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

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01 Экономика
Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка бизнес-проекта по расширению деятельности салона красоты в г.Юрге

УДК 338.465.4:005.511(083.92)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
З-17Б30С	Епихина Л.В.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Лощилова М.А.	к.п.н		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДиФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	Трифонов В.А.	к.э.н., доцент		

Юрга 2017

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
Р1	Применять глубокие естественнонаучные и математические знания для решения задач, связанных с оценкой и прогнозированием результатов внедрения инновационных технологий
Р2	Применять глубокие знания в области современных методов управления для планирования, организации, контроля и анализа междисциплинарных исследовательских проектов
Р3	Ставить и решать задачи управленческого анализа, связанные с созданием, функционированием и развитием организации любой организационно-правовой формы, с использованием системного анализа
Р4	Разрабатывать информационную систему организации на основе проектирования критериев эффективности ее функционирования с использованием современных информационных технологий, для обеспечения процесса подготовки и принятия управленческих решений
Р5	Разрабатывать бизнес-планы инновационных проектов по созданию и развитию организаций, с использованием современных методов технологического прогнозирования, математических моделей организационных систем и моделирования бизнес-процессов с учетом юридических аспектов защиты интеллектуальной собственности
Р6	Организовывать внедрение, эксплуатацию и обслуживание современных высокотехнологичных линий автоматизированного производства, обеспечивать их высокую эффективность, соблюдение правил охраны здоровья и безопасности труда, обеспечивать выполнение требований по защите окружающей среды
Р7	Активно использовать навыки делового общения в переговорах, проведении совещаний, публичных выступлениях, деловой переписке, электронных коммуникациях
Р8	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать в иноязычной среде, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты инновационной деятельности
Р9	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена и руководителя группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, демонстрировать ответственность за результаты работы и готовность следовать корпоративной культуре организации
Р10	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических и культурных аспектов инновационной деятельности, компетентность в вопросах устойчивого развития
Р11	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности

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

Юргинский технологический институт
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Кафедра Экономики и автоматизированных систем управления

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой
_____Трифонов В.А.

ЗАДАНИЕ
на выполнение бакалаврской работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
З-17Б30С	Епихина Л.В.

Тема работы:

Разработка бизнес -проекта по расширению деятельности салона красоты в г. Юрге	
Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	

Срок сдачи студентом выполненной работы:	

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе *(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия;требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).*	Объект исследования – салон красоты «Волшебница» в г.Юрге. Режим работы – ненормированный Влияние на окружающую среду не оказывает, т.к. объект не производственный
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов *(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).*	Теоретической базой исследования является литература и труды российских и зарубежных ученых. В процессе написания дипломной работы автором была изучена нормативно-правовая база по данной тематике, изучены труды отечественных и зарубежных ученых экономистов (монографии, учебники, статьи из периодических изданий). Для достижения поставленной цели были

	определены следующие задачи исследования: Рассмотреть теоретические основы разработки бизнес-проекта. Проанализировать структуру и этапы разработки бизнес-проекта. Разработать производственный, маркетинговый и финансовый планы. Результат работы – разработан бизнес-проекта по расширению деятельности салона красоты.
Перечень графического материала *(с точным указанием обязательных чертежей)*	Презентация представлена в программе Power Point

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы
(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Доцент кафедры БЖДиФВ Гришагин В.М.
Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Лощилова М.А.	к.п.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
З-17Б30С	Епихина Л.В.		

Реферат

Бакалаврская работа содержит 8 рисунков, 12 таблиц, 25 источников.

Ключевые слова: бизнес-план, расчеты, эффективность, чистый доход, срок окупаемости, затраты, оборудование, конкуренты, рынок сбыта, потребители, каналы сбыта, исследование, анализ.

Актуальность исследования заключается в том, что сегодня салонный бизнес относится к категории быстрорастущих. Сегодня в России более 3 000 салонов красоты, оказывающих кроме банальной стрижки еще и разнообразные косметологические процедуры.

Цель работы заключается в разработке бизнес-проекта по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге и ассортимента предоставляемых услуг для соответствия стандартам высококлассного и квалифицированного обслуживания.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы разработки бизнес-проекта.

2. Проанализировать структуру и этапы разработки бизнес-проекта.

3. Разработать производственный, маркетинговый и финансовый планы.

Объект исследования – салон красоты «Волшебница» в г.Юрге.

Предмет исследования – бизнес-проект по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге и ассортимента предоставляемых услуг.

Abstract

Graduation thesis contains 8 figures, 12 tables, 25 sources.

Keywords: business plan, calculations, efficiency, net income, payback period, costs, equipment, competitors, markets, customers, channels of distribution, research, analysis.

The relevance of the study lies in the fact that today salon business belongs to the category of fast growing. Today in Russia more than 3,000 beauty salons that provide besides the banal haircuts and even a variety of cosmetic procedures.

The aim of this work is to develop a business expansion project of the beauty salon "Enchantress" in the city of Yurga and range of services provided to meet the standards of high quality and efficient service.

To achieve this goal have been identified the following research objectives:

1. To consider the theoretical basis for the development of a business project.
2. To analyze the structure and stages of development of a business project.
3. To develop a production, marketing and financial plans.

Object of research – a beauty salon "Enchantress" in the town of Yurga. Subject of research – the business expansion project of the beauty salon "Enchantress" in the city of Yurga and range of services provided.

Оглавление

Введение 9

1 Обзор литературы 10

1.1 Общая характеристика бизнес планирования 10

2 Объект и методы исследования 11

3 Расчеты и аналитика 12

3.1 Понятие, содержание бизнес-проекта и его виды. 12

3.2 Анализ структуры, этапы разработки и требования к бизнес-проекту 14

4 Результаты проведенного исследования 20

4.1 Описание планируемой к производству услуги…….. 20

4.2 Производственный план…… 24

4.3 Организационный план…… 26

4.4 Финансовый план……... 31

4.5 Маркетинговый план…… 36

4.6 Окупаемость проекта 40

5 Социальная ответственность 42

5.1 Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов на данном рабочем месте….. 42

5.2 Анализ выявленных вредных и опатных факторов на рабочем месте…….. 44

5.3 Разработка методов защиты от вредных и опастных факторов… 44

5.4 Охрана окружающей среды……... 45

5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях……. 45

5.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»…… 45

Заключение 46

Список использованных источников 48

Приложения А (обязательное) Анкета..…… 50

Приложения Б (обязательное) Расходы и доходы салона красоты в год, тыс.руб…….. 51
Диск CD-R в конверте на обороте обложки

Введение

Актуальность исследования заключается в том, что сегодня салонный бизнес относится к категории быстрорастущих.

Цель работы заключается в разработке бизнес-проекта по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге и ассортимента предоставляемых услуг для соответствия стандартам высококлассного и квалифицированного обслуживания.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы разработки бизнес-проекта.

2. Проанализировать структуру и этапы разработки бизнес-проекта.

3. Разработать производственный, маркетинговый и финансовый планы.

Объект исследования – салон красоты «Волшебница» в г.Юрге.

Предмет исследования – бизнес-проект по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге и ассортимента предоставляемых услуг.

Теоретической базой исследования является литература и труды российских и зарубежных ученых.

1 Обзор литературы

1.1 Общая характеристика бизнес-планирования

В рыночной экономике бизнес-план служит важным рабочим инструментом как для действующих, так и для вновь образуемых фирм. Отечественный предприниматель не всегда четко представляет, как важно наличие профессионально подготовленного и обоснованного бизнес-плана[1].

С его помощью становится возможным получить необходимые инвестиции, разработать реальные планы на достаточно отдаленную перспективу, составить систему фактических прогнозных числовых оценок экономических, финансовых и иных показателей по которым можно было бы достоверно говорить о степени успешности развития собственного дела. Бизнес-план побуждает предпринимателя тщательно изучить, глубоко исследовать каждый элемент предполагаемого рискового рыночного проекта, предложения, предпринимательского дела [2]

Непосредственно разработкой бизнес-планов занимаются специализированные консалтинговые фирмы и предприниматели. Единой формы этого делового плана не существует, а процесс его разработки имеет творческий характер.

Бизнес-план представляет собой всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует, а также системы управления, в которой он нуждается для достижения поставленных целей [5].

Не существует стандарта на разработку бизнес-плана из-за различия целей бизнеса и бесконечного множества вариаций среды, в которой он действует. Поэтому значительной частью любого бизнес-плана являются разделы планомерного контроля и регулирования бизнеса [6].

В зависимости от длительности планового периода различают следующие виды планов: текущее или оперативное планирование; среднесрочное планирование; перспективное планирование.

Основы и принципы бизнес-планирования изучены на основе трудов таких авторов, как В.С. Алиев, В.А. Баринов, М.В. Виноградова, А.А.Гладкий и др.

Изучены федеральные законы: «О защите конкуренции», «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «Об обществах с ограниченной ответственностью» и др.

2 Объект и методы исследования

Объектом исследования являетсясалон красоты «Волшебница», зарегистрированный индивидуальным предпринимателем Т.А. Лукинович. ИНН 42300423929.

Полное название предприятия: ИП Лукинович Т.А. салон красоты «Волшебница».

Юридический адрес предприятия: Кемеровская область, г. Юрга, улица Ленинградская, дом 3.

Фактический адрес совпадает с юридическим адресом предприятия.

Описание предприятия и его специфика. Основным видом деятельности салона красоты является предоставление парикмахерских услуг (стрижка, покраска, завивка волос и прочее); косметология; услуги по маникюру (маникюр, наращивание ногтей и прочее); депиляция; тату; наращивание ресниц; солярий.

Методы исследования – сбор информации по состоянию рынка в г. Юрге, теоретический анализ литературы, методы синтеза, сравнения и сопоставления.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Понятие, содержание бизнес-проекта и его виды

Бизнес-план – это типовое (унифицированное) проектное решение на достаточно отдаленную перспективу? в котором дается научно обоснованная оценка возможных на данном сегменте рынка конечных целевых экономических, финансовых и иных результатов (трудовых, производственных, социальных) деятельности предприятия, базирующихся на реальном производственном, инвестиционном, материально-техническом, организационном и логистическом обеспечении [10]

Главная цель разработки бизнес-плана - сформулировать или уточнить основную концепцию развития фирмы, т.е. спланировать производственную, хозяйственную, сбытовую, экономическую, финансовую, инвестиционную, социальную и экологическую (точнее, природоохранную) деятельность на ближайший и достаточно отдаленный периоды времени в строгом соответствии с потребностями целевого рынка и реальными возможностями приобретения необходимых видов ресурсов [5].

Конкретно целевое назначение бизнес-плана заключается в следующем:

1) получение обобщенной финансовой оценки предыдущего этапа развития фирмы, а также оценка ее современного производственного и экономического потенциала;

2) разработка или уточнение прежней стратегии развития фирмы или отдельных направлений ее деятельности, а также определение способов реализации стратегических целей и задач;

3) внутрифирменное планирование, контроль, анализ, регулирование и оперативный учет;

4) разработка и технико-экономическое, финансовое и социальное обоснование бизнес-проектов, интернет-проектов, программ развития фирмы, а также коммерческих предложений;

5) привлечение инвесторов для реализации внутрифирменных планов, программ, коммерческих проектов;

6) снижение уровня совокупного риска фирмы в ходе осуществления ее производственной, научно-технической, финансовой и внешнеэкономической деятельности за счет прояснения перспектив ее развития;

Бизнес-план бывает нескольких видов и классифицируется по типологии представленной на рис. 1

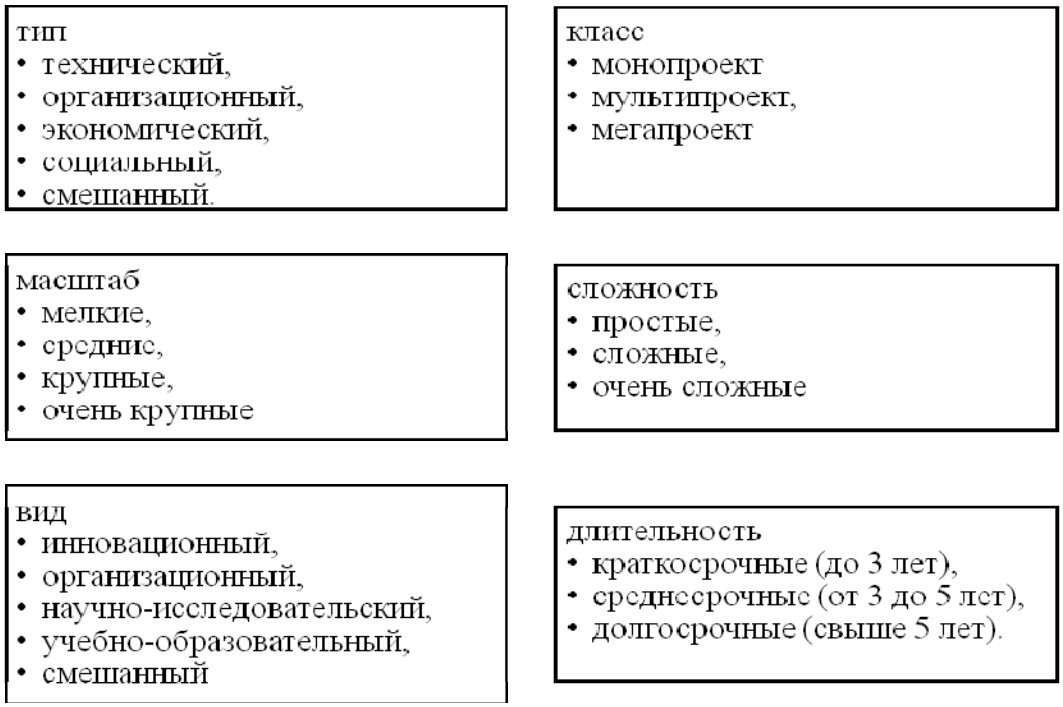

Рисунок 1 – Классификация бизнес-плана

В зависимости от целей можно выделить три вида бизнес-планов: бизнес-план форма; бизнес-план сущность; бизнес-план понимание.

Бизнес-план форма призван осуществить представление бизнеса для инвесторов, акционеров или руководства. Он составляется в соответствии с требованиями партнеров или участников бизнеса.

Бизнес-плансущность необходим при отражении процессов, происходящих на предприятии, и прогнозировании последствий вводимых изменений. Он отражает содержание бизнес-процесса с целью выявления всех особенностей, возможностей и угроз и помогает принимать решение.

Бизнес-план понимание составляется для анализа и изучения новой идеи, предполагающей развитие и изменение предприятия. Он направлен на понимание как уже происходящих, так и планируемых процессов, и наиболее полное представление результатов новых идей [18]

3.2 Анализ структуры, этапы разработки и требования к бизнес-проекту

В рыночной экономике существует множество версий бизнес-плана по форме, содержанию, структуре и т.д. Наибольшие различия наблюдаются в рамках модификаций бизнес-планов в зависимости от назначения: по бизнес-линиям (продукция, работы, услуги, технические решения); по предприятию в целом (новому или действующему).

В рамках одной организации может разрабатываться и общий стратегический бизнес-план, включающий весь комплекс целей, и отдельные бизнес-планы по приведенной выше типологии [10].

Содержание разделов бизнес-плана может быть разной степени детализации. Представляется, что наиболее подробное содержание представлено в методических рекомендациях Л.М. Макаревича. Достаточным можно считать содержание бизнес-плана, предложенное М.М. Алексеевой и Р.Г. Маниловским. Принципиальное содержание основных разделов бизнес-плана должно включать следующее.

Структура бизнес-плана не регламентирована законодательством, поэтому каждая фирма разрабатывает собственные подходы и структуру, которые будут зависеть от характера бизнеса, основных целей составления бизнес-плана и предъявляемых к нему требований.

Структура бизнес-плана зависит от цели его написания, того, для чего он предназначен – для получения кредита, привлечения инвестора, предварительной оценки проекта или внутрифирменного планирования [18]

Типовая структура бизнес-плана содержит следующие разделы:

1. Титульная страница - содержит название компании, ее юридический и фактический адреса, телефоны, e-mail и адрес сайта (если есть), наименование и полные реквизиты собственников компании, наименование и очень кратко (одним предложением) – суть проекта, информацию об исполнителях проекта и дату его составления.

2. Резюме проекта - представляет собой основные положения, суть, "выжимки" из проекта, его основные выводы. Цель резюме - заинтересовать инвестора и заставить его подробнее ознакомиться с содержанием бизнес-плана.

3. Описание компании - содержит информацию о компании, которая предлагает данный инвестиционный проект, ее полные реквизиты, информацию о учредителях и их реквизиты, цели компании, сведения о руководстве, историю компании, достижения, организационную структуру, основные продукты, и место компании на рынке.

4. Описание продукта или услуги – включает информацию о продукте или услуге, его основных характеристиках, основных потребителях, потребительских свойствах товара, отличиях от существующих аналогов, информацию о патентах и лицензиях.

5. Маркетинговый анализ – содержит информацию о имеющихся на рынке товарах, продукции конкурентов, сравнение характеристик и потребительских качеств товаров конкурентов и предлагаемого продукта.

6. Стратегия продвижения товара – здесь основным является определение рыночной ниши, т.е. того, какой именно и для каких категорий потребителей предназначен товар, количественный и качественный анализ потребителей, где они расположены, какими именно методами и каналами сбыта предлагается реализовывать товар или услугу.

7. Производство – в случае, если это производственное предприятие, данный раздел включает информацию о выбранной технологии производства, мотивации ее выбора, описание основных технологических процессов предприятия, схему его работы, расстановку оборудования [11]

8. План по персоналу – в этом разделе приводится информация о потребности в персонале, его количестве и квалификации, анализ рынка труда по каждой позиции работников, приводятся расчеты затрат на оплату труда персонала, его социальное обеспечение, методы стимулирования и обучение.

9. Организационная структура и управление – содержит схему организационной структуры управления предприятием, информацию о количественном и качественном составе подразделений предприятия, требования к его квалификации, расчет затрат на оплату труда, социальное обеспечение и стимулирование труда управляющего персонала[11]

10. Финансовый план – самая интересная часть бизнес-плана с практической точки зрения, он показывает какие финансовые ресурсы потребуются для реализации инвестиционного проекта и в какие периоды времени, а также отдачу от проекта при заданных исходных данных и верности выводов маркетингового исследования [11]

Таким образом, к факторам, определяющим объем, состав и структуру бизнес-плана, степень его детализации, можно также отнести:

- специфику вида предпринимательской деятельности;
- размеры предприятия;
- цель составления бизнес-плана;
- общую стратегию предприятия;
- перспективы роста создаваемого предприятия;
- размер предполагаемого рынка сбыта;
- наличие конкурентов.

Несмотря на довольно значительные внешние отличия различных вариантов структуры бизнес-планов, состав и содержание их основных

разделов остается практически неизменным. Изучение и обобщение отечественного и зарубежного опыта бизнес-планирования, а также опыт практической работы в области планирования бизнеса позволили предложить оптимальную, структуру бизнес-плана предприятия:

1. Концепция бизнеса (резюме).
2. Описание предприятия и отрасли.
3. Характеристика услуг и продукции.
4. Исследование и анализ рынка сбыта.
5. Конкуренция и конкурентное преимущество.
6. План маркетинга.
7. План производства.
8. Организационный план.
9. Финансовый план.
10. Финансовая стратегия.
11. Потенциальные риски.

К бизнес-плану предъявляют требования независимо от вида проекта (рис. 2):

Рисунок 2 – Требования к бизнес-плану

Из рисунка можно сделать вывод, что бизнес-план должен быть:

- доступен широкому кругу лиц, а не только специалистам,
- инвесторы узнают фирму по бизнес-плану, поэтому информация должна быть достоверна и кратко изложена, но четко детализирована,
- оптимальный объем бизнес-плана 30-50 страниц, бизнес-план более 70 страниц тяжел к усвоению, поэтому второстепенную и справочную информацию прикладывают в приложение или вообще не упоминают,
- обязательным условием бизнес-плана – это его эффективность: социальная, экономическая, техническая и т.д.
- бизнес-план является не только расчетным документом, но и средством рекламы, поэтому информацию можно представлять в виде таблиц, расчета показателей, графики и диаграммы,
- все прогнозы должны быть достоверны и подкреплены ссылками на источники информации, например проведенные исследования, опросы, статистические данные, и т.д.
- обязательным в структуре бизнес-плана является оценка рисков – их прогнозирование и пути преодоление располагают к доверии к компании[11]

Кроме обязательных этапов, каждый бизнес-план имеет структуру (рис. 4).

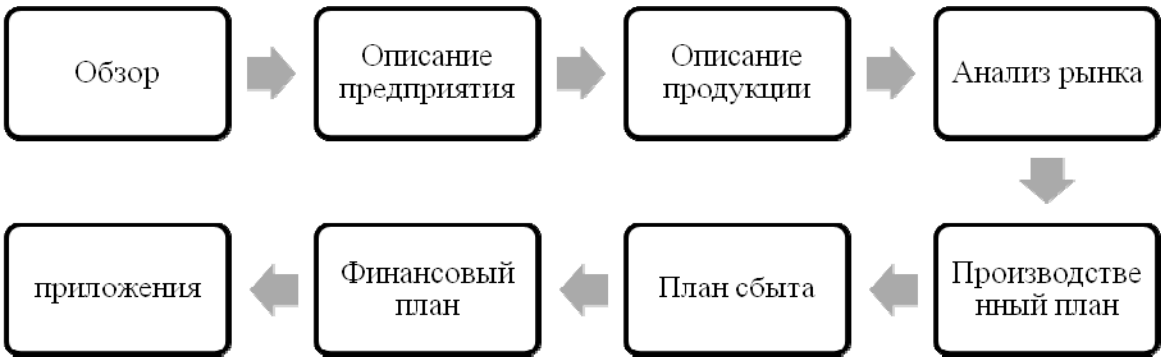

Рисунок 4 – Структура бизнес-плана

Таким образом, в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании.

Бизнес-план является документом, как для внутреннего так и для внешнего пользования, нередко его используют в качестве рекламы, где отражены все преимущества и недостатки предприятия [1]

4 Результаты проведенного исследования

4.1 Описание планируемой к производству услуги

Цель работы заключается в разработке бизнес-проекта по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге и ассортимента предоставляемых услуг для соответствия стандартам высококлассного и квалифицированного обслуживания.

При разработке бизнес-проекта был проведен опрос жителей города Юрга, из которого мы определены необходимые услуги, в которых нуждаются потребители салона. Было опрошено 60 человек.

При опросе было выявлено, что женщины пользуются чаще услугами данного салона, чем мужчины, что соответствует 70% женщин и 30% мужчин.

В настоящее время все больше и больше людей начинают пользоваться услугами косметических салонов, услугами таких специалистов как парикмахер, визажист, мастер по ногтевому сервису. В соответствии с ростом спроса расширяется спектр услуг. Люди следят за тенденциями в моде, а так же стремятся попробовать все новинки, разработки. Именно поэтому необходимо расширять помещения с помощью покупки.

После реализации проекта предприятие завоюет новых клиентов и утвердит себя как наиболее престижное. Директор салона красоты «Волшебница», так же в салоне имеется бухгалтер, администратор, техническое обслуживание и специалисты салона. Так же необходимо следовать определенным условиям:

- иметь профессиональных мастеров;
- иметь качественное оборудование и инструменты;
- предоставлять внимательное, вежливое обслуживание;

- оказывать услуги на высшем уровне, работать с улыбкой;
- нести ответственность за оказанные услуги;
- каждый мастер должен быть «лицом» салона, соблюдать установленные правила и нормы. На рабочем месте забывать о личных делах и проблемах;
- проговаривать ход работы, заранее оговаривать результат.

По результатам проведенного опроса было выявлено, что салону необходимо расширить сферу предоставления услуг. При этом у предприятия есть необходимый потенциал: творческие и креативные работники, первоначальный капитал для расширения бизнеса; постоянные клиенты, которые хотят пользоваться новыми услугами и т.п.

Таким образом, салону «Волшебница» для дальнейшего эффективного развития в условиях жесткой конкуренции и изменчивости необходимо расширять сферу предоставления услуг. На основании этого и был разработан бизнес-проект по расширению предприятия.

При реализации разработанного проекта салон красоты будет уникальным салоном на рынке г.Юрга, отличаясь большим спектр предоставляемых услуг и уникальностью.

В первые годы в салоне предполагается работа таких специалистов, как: косметолог, визажист, мастер по наращиванию ногтей, стилист, парфюмеровед, парикмахер. Все оказанные услуги будут выполняться в усовершенствованном виде и будут положительно влиять только на здоровья и внешний вид клиента.

По результатам проведенного опроса (Приложение 1) салоном было выявлено, что большего всего люди предпочитают пользоваться парикмахерскими услугами, и делают маникюр (педикюр), 30% и 24% соответственно.

Так же было установлено, что клиенты все чаще посещают салон, каждый приблизительно 1 раз в неделю и пользуются при этом разными услугами. Клиенты самостоятельно написали спектр услуг, которых им не

хватает в данном салоне, и зачастую им приходится ездить в другие салоны. На основании предложенным вариантом руководством было принято решение о расширении бизнеса. Ниже представлен спектр услуг, который необходимо будет открыть дополнительно в салоне.

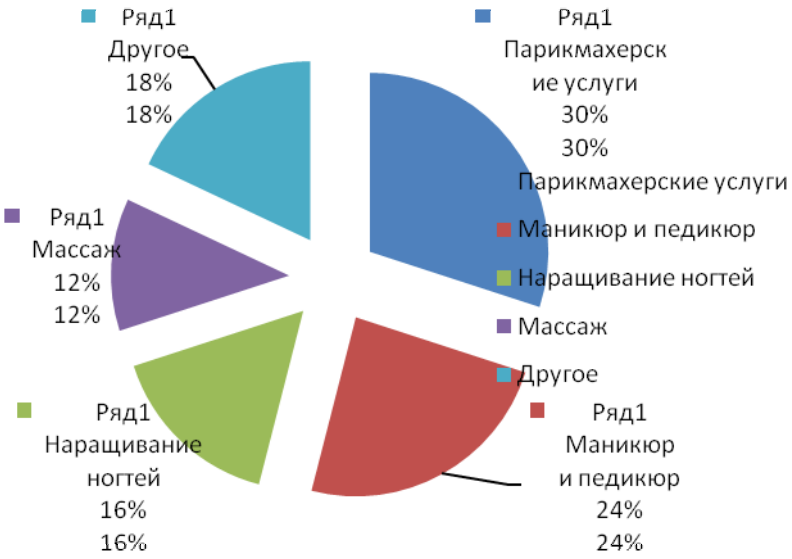

Рисунок 5 – Анализ опроса клиентов об ассортименте предлагаемых услуг

Спектр предлагаемых услуг будет следующим:

1. Парикмахерские услуги включает в себя: креативные стрижки, укладки, окрашивание, химическая завивка, наращивание волос - все это наши стилисты делают просто мастерски. Если же вас беспокоит такая проблема, как выпадение волос, то наши мастера предложат вам эффективную лечебную программу на основе лучших профессиональных линий. Лечение волос окажется не только полезной, но и неожиданно приятной процедурой.

2. Услуги маникюра, педикюра и наращивания ногтей - красота требует не жертв, как принято думать, а ухоженности до кончиков ногтей. Чем и занимаются мастера по маникюру и педикюру. В салоне можно сделать не только классический и европейский маникюр и педикюр (также и аппаратный), но и СПА, который предлагается для мужчин и даже детей. Благодаря моделированию каждая женщина может иметь идеальные ногти.

3. Косметолог – кабинет косметологии –это культовое место каждого салона красоты. Здесь специалисты умеют нежно заботится о вашей коже, не позволяя стареть. Клиентам предлагаются программы anti-age «Омоложение», ботокс без инъекций, пилинги MD formulations, express-уходы, атравматичную чистку лица, макияж, СПА-массаж, процедуры по лечению проблемной кожи и угрей, программу по коррекции фигуры «Атака на целлюлит» и много других очень эффективных процедур. Салон будет осуществлятьи специальные косметические программы для мужчин. Косметологи салона работают на линии IngridMillet, которая признается одной из лучших косметических разработок, содержащих экстракт черной икры. Помимо этого ценного ингредиента она богата олигоэлементами, морским коллагеном, экстрактами жемчуга и растений, содержит гиалуроновую кислоту и др. активные компоненты.

4. Так же будет внедрена новая процедура - мезопилинг, которая уже понравилась многим клиентам. Эта методика лечения увядающей кожи объединяет гликолиевыйпилинг и безыгольнуюмезотерапию на аппарате Synergica, сочетающем содействием ионной стимуляции и импульсного света. Новинкой стала и сахарная биоэпиляция, зарекомендовавшая себя как менее травмативная, чем эпиляция воском, и, безусловно, самая "сладкая" процедура удаления лишних волос. Процедурой, имеющей восхитительный эффект, клиенты салона называют химическую завивку и наращивание ресниц.

5. Наращивание ресниц - Многие из нас уже давно убедились на своем горьком опыте, что хорошо разрекламированная тушь для ресниц не всегда дает такой результат, как нам обещали.

6. SPA зона - создавая SPA-зону нашего клуба, в которой клиентысмогут отдохнуть, расслабиться, окунуться в ванную с лепестками роз.

В салон при внедрении разработанного проекта будут привлечены новые специалисты: парфюмеровед, стилист, визажист, парфюмеровед, косметолог.

4.2 Производственный план

В мире с каждым годом появляются новые технологии. Традиционно принято считать, что все лучшее находиться далеко за рубежом. Однако и в России уровень предоставления разнообразных услуг весьма приличный. В современном мире обмен информацией происходит очень быстро. В поисках соответствующего обслуживания, какого либо учреждения не стоит полагаться на рекламу и интерьер. Лучшая гарантия качества работы оздоровительного центра – это хорошие отзывы реальных клиентов и доброе имя мастера. Новейшие разработки оборудования позволяют улучшить качество выполняемой работы, а так же позволяет выполнить её быстрее. Наличие в салоне современного оборудования гарантирует ему преимущество перед другими предприятиями. Процедура будет применяться для детей, женщин и мужчин в целях улучшения состояния их здоровья и внешнего вида. Для предоставления услуг потребуется более просторное помещение. А также высококвалифицированные специалисты. После приобретения и наличия помещения, препаратов, персонала (мастера), оборудования должно быть все готово к тому, чтобы реализовать услугу.

Немаловажную роль играет дизайн помещения. Для наиболее благоприятного пребывания клиента в центре требуется создать соответствующую атмосферу: всё помещение будет в приглушенных тонах, светло-бежевого тона, так же будет присутствовать естественное и

искусственное освещение. В комнате релаксации будет присутствовать только искусственный свет, что даст больше эффективности при выполнении процедуры.

Для расширения бизнеса салону «Волшебница» необходимо приобретение основных фондов. Состав основных фондов представлен в таблице и состоит из следующего: здание, помещение, оборудование, приборы, инструменты и приспособления, производственный и хозяйственный инвентарь, вычислительная техника и прочие основные фонды. Денежная оценка основных фондов позволяет определить их общий объем, динамику, структуру, величину стоимости, переносимую на стоимость оказываемых услуг, а так же для расчетов экономической эффективности, капитальных вложений, необходимых предприятию инвестиций.

Таблица 1– Стоимость основных фондов

	Наименование ОФ	Среднегодовая стоимость ОФ, руб.	Норма амортизационных отчислений, %	Сумма амортизационных отчислений, руб.
	Помещение	1500000	10	150000
	Мебель	86000	20	17200
	Оборудование	90000	25	22500
	Инструменты	30000	списываются	-
	Вспомогательные материалы	30000	списываются	-
	Хозяйственный инвентарь	7000	списываются	-
	Основные материалы и сырье	750000	списываются	-
ИТОГО		2 493000		189700

Таким образом, для приобретения основных фондов салону необходимо около 1,5 млн.руб. Для их приобретения салон будет пользоваться кредитом через банк по системе ипотечного кредитования, а все остальные основные средства будут приобретены за наличный расчет, т.к. у салона в настоящее время для этого есть уже накопительная часть для

расширения бизнеса. Так для реализации нового проекта, требуются основные дополнительные финансовые вложения на приобретения новых площадей, на их ремонт и обстановку, на покупку нового оборудования и препаратов.

4.3 Организационный план

Всего в салоне работают 8 мастеров: 2 парикмахера; 1 мастер по маникюру и педикюру; 1 мастер по наращиванию ногтей; 1 визажиста; 1 косметолог; 1 стилист; 1 парфюмеровед

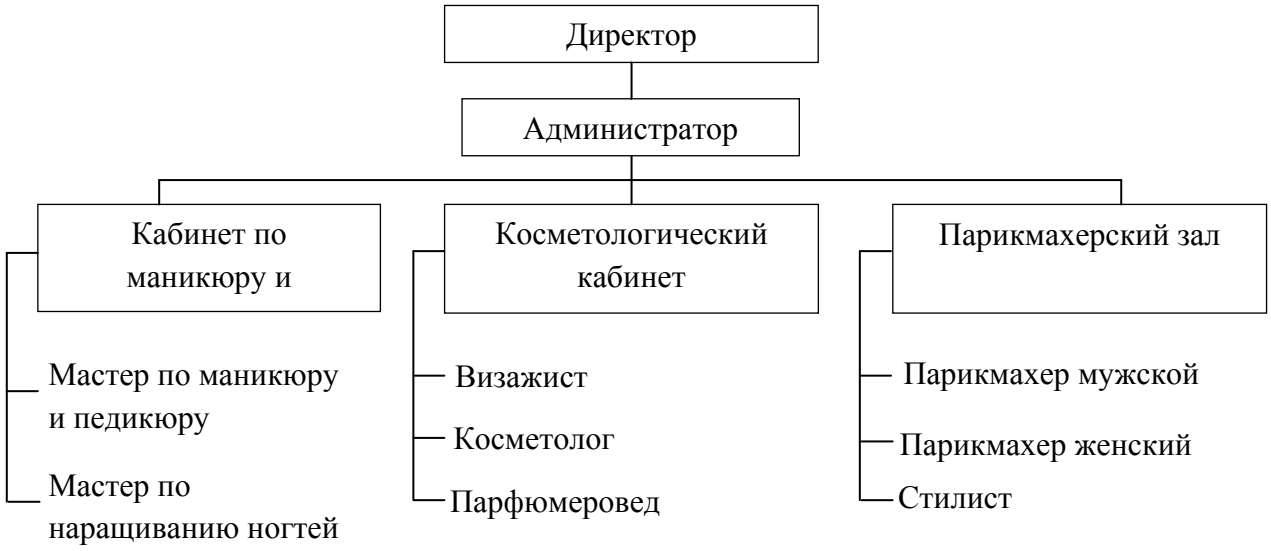

Рисунок 6 – Организационная структура управления в салоне «Волшебница»

Представленная структура управления является линейно-функциональной, что полностью отвечает потребностям гибкого и оперативного руководства малого предприятия в салонном бизнесе.

Основные функции управленческого персонала определяются действующим законодательством РФ, Учредительными документами предприятия, трудовыми договорами и должностными обязанностями и имеют следующий вид.

1. Директор салона – в его обязанности входит:

- организация работы салона красоты;
- полная ответственность за состояние салона и состояние трудового коллектива;
- полностью распоряжается всем имуществом предприятия;
- заключение договоров;
- поиск поставщиков;
- разработка ценовой политики предприятия;
- принятие решений о приеме на работу и увольнении;
- ведение бухгалтерии и отчетность.

2. Администратор - подчиняется непосредственно директору салона красоты. Основными задачами администратора является осуществление руководства и координация всей деятельности салона. Администраторы салона работают посменно, график работы следующий: 2 дня работает один администратор с 9.00 до 20.00. В обязанности администратора входит:

- организация, планирование и координация деятельности салона;
- контроль, за эффективным использованием материальных, технических и трудовых ресурсов в процессе предоставления услуг;
- фиксирование всех предоставленных услуг в журналах учета;
- ответы на телефонное обращение клиента;
- работы с персоналом;
- несет ответственность за комнату SPAи зону релаксации, самостоятельно предоставляет данные услуги.

Администратор салона красоты вправе: принимать решения в пределах своей компетенции, представлять руководству предложения по совершенствованию своей работы и работы салона.

- 3. Мастер по маникюру и педикюру, относится к категории специалистов, подчиняется администратору. В его обязанности входит:
- осуществление гигиенической чистки ногтей на пальцах рук;
- массаж кистей рук и стоп ног;
- опиливание ногтей на пальцах рук и ног, и придание им необходимой формы;
- подготовка ногтей для покрытия лаком;
- покрытие ногтей лаком;
- снятие лака с ногтей;
- дезинфицирование инструмента.

4 Мастер по наращиванию ногтей – специалист, выполняет те же обязанности, что и мастер по маникюру и педикюру, а также в его обязанности входит:

- выполнение сложного многоцветного рисунка на ногтях рук с элементами лепки, голограммами и металлическими блестками;
- наращивание ногтей по новейшим технологиям;
- корректировка наращённых ногтей.

5. Парфюмеровед-специалист. В его обязанности входит:

- подбор парфюмерии по типу внешности, по характеру клиента, подбор парфюмерии под настроение. В наличии будут использоваться различные эфирные масла и средства для релаксации. Парфюмеровед будет работать на неполную ставку, и приходить только по необходимости. Такой же график предусмотрен и стилисту.

6. Стилист будет заниматься подбором одежды по стилю клиента, по сферы его работы (обучения), подбор одежды по настроению, по погодным условиям. Профессиональные консультации стилиста. Подбор верхней,

бытовой одежды, нижнего белья, а также подбор обуви. При этом будет использоваться компьютерный дизайн. Клиенты смогут со стороны посмотреть на свой новый имидж.

7. Визажист – консультации профессионального визажиста. Им будетиспользуются профессиональные марки косметики MakeupForeve, NoomerricPro, DeKlie, Visira, MAC. А так же косметика класса Люкс Dior, EsteeLauder, Chanel и др.

8.Парикмахер - мастер-специалист по прическам, стрижке, завивке, бритью. Парикмахер является специалистом, проводящим различные процедуры, связанные с уходом за волосами, кожей головы, моделированием причесок.

Зарплата на оплату труда см. таблицу. Каждый из мастеров посещает семинары, курсы, повышая свою квалификацию. Ежегодно администрация салона будет оплачивать им курсы повышения квалификации, тренинги и семинары. Данная статья будет заложена в проекте. Также директор приветствует их участие в конкурсах красоты различного уровня. Они постоянно развиваются и стремятся быть совершенными в своей профессии, так как считают, что наука должна стоять на страже красоты. В своей работе они используют только передовые научные методы, которые помогают клиентам становиться и оставаться красивыми, ухоженными и уверенными в себя. Они получают достойные денежные вознаграждения, что стимулирует их работоспособность.

Согласно законодательству РФ, работодатель обязан произвести выплаты с каждого работника предприятия. Размер отчислений в фонды в настоящее время составляют:

- 22% – отчисления в ПФР, страховая и накопительная части.

- 0,2% – отчисления в ФСС по травматизму.

- 2,9% – отчисления в ФСС по временной нетрудоспособности и в связи с материнством.

- 5,1% – отчисления в ФФОМС.

Из табл.2 видно, что для бизнес-проекта салону красоты необходим персонал в составе 12 человек. Выплата заработной платы не является конечной суммой для директора салона. Поэтому проведем расчёт отчисления по заработной плате персонала салона красоты (таблица 3) и выявим общую сумму затрат на заработную плату в месяц.

Таблица 2 - Затраты на оплату труда персонала салона красоты «Волшебница»

№	Должность	Количество человек	Заработная плата на 1 человека, руб.	Заработная плата всего, руб.
1	Директор салона	1	30000	30000
2	Администратор	2	18000	36000
3	Мастер по наращиванию ногтей	1	17000	17000
4	Мастер по маникюру и педикюру	2	15000	30000
5	Парикмахер	2	15000	30000
6	Визажист	1	18000	18000
7	Косметолог	1	18000	18000
8	Парфюмеровед	1	10000	10000
9	Стилист	1	10000	10000
	ИТОГО	12	151000	199000

Таблица 3 – Расчет отчислений в фонды салона красоты «Волшебница»

	Должность	Кол-во человек	Заработная плата всего, руб.	Отчисления от з/п, руб.	Затраты на 1 работника в месяц, руб.	Затраты в год всего, руб.
	Директор салона	1	30000	9060	39060	468720
	Администратор	2	36000	10864	23432	562368
	Мастер по наращиванию ногтей	1	17000	5134	22134	265608
	Мастер по маникюру и педикюру	2	30000	9060	19530	468720
	Парикмахе	2	3	9060	19530	46872

	р		0000			0
	Визажист	1	18000	5432	23432	562368
	Косметолог	1	18000	5432	23432	562368
	Парфюмеровед	1	10000	3020	13020	156240
	Стилист	1	10000	3020	13020	156240
	ИТОГО	12	199000	65217	-	4140072

Таким образом, затраты на заработную плату в год для салона красоты составят порядка 4 млн.руб.

4.4 Финансовый план

Финансовый план необходим для прогнозирования финансового результата своей деятельности и рационального использования своих финансовых ресурсов.

Главная цель составления финансового плана инвестиционного проекта заключается в согласовании намечаемых расходов с размерами прибыли, которую может получить потенциальный инвестор. При эффективной деятельности центра увеличиваются средства финансового плана[11]

Выручка от реализации предполагаемых услуг - является основным источником пополнения оборотных средств накопления от оказываемой услуги составили 400 000 руб. Определенная часть накопленных доходов от оказываемых услуг пойдет на модернизацию, а другая, оставшаяся часть, на приобретение новых препаратов, создание оздоровительного, реабилитационного комплекса, рекламу. Для реализации проекта требуется 2 037 000руб., от сюда следует, что часть денег – это собственные средства, а другая часть - банковский заем, который составит порядка 900 000руб. Таким

образом, поведя финансовые расчеты, получается, что задолженность банку будет выплачена в течение 5 лет.

А так же важно реклама для предприятия. Примерная затрата на рекламу будет составлять 10000рублей в месяц. Средняя выручка от проведения процедур 450000 руб. в месяц.

Таблица 4–Оснащение косметологического кабинета

Наименование товара	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Кресло косметологическое механика + табурет	1 шт	11400	11400
Лампа лупа на струбцине	1 шт	3762	3762
Стерилизатор с кварцевыми шариками	1 шт	2200	2200
UV стерилизатор	1 шт	2100	2100
Ультразвуковой аппарат	1 шт	17100	17100
Дмарсонваль (5 насадок)	1 шт	5662	5662
Комплект парафинотерапии для лица	1 шт	5358	5358
Нагреватель DUO + 2 пистолета	1 шт	4522	4522
Нагреватель 800 г	1 шт	3610	3610
Ложечка УНО	2 шт	279,10	552,20
Кисточка веерная для кислотногопилинга	2 шт	113,2	226,4
Кисть веерная для масок натуральная	2 шт	108,9	217,8
Кисть для масок синтетическая закруглённая	2 шт	146,3	292,6
Кисть для масок вокруг глаз	2 шт	108,9	217,8
Лоток косметический	2 шт	43,9	86,8
Мерный лоток	2 шт	94,05	188,1
Миска для альгинатной маски (маленькая)	2 шт	67,32	134,64
Миска для альгинатной маски (большая)	2 шт	138,6	277,2
Ёмкость косметологическая, d - 6 см, стекло	2 шт	76	152
Ёмкость косметологическая, d – 20см, стекло	2 шт	120	240
Угревыдавливатель	2 шт	199,8	399,6
Шпатель для масок	2 шт	41,8	83,6
ИТОГО:	34	57251,87	58782,74

В настоящее время в салоне нет косметологического кабинета, поэтому нам придется полностью закупать все необходимые материалы на оснащение кабинета. В результате для оборудования косметологического кабинета нам потребуется 58783 руб. Это расходы только на расходные материалы.

Таблица 5 – Оснащение зала для парикмахеров

Наименование товара	Количество	Цена, руб	Сумма, руб
Парикмахерская стойка	2 шт	6000	12000
Кресло для клиента	2 шт	1800	3600
Мойка	1 шт	6000	6000
Этажерка	2 шт	500	1000

Светильники над рабочим местом	4 шт	300	1200
Ножницы прямые	4 шт	1500	6000
Ножницы филировочные	4 шт	1500	6000
Редкозубая расчёска	4 шт	70	280
Брашинг из синтетической щетины	4 шт	250	1000
Брашинг из натуральной щетины	4 шт	300	1200
Расчёска «хвостик»	4 шт	40	160
Расчёка для мужской стрижки	2 шт	65	130
Распылитель	2 шт	50	100
Кисть для покраски волос	4 шт	29	116
Шапочка для мелирования	2 шт	100	200
Фен профессиональный	2 шт	1600	3200
Мерный лоток	4 шт	94	376
Мензурка	2 шт	30	60
ИТОГО:	57	20228	42622

В разработанном нами проекте предполагается, что будет отдельно мужской мастер и женский мастер, также по необходимости будет приходить стилист. Расходные необходимые материалы на первое время еще есть, т.к. заказ на них делается еженедельно. Необходимо будет докупить инвентарь, соответственно и оснащение кабинета (кресла, мойка и т.п.) в стили нового дизайна помещения. Таким образом, расходы на оснащение зала для парикмахеров составит 42622 руб.

В салоне красоты «Волшебница» отдельно кабинета для маникюра и педикюра нет, помещение маленькое, в связи с этим нет возможности отделить кабинет. Стоит ширма, за которой и оборудовано место для оказания услуги по маникюру и педикюру. В новом проекте в связи с расширением не только бизнеса, но и самого помещение предполагается, что будет открыт отдельный кабинет для маникюра и педикюра.

Таблица 6 – Оснащение кабинета для маникюра и педикюра

Наименование товара	Количество	Цена, руб	Сумма, руб
Рабочий стол	2 шт	13000	26000
Кресло для клиента	2 шт	1500	3000
Кресло для мастера	2 шт	1600	3200
Машинка для аппаратного маникюра	2 шт	9850	19700
УФ лампа	1 шт	10560	10560
Маникюрная ванночка с подогревом	1 шт	900	900
Лампа дневного света	2 шт	320	640

Ёмкость для жидкости для снятия лака	2 шт	40	80
Пилка для натуральных ногтей	4 шт	30	120
Пилка для тонких ногтей	2 шт	40	80
Пилка для искусственных ногтей (мягкая)	2 шт	65	130
Пилка для искусственных ногтей (средней жёсткости)	2 шт	68	136
Пилка для искусственных ногтей (грубая)	2 шт	70	140
Полировщик натуральных ногтей	4 шт	75	300
Щёточка	4 шт	30	120
ИТОГО:	35	38148	65106

Таким образом, на оснащение кабинета для маникюра и педикюра потребуется 65106 руб.

Таблица 7 – Оснащение релаксирующего кабинета

Наименование материала	Количество	Цена, руб	Сумма, руб
Релаксирующее кресло	1 шт	11362	11362
Стереосистема	1 шт	13000	13000
Набор благовоний	1 шт	1300	1300
Набор камней для релаксации	1 шт	1300	1300
Аромалампа	1 шт	320	320
Зеркало	1 шт	1300	1300
Вешалка	1 шт	650	650
ИТОГО:	7	29232	29232

Кабинет релаксации по проведенному опросу нужная услуга для клиентов. Поэтому было принято решение его открытия. На оснащение релаксирующего кабинета потребуется 29232 руб.

В настоящее время помещение салона красоты слишком маленькое и составляет 18 кв.м. Предполагается, что для расширения бизнеса необходимо приобрести более просторное помещение, порядка 45 кв.м. Денежные средства для его приобретения будут складываться из: собственных (накопленных средств), долгосрочного кредитного займа и отпродажу уже существующего помещения. На ремонт кабинета потребуется сумма 273000руб (см.таб.8).

Таблица 8 – Оснащение помещения

Наименование	Количество	Цена, руб	Сумма, руб
Кресло	1 шт	5000	5000
Комплект шкафов	5 шт	10000	50000
Кондиционер	1 шт	3000	3000

Зеркало	5 шт	1000	5000
Вешалка	100 шт	100	10000
Ремонт	-	-	200000
ИТОГО:	112	19100	273000

Также, салону красоты необходимо докупить необходимое количество материала на сумму 6682 руб.

Таблица 9 –Расходные материалы

Наименование	Количество	Цена, руб	Сумма, руб.
Расходные материалы для косметологического кабинета			
Спонжи косметические	30 шт	35	1050
Шапочка берет	20 шт	190	3800
Салфетки бумажные	5 уп	15	75
Ватные диски	5 уп	29	145
Ватные палочки	1 уп	16	16
Иголки косметические одноразовые	1 уп	200	200
Плёнка пищевая	1 уп	57	57
Бумага для снятия воска 1 м	1 шт	612	612
Защитные бумажки под ресницы	1 уп	190	190
Расходные материалы для зала парикмахеров			
Воротниковая лента	1 уп	200	200
Фольга	1 уп	100	100
Расходные материалы для педикюрного кабинета			
Ватные диски	5 уп	29	145
Лезвия	2 уп	46	92
ИТОГО:			6682

Итого для расширения бизнеса нам потребуется всего 2 100 000 руб., сумма денежных средств была округлена в большую сторону из-за нестабильности экономической ситуации и повышением цен у поставщиков, из которых собственные средства составляют 400 000ру., от продажи помещения мы получим 800 000 руб., тогда кредит необходимо будет брать на сумму 900 000руб. , новое помещение стоит около 1 500 000 руб.

Итого: 400 000 руб+800 000руб+900 000 руб.=2 100 000 руб.

Так же на реализацию проекта нам потребуется около 2 месяцев, уже с приобретением и ремонтом нового помещения. Хотя срок может быть увеличен, т.к. продажа существующего помещения займет какое-то время.

Таблица 10 – Необходимые расходы для бизнес-проекта

Наименование расходов	Сумма, руб
Оснащение косметологического кабинета	60 000
Оснащение зала для парикмахеров	45 000
Оснащение кабинета для маникюра и педикюра	65 000
Оснащение релаксирующего кабинета	30 000
Оснащение помещения	280 000
Расходные материалы	7 000
Прочие расходы	50 000
Итого	537 000

4.5 Маркетинговый план

Сегодня маркетинг – это активность во всем, что поможет увеличить объём услуг. Увеличение услуг, это увеличение прибыли, к чему стремится каждый предприниматель. Для того чтобы предлагаемые услуги были востребованы, предпринимателю необходимо выяснить:

- выяснить желание потребителей, для реализации услуги;
- выбрать именно те услуги, которые будут удовлетворять спрос потребителей;
- правильно выбрать приемлемую цену для клиента, в зависимости от статуса салона;
- организовать продвижение рекламы, предоставляемой услуги;
- внедрить услугу;
- в результате получить прибыль.

Успешный маркетинговый план, есть составляющее трех главных критериев: качество предоставляемой услуги, её цена и реклама.

К услугам нашего профиля, обращаются клиенты разного возраста, социального положения и разного рода деятельности, и салон должен предоставлять разнообразие видов деятельности:

- маркетинговые исследования, где идёт процесс изучения рынков сбыта и поведение потребителей. Через ряд проведённых исследований, было

принято решения, что люди сейчас уверенно знают, зачем и какая услуга им нужна, и отсюда следует, что наши специалисты, должны разбираться в той услуге, которую они оказывают, чтобы смогли ответить на задаваемые вопросы клиентов. Для того чтобы сохранить клиента, нужно учитывать личные качества клиента, и это нужно учитывать при приёме на работу.

- разработка услуги. Поскольку клиенты это люди различных социальных статусов необходимо учитывать данные при внедрении нового вида услуги[11]

Кроме опроса клиента для разработки новых видов услуг, предприятия так же провело еще и SWOT-анализ SWOT-анализ – метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект (см.рис.11).

Внутренние и внешние факторы делятся на 4 категории:

1 Сильные стороны.

2 Слабые стороны.

3 Возможности.

4 Угрозы.

При составлении таблицы SWOT-анализа мы использовали маркетинговые исследования, опрос конкурентов и потребителей, сбор и обработка информации. На основе опроса конкурентов и потребителей, мы выявили и рассмотрели сильные и слабые стороны, возможности и возможные угрозы салона красоты «Волшебница».

Сильные стороны: так как салон будет находиться в центре города (предполагается), и иметь хорошую транспортную и пешеходную доступность, высокую квалификацию персонала, индивидуальный подход к каждому клиенту и систему скидок, это будет привлекать потребителя и являться его сильной стороной, так же сильной стороной будет являться уже существующая база клиентов. Из слабых сторон мы выявили что: так как услуги салона будут несколько новые и салон поменяет свое место

нахождения, то будет отсутствовать количество клиентов в день (первые несколько месяцев). Из сильных и слабых сторон вытекают возможности и угрозы предприятия.

Таблица 11 – SWOT-анализ салона красоты

Внутренние факторы	S (Сильные стороны) 1 Хорошая транспортная и пешеходная доступность 2 Высокая квалификация сотрудников 3Индивидуальный гибкий подход к каждому клиенту 4Система скидок	W (Слабые стороны) 1 Не насыщенный ассортимент по сравнению с конкурентами 2 Отсутствие опыта работы
Внешние факторы	O (Возможности) 1 Расширение ассортимента 2 Расширение количества потенциальных клиентов за счет внедрения новых услуг 3Увеличение доли рынка 4 Появление новых технологий 5 Наличие налаженных партнерских отношений	T (Угрозы) 1 Потеря клиентов 2 Спад спроса 3 Появление новых конкурентов 4 Уменьшение цен на услуги у конкурентов 5 Рост налогов 6 Уход с рынка фирмы поставщика 7 Ухудшение демографической ситуации 8 Снижение доходов населения

На основании выявленных в ходе анализа факторов будет формироваться смета затрат с учет потребительских предпочтений и учета разного социального статуса. При составлении сметы затрат на приобретаемые препараты, в нее включались средства на приобретаемые препараты из разных ценовых категорий.

Услуги, предоставляемые в данном салоне, пользуются и спросом, и повышают конкурентоспособность на рынке сбыта. Всем известно, что чем эффективней предлагаемая услуга по устранению тех или иных проблем, тем выше спрос на нее. Так же результат процедуры, эффективность будет зависеть и от платежеспособности клиента. Стоимость процедуры будет зависеть от методик выполнения и от использованным материалов при

работе. Разница в цене объясняется тем, что процедура может проводиться с использованием различных косметических средств, которые требуют дополнительного времени. Цена на услуги повышается с учетом количества использования материала, которые содержат в своем составе наиболее эффективные биологические элементы, что ускоряет приобретение желаемого результата. Это способствует тому, что практически каждой может обслуживаться в салоне.

Спрос на услуги, предоставляемые салоном красоты возникает от собственной надобности и потребностей покупателей.

Поэтому для поддержания постоянного и высокого спроса на услуги в салоне необходимо проводить следующие маркетинговые мероприятия:

1. Проведение регулярных рекламных мероприятий – размещение рекламы об услугах салона красоты на общественном транспорте и ведение собственной колонки в газете.

2.Делать скидки для постоянных посетителей при помощи накопительных карт (скидка на определенную сумму денег при следующем посещении).

3.Проводить социологические опросы и опросы методом анкетирования.

Разработанные маркетинговые мероприятия позволят достичь поставленной цели. При выборе маркетинговых мероприятий, мы основывались на потребителя, как ему будет удобнее получить информацию о салоне красоты.

Таблица 12 – Затраты маркетинговый план

Наименование	Количество	Цена, руб	Сумма, руб
Реклама на общественном транспорте	1	7 000	7 000
Визитки	150	1,2	180
Буклеты	150	3,5	525
Вывеска салона	1	15000	15000
Дисконтные карты	200	18	3600
ИТОГО			26305

Таким образом, на маркетинг при открытии салон потратит около 30000руб. Ежемесячные расходы на рекламу и маркетинг предположительно составят 10 000руб.

4.6 Окупаемость проекта

Салон красоты будет осуществлять свою деятельность по упрощенной системе налогообложения, которая предусматривает замену уплаты НДС, налога на прибыль организаций, сбора на обязательное социальное страхование и обязательное государственное пенсионное страхование, а также других налогов и сборов уплатой единого налога, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности организаций за налоговый период. Уплата налога будет производиться по итогам одного календарного года по ставке 6 % от дохода предприятия.

В настоящее время в салоне красоты в среднем в месяц посещение клиентов составляет около 300 человек и их средний чек составляет 900 руб. Исходя из этого, можно предположить, что за счет увеличения ассортимента предоставляемых услуг количество клиентов увеличится и составит 380 чел. В месяц, соответственно и увеличится средний чек – 1100 руб.

Рассчитывая, срок окупаемости:

1300руб.*390чел = 507 000 руб.

Далее чтобы получить доход в год 507 000*12 месяцев=6 084 000руб – выручка салона в год.

Чтобы рассчитать срок окупаемости используем формулу:

$$PP = K_o / П_{чсг} \quad (1)$$

K_o – сумма первоначально вложенных средств.

$П_{чсг}$ – Чистая прибыль.

Сумму прибыли рассчитываем как разность между средними доходами и расходами (приложение 3).

П = 6 084 000 –(7 160 884 – 537 000 – 1 500 000) = 960 116 рублей.

РР= 2 100 000 / 960 116 = 2,2 лет.

Срок окупаемости бизнеса проекта по расширению салона красоты составит 2 год 2 месяцев.

5 Социальная ответственность

5.1 Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов на данном рабочем месте

Объектом исследования является рабочее место специалиста салона красоты, расположенный в здании по адресу: Кемеровская область, г. Юрга, Ленинградская, 33.

5.2 Анализ выявления вредных и опасных факторов на рабочем месте

Освещение осуществляется 2 светильниками, типа Универсаль, мощностью 500 Вт, расположенными в линию. Имеется 2 окна со светлыми шторами.Прогревается административное помещение с помощью центрального отопления.

Профессиональная работа занимает большую часть времени жизнедеятельности работника. Осуществляется она в условиях определенной производственной среды. При несоблюдении установленных нормативных требований способна неблагоприятно повлиять на работоспособность человека, а также на его здоровье.

Цветовое оформление кабинета исполнено в светлых тонах. Потолок побелен. Стены поклеены светло-коричневыми обоями. Офисная мебель гармонирует с цветовым оформлением интерьера.

Производственная пыль - взвешенные твердые частицы, находящиеся в воздухе и накапливающиеся в организме человека при несоблюдении определенных правил. Размеры частиц - от нескольких десятков до долей мкм.

Источниками света будут являться светодиодные лампы, т.к. это помещение предназначено для постоянного пребывания людей, тем более в это помещение не подходят люминесцентные и ртутные лампы, поскольку высота помещения 3 метра.

Современные светодиодные лампы потребляют в 8–10 раз меньше энергии, чем лампы накаливанияпри том же световом потоке, а значит при освещении светодиодными лампами за освещение можно будет платить в 8–10 раз меньше. 0-ваттная лампа накаливания при понижении напряжения в сети до 207 В начинает светить, как 40-ваттная, а если напряжение упадёт до 180 вольт (что часто бывает в сельской местности) 60-ваттная лампа «превращается» в 25-ваттную. Светодиодная лампа при любых напряжениях светит с одинаковой яркостью и не боится скачков.

В отличие от ламп накаливания, светодиодные лампы имеют небольшой нагрев. Лампы не греют помещение, когда в нём и так жарко. Ребёнок не обожжётся о лампочку в настольной лампе. Светодиодные лампы можно считать энергосберегающими, однако, в русском языке слово «энергосберегающие» закрепилось за компактными люминесцентными лампами (КЛЛ), а КЛЛ и светодиодные лампы — совсем разные вещи.

Светодиодная лампа не содержит опасных веществ, а в колбе любой КЛЛ содержится ртуть; светодиодная лампа потребляет меньше энергии при том же световом потоке; светодиодная лампа мгновенно зажигается на полную яркость, а КЛЛ плавно набирает яркость от 20% до 100% за минуту при комнатной температуре и гораздо медленнее при низких температурах; У КЛЛ плохой спектр, состоящий из пиков нескольких цветов. Спектр светодиодной лампы гораздо ближе к естественному освещению и свету лампы накаливания.

5.3 Разработка методов защиты от вредных и опасных факторов

Защита от шума. Нормированные параметры шума определены ГОСТ 12.1.003-83 и санитарными нормами СН 2.2.4/2.1.8.562-86 «Шум на рабочих местах, помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки».

Допустимый уровень шума – это уровень, который не вызывает у человека значительного беспокойства и существенных изменений показателей функционального состояния систем и анализаторов, чувствительных к шуму.

5.4 Охрана окружающей среды

В процессе ведения хозяйственной деятельности Компания должна учитывать эколого-экономические и природоохранные аспекты наравне с традиционными финансово-экономическими параметрами.

На окружающую среду кабинет воздействия не имеет, т.е. нет: селитебной зоны; выбросов в атмосферу; сбросов в гидросферу; отходов в литосферу.

5.5 Защита в чрезвычайных ситуациях

Параметрами пожароопасности и количеством веществ и материалов, применяемых в техпроцессах, конструкцией определяется пожаровзрывоопасность производства. Основные причины пожаров на

производстве: нарушение технологического режима оборудования, неисправность электрооборудования, плохая подготовка оборудования к ремонту, самовозгорание различных материалов.

5.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»

В результате проведенного анализа опасных и вредных производственных факторов можно сделать вывод, что для исследуемого объекта большинство факторов, потенциально представляющих опасность для здоровья сотрудника, соответствуют нормативным значениям.

Заключение

Обобщая выводы, полученные в ходе теоретического и практического исследования деятельности по разработке бизнес-проекта по расширению салона красоты «Волшебница» в г. Юрге, выделим основные результаты.

Бизнес-план представляет собой всестороннее описание бизнеса и среды, в которой он действует, а также системы управления, в которой он нуждается для достижения поставленных целей

Главная цель разработки бизнес-плана – сформулировать или уточнить основную концепцию развития фирмы, т.е. спланировать производственную, хозяйственную, сбытовую, экономическую, финансовую, инвестиционную, социальную и экологическую (точнее, природоохранную) деятельность на ближайший и достаточно отдаленный периоды времени в строгом соответствии с потребностями целевого рынка и реальными возможностями приобретения необходимых видов ресурсов.

Выделяется три вида бизнес-планов: бизнес-план форма; бизнес-план сущность; бизнес-план понимание.

Структура бизнес-плана не регламентирована законодательством, поэтому каждая фирма разрабатывает собственные подходы и структуру, которые будут зависеть от характера бизнеса, основных целей составления бизнес-плана и предъявляемых к нему требований.

Была сформирована собственная структура бизнес-плана с учетом особенностей продукции и особенностей рынка.

По результатам проведенного опроса было выявлено, что салону необходимо расширить сферу предоставления услуг. При этом у предприятия есть необходимый потенциал: творческие и креативные работники, первоначальный капитал для расширения бизнеса; постоянные клиенты, которые хотят пользоваться новыми услугами и т.п.

Таким образом, салону «Волшебница» для дальнейшего эффективного развития в условиях жесткой конкуренции и изменчивости необходимо

расширять сферу предоставления услуг. На основании этого и был разработан бизнес-проект по расширению предприятия.

По результатам проведенного опроса было выявлено, что большего всего люди предпочитают пользоваться парикмахерскими услугами, и делают маникюр (педикюр), 30% и 24% соответственно

В салон при внедрении разработанного проекта будут привлечены новые специалисты: парфюмеровед, стилист, визажист, парфюмеровед, косметолог.

Для бизнес-проекта салону красоты необходим персонал в составе 12 человек. Выплата заработной платы не является конечной суммой для директора салона. Поэтому проведем расчёт отчисления по заработной плате персонала салона красоты (таблица 3) и выявим общую сумму затрат на заработную плату в месяц.

Затраты на заработную плату в год для салона красоты составят порядка 4 млн.руб. На оснащение кабинета для маникюра и педикюра потребуется 65106 руб.

Салону красоты необходимо докупить необходимое количество материала на сумму 6682 руб.

Был проведен SWOT-анализ SWOT-анализ – метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проектна маркетинг при открытии салон потратит около 30000руб. Ежемесячные расходы на рекламу и маркетинг предположительно составят 10 000руб.

В настоящее время в салоне красоты в среднем в месяц посещение клиентов составляет около 300 человек и их средний чек составляет 900 руб. Исходя из этого, можно предположить, что за счет увеличения ассортимента предоставляемых услуг количество клиентов увеличится и составит 380 чел. В месяц, соответственно и увеличится средний чек – 1100 руб.

Срок окупаемости бизнеса проекта по расширению салона красоты составит 2 год 2 месяцев.

Список используемых источников

1. Шевчук Д.А. Бизнес – планирование: Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 208с.
2. Циферблат Л.Ф. Бизнес – план: работа над ошибками. – М.: Ось – 89, 2012. – 192с.
3. Бизнес-планирование: учебник/ под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 253с
4. Дубровин И.А. Бизнес – планирование на предприятии: Учебник для бакалавров. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 432с.
5. Рябых Д.А., Глакий А.А. Бизнес – план на практике. Опыт успеха в России. 28 реализованных бизнес – планов. – СПб.: Питер, 2008. – 208с.
6. Богомолова Л.Л. Практическое руководство для студентов экономических специальностей. – Ханты-Мансийск.: Редакционно-издательский центр при Правительстве ХМАО – Югры, 2010. – 23с.
7. Хазипов И.Б. Международные методики составления бизнес-плана. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://catalog-statei.ru, свободный. – Загл. с экрана.
8. Касьянова А.В. Настольная книга индивидуального предпринимателя. – М.: ИД «ГроссМедиа»: РОСБУХ, 2012. – 372с.
9. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 21.12.2013) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей". [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru.
10. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012. N273–ФЗ (ред. от 25.11.2013) «Об образовании в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru.

11. Федеральный закон Российской Федерации от 04.05.2011. N99–ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О лицензировании отдельных видов деятельности». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru.
12. Материал Официального сайта Администрации города Юрга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа - URL: http://www.yurga.org.
13. Постановление Администрации города Юрги от29.11.2013 № 2017 «Об утверждении муниципальной программы «Поддержка и развитие малого предпринимательства в Юргинском городском округе» на 2014-2016 годы». [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: http://www.yurga.org.
14. Абрамс Ронда. Как составить наилучший бизнес-план для любой отрасли и сферы деятельности. Forbes и стэнфордская школа бизнеса рекомендуют. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. – 536с.
15. Федеральный закон от 23.07.2013 N 237-ФЗ "О внесении изменений в статью 22 Федерального закона "Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации" и статьи 14 и 16 Федерального закона "О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

Приложение А
(обязательное)

Анкета

1 Ваш возраст

□ До 20 лет

□ 20-45 лет

□ От 45 лет

2 Пол

□ Мужской

□ Женский

3 Какими услугами в салоне красоты вы пользуетесь?

□ Парикмахерские услуги

□ Маникюр и педикюр

□ Наращивание ресниц

□ Массаж

□ Другое_____

4 Как часто Вы посещаете наш салон красоты?

□ Ежедневно

□ 1-2 раза в неделю

□ 1-2 раза в месяц

□ Не посещаю

5 Сколько денег вы расходуете на разовое посещение нашего салона красоты?

□ Менее 500 рублей

□ 500-1500 рублей

□ Более 1500 рублей

6 Сколько денег вы расходуете на разовое посещение другого салона красоты?

□ Менее 500 рублей

□ 500-1500 рублей

□ Более 1500 рублей

7 Каких услуг по Вашему мнению не хватает в нашем салоне красоты?

□ _____

Приложение Б

(обязательное)

Расходы и доходы салона красоты в год, тыс.руб.

Квартал	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал			
Месяц Показатель										0	1	2	Итог за год
Доходы от реализации (суммавырученная с продажи)	507	507	507	507	507	507	507	507	507	507	507	507	6 084
Изготовление печати	30,5						30,5						861
Расходы на оборудование и материалы	37	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	922
Расходы на рекламу	2	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	132
Расходы на приобретение сооружения	500												1500
Расходы на все виды обязательного страхования работников во внебюджетные фонды	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	5,217	782,604
Расходы на оплату услуг связи	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	6
УСНО	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	365,04
Расходы на коммунальные услуги	10		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Фиксированный размер страхового взноса на ОПС												23,4	23,4
Фонд зар.платы	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	2388
Страховые взносы на ОПС в фиксированном размере (исчисленные с суммы доходов плательщика полученной сверх предельной величины дохода – 1 %)	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	5,07	60,84
Кол-во наемных работников	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12