Международная Академия бизнеса и управления

ФАКУЛТЕТ ЭКОНОМИКИ

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по дисциплине «Финансовое бизнес-планирование»

**«Бизнес-план салона красоты среднего класса»**

Выполнила: Харькова О.В.

Руководитель: Кузнецов С.А.

Тула — 2009

Введение

Данная работа планирует основать салон красоты, где будет предоставлен ряд услуг, таких как: парикмахерская, маникюр, педикюр, массаж, косметолог, солярий. Выбор деятельности предприятия основан тем, что в городе не так много салонов, предоставляющих все услуги одновременно, поэтому можно сделать вывод, что конкуренция в этой отрасли не будет слишком ощутима. Важное значение имеет место, где будет располагаться салон. У выбранного места должно быть хорошее транспортное сообщение с центром, большая проходимость, соседство учреждений, которые посещает большое кол-во людей, а также необходимо учесть социальный статус, проживающих и работающих в округе людей. Предприятие запланировано как ООО «Валерия» и начинает свою деятельность 1 января 2010 года, по адресу г. Тула ул. Первомайская д. 55,где приобретает помещение в аренду в 100 кв.

1. Титульный лист

БИЗНЕС-ПЛАН

САЛОНА КРАСОТЫ СРЕДНЕГО КЛАССА

Название и адрес предприятия:

ООО «Валерия» г. Тула, ул. Первомайская д.55.

Фамилия, имя, отчество руководителя организации:

Харькова Олеся Валерьевна

Начало деятельности:

Январь 2010

Суть проекта:

Открытие салона красоты среднего класса, оказывающего следующие виды услуг:

* парикмахерские услуги (женский и мужской зал);
* маникюр и педикюр (стандартный уход; наращивание ногтей);
* косметологические услуги (уход за кожей лица; уход за бровями и ресницами; эпиляция);
* уход за кожей тела, в том числе массажные услуги;
* солярий.

Финансирование проекта:

* собственные средства-70%
* заемные средства -30%

2. Резюме проекта

**Салон красоты** среднего класса. Располагается в центральном районе, на первой линии домов. **Салон красоты** оказывает весь комплекс парикмахерских, косметологических и релаксационных услуг. По сравнению с обычной парикмахерской такой салон предлагает расширенный перечень услуг. В подобных заведениях работает более квалифицированный персонал, например можно получить консультацию мастера, который хорошо ориентируется в модных тенденциях.

Росту числа салонов красоты способствует то обстоятельство, что в обществе стало неприличным появляться неопрятным, неухоженным, состарившимся. Теперь россияне не только стригутся, красят волосы, ухаживают за ногтями, но и в массовом порядке принялись корректировать фигуру, омолаживать кожу, бороться со стрессами и целлюлитом. До четверти сегодняшних клиентов салонов составляют непривычные ранее посетители — мужчины, озадаченные борьбой с выпадением волос, пивным брюшком и хронической усталостью. В салоны потянулась и молодежь, стремящаяся привести в порядок цветущую кожу переходного возраста. За последние два года тридцать процентов женщин от 30 до 40 лет, ранее проходивших в салонах красоты только как клиенты парикмахера, впервые прошли курсы дорогих косметологических процедур – омоложения кожи, коррекции фигуры и т.п. Клиенты пришли к пониманию, что домашний уход по эффективности не идет ни в какое сравнение с салонными процедурами, к тому же в салоне экономится время, силы и добавляются положительные эмоции от общения с мастерами красоты.

Сравните сами:

Стрижка длится минут сорок, за нее клиент заплатит в среднем 300 рублей, из которых 100 рублей берет мастер, плюс расходуется шампунь, кондиционер, электроэнергия, вода и т.п. Есть еще и управленческие расходы, затраты на рекламу и т.п. При среднедневной загрузке парикмахера в 30-40 процентов, месячный доход одного кресла вряд ли составит больше 30 тысяч рублей.

За такое же время один сеанс мезотерапии приносит выручку в три тысячи рублей. После вычета расходных материалов и зарплаты доход владельца салона составит полторы тысячи рублей. В десять раз больше, чем от стрижки! Даже если врач- мезотерапевт и будет загружен в среднем в три раза меньше, чем парикмахер, владелец салона получит в конце месяца не 15, а 45 тысяч рублей. К тому же, в то время, когда у мезотерапевта нет записанных клиентов, в том же кабинете можно делать различные другие процедуры. Таким образом, метр косметологического кабинета по определению приносит в несколько раз больше прибыли, чем метр парикмахерской.

Для того чтобы определить, какая из процедур может приносить большую отдачу с метра площади, нужно взять прибыльность каждой из услуг и разделить их на метраж кабинета с учетом норм СЭС. Поскольку в некоторые кабинеты мы можем докупить и установить сразу несколько видов оборудования (точно так же, как в парикмахерской можно делать не только стрижку, но и окраску волос, а маникюрный кабинет может заняться наращиванием ногтей), этот несложный прием может уплотнить график загрузки кабинетов. Иными словами, если в кабинет массажа нет записи, но появился клиент на обертывание, то кабинет будет приносить прибыль по смежной процедуре.

Салоны среднего класса привлекают качеством услуг и индивидуальным подходом, за что, собственно, клиенты и готовы платить. Цены на стрижку + укладку колеблются от 500 до 1100 руб. Как правило, в парикмахерской middle-класса есть магазин сопутствующих товаров, где после консультации с мастером можно купить средства по уходу за волосами, а также аксессуары. Не малым спросом в нашем салоне будет пользоваться, услуга по подбору причёсок и макияжа, с помощью компьютера, цифрового фотоаппарата и специальной программы Cosmopolitan (приобретённого мною), что так же не практикуется в нашем городе. Программа по своей сути уникальна, позволяет экономить время, деньги, красоту и здоровье волос, так как позволяет избежать многочисленных окрашиваний «во все цвета радуги», выдаёт сразу подходящий вариант, советы по уходу. Дополнительная, современная услуга по подбору причёски на компьютере, при этом бесплатная фотография на принтере, по которой тут же в салоне сделают причёску. Фотоснимок клиент заберёт с собой, чтобы потом по нему его стригли в дальнейшем, приятный сюрприз для драгоценного клиента, наиболее подходящий макияж, а так же советы по нанесению макияжа, которые так же будут распечатываться бесплатно.

Планирую создать обстановку уюта, чтобы привлечь клиентов именно в наш салон, предлагать бесплатно выпить чашечку чая, кофе. Все убытки, связанные с данной привилегией, так же с низкой ценовой политикой, компенсируются более большим потоком клиентов, чем в других салонах, за счёт рекламы, качественного и добродушного обслуживания, индивидуального подхода к каждому клиенту.

3. Анализ положения дел в отрасли

3.1 Общая характеристика потребности

Успех каждого парикмахерского салона в первую очередь зависит от того, насколько насыщен рынок и удастся ли завоевать «свою» клиентуру. Практика европейских стран и США показывает, что парикмахерские кабинеты (базовый уровень) находятся «через дом», салоны среднего класса (широкий ассортимент услуг) — один на квартал, а салоны класса «люкс» (эксклюзивный сервис) расположены точечно, как правило, в центре города или в крупных торговых комплексах. Численное соотношение выглядит примерно так: 10 / 3 / 1.

Деятельность салона «Валерия» ориентированна на жителей города Тула, в частности на жителей центрального района, со средним достатком. При выборе места для салона мы также учитывали транспортное сообщение с центром и другими районами, проходимость, соседство учреждений, которые посещает большое кол - во людей. Мы считаем, что место для салона вполне соответствует этим пожеланиям: рядом находится Центральный рынок, банк, торговый комплекс «Фламинго», ряд магазинов, административные здания, почтовое отделение.

3.2 Анализ конкурентного окружения

Говоря о тульском рынке, необходимо отметить, что на сегодняшний день в Туле явный переизбыток салонов класса «люкс», клиентов на всех не хватает. К тому же многие студии не в состоянии предоставить эксклюзивный уровень услуг, к которому обязывают их цены. Следовательно, чтобы остаться на рынке, они вынуждены или понижать ценовую планку, или создавать смешанный тип обслуживания, что несопоставимо с классом «люкс».

Изюминка данного бизнес плана, салона красоты среднего класса в том, что по сравнению с салонами класса люкс, данный салон

оказывает те же услуги по доступным ценам, тем самым привлекая клиентов высокого класса, что актуально во время тяжёлого положения в стране.

Реализация такого проекта позволит решить и социальные вопросы, такие как трудоустройство и предоставление рабочих мест специалистам, закончившим профессиональные заведения.

Пользоваться услугами нашего салона будут клиенты с разными уровнями доходов.

Мы достаточно хорошо изучили конкурентов, находящихся рядом с нашим салоном. Ни в одной из этих парикмахерских не предоставляется такой широкий спектр услуг как у нас.

*Таблица 1.Анализ конкурентов и перечня услуг*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование услуги | Салон «Прэсто» (цена руб.) | Парикмахерская «Кудряшка» (цена руб.) | Мой салон «Валерия» (цена руб.) |
| 1. Женская стрижка | 140 | 120 | 100 |
| 2. Мужская стрижка | 120 | 90 | 80 |
| 3. Детская стрижка | 100 | 80 | 60 |
| 4. Покраска волос | 400–2000 | 300–1500 | 250–1000 |
| 5. Мелирование | 500–1600 | 450–1600 | 400–1500 |
| 6. Долговременная укладка | 800–2200 | 700–2000 | 600–1800 |
| 7. Химическая завивка | 300–600 | 350–600 | 300–500 |
| 8. Лечение волос профессиональными средствами | - | - | 50–120 |
| 9. Плетение косичек | - | - | 80–600 |
| 10. Укладка феном, профессиональными средствами | 200–800 | 150–500 | 120–450 |
| 11. Сушка феном | 80 | 60 | 50 |
| 12. Маникюр обрезной | 150 | 150 | 100 |
| 13. Горячий маникюр | 250 | - | 200 |
| 14. Горячий маникюр (парафинотерапия) | - | - | 250 |
| 15. Сухой маникюр | 300 | 250 | 200 |
| 16. Европейский маникюр (смешанный тип) | - | - | 200 |
| 17. Детский маникюр | 150 | 100 | 60 |
| 18. Мужской маникюр | 180 | 180 | 150 |
| 19.SPA маникюр | - | - | 500 |
| 20. Массаж кистей рук | 20 | 20 | бесплатно |
| 21. Покрытие лаком | 100–250 | 50–250 | 40–200 |
| 22. Лечение ногтей профессиональными средствами | - | - | 50–150 |
| 23. Наращивание ногтей типсы | 1200 | 1000 | 500 |
| 24. Наращивание ногтей на формах | 1400 | 1000 | 600 |
| 25. Наращивание ногтей биогелем | - | - | 1000 |
| 26. Экспресс-наращивание гель-пудрой | - | - | 800 |
| 27. Дизайн ногтей | 200–600 | 100–400 | 50–200 |
| 28. Коррекция ногтей | 700 | 500 | 300 |
| 29. Корекция ногтей | 100–140 | 50–100 | 50–100 |
| 30. Компьютерный подбор причёски | - | - | 100 |

Главными конкурентами для салона «Валерия» являются две парикмахерские, расположенные в подвальных помещениях жилых домов, находящихся в непосредственной близости:

* 1. Салон «Прэсто» г.Тула Проспект Ленина д.36
  2. Парикмахерская «Кудряшка» г.Тула ул.Первомайская д.15 «а»

Сильные стороны конкурентов:

уже сложившийся свой круг клиентов;

низкие цены;

Слабые стороны конкурентов:

большая текучесть работников;

узкий спектр услуг;

неудачное расположение;

Определённые виды услуг совпадают с услугами, которые планирует предложить салон «Валерия» Следует обойти конкурентов:

более высоким уровнем обслуживания;

более широким спектром, предлагаемых услуг;

4. Производственный план

4.1 Помещения

Помещение 30 кв. метров. Помещение требует косметического ремонта. В специально оборудованном кабинете планирую организовать предварительную запись клиентов на прием в удобное для них время. При этом они будут, ориентируются на рекламные объявления, отзывы и рекомендации, которые планирую опубликовывать, в рекламных целях, в газете. В назначенное время клиент приходит в кабинет для получения услуг, знакомится с прейскурантом цен по маникюру, наращиванию ногтей, услугами парикмахера. Возможно клиент захочет подобрать стрижку, макияж или цвет волос на компьютере. Так же планирую собирать заявки у мастеров, оформлять их по электронной почте, забирать материал на почте и доставлять. Так же пользоваться самой и предоставлять парикмахеру.

Салон-парикмахерская планирует получить кредит в Сбербанке в городе Туле под 28% годовых с обязательной выплатой раз в месяц по 20 857 рублей.

Предприятие собирается заключить договор на аренду помещения с физическим лицом и обязуется ежемесячно выплачивать по 25 000 рублей за аренду.

Производить ремонт и модернизацию помещения салон будет со средств, взятых в банке. Для этого планируется нанять квалифицированных рабочих.

Предполагаемая сумма, выделенная на это, составляет 50 000 рублей.

Для закупки необходимого для работы оборудования, мебели, а также мелкого инструмента и инвентаря, предприятие собирается использовать средства, взятые в кредит в банке.

Производить подбор персонала салон будет исключительно при рассмотрении резюме и по рекомендательным письмам.

На поставку сырья и расходного материала салон-парикмахерская заключит договоры с торговыми фирмами, предварительно воспользовавшись услугами юридических лиц.

За счет рекламы салон предполагает привлечь как можно больше клиентов.

Репутация салона подтверждается наличием договоренности с муниципальными властями о получении лицензии на оказываемые услуги по адресу: 301530, г. Тула, Площадь Революции д.10.

4.2 Оборудование

Для салона будет закуплено профессиональное оборудование:

*Рабочие столы для парикмахеров - З шт.*

*Мойка - 1шт.*

*Рабочий стол для маникюра - 1 шт.*

*Рабочий стол для массажа - 1 шт.*

*Косметическое кресло - 1 шт.*

*Солярий - 1шт.*

*Диван для посетителей - 1 шт.*

*Настенные зеркала - 4 шт.*

*Кресла - 3 шт.*

*Стулья - 4 шт.*

*Контрольно-кассовый аппарат -1шт.*

Для расчета затрат, бизнес план салона красоты использует усредненные цифры:

|  |  |
| --- | --- |
| Архитектурное проектирование | -12 000 |
| Ремонт (350 000. за кв. метр) | -70 000 |
| Оборудование, мебель, компьютерная программа | -100 000 |
| Стартовый набор расходных материалов | -6 000 |
| Стартовые расходы на рекламу | -15 000 |
| Все остальные затраты | -37 000 |

4.3 Инструменты

Чаще всего на работу мастер приходит со своим личным комплектом инструментов, приобретенным на свои деньги. Необходимый набор включает ножницы прямые (3 штуки с полотнами разной длины, с насечками и без), филировочные ножницы (2 шт. с полотнами разной длины и формы), набор расчесок (4 вида) и щеток (3 вида), профессиональную опасную бритву с насадками для стрижки, кисточку и емкость для окраски волос, профессиональный фен (жаропрочный, с длинным соплом, 2–3 скорости, 2 температурных режима, мощность от 1200 Вт), машинку для стрижки волос, электрощипцы (круглые и плоские). Повторимся, что, как правило, все это оборудование мастер приобретает сам и оно является его собственностью.

Но не необходимо приобрести и дополнительное оборудование и средства

*2.Таблица приобретаемого имущества*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование  оборудования,  технических  средств | Срок службы | Способ получения | Срок поставки | Цена за ед, руб. | Кол-во | Стоимость оборудования |
| 1. | Кресло для клиента парикмахера, мастера маникюра, клиента мастера маникюра | 2 года | Изготовление по заказу | 7 дней | 800,00 | 3 | 2400,00 |
| 2. | Зеркало-тумба для парикмахера | 2 года | Изготовление по заказу | 7 дней | 4000,00 | 1 | 4000,00 |
| 3. | Стол для мастера по маникюру | 2 года | Изготовление по заказу | 7 дней | 3000,00 | 1 | 3000,00 |
| 4. | Фен для парикмахера | 2 года | Покупка | 2 дня | 3500,00 | 1 | 3500,00 |
| 5. | Ножницы | 1 год | Покупка | 2 дня | 1200,00 | 2 | 2400,00 |
| 6. | Машинка для подстрижки | 2 года | Покупка | 2 дня | 2000,00 | 1 | 2000,00 |
| 7. | Расчёска | 1 год | Покупка | 2 дня | 120,00 | 3 | 360,00 |
| 8. | Расчёска | 1 год | Покупка | 2 дня | 220,00 | 2 | 440,00 |
| Итого: | | | | | 14 840,00 |  | 18 100,00 |

4.4 Расходные материалы

К расходным материалам относятся все средства, которые мастер использует в своей работе: шампуни и бальзамы, жидкости для окраски, завивки и укладки, а также лечения и реабилитации волос. Все это приобретается у специализированных компаний–поставщиков. Существуют нормы расходования средств (в расчете на одного клиента). Поэтому заведующий будет следить за тем, чтобы в салоне был месячный запас необходимых препаратов плюс резерв, предназначенный для продажи.

*3.Таблица расходных материалов и инструмента*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование  оборудования,  технических  средств | Срок службы | Способ получения | Срок поставки | Цена за ед, руб. | Кол-во | Стоимость оборудования |
| 1. | Красящий порошок для мелирования и осветления волос | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 300,00 | 1 | 300,00 |
| 2. | Краска профессиональная для окрашивания волос | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 98,00 | 20 | 1960,00 |
| 3. | Перчатки для окрашивания волос | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 25,00 | 2 | 50,00 |
| 4. | Состав для химической завивки волос | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 325,00 | 2 | 325,00 |
| 5. | Посуда для окраски, завивки волос | 1 год | Покупка | 2 дня | 115,00 | 2 | 230,00 |
| 6. | Плойка для завивки волос | 2 года | Покупка | 2 дня | 1250,00 | 1 | 1250,00 |
| 7. | Лампа для наращивания | 2 года | Покупка | 2 дня | 2100,00 | 1 | 2100,00 |
| 8. | Лампа освещения | 1 год | Покупка | 2 дня | 800,00 | 1 | 800,00 |
| 9. | Сушилка для ногтей | 2 года | Покупка | 2 дня | 890,00 | 1 | 890,00 |
| 10. | Халаты | 2 года | Покупка | 2 дня | 600,00 | 2 | 1200,00 |
| 11. | Парафиновая ванна | 2 года | Покупка | 2 дня | 4030,00 | 1 | 4030,00 |
| 12. | Стерилизатор | 2 года | Покупка | 2 дня | 1800,00 | 1 | 1800,00 |
| 13. | Гель для наращивания | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 1560,00 | 2 | 3120,00 |
| 14. | Цветные гели (набор) | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 3850,00 | 1 | 3850,00 |
| 15. | Типсы набор | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 1300,00 | 1 | 1300,00 |
| 16. | Клей для типс | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 250,00 | 1 | 250,00 |
| 17. | Формы | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 360,00 | 1 | 360,00 |
| 18. | Декоративный материал для дизайна | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 190,00 | 10 | 1900,00 |
| 19. | Кисточки | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 160,00 | 2 | 320,00 |
| 20. | Пилки | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 120,00 | 2 | 240,00 |
| 21. | Пилки | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 100,00 | 2 | 200,00 |
| 22. | Базовый гель для покрытия | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 480,00 | 1 | 480,00 |
| 23. | Шёлк | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 200,00 | 1 | 200,00 |
| 24 | Морская соль | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 30,00 | 2 | 60,00 |
| 25 | Жидкое мыло дезинфицирующее | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 98,00 | 1 | 98,00 |
| 26 | Парафин | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 600,00 | 2 | 1200,00 |
| 27 | Препарат для растворения кутикулы | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 350,00 | 1 | 350,00 |
| 28 | Масло для размягчения кутикулы | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 150,00 | 1 | 150,00 |
| 29 | Препараты для укрепления ногтевой пластины | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 189,00 | 3 | 567,00 |
| 30 | Нетканые салфетки | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 160,00 | 1 | 160,00 |
| 31 | Лак | 1 месяц | Покупка | 2 дня | 56,00 | 20 | 1120,00 |
| Всего в месяц: | | | | | | | 30 860,00 |

### 5. План маркетинга

### 5.1 Организация сбыта

### В какой-то мере проблема сбыта может рассматриваться как функция месторасположения предприятия. Салон-парикмахерская «Валерия» расположен в Центральном районе, где конкуренция главная проблема, т.к. все салоны с подобными услугами находятся в центре города.

Другая сторона проблемы сбыта – насколько хорошо известны клиентам характеристики предоставляемых услуг. Поэтому салон предполагает сделать обширную рекламу своих услуг в средствах массовой информации (газеты, радио и т.п.), для привлечения большего количества клиентов. Планируется сделать заказ визитных карточек салона-парикмахерской «Валерия».

Еще один способ стимулирования сбыта – это прием заказов по телефону, т.е. по записи, а также оказание услуг по специальным каталогам, по которым клиент может выбрать себе стрижку или прическу.

Надо отметить, что посетители, довольные оказанной услугой, активно покупают средства, которые использовал в своей работе мастер.

Продажа услуг будет происходить через систему наёмных мастеров.

6. Организационный план

Наш салон работает с 9-00 до 21-00 (без обеда), выходной воскресенье.

В салоне - красоты «Валерия» работают четыре мастера-универсала, уборщица. Директор салона исполняет обязанности администратора и бухгалтера.

Мастера в салоне работают посменно: первая смена работает с 9-00 до

15-00, вторая смена – с 15-00 до 21-00.

Рабочий день уборщицы не нормирован, поэтому по соглашению она имеет право приходить проводить влажную уборку салона во время смены, т.е. в 15-00 и к концу рабочего дня, т.е. в 20-00. Раз в неделю в ее обязанности входит генеральная уборка.

Рабочий день директора также не нормирован.

Ниже указан график работы мастеров и уборщицы.

*Таблица 4. График работы*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| персонал | пн | | вт | | ср | | чт | | пт | | сб | |
| 900-  1500 | 1500-  2100 | 900-  1500 | 1500-  2100 | 900-  1500 | 1500-2100 | 900-  1500 | 1500-  2100 | 900-  1500 | 1500-  2100 | 900-  1500 | 1500-  2100 |
| Мастер-универсал №1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мастер-универсал №2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мастер-универсал №3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Мастер-универсал №4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Маникюрщица |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПЕРСОНАЛ | пн | | вт | | ср | | чт | | пт | | сб | |
| 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 | 1500 | 2000 |
| Уборщица |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Несомненно, предприятие сильно своим персоналом. Грамотные руководители и квалифицированные исполнители могут вывести из прорыва даже самое неэффективно работающее предприятие, а плохие кадры, наоборот, - разорить процветающее.

Поэтому предприятие планирует принять на работу квалифицированных мастеров. Каждые полгода салон будет предоставлять возможность своим работникам повышать квалификацию, отправлять на различные семинары в города Санкт- Петербурга, Москвы и др. Сумма, которая будет выделяться на это, будет накапливаться в течение 6 месяцев.

В будущем салон планирует открыть мастер-класс, где будут обучаться профессионализму молодые мастера. Это принесет дополнительную прибыль предприятию.

Для получения прогрессивного результата от деятельности салона, мастера должны быть высоко квалифицированными работниками, стаж работы должен быть не менее двух лет в данной отрасли.

Основные требования, предъявляемые директору в данной отрасли:

– директор должен бать грамотным, образованным, желательно знающий основы бухгалтерского учета и юриспруденции;

– человеком, знающим свою работу, готовым помочь сотруднику решить любую производственную проблему;

– быть понимающим, знающим, интересующимся модой;

– быть вежливым и тактичным.

Основные требования, предъявляемые мастерам универсалам:

– быть высоко квалифицированными рабочими;

– вежливыми;

– готовыми проконсультировать любого желающего клиента.

Основные требования, предъявляемые уборщице:

– вовремя приходить на работу;

– быстро и добросовестно выполнять свою работу.

Оплата труда мастеров – сдельно-прогрессивная, т.е. выработка работнику в пределах норм оплачивается по установленным расценкам, а сверх норм по повышенным сдельным расценкам (+20%).

Оплата труда директора и уборщицы – прямая сдельная, т.е. заработная плата устанавливается по заранее установленной расценке.

7. Финансовый план

*Таблица 5.Выплаты по кредиту.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| месяцы | КРЕДИТ | ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ % (2,3%) | ОСНОВНОЙ ДОЛГ | ПЛАТЕЖ |
| 1. | 250 500-00 | 5 761-50 | 20 875-00 | 26 636-50 |
| 2. | 229 625-00 | 5 281-38 | 20 875-00 | 26 156-38 |
| 3. | 208 750-00 | 4 801-25 | 20 875-00 | 25 676-25 |
| 4. | 187 875-00 | 4 321-13 | 20 875-00 | 25 196-13 |
| 5. | 167 000-00 | 3 841-00 | 20 875-00 | 24 716-00 |
| 6. | 146 125-00 | 3 360-88 | 20 875-00 | 24 235-88 |
| 7. | 125 250-00 | 2 880-75 | 20 875-00 | 23 755-75 |
| 8. | 104 375-00 | 2 400-63 | 20 875-00 | 23 275-63 |
| 9. | 83 500-00 | 1 920-50 | 20 875-00 | 22 795-50 |
| 10. | 62 625-00 | 1 440-38 | 20 875-00 | 22 315-38 |
| 11. | 41 750-00 | 960-25 | 20 875-00 | 21 835-25 |
| 12. | 20 875-00 | 480-13 | 20 875-00 | 21 355-13 |
| ИТОГО | 0 | 37 449-78 | 250 500-00 | 287 949-78 |

*Таблица 6. Расчет заработной платы рабочим.*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| КАТЕГОРИИ  РАБОТАЮЩИХ | СРЕДНИЙ  ОКЛАД, в руб. | РАЙОННЫЙ  КОЭФФИЦИЕНТ  (+20%), в руб. | СУММА З/П  В МЕСЯЦ,  в руб. | СУММА З/П  ЗА ГОД,  в руб. |
| Директор | 5 000 | 1 000 | 6 000 | 72 000 |
| Мастер-универсал №1 | 2 500 | 500 | 3 000 | 36 000 |
| Мастер-универсал №2 | 2 500 | 500 | 3 000 | 36 000 |
| Мастер-универсал №3 | 2 500 | 500 | 3 000 | 36 000 |
| Мастер универсал  №4 | 2 500 | 500 | 3 000 | 36 000 |
| Маникюрщица | 1 500 | 300 | 1 800 | 21 600 |
| Уборщица | 500 | 100 | 600 | 7 200 |
| ИТОГО | 15 500 | 3 100 | 20 400 | 244 800 |

*Таблица 7. Отчет о прибылях и убытках.*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование расходов | 1 год деятельности | | | | | | ИТОГО |
| 1 квартал | | | 2  кв. | 3  кв. | 4  кв. |
| 1 мес. | 2 мес. | 3 мес. |
| 1. Выручка от реализации | 118590 | 119610 | 118680 | 355770 | 344510 | 359700 | 1416860 |
| 1. Постоянные издержки   – оборудование  – заработная плата  – аренда  – маркетинговые услуги  – амортизация осн. фондов  – процент по кредиту  – погашение кредита | 66703,17 | 65657,08 | 66208,89 | 194373,01 | 190751,89 | 184955,78 | 765749,82 |
| 7625 | 7500 | 7650 | 22875 | 23100 | 22650 | 91500 |
| 20400 | 20400 | 20400 | 61200 | 61200 | 61200 | 244800 |
| 3000 | 3000 | 3000 | 9000 | 9000 | 9000 | 36000 |
| 6500 | 6000 | 7000 | 19500 | 20000 | 19000 | 75000 |
| 2541,67 | 2600,7 | 2482,64 | 7650 | 7625,01 | 7600,02 | 30500,04 |
| 5761,5 | 5281,38 | 4801,25 | 11523,01 | 7201,88 | 2880,76 | 37449,78 |
| 20875 | 20875 | 20875 | 62625 | 62625 | 62625 | 250500 |
| 3. Переменные издержки | 20938 | 21300 | 20576 | 62749 | 62879 | 62814 | 251256 |
| 4. Налоги | 2629,35 | 26087,12 | 26035,47 | 77136,6 | 76089,27 | 74330,93 | 298366,8 |
| 5.Суммарные калькуляци-онные издержки (2+3+4) | 90270,52 | 113044,2 | 112820,36 | 334258,61 | 329720,16 | 322100,71 | 1315372,62 |
| 6. Валовая прибыль (1-5) | 28319,48 | 6565,8 | 5859,64 | 21511,39 | 14789,84 | 37599,29 | 101487,38 |
| 7. Кредит и собственный капитал | 23375 | 23375 | 23375 | 70125 | 70125 | 70125 | 280500 |
| 8. Другие расходы | 1000 | 1000 | 1000 | 3000 | 3000 | 3000 | 12000 |
| 9. Балансовая прибыль (6+7-8) | 50694,48 | 28940,8 | 28234,64 | 88636,39 | 81914,84 | 104724,29 | 369987,38 |

8. Оценка рисков

В процессе деятельности у предприятия всегда есть потенциальная возможность потери ресурсов, полной или частичной.

1. Появление нового конкурента.

* следить за отношениями с клиентами
* качественное выполнение работы
* расширение спектра услуг
* хорошая реклама

2. Стихийные бедствия.

Меры борьбы:

- предприятие планирует застраховать имущество, чтобы

ущерб, причинённый стихийными бедствиями, не повлиял на

дальнейшую деятельность предприятия.

3. Кражи.

Меры борьбы:

* устройство надёжной системы охраны
* страхование имущества

4. Неблагоприятные изменения рыночной конъектуры.

К неблагоприятным изменениям рыночной конъектуры можно отнести падение спроса и снижение цен на услуги, предлагаемые ООО, что может привести к снижению доходов, потери выручки.

Причинами могут быть:

- снижение жизненного уровня населения.

Заключение

Бизнес – планирование – необходимый элемент эффективной деятельности фирмы на рынке. Рассмотрев цели и сущность планирования, а также различные аспекты практики составления бизнес – плана, можно сделать вывод, что бизнес – план является эффективным инструментом управления, который помогает фирме определить перспективы своего дела, контролировать текущую ситуацию. План даёт основу для принятия рациональных решений, позволяет оформит и анализировать интуитивные предложения.

Анализ предполагаемой деятельности с помощью бизнес —

плана показал следующее:

- организация данного салона выгодна

- данное предприятие должно начать окупать себя уже в январе 2012 года.

- предполагаемая прибыль указанна в таблице о прибыли и убытках.

Список используемой литературы

1. Н.П. Грибалев, И.Г. Игнатьев «Бизнес-план: практическое руководство по составлению». С.-П., 2004.

2. Э. Блеквелл «Как составить бизнес-план». М.,2006.

3. Л.П. Дашков, Е.Б. Тютюкина «Как преуспеть в бизнесе». М., 2003.

4. М.Ю. Горохов, В.В. Малеев «Бизнес-планирование и инвестиционный анализ». М., 2008.

5. Попов В.М. «Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями». М., 2002.

6.Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова «Бизнес-план». М., 2006.

7. А.В. Константинов «Как стать парикмахером». М., 2005