэтому мастер должен чувствовать клиента, его настроение. Поддержать разговор, или дать совет по уходу за волосами, порекомендовать стрижку, причёску, качественно оказать требуемую услугу – вот основные задачи мастера. Расположить и привлечь клиента позволит создание дружелюбной и комфортной обстановки.

Другими инструментами для построения отношений с клиентами могут быть различные маркетинговые коммуникации: визитки, реклама и т.д.

В студии красоты планируется, помимо женского и мужского зала, маникюрный и детский зал с удобным детским креслом, TV с мультфильмами и игровой обстановкой. Сейчас стало модным делать прически девочкам на выпускной бал, новогодний утренник или какой-либо праздник, а мальчикам стричь ультрамодные стрижки, фигурный выстриг ежемесячно.

Выбор месторасположения студии красоты должно быть неслучайным, а продуманным, просчитанным. Естественно, студия должна привлекать внимание (яркая вывеска, оригинальное название, и т. д.).

Существует множество рекомендаций, где выгодней открыть студию красоты. Парикмахерскую не обязательно открывать в центре города, можно выбрать место в спальном районе или микрорайоне. При выборе места следует отталкиваться от числа запланированных рабочих мест. Именно количество работников позволит определиться с размером площади. Выбранное помещение должно быть уютным и достаточно просторным, чтобы посетители чувствовали себя комфортно.

Можно выделить несколько проблем, связанных с работой парикмахерской.

Персонал. Мастера - парикмахеры – главный двигатель бизнеса. Проблема найти квалифицированных работников (опытных, талантливых, коммуникабельных и дружелюбных).

Клиенты. Проблемы, связанные с капризами, идеями клиентов.

Конкуренты. Сюда можно отнести ценовую политику парикмахерской, соотношение цены и качества, объёма оказываемых услуг.

Поставщики. Не обоснованное повышение цен на химикаты, инструмент и оборудование.

Чтобы не прогореть в самом начале и избежать ошибок, не стоит начинать с большого числа рабочих мест. Нужно зарекомендовать себя на рынке парикмахерских услуг (привлечь, «наработать» своих клиентов).

Открывая семейную студию красоты, мы должны учитывать потребности населения. Этот подход позволит справиться с управленческими проблемами. Не стоит экономить на дизайне парикмахерской, на квалифицированном персонале, на профессиональной косметике. Клиент должен быть доволен обслуживанием и чувствовать себя комфортно.

Уровень обслуживания нужно постоянно повышать. Вежливое общение, готовность мастера – парикмахера воплотить в реальность идею клиента, разнообразные акции (например, скидка имениннику или стрижка+ фигурный выстриг в подарок и т.д.) – всё это позволит привлечь ещё больше новых клиентов.

Особое внимание надо уделить ценовой политике. Не стоит делать акцент на дорогие услуги, дорогую профессиональную косметику. Более бюджетные предложения будут привлекательны для клиентов, потому что, прежде всего они смотрят на цену.

Очень важно слушать и услышать клиента. Все пожелания должны учитываться. Навязчивое обслуживание не допустимо, оно должно остаться в прошлом. Здесь работает правило - клиент всегда прав.

Особенность сферы обслуживания – зависимость от сезонности, спроса на услуги, квалифицированного персонала. От того насколько подготовлены работники (профессионально, психологически, социально), насколько правильно составлен рабочий график зависит успех бизнеса.

На Западе используется маркетинговый приём, когда при отсутствии какой-либо услуги парикмахер рекомендует посетить салон конкурента. При всей, казалось бы, неправильности данного подхода рекомендовать конкурента,

приём очень эффективен. Сообщение от парикмахерской к клиенту приблизительно следующее: мы настолько заинтересованы помочь своим клиентам, что готовы отдать сделку конкуренту. Вероятно, что клиент в следующий раз вернётся в парикмахерскую, где так «близко к сердцу» принимают и помогают решить его проблемы.

Скидки и всевозможные акции – это хорошо, но если клиент будет уверен в работе мастера, доволен обслуживанием и конечным результатом работы, то он непременно станет вашим постоянным клиентом и посоветует вашу парикмахерскую или конкретного мастера своим друзьям и знакомым.

Помещение для парикмахерской может находиться на первом этаже жилого дома или как сейчас модно в торговом центре. Место должно иметь хорошую проходимость и желательно иметь удобную парковку, так как и девушки и мужчины пользуются автомобилями. А также непременно надо учитывать наличие конкурентов и уровень общественно-экономического развития выбранного района.

При выборе места для студии красоты можно выделить несколько аспектов:

- конкуренция в данном сегменте рынка;
- имидж торговой точки;
- наличие по соседству других точек (магазины, кафе, парковки);
- уровень экономического развития района;
- интенсивность пешеходных потоков возле парикмахерской.

Оборудование для парикмахерской:

Для организации работы студии красоты понадобится следующее оборудование: кресла, зеркала, мойки, сушуары, стерилизаторы, инструменты, различная мебель (стойка администратора, диван в зал ожидания и т.д.). Какое

оборудование, инструмент и мебель выбрать зависит от материальных возможностей предпринимателя и интерьера парикмахерской.

Персонал:

Персонал в сфере услуг играет чуть ли не самую главную роль. Подбор профессионального персонала одна из составляющих успешной работы парикмахерской. Помимо технических навыков (умения делать все виды парикмахерских работ) и умения общаться мастер должен обладать чувством стиля, творческими навыками, чтобы подобрать образ клиенту. Особое внимание следует обратить на личные качества работника (коммуникабельность, порядочность, пунктуальность и многое другое). В парикмахерском бизнесе, кроме профессиональных навыков важную роль играют и личные качества сотрудника. Они могут стать причиной успешной работы или мощного провала предприятия. Я считаю, что выбор необходимо делать на молодые кадры, которым интересна творческая работа, и они с легкостью будут развиваться, обучаться и шагать в ногу с современной индустрией красоты.

Будущий сотрудник и предприниматель должны четко понимать, что именно от количества клиентов зависит выручка парикмахерской, а следовательно и заработная плата. И именно поэтому очень важно наработать свою базу постоянных клиентов. А без парикмахерского профессионализма и умения общаться ничего не получится. Количество работников зависит от размера площади парикмахерской, числа рабочих мест. Оплата труда сдельная – фиксированный процент от выручки.

Поставщики:

Владельцы салонов красоты осуществляют закупку через различные профессиональные косметические компании. В нашем случае они находятся в ближайших городах – Томск, Кемерово, Новосибирск. Закупка может осуществляться крупным и мелким оптом, от этого будет зависеть цена. Здесь

так же важно заключать долгосрочные договора с поставщиком для бесперебойных поставок.

Реклама и маркетинг:

Маркетинговые знания и навыки крайне необходимы для успешной деятельности. Благодаря им создаются устойчивые отношения парикмахерской с клиентами. Маркетинг — это процессы по изучению, планированию, удовлетворению потребностей клиентов. Эти знания позволяют налаживать и улучшать взаимоотношения с новыми и постоянными клиентами.

Известные парикмахерские, в какой – то особой рекламе не нуждаются, так как имеют свою наработанную базу клиентов. Но когда речь идёт о новом салоне, то здесь важно привлечь внимание потенциальных клиентов. Обязательно должна быть яркая вывеска и возможно, баннер с развёрнутым описанием услуг. Также можно заказать ролик на ТВ, или дать объявление в газету.

Еще один инструмент рекламы и построения отношений с клиентами – адресные формы коммуникаций: телефон, электронные письма, рекламные буклеты, раздаваемые на улице и в почтовые ящики, реклама в интернете.

Реклама для парикмахерской – построение политики лояльности по отношению к клиенту. Высокое качество оказываемых услуг, вежливое обслуживание, возможность выбора препарата от недорогого до премиум – все это создает положительный имидж.

Важно не просто оказывать услуги, а придерживаться конкурентного стиля, заявить о себе: кто мы, что предлагаем, для кого, в чем особенность и отличие от конкурирующих фирм.

Риски бизнеса:

В любом бизнесе есть «подводные камни». Рассмотрим основные

факторы риска парикмахерского бизнеса:

- это, прежде всего, сезонность. Грамотное планирование отпусков и рабочего графика работников позволит избежать скачков на спрос;

- текучка кадров. Мастер, наработав, своих клиентов может уйти в самостоятельную деятельность или перейти к конкуренту. Во избежание такой ситуации необходима выработка механизма поощрения работников (премии, обучение и т.д.);

- поднятие цен поставщиком на расходные материалы (косметические средства, инструмент, оборудование). Заключение долгосрочных договоров позволит обезопасить себя от необоснованного повышения цен и нестабильных поставок;

- усиление активности прямых конкурентов. Разработка и реализация уникальной концептуальной идеи салона, постоянное качество, дополнительные акции и инновационные технологии – всё это возможные пути преодоления данной ситуации;

- недостаточный спрос. С этой проблемой парикмахерская может столкнуться как на начальном этапе, так и вследствие неудачной политики организации. Важно работать над имиджем своего предприятия, чтобы не допустить подобных промахов.

Студия красоты планирует работать с аудиторией разных возрастов и среднего достатка, поэтому стоит учитывать, что для разного сегмента существует своя комфортная стоимость, которую в среднем готовы платить клиенты. На все категории предлагаемых услуг должны быть предложены разные ценовые уровни.

На данном этапе среди существующих внутренних и внешних факторов нет таких, которые бы служили непреодолимым барьером для открытия семейной студии красоты. Открытие салона в помещении с отдельным входом,

рядом с торговым центром «Спутник», с небольшой парковкой будет достаточно успешен.

Для работы над созданием студии красоты требуется:

- идея и интересная концепция;
- провести детальный анализ конкурентной среды;
- разработать эффективную маркетинговую и рекламную стратегию продвижения;
- определить экономическую целесообразность бизнеса и срок окупаемости;
- определить ценовую политику студии красоты.

4. Результаты проведенного исследования

4.1 Разработка бизнес – плана

Разделы бизнес-плана включают в себя 8 пунктов:

1. Резюме (вводная часть) – это краткое описание содержания и сути бизнес- плана. Здесь отражается наименование и адрес студии красоты, её местоположение, сколько потребуется собственных средств для реализации проекта.

2. Формулировка бизнеса – разработка создания семейной студии красоты, ориентируемая на определенный сегмент потребителей.

3. Описание предприятия. В данном разделе описываются общие сведения о предприятии: кадровый состав, направление деятельности, организационно – правовая форма, перспективы развития, SWOT – анализ.

4. Производственный план. Здесь описаны все производственные или другие рабочие процессы и задачи.

5. Анализ рынка и конкуренции в сфере услуг. В данном разделе бизнес- плана должна содержаться подробная информация об уровне конкуренции на рынке услуг.

6. План маркетинга – самый важный и трудоёмкий раздел в бизнес – плане. Это, прежде всего, анализ спроса, стратегия ценообразования, прогнозирование объема работ, рекламная тактика.

7. Организационный план включает в себя график осуществления проекта, состав и численность персонала, режим его работы, фонд заработной платы, правовую документацию (устав предприятия, различные договора,

сертификаты соответствия и качества).

8. Финансовый раздел бизнес-плана содержит информацию о финансовой деятельности организации, эффективном использовании имеющихся финансовых средств, на основе оценки текущей финансовой информации и прогноза объемов реализации услуг на рынке в будущем.

4. 2 Резюме

Предприниматель: Татарова Ю.А.

Предприятие ИП Татарова Ю.А. предполагает открытие семейной студии красоты в городе Юрга, по адресу ул. Машиностроителей 45.

Студия красоты будет оказывать следующие услуги: мужская, женская, детская стрижка; фигурный выстриг; аквагрим; окраска волос; химическая завивка; мелирование; лечение волос; свадебные и вечерние прически; маникюрные услуги и т.д. Работа будет осуществляться профессиональными препаратами для ухода за волосами. Услуги будут осуществляться с применением профессиональной косметики «Estel», «Londa», «Ollin», «Indola» и многих других. Клиенты - жители данного района и постоянные клиенты мастеров.

Конкурентоспособность студии красоты обеспечивается удобным её расположением, высоким качеством обслуживания. Цены ориентированы на потребителей со средним достатком. Предполагается цены сохранять стабильными, если же наши поставщики гарантируют стабильные цены на расходный инвентарь.

Необходимое финансовое вложение для осуществления данного проекта составляет 480 000 рублей. Организация бизнеса будет осуществляться за счет собственных средств. Срок окупаемости планируется на четвертом месяце,

средняя выручка 210 000 – 250 000 рублей в месяц.

В настоящем бизнес – плане планируется аренда помещения площадью 42 кв. м, штат сотрудников будет состоять из 5 человек.

Часы работы в будни с 10.00 до 19.00, в выходные дни с 10.00 до 16.00

4.3 Формулировка бизнеса

Семейная студия красоты будет оказывать парикмахерские и маникюрные услуги населению. Также планируются услуги визажиста. Кроме того будет осуществляться продажа профессиональной косметики. Надо учесть, что цель нашего бизнеса (впрочем, как и любого другого) – получение прибыли. Для этого нам необходимо привлечь и «удержать» как можно больше клиентов. Очень важно при первой встрече клиента с мастером удовлетворить его потребности, оставить хорошие впечатления. Поэтому наша политика ведения бизнеса строится на качественном обслуживании, доброжелательном отношении, комфортном пребывании. Для удобства клиентов возможен выезд мастера на дом (например, к невесте).

Таблица 1 – Прейскурант цен на оказываемые услуги

<u>Женский зал</u>	<u>Цена, руб. (в зависимости от длины)</u>
Стрижка модельная	300
Укладка	350 – 700
Свадебная причёска	1200
Вечерняя причёска	800 – 1000
Мелирование	500– 1000
Долговременная завивка	400– 1100

Продолжение таблицы 1 – Прейскурант цен на оказываемые услуги

Химическая завивка	450 – 1200
Покраска волос	400 – 1500
Тонирование	200 – 800
Смывка цвета	500 – 1000
Лечение волос	300 – 500
Ламинирование	500 – 1500
Фигурный выстриг	50 – 200
Оформление челки	70
<u>Мужской зал</u>	<u>Цена, руб.</u>
Стрижка модельная	300
Стрижка «Площадка»	450
Стрижка наголо	100
Окантовка	150
Фигурный выстриг	50 – 100
Укладка	100
<u>Детский зал</u>	<u>Цена, руб.</u>
Стрижка модельная	200
Фигурный выстриг	50
Причёска модельная	500
Плетение кос	50 – 200
Аквагрим	150 – 300
Прокол ушей	200 – 400
Срезание первого локона (фото)	200
<u>Маникюрный зал</u>	<u>Цена, руб.</u>
Маникюр	250
Покрытие гелем лаком	300 – 500

Продолжение таблицы 1 – Прейскурант цен на оказываемые услуги

Парафин. ванночка	150
Оформление бровей	50
Покраска бровей, ресниц	50
Прессотерапия	150
Макияж	350 – 500

В таблице 1 представлены услуги, которые будут оказываться в семейной студии красоты и цены на них. В дальнейшем планируется пополнение списка услуг (это возможно благодаря обучению мастеров новым веяниям моды).

4.4 Описание предприятия

Студия красоты «Магия» планирует начало своей деятельности с 1 января 2017 года. Целью работы студии является оказание парикмахерских и маникюрных услуг, удовлетворение потребностей клиента. Организационно – правовая форма студии красоты ИП.

Основными видами деятельности предприятия являются:

- Парикмахерские услуги (мужской, женский и детский залы);
- Маникюрные услуги;
- Услуги визажиста.

Режим работы:

Студия красоты будет работать с 10.00 до 19.00, в выходные с 10.00 до 16.00.

Основные требования, предъявляемые к работникам:

1. Высокая квалификация;
2. Коммуникабельность и приветливое отношение;
3. Индивидуальный подход к каждому клиенту.

Для ведения бизнеса необходимо 3 мастера – парикмахера, работающих посменно; 1 мастер маникюра и визажа; 1 администратор. В первые месяцы сменным парикмахером и администратором (в целях экономии) будет сам директор. Это позволит не нарушать Трудовой кодекс РФ и будет большим плюсом, а наша студия красоты сможет работать в выходные дни. Потому что именно по выходным бывает большое количество клиентов из ближайших районов. Мастер маникюра будет работать по записи.

Рынок бытовых услуг с каждым годом увеличивается, пополняется новыми участниками. В связи с высокой конкурентностью в данной сфере деятельности, необходимо проанализировать слабые и сильные стороны, и разработать оптимальную политику для своего предприятия.

Сильные и слабые стороны деятельности определяются в SWOT – анализе.

Таблица 2 – SWOT – анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
Квалифицированный персонал Умеренные цены Свои наработанные клиенты Удобное месторасположение студии Совмещение обязанностей директора, мастера и бухгалтера Использование интернет коммуникаций для связи с клиентами Система скидок	Арендованное помещение Незначительная реклама

Продолжение таблицы 2– SWOT – анализ

Возможности	Угрозы
Обучение мастеров Расширение ассортимента косметических товаров Введение безналичного расчета	Появление конкурентов Ужесточение налоговой политики Снижение уровня жизни населения Сезонность спроса

4.5.Производственный план

В данном проекте планируется открытие студии красоты за счёт собственного капитала в размере 480 тыс. рублей.

Для открытия студии необходимо арендовать помещение 42 кв.м, набрать персонал из пяти человек, закупить необходимое оборудование, инструмент, косметические средства, сделать ремонт.

Некоторое оборудование будет предоставлено в арендуемом помещении, а специальный инструмент и профессиональная косметика, а также недостающее оборудование будут приобретены за счёт собственных средств.

Набор персонала будет осуществляться путём собеседования.

Ежемесячно планируется выручка 210 000 – 250 000 рублей.

4.6 Анализ рынка

4.6.1 Рыночные сегменты

Обдумав, концепцию своей студии красоты необходимо решить, каким же будет контингент наших клиентов.

Предлагая свои услуги, необходимо выделить из всего разнородного контингента клиентов ту определенную часть, на которую нужно делать ставку в своём бизнесе, т.е. сегментировать рынок.

У каждого клиента свои предпочтения и потребности, социальный статус. Это означает, что клиент сам принимает решение о посещении того или иного салона красоты.

Данные исследования помогут точно адресовать услуги и добиться высокой рентабельности.

Таблица 3 – Сегментирование рынка

Описание сегментов				
Типы парикмахерских	Парикмахерская среднего уровня	Парикмахерская эконом - класса	Салон класса Люкс	VIP- салон
Количество опрошенных, в %	55	20	15	10
Доход	Средний	Низкий	Выше среднего	Высокий
Возраст, лет	13-70			

В результате проведённого исследования (опроса) семейной студией

красоты (были опрошены на улице мужчины, женщины и подростки от 13 до 70 лет с различными доходами) были получены следующие результаты:

- основными группами сегментов являются мужчины, женщины и подростки, предпочитающие обслуживание в парикмахерской среднего уровня – 55%;
- обслуживание в парикмахерской эконом – класса планируют 20% опрошенных – это преимущественно пенсионеры и инвалиды;
- обслуживание в салоне класса люкс – 15% населения с доходом выше среднего;
- обслуживание в VIP салоне (это, как правило, авторские салоны) – всего 10% опрошенных с высокими доходами.

В процессе исследования видно, что самый ярко выраженный сегмент – это население различных возрастов со средним уровнем дохода. На него и надо делать ставку.

4.6.2 Конкуренты

В парикмахерском бизнесе довольно высокая конкуренция. Открывая свой салон, нужно быть готовым к «борьбе за клиента». На рынке парикмахерских услуг действуют различные участники: салоны класса люкс, VIP салоны, парикмахерские среднего уровня и эконом класса. Конкуренция заставляет парикмахерские и салоны красоты совершенствовать производство, оказывать услуги надлежащим образом, удовлетворять потребности и запросы клиентов, понижать цены на услуги. Благодаря конкуренции, парикмахерские стремятся шагать в ногу со временем: применять современные технологии, пользоваться научно-техническими достижениями.

Основными конкурентами семейной студии красоты «Магия» являются парикмахерская «Тюльпан», салон красоты «DeFile».

Таблица 4 – Конкуренты семейной студии красоты «Магия»

Наименование конкурента	Классификация конкурента	Сильные стороны	Слабые стороны
Парикмахерская «Тюльпан»	Пассивный конкурент	местоположение в центре; низкие цены	текучка кадров; неквалифицированный персонал; низкий уровень обслуживания
Салон красоты «De File»	Активный конкурент	местоположение в центре; квалифицированный персонал	высокие цены; обслуживание по записи

Средняя цена на стрижку в парикмахерской «Тюльпан» от 250 рублей и выше; в салоне «DeFile» от 450 рублей и выше.

Минимальная стоимость детской стрижки в студии красоты «Магия» - 200 рублей, а средняя стоимость равна 300 рублей.

В отличие от рассмотренных конкурентов у салона есть своя группа в социальной сети «Одноклассники». Удобный каталог позволяет ознакомиться с предоставляемыми услугами и ценами.

4.7 План маркетинга

Для того чтобы потенциальных клиентов превратить в реальных, организации необходимо создать план маркетинга. Этот план будет показывать, почему клиенты будут обслуживаться именно в вашей студии красоты.

Важное значение имеет месторасположение студии. У данного места хорошее транспортное сообщение; парковка; высокая проходимость; соседство с большим торговым центром, которое посещают большое количество людей.

4.7.1 Стратегия ценообразования

Цены на услуги могут определяться следующими условиями:

- цены конкурентов на аналогичные услуги;
- цены, определяемые спросом на конкретную услугу;
- издержки.

На основе анализа цен конкурента можно определить среднюю стоимость услуги. Максимальную цену на услуги в женском зале возможно установить, если профессиональная косметика отличается высоким качеством. Цены, зависящие от спроса, могут варьироваться от минимальных до максимальных. При формировании цены также необходимо учитывать издержки. В любом случае, цены на свои услуги надо устанавливать в зависимости от ситуации на рынке (вовремя менять их).

Ценовая политика парикмахерских салонов показана в уровне среднего чека, который на 70-80% состоит из стоимости стрижки. В женском же зале

средний чек варьируется от стоимости стрижки до стоимости окрашивания и т.д. и в среднем составляет 1000 руб.

4.7.2 Реклама

Студия красоты планирует потратить на рекламу часть денежных средств. Реклама обеспечивает большую часть успеха. Интернет – реклама в наше время такая же эффективная, как и в средствах массовой информации. Семейная студия красоты «Магия» будет использовать такую рекламу как:

- листовки;
- визитки;
- группа в социальных сетях «Одноклассники».

4.7.3 Работа с клиентами

Обслуживание клиентов – главная задача мастера. Общение и качественное обслуживание – это самое важное средство для доверительных отношений мастера с клиентом.

Любого посетителя салона необходимо доброжелательно встретить. Если клиент у вас в салоне впервые, его необходимо ознакомить с обстановкой. Это позволит ему чувствовать себя легко и комфортно. Нельзя игнорировать клиента; заниматься своими делами; пытаться навязать ему услугу, не узнав цели прихода.

Основные правила поведения с клиентами:

- Мастера салона должны быть приветливыми и доброжелательными;

- Общение начинать с приветствия;
- Быть терпеливыми и вежливыми, проявлять уважение;
- Иметь располагающий и опрятный вид;
- Уметь слушать, не быть навязчивым;
- Не совершать в присутствии клиента личных телефонных звонков, не употреблять пищу или напитки;
- Обязательно дезинфицировать и стерилизовать инструмент;
- Сделать ожидание клиентов комфортным (чай, кофе, ТВ)

Не следует делать отрицательные замечания в сторону клиента, навязывать разговор, торопиться в работе.

4.7.4 Работа с поставщиками

Работа с поставщиками – один из самых важных вопросов в работе предприятия. Необходимо предварительно встретиться с поставщиками, узнать какую профессиональную косметику, препараты и инструменты они привозят, обговорить график доставок и в итоге, если всё устраивает, заключить договор. В дальнейшем осуществлять общение по телефону или через интернет. В нашем городе доставку осуществляют такие фирмы как: «Сибирский цирюльник», «Система косметикс» и многие другие.

Поставщик должен следить за новинками, быть ответственным и исполнительным.

4.8 Организационный план

В данном разделе бизнес – плана будут описаны затраты, которые необходимы для открытия семейной студии красоты.

В таблице 5 отражен перечень затрат приобретаемого оборудования, необходимого для начала работы предприятия.

Таблица 5 – Перечень приобретаемого оборудования

Наименование	Цена за ед., руб.	Количество, шт.	Общая стоимость, руб.
Кресло парикмахер.	10000	2	20000
Кресло детское	20000	1	20000
Набор стол и стулья	3000	1	3000
Стол для маникюра	5500	1	5500
Мойка парикмахер.	30000	1	30000
Телевизор	8000	2	16000
Стерилизатор	3000	3	9000
Сушуар	10000	1	10000
Стойка ресепшн	10700	1	10700
Диван в прихожую	10000	1	10000
Компьютер	40000	1	40000
Итого	174 200		

В таблице 6 отражён перечень затрат приобретаемого инструмента, который также необходим для работы студии.

Таблица 6 – Перечень приобретаемого инструмента

Наименование инструмента	Цена за ед., руб.	Количество, шт.	Общая стоимость, руб.
Машинка для стрижки	8000	2	16000
Фен	1800	3	5400
Плойка	1200	4	4800
Ножницы прямые	1100	6	6600
Ножницы филиров.	1200	6	7200
Расческа скелетная	100	3	300
Термобрашинг	200	5	1000
Расческа комбинированная	80	10	800
Лампа настольная	1900	1	1900
Лампа ультрафиол.	2000	1	2000
Итого	46 000		

Вложения на первоначальном этапе составят:

- регистрация ИП – 800 рублей;
- аренда помещения для студии красоты в месяц (42 кв.м.) – 30 000 рублей;
- оборудование и мебель (профессиональное оборудование, компьютер, мебель) – примерная сумма затрат 174 200 рублей;
- расходы на инструменты (сюда входят ножницы, фены, плойки и др.) – 46 000 рублей;
- ремонт обойдётся в 200 000 рублей;
- вывеска будет стоить 20 000 рублей;
- канцелярия – 1000 рублей;
- профессиональная косметика – 8 000 рублей

Итого: 480 000 рублей.

В представленном бизнес-плане планируются следующие издержки. Они представлены в таблицах 7 и 8.

Таблица 7 – Затраты на рекламу

месяц	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Визитки, руб.	0.3	0.3	0.3	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.3	0.3
Листовки, руб.	0.5	0.5	0.0	0.5	0.0	0.5	0.0	0.5	0.0	0.5	0.0	0.5
Итого т. руб.	0.8	0.8	0.3	0.5	0.3	0.5	0.3	0.5	0.3	0.5	0.3	0.8

Таблица 8 – Постоянные издержки

Канцелярские расходы	1 000 руб.
Проф. косметика	8 000 руб.
Аренда (42 кв. м)	30 000 руб.
Заработная плата	65 000 руб.
Итого:	104 000 руб.

В таблице 8 представлены постоянные издержки. Сумма в размере 104 000 рублей будет тратиться каждый месяц.

В таблице 9 указан административный и производственный персонал и средняя заработная плата в месяц. Всего работающих 5 человек .

Таблица 9 – Административный и производственный персонал

Должность	Обязанности	Количество персонала	Средняя з/п на 1 чел. в руб.
Директор, администратор	Управление студией, работа в женском зале, ведение бухгалтерской и финансовой отчетности	1	20 000
Мужской мастер-парикмахер	Обслуживание клиентов в мужском зале	1	15 000
Детский мастер-парикмахер	Обслуживание детей в детском зале	1	10000
Женский мастер-парикмахер	Обслуживание клиентов в женском зале	1	10000
Мастер маникюра	Оказание маникюрных услуг	1	10000
Итого		5	65000

4.9 Финансовый план

В финансовом плане этого проекта используем данные, представленные в разделах « Организационный план» и «Первоначальные затраты», а именно: предполагаемые объемы выручки, первоначальные инвестиции, постоянные и переменные затраты.

Оказывать парикмахерские и маникюрные услуги планируем с первого месяца открытия студии красоты.

В среднем за день семейная студия красоты «Магия» планирует обслуживать примерно до 30 клиентов в день, которым сделают стрижку, маникюр или покрасят волосы примерно на 7000 руб., отсюда примерная выручка за месяц – 210 тыс. руб. А в сезон (весной, когда снимают головные уборы) до 40 клиентов, и выручка в день, приблизительно 8000 –10000 рублей. В месяц выручка составит 240 – 300 тыс. руб. На профессиональную косметику каждый месяц будет тратиться 8000 рублей.

Отчисления от заработной платы работников составят:

- В Пенсионный Фонд РФ (ПФР) – 22%;
- В Федеральный Фонд Обязательного Медицинского Страхования (ФФОМС РФ) – 5,1%;
- В Фонд Социального Страхования РФ (ФСС РФ) –2,9%. Итого 30%.

В таблице 10 представлены расчеты отчислений в различные фонды

Таблица 10 – Расчет заработной платы и отчислений

Персонал	Количество рабочих мест	(А) Заработная плата одного сотрудника в месяц, руб.	(О) Отчисления от заработной платы, руб. $O=A*0.30$	(ОС)Общая сумма платежей в месяц на одного работника, руб. $ОС=О+А$	Затраты в год на одного работника, руб. $=ОС*12мес.$
Мужской мастер-парикмахер	1	15000	4500	19500	234000
Детский мастер-парикмахер	1	8000	2400	10400	124800
Женский мастер-парикмахер	1	10000	3000	13000	156000
Мастер маникюра	1	8000	2400	10400	124800
Итого	4	41000	12300	53300	639600

Упрощенная система налогообложения (УСН) более всех соответствует нашим интересам, так как это снижение налоговой нагрузки и простота ведения налогового учёта. ИП на УСН освобождается от уплаты налога на имущество физических лиц и НДС. Размер налоговой ставки 6% от доходов.

Уплата налога производится ежеквартально, а сдача отчетности в налоговую инспекцию – один раз в год по окончании налогового периода. Так как мы начинаем работать с января, то за 1 квартал в расчёт возьмём 3 месяца – январь, февраль и март. Итак, посчитаем сумму налога за 1 квартал:

– доход за 1 квартал = 670 000 рублей;

– взносы за сотрудников = 36900 рублей;

Сумма налога по УСН 670000 рублей * 6% = 40200 рублей. Мы можем уменьшить сумму налога на сумму взносов, но не более 50 % от налога. Получаем $40200 - 20100 = 20100$ рублей – сумма налога за 1 квартал.

Рассчитаем налог за 2 квартал:

– доход за полугодие = 1420000 рублей;

– взносы за сотрудников = 73800 рублей;

Получаем, 1420000 рублей * 6% = 85200 рублей. Теперь уменьшаем сумму налога на сумму взносов, но не более 50%, итого $85200 - 42600 = 42600$ рублей, затем от полученной суммы вычитаем сумму налога за 1 квартал 20100 рублей и получаем 22500 рублей сумма налога за 2 квартал.

Рассчитаем налог за 3 квартал:

– доход за 9 месяцев = 2130000 рублей;

– взносы за сотрудников = 110700 рублей;

Получаем 2130000 рублей * 6% = 127800 рублей. Теперь уменьшаем сумму налога на сумму взносов, но не более 50%, итого $127800 - 63900 = 63900$ рублей, затем от полученной суммы вычитаем сумму налога за 1 квартал 20100 рублей и 2 квартал 22500 рублей, получаем 21300 рублей сумма налога за 3 квартал.

Рассчитаем налог за 4 квартал:

– доход за год = 2760000 рублей;

– взносы за сотрудников = 147600 рублей;

Получаем 2760000 рублей * 6% = 165600 рублей. Теперь уменьшаем сумму налога на сумму взносов, но не более 50%, итого 165600 – 82800 = 82800 рублей, затем от полученной суммы вычитаем сумму налога за 1 квартал 20100 рублей, 2 квартал 22500 рублей, 3 квартал 21300 рублей, и получаем 18900 рублей сумма налога за 4 квартал.

Взносы в ПФР и ФФОМС напрямую связаны с минимальным размером оплаты труда (МРОТ), в 2016 году он составит 6204 рубля. Из этого следует, что предприниматель за себя должен произвести два платежа в ПФР – 19356 рублей 48 копеек и ФФОМС – 3796 рублей 85 копеек, итого за год 23153 рубля 33 копейки. Если доходы за год не превысили 300 тысяч рублей. Если полученный доход выше, то сумма страховых взносов в ПФР увеличится на 1% доходов, полученных сверх этого лимита. Посчитаем, годовой доход составил 2760000 рублей – 300000 рублей = 2460000 рублей. Полученную сумму умножаем на 1%, получаем 24600 рублей дополнительный взнос в ПФР. Итого за год нужно заплатить 47753 рубля 33 копейки (в месяц платёж составит 3979 рублей 44 копейки).

Таблица 11 – Финансовый план семейной студии красоты «Магия» на 12 месяцев.

Расходы (месяц)	1(январь)	2(февраль)	3(март)	4(апрель)	5(май)	6(июнь)	7(июль)	8(август)	9(сентябрь)	10(октябрь)	11(ноябрь)	12(декабрь)
Регистрация ИП	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Реклама	800	800	300	500	300	500	300	500	300	500	300	800
Канцелярия	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Проф. косметика	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000	8000
Аренда	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Первонач. вложения	440200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Заработная плата	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000	65000
Отчисления	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596	16596
Налоги	0	0	20100	0	0	22500	0	0	21300	0	0	18900
Итого	562396	121396	140996	121096	120896	143596	120896	121096	142196	121096	120896	140296
Выручка	210000	210 000	250 000	250 000	250000	250000	250000	250000	210 000	210000	210 000	210000
Прибыль	- 352396	- 263792	- 154788	- 25884	103220	106404	129104	128904	67804	88904	89104	69704

Из таблицы 11 видно, что первые четыре месяца прибыль отсутствует, т.к. она идет на погашение первоначальных затрат, появление первой прибыли получаем на пятом месяце работы студии.

Подведем итог финансовыми характеристиками проекта.

Таблица 12 – финансовые характеристики проекта

№	Показатели	Единица измерения	Размер
1	Стоимость проекта	рубли	475 000
2	Срок окупаемости	месяцы	4
3	Выручка за год	рубли	2 760 000
4	Чистая прибыль/убыток за год	рубли	+ 785 248

Заключение

Для предпринимателей овладение техникой бизнес планирования в настоящее время становится актуальной задачей.

Начиная свою деятельность, надо четко представлять потребность на перспективу в материальных, финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах, а также эффективно рассчитать использование ресурсов в процессе работы предприятия (фирмы). Бизнес-план является основой предпринимательской деятельности и представляет собой комплексное исследование различных сторон предприятия (фирмы). В связи с этим актуальность вопросов бизнес планирования, особенно в условиях рыночной экономики, не вызывает сомнений.

Правильное бизнес планирование является ключевым фактором для любой успешной деятельности организации. Рассматривая бизнес-план, кредиторы и инвесторы основываются на рентабельности и финансовой устойчивости фирмы.

Парикмахерский бизнес не самый затратный, но достаточно прибыльный. Для открытия парикмахерской не требуется слишком больших вложений. Самое главное в данном бизнесе – «умелые руки», желание заниматься творчеством (парикмахерским искусством), вежливое общение, адекватные цены.

В дипломной работе представлен бизнес-план семейной студии красоты ИП Татаровой Ю.А. «Магия», которая будет осуществлять свою деятельность в городе Юрга по адресу: улица Машиностроителей, 45. Основными направлениями деятельности студии является оказание парикмахерских и маникюрных услуг.

На примере бизнес-плана семейной студии красоты, рассматриваются такие важнейшие аспекты, как выбор организационно–правовой формы,

маркетинг и реклама, анализ рынка, кадровые вопросы и другие аспекты, связанные с успешным ведением бизнеса.

Общая стоимость проекта составляет 480 000 тыс. рублей. Конкурентоспособность студии обеспечивается за счёт удобного расположения, гибким ценовым уровнем, профессиональным обслуживанием клиентов, отдельным детским залом и игровой комнатой. Это всё даёт преимущества в сравнении с другими конкурирующими парикмахерскими.

Согласно разработанному бизнес- плану, появление первой прибыли планируется на пятом месяце работы студии красоты.

При выполнении выпускной квалификационной работы был использован программный продукт «Microsoft Word 2010».