Оглавление

[Введение](#_Toc283911223)

[1. Предварительная рыночная оценка бизнес-идеи](#_Toc283911224)

[2. Анализ заинтересованных сторон](#_Toc283911225)

[3. Планировачная матрица](#_Toc283911226)

[4. Краткая характеристика ситуации в отрасли](#_Toc283911227)

[5. Описание услуг](#_Toc283911228)

[6. Оценка конкурентоспособности](#_Toc283911229)

[7. Стратегия маркетинга](#_Toc283911230)

[8.План реализации услуг](#_Toc283911231)

[9. Инвестиционный план](#_Toc283911232)

[10. План производства](#_Toc283911233)

[11. Организационый план](#_Toc283911234)

[12. Юридический план](#_Toc283911235)

[13. Оценка риска и страхования](#_Toc283911236)

[14. Налоговый план](#_Toc283911237)

[15. Финансовый план](#_Toc283911238)

[16. Стратегия финансирования](#_Toc283911239)

[Список использованных источников](#_Toc283911240)

# Введение

Количество парикмахерских и салонов красоты за последние несколько лет вызывают закономерный вопрос. Как же так, раньше с прическами граждан справлялся десяток-другой государственных предприятий службы быта, пусть с очередями или записью к определенному мастеру. Сейчас же взгляд нет-нет да и натыкается на стоящие у обочин дорог щиты, которых вчера еще не было: женская, мужская, детская стрижка, маникюр-педикюр. Причем прирост количества "цирюлен" происходит не только за счет недорогих маленьких зальчиков, но и за счет престижных салонов, посещать которые не по карману и некоторым удачливым бизнесменам. С другой стороны, потребность человека удалять избыток волос с развитием рыночных отношений не исчезла. Люди продолжают посещать парикмахерские, хотя многие жены уже привыкли сами брать в руки ножницы для того, чтобы сэкономить семейный бюджет.

Произошло достаточно заметное расслоение этого сервиса. Исходя из ценовой политики, которая почти напрямую связана с качеством предоставляемых услуг, можно выделить три большие группы парикмахерских: недорогие, средние и дорогие, которые чаще всего называются салонами красоты из-за комплексного подхода к внешности клиента.

Начинать составлять бизнес-план никогда не рано. Не стоит оттягивать это дело до последнего, ведь работа над этим документом требует сосредоточенности и не любит спешки. Кроме того, написание детального бизнес-плана зачастую помогает глубже понять стратегию развития, и по ходу исправить недочеты, на все это тоже требуется время. Серьезная работа над документом, например, помогает лучше познакомиться со своими конкурентами: многие начинающие бизнесмены, начиная этот раздел документа, понимают, что они не имеют понятия о своих конкурентах, величине их компаний, основных приемах работы и т.д.

При разработке нового проекта и для любой действующей компании создание бизнес-плана начинается с разработки его структуры. Если готовый проект плана будет предоставляться инвесторам или банку для получения кредита, то структура должна быть оформлена в соответствии с принятыми стандартами.

Резюме

Суть проекта: Оказание парикмахерских услуг населению с невысоким уровнем дохода на территории Пинежского района.

Индивидуальное предприятие "Елена", 164600, Архангельская область Пинежский район, с. Карпогоры, ул.Ф. Абрамова 20, кв.2.

Существуют услуги, спрос на которые будет всегда, независимо от времени и обстоятельств. Открытие парикмахерской - именно тот бизнес, который всегда будет востребован и найдёт своих потребителей. По оценкам специалистов, наиболее удачным и прибыльным считается вариант открытия небольшой парикмахерской. Открытие дорого салона по оказанию парикмахерских услуг зачастую оказывается нерентабельным, так как обеспеченных клиентов нужно найти и уговорить воспользоваться именно вашими услугами. Предлагаемые услуги по демократичным ценам всегда будут востребованы, даже, если в соседнем доме уже действует другая парикмахерская.

Парикмахерская ИП "Елена" будет оказывать услуги: стрижка мужская, женская, детская; окраска, химические завивка; мелирование, тонирование; лечение, уход за волосами; прически свадебные, вечерние. Услуги будут предоставляться с применением профессиональной косметики "Londa", "Akzent", "Kinetics". Цены парикмахерской ориентированы на клиентов со средним достатком. Тем более, что мы предполагаем сохранить цены стабильными, при условии если это же будет гарантировано нашими поставщиками расходного инвентаря, с которым нас связывает соглашение, предусматривающее возможность повышения отпускных цен.

Парикмахерская оказывает услуги на высоком уровне, и не дорогие, актуальные, престижные, пользующиеся большим спросом.

Среди потребителей не только жители с. Карпогоры, но и приезжающие из дальних деревень всего Пинежского района.

Парикмахерская находится в жилой двухкомнатной квартире на 2 этаже по адресу: с. Карпогоры ул. Федора Абрамова, д.20 кв.2 в дальнейшем, переоформив ее в нежилое помещение для оказания соответствующих услуг. К ним относятся разрешение на открытие парикмахерской жильцов дома, разрешение архитектора района на поломку стен для входной двери, разрешение на перепланировку квартиры для более удобного расположения рабочих комнат.

Здание сооружено из кирпича, имеет бетонный пол, покрытый линолеумом, есть система кондиционирования и отопления.

Имеются пути для подъезда к зданию грузового и легкового транспорта и места для парковки автомобилей клиентов, по желанию клиенты могут оставлять свои автомобили на платной стоянке, которая находится недалеко от салона.

Здание удобно расположено по отношению к автобусным остановкам.

Анализ реального и потенциального рынка услуг показывает наличие неудовлетворенного спроса на подобные услуги в этом районе села.

За счет рекламы парикмахерская предполагает привлечь как можно больше клиентов.

Помимо затрат на покупку, предполагается вложить средства в ремонт помещения, его реконструкцию, рекламу, благоустройство вокруг здания. У парикмахерской "Елена" имеются два прямых конкурента, расположенных в том же районе. Это парикмахерская: "Евгения", "Шик".

Таблица 1 - Сравнение с конкурентами

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Конкуренты | Сильные и слабые стороны конкурентов | Сильные и слабые стороны ИП "Елена" |
| ИП "Евгения" | Сильные стороны:Высокий уровень обслуживанияМаникюрные услугиКосметические услугиСлабые стороны:Высокие ценыМалая численность персоналаНе очень удобное расположение | Сильные стороны:Высокий уровень обслуживанияПриемлемые ценыУдачное расположениеСлабые стороны:Маленький ассортимент предоставляемых услуг |
| Салон "Шик" | Сильные стороны:Высокий уровень обслуживанияСолярийМаникюрные и косметическиеуслугиМассажные услугиСлабые стороны:Высокие ценыМалая численность персоналаНе очень удобное расположение |

Парикмахерская работает с 8-00 до 19-00, в выходные с 9-00 до 16-00.

Штатное расписание ИП "Елена" будет состоять из директора и парикмахера в одном лице плюс еще 2 парикмахера.

В целом проект должен быть беспроигрышным. Затраты минимальные, так как фирма выполняет свою приоритетную задачу, т.е. находит потребность и удовлетворяет ее.

Совокупная стоимость проекта: 380000 рублей

# 1. Предварительная рыночная оценка бизнес-идеи

Парикмахерская "Елена" занимается предоставлением парикмахерских услуг населению с невысоким уровнем дохода на территории Пинежского района в условиях необходимости для получения прибыли и ограничения затрат. Цель предприятия связана с прибыльностью и удовлетворением потребностей.

Цели организации - удовлетворение потребностей и запросов потребителей в таких услугах, которая будет пользоваться спросом и способна приносить предприятию доход.

Задачи организации:

обеспечение производства ресурсами;

изучение спроса на услуги;

создание более выгодных условий, чем у конкурентов.

Существование организации зависит от ее способности находить потребителя и удовлетворять его запросы.

Потребителями ИП Елена является население с. Карпогор и всего Пинежского района.

Спрос на парикмахерские услуги очень большой. Это и стрижка мужская, женская, детская; окраска, химические завивка; мелирование, коларирование, тонирование; лечение, уход за волосами; прически свадебные, вечерние.

Высокая квалификация мастера - парикмахера поможет клиенту определиться в выборе той или иной прически, стрижки, покраски волос, помогут правильным советом по уходу за волосами.

Будет возможность приема заказов по телефону, т.е. по записи, а также оказание услуг по специальным каталогам, по которым клиент может выбрать себе стрижку или прическу.

Качественное обслуживание потребителей способствует увеличению сегмента рынка. Услуги, предоставленные вовремя, вызывают доверие людей к организации. Ресурсы компании позволяют обеспечить спрос, и при этом есть возможность делать предложения.

Ниша на рынке

Услуги

Структура, ресурсы, способ функционирования

Позитивные последствия: удовлетворение спроса потребителей, завоевание постоянных клиентов, получение прибыли.

Негативные последствия: наличие конкурентов в данной отрасли.

# 2. Анализ заинтересованных сторон

Потребности, интересы и мнения разных заинтересованных сторон отличаются друг от друга и нередко находятся в противоречии друг с другом. Отправная точка клиента расходится с точкой производителя; проблемы работника не совпадают с проблемами руководства; мнения промышленников отличаются от мнений экологов и т.д. Инициатор проекта часто видит только собственные интересы: у технологического эксперта − технические, ученого − научные. Поэтому при разграничении проекта исключительно важно вникнуть в роли и подходы различных заинтересованных сторон.

Данный проект ИП "Елена" планирует предпринять все для получения прибыли и ограничения затрат. Цель фирмы связана с развитием, прибыльностью и предоставлением качественных услуг.

Деятельность ИП "Елена" будет рассчитана на любого потребителя. Клиентами могут стать как люли с невысокими доходами так и высокого достатка, т.е. все те потребители, которые нуждаются в данной услуге. В таблице 1 проведем анализ заинтересованных сторон.

Таблица 1 - Анализ заинтересованных сторон

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заинтересованныестороны | Роль/интерес заинтересованной стороны | Реализацияинтересов |
| Основные заинтересованные сторонынепосредственная целевая группа жители с. Карпогор и Пинежского района | Получение услуг на высоком уровне и особо не дорогие  | УдовлетворениеПотребностей и получение прибыли |
| Полезные партнерыпоставщикиРекламные агентства:СбербанкСтраховые компанииПенсионный фонд | Построение долгосрочных отношенийПостроение долгосрочных отношений как с клиентомРазвитие и поддержание бизнесаСтрахование от ущербаФормирование пенсионного фондасоблюдение правил пожарной безопасности | "Заманивание клиента" Получение прибылиУдовлетворение интересов сторонПолучение возмещенияПенсионное обеспечениеСохранность имущества |
| Возможные конфликтные стороны:КонкурентыЧП "Евгения"салон "Шик"Налоговая инспекция | Борьба и переманивание клиентовНалоговая отчетность | Качественное предоставление услугРасширение интересовСоблюдение налоговых периодов |

Конечные бенефициарии совпадают с непосредственной целевой группой.

# 3. Планировачная матрица

При подготовке любого бизнес-плана необходима определенная базовая информация, которая может быть использована при разработке конкретных разделов. С помощью базовой информации можно выявить факторы, которые должны учитываться для обеспечения устойчивости и целесообразности намечаемых результатов или возможности коммерческого применения изобретений и открытий, а также разграничить зоны ответственности при коллективной подготовке бизнес-плана.

В международной практике в планировочной матрице обычно представляют информацию в разрезе на общую базовую, региональную базовую, детальные и прочие исследования (таблица 2).

Общая базовая информация представляет собой сведения об общегосударственных программах, стратегиях, законодательной базе, тенденциях развития рынков и т.д.

Таблица 2 - Планировочная матрица

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименованиераздела | Вопросы, требующие изучения | Источники | Методизучения |
| Краткая характеристика ситуации в отрасли |  - проблемы и перспективы развития;государственная поддержка отрасли; |  - сайт администрации района, области;сайты отраслевых объединений предпринимателей;нормативная база; |  - ознакомление;анализ; |
| Описание продукции, работ, услуг | -сервисное обслуживание;расширение ассортимента;  |  - рекламные сайты,буклеты |  - ознакомление;анализ; |
| Оценка конкурентоспособности |  - Непредвиденные действия конкурентов; |  - сайты организаций;  |  - ознакомление;анализ; |
| Стратегиямаркетинга |  - исследование рынка;выбор рекламных мероприятий |  - отчеты о маркетин - говых исследованияхрекламные сайты |  - ознакомление;анализ; |
| План реализации услуг |  - исследования потребностей и особенностей рынка;исследование производственных возможностей | -сайт администрации района, области | -исследования;анализ;  |
| Инвестиционный план | -привлечение дополнительных средств;  |  - рекламные сайты, |  - ознакомление;анализ;  |
| План производства | -поиск деловых партнеров;  |  - рекламные сайты,буклеты |  - ознакомление;анализ;  |
| Организационный план | -организация управления, характеристика персонала;  |  - ГК; - литература по управлению персоналом;  |  - ознакомление;анализ;  |
| Юридический план |  - выбор организационно - правовой формы; - Юридические разногласия с конкурентами, потребителями, поставщиками, посредниками |  - ГК;договора;  |  - ознакомление;анализ;  |
| Оценка риска и страхование |  - степень риска;защита;  |  - рекламные сайты;  |  - ознакомление;анализ;  |
| Налоговый план | -система налогообложения;  | -сайты налоговой службы;  |  - ознакомление;анализ;  |
| Финансовый план |  - план поступлений и расходов;  |  - финансовый отчет;  |  - изучение;анализ;  |
| Стратегияфинансирования | -определить приоритетные направления развития фирмы на перспективу;  |  - финансовый план;  |  - ознакомление;анализ;  |

# 4. Краткая характеристика ситуации в отрасли

В начале 2007 года на рынке парикмахерских услуг наблюдалось снижение темпов роста, что свидетельствовало о переходе этого рынка в фазу зрелости. Несмотря на высокий уровень развития, рынок был сегментирован лишь по уровню цен на оказываемые услуги, а основные его участники только начали использовать маркетинговые инструменты для достижения поставленных целей.

Специалисты на тот момент выделяли на рынке несколько значимых сегментов, которые являлись приемлемым путем развития в целях завоевания лидерства и получения дополнительной прибыли. Цена проникновения на рынок в таких условиях составляла около 110 тыс. долларов. В случае покупки помещения эта сумма увеличивалась почти в 5 раз. Увеличение цены происходило при одновременном снижении операционных затрат (на сумму аренды) и рисков, непосредственно связанных с арендой помещения.

В середине 2009 года в России уже существовало около 30000 парикмахерских и салонов красоты. Поэтому на протяжении 2009 года развитие рынка происходило в условиях сильной конкуренции. Уровень спроса на услуги, предоставляемые парикмахерскими салонами, можно оценить, проанализировав специфику поведения потребителей. Свыше 40% населения России более чем 1 раз в год пользуются услугами парикмахеров, ежемесячно посещают парикмахерские примерно 24%, а более 1 раза в месяц - 8%.

Аналитики утверждают, что наиболее востребованы услуги парикмахерских, ориентированных на потребителей со средним уровнем достатка, а в современных условиях рынка рекомендуется создавать парикмахерские эконом-класса. Проект, разработанный на основе материалов, становится ключевым моментом перспективного развития предприятия по предоставлению парикмахерских услуг.

Проект, разработка которого рассмотрена в исследовательской работе, ориентирован на клиентов "нижнего сегмента среднего класса". Перед организатором данного бизнеса ставятся краткосрочные цели в виде удовлетворения потребительских потребностей по оказанию парикмахерских услуг, а также в виде получения постоянной прибыли от осуществления данной деятельности. Долгосрочные цели заключаются в развитии множества дополнительных услуг и прочного закрепления на рынке в сегменте среднего уровня цен.

Мы учитываем, что ниша в этой отрасли сильно заполнена. Но в основном, это парикмахерские, ориентированные на людей с высоким уровнем дохода. Мы достаточно хорошо изучили конкурентов, находящихся рядом с нашей парикмахерской. Цены в нашей парикмахерской будут значительно ниже, чем в целом по Пинежскому району.

В такой ситуации имеется возможность привлечения клиентов на свою сторону.

# 5. Описание услуг

Услуги парикмахерской были востребованы везде и во все времена. Поэтому парикмахерский бизнес при грамотном построении будет всегда приносить доход.

Главной целью парикмахерской "Елена" является удовлетворение потребностей своих клиентов посредством:

высококвалифицированных специалистов, постоянное повышение их квалификации;

высоким качеством оказания услуг;

использование современного оборудования и расходных материалов;

высокого сервиса обслуживания;

разнообразия предлагаемых услуг и др.

Вся интересующая информация ИП Елена должна быть доступна для потребителя. Первое, что потребитель должен понять, с кем имеет дело, кто будет осуществлять его потребности. Во-вторых, доступны ли цены по их уровню жизни. Парикмахерская "Елена " предоставляет следующие услуги на достаточно высоком уровне, с использованием экологически чистой косметики:

1. Услуги по уходу за волосами:

стрижка волос;

окрашивание волос;

мелирование, коларирование волос;

химическая завивка волос;

укладка волос;

мойка головы;

сушка феном;

создание вечерней, свадебной прически;

2. Дополнительные услуги:

оказание консультационных услуг;

Оказание парикмахерских услуг на сегодняшний момент пользуется большим спросом. В современном обществе огромную роль играет внешний вид человека, поэтому каждый уважающий себя человек стремиться выглядеть как можно лучше.

"Главной" услугой парикмахерской "Елена" является стрижка. Стрижка волос - одна из самых сложных, но и самых распространенных операций, выполняемых в салонах-парикмахерских. От качества стрижки зависит внешний вид прически и ее долговечность. Стрижку волос называют фундаментом прически. В последнее время стрижка как самостоятельная операция выполняется все реже. Поэтому наши специалисты мастерски выполняют прически, ведь они придают уверенность в себе и хорошее настроение. Красивые волосы - одно из самых главных украшений, то, чем так щедро одарила природа, надо беречь и правильно за ними ухаживать, а мастера-специалисты помогут правильным советом по уходу за волосами и выборе стрижки или прически.

Самый быстрый способ изменить себя и изменить настроение - это окраска волос. Какой краской или оттеночным шампунем воспользоваться, какой цвет выбрать или какой фирме отдать предпочтение - в этом опять помогут разобраться мастера салона. Превращение милой блондинки в жгучую брюнетку - это дело очень серьезное, поэтому если клиенты не готовы к таким изменениям, можно воспользоваться такими услугами, как мелирование или тонирование, а наши мастера помогут акцентировать отдельные пряди по всей прическе.

Если клиенты не хотят кардинально менять свою внешность, они могут просто воспользоваться такой услугой, как мытье головы - это тоже ответственная процедура, потому что нужно правильно уметь подобрать шампунь, а затем правильно высушить волосы.

При помощи фена, бигуди, электрорасчески, электрощипцов, массажной щетки можно сделать укладку.

Исследование показывает о существовании потребительского спроса на парикмахерские услуги. Полное удовлетворение спроса способствует увеличению ассортимента услуг и развития предприятия.

# 6. Оценка конкурентоспособности

Конкуренты представляют собой важнейший внешний фактор. Руководство каждого предприятия понимает, что если не удовлетворять нужды потребителей столь же эффективно, как и конкуренты, то предприятие просуществует недолго. Важно понимать, что потребители - не единственный объект соперничества организаций. Предприятия ведут конкурентную борьбу за трудовые ресурсы, материалы, капитал и право использовать определенные технические нововведения. От реакции на конкуренцию зависят такие внутренние факторы, как условия труда, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными. Конкуренты фирмы ИП "Елена" в сфере парикмахерских услуг - ИП "Евгения", Салон "Шик".

В таблице 3 дадим оценку конкурентоспособности ИП Елена

Таблица 3 - Оценка конкурентоспособности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатель | ИП "Елена" | Конкуренты |
| ИП "Евгения" | Салон "Шик" |
| I | услуги |
| 1.11.21.31.41.51.6 | КачествоАссортимент услугНадежностьСервисМесторасположениеПрестиж | 1081010108 | 10910989 | 10101010910 |
| II | ЦЕНА |  |  |  |
| 2.12.2 | Уровень ценыСистема скидок  | 1010 | 88 | 89 |
| III | РЕКЛАМА |  |  |  |
| 3.13.2 | Использование средств массовой информацииНаружная реклама | 910 | 910 | 910 |
| Сумма баллов | 95 | 90 | 95 |

Сотрудники ИП Елена понимают, что на их рынке есть сильные конкуренты. И это стимулирует к продвижению новых идей, позволяет трезво оценивать положение на рынке, быть изобретательнее.

# 7. Стратегия маркетинга

Парикмахерская "Елена" расположена рядом с центральной остановкой и множеством магазинов в центре с. Карпогор Пинежского района, где конкуренция практически отсутствует, т.к. две других парикмахерских с подобными услугами находятся в противоположных сторонах.

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 парикмахерской "Елена", а так же скидки для родственников, знакомых постоянных клиентов. Еще один способ стимулирования - 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.

Для привлечения постоянных клиентов необходимо использовать рекламную стратегию. Бюджет затрат на маркетинг представлен в таблице 6.

Таблица 6 - Бюджет затрат на маркетинг

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | январь | февраль | март | апрель | май | июнь |
| Средства массовой информациигазета Пинежье | 1000 | - | - | 1000 | - | - |
| Приобретение визитных карточек | 500 | 400 |  | 300 | 300 | 300 |
| Проведение опроса | 2 000 |  | - | - | - | - |
| Карта постоянного клиента  | 600 | 500 | 500 | - | - | 500 |
| Всего | 4100 | 900 | 500 | 1300 | 300 | 800 |

Затраты на рекламу составят 8900 рублей.

Рекламная кампания - это совокупность различного рода мероприятий по предоставлению какой-либо информации обществу, которая должна положительно сказаться на деятельности организации, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

# 8.План реализации услуг

Одним из важнейших условий успешного функционирования предприятия является обеспечение потребителей качественными и недорогими услугами, а так же за счет поддержания постоянных связей с существующими клиентами. **План реализации услуг -** основа для составления, текущих и оперативно-календарных планов предприятия.

Расчет выручки от реализации ИП "Елена" показан в таблице 7.

Таблица 7 - Прейскурант цен на оказываемые услуги, руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Цена | Количество человек в месяц  | Выручка в месяц от оказываемых услуг |
|  - стрижка волос;МужскаяЖенская  | 110130 | 190250 | 2090032500 |
|  - окрашивание волос;мелирование,коларирование волос;  | 200250250 | 302019 | 600050004750 |
| Лечение волос | 400 | 15 | 6000 |
| химическая завивка волос | 280 | 38 | 10640 |
|  - укладка волос;  | 150-300 | 29 | 8700 |
|  - мойка головы;  | 30 | 60 | 1800 |
|  - сушка феном;  | 20 | 450 | 9000 |
|  - создание вечерней, свадебной прически;  | 300-800 | 15 | 9000 |
| 2. Дополнительные услуги:оказание консультационных услуг (уход за волосами, маски для волос);  | 100-300 | 25 | 7500 |
| Итого  |  |  | 121790 |

План реализации услуг составляется на основе исследования потребностей и особенностей рынка, а также производственных возможностей предприятия.

# 9. Инвестиционный план

Цель данного раздела - обосновать все виды необходимых инвестиционных затрат, связанных с созданием организации.

Таблица 8 - Перечень необходимого оборудования

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Цена | Кол-во | Стоимость | Условия приобретения (аренда, купля-продажа и т.д.) и оплаты | Примечание |
| **Переоформление помещения и ремонт** | **300000** | **1** | 300000 |  |  |
| **Сушуар****Машинка для стрижки****Фен****Шкаф-тумбочка с зеркалом****Кресло с гидравликой****Мойка с креслом****Зеркало (1х2,5)****Журнальный столик****Стол**СтулНабор для гардероба | **3 000 руб.****550 руб.****700 руб.****10 000 руб.****4 000 руб.****10 000 руб.****1 000 руб.****3 000 руб.****4000****1900 руб.**5 000 руб | **1****3****3****3****3****1****1****1****1****4**1 | 30001650210030000120001000010003000400076005000 | Купля-продажа, оплата безналичным способом | Доставка, установка |
| Всего |  |  | 379350 |  |  |

Даже самые успешные компании вынуждены привлекать для финансирования разработанных проектов дополнительные денежные средства. Один из способов - получение кредита в банке.

Инвестиционные расходы рассмотрим в таблице 9.

Таблица 9 - Инвестиционные расходы, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | янв | фев | март | апр | май | июн | июл | авг | сен | окт | ноя | дек | Всего |
|  погашение долга | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 300,0 |
|  уплата процентов | 4,25 | 3,90 | 3,57 | 3,27 | 3,00 | 2,75 | 2,52 | 2,31 | 2,12 | 1,94 | 1,78 | 1,63 | 33,04 |
| Оборудование | 379,35 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 379,35 |
| Всего | 408,60 | 28,9 | 28,57 | 28,27 | 28,0 | 27,75 | 27,52 | 27,31 | 27,12 | 26,94 | 26,78 | 26,63 | 712,39 |

Источником инвестиций являются собственные средства в размере 80000 рублей предприятия и инвестиционный кредит в размере 300 тысяч рублей для приобретения оборудования. Кредит дается на срок 12 месяцев под 17% годовых с ежемесячной выплатой 25 000 рублей. Сумма выплачиваемых процентов за рассматриваемый период составит 33 040 рублей.

# 10. План производства

Для того чтобы открыть свою парикмахерскую, необходимо получить разрешения, как минимум, трех инстанций: СЭС, Госпожнадзора и территориального управления имуществом. Можно решать этот вопрос самостоятельно, а можно обратиться в специализированные компании, которые возьмут на себя сбор комплекта документов. Лицензирование парикмахерскому предприятию не требуется.

Для организации работы парикмахерской необходимы следующие лицензии и сертификаты:

Сертификат соответствия

Свидетельство о постановлении на учет в налоговой инспекции

(получение ИНН);

Заключение СЭС;

контракт на коммунальные услуги (электричество, отопление, вода и т.п.);

С поставщиками будут заключены долгосрочные договора. Все расходные материалы будут закупаться на оптовых складах г. Москвы или г. Архангельска. Объемы производства сведены в таблицу 10.

Таблица 11 - Текущие затраты на реализацию услуг, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | январь | февр | март | Апрель | Май | июнь | июль | август | сент | окт | нояб | дек |
| Коммунальные расходы | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Закупка материала | 10,0 | 10,0 | 8,0 | 7,0 | 7,0 | 7,0 | 6,0 | 6,0 | 6,0 | 7,0 | 9,0 | 10,0 |
| Итого | 15,0 | 15,0 | 13,0 | 12,0 | 12,0 | 12,0 | 11,0 | 11,0 | 11,0 | 12,0 | 14,0 | 15,0 |

# 11. Организационый план

Для создаваемого предприятия выбрана организационно-правовая форма - индивидуальный предприниматель - это физическое лицо, которое занимается предпринимательской деятельностью. Так же имеет такие названия как ЧП (частный предприниматель) и ПБОЮЛ (предприниматель без образования юридического лица) Регулирующий документ: Гражданский кодекс, часть 1, глава 4, ст.23. Индивидуальное предпринимательство потому так и названо, что подразумевает под собой, в основном, работу одного человека.

В парикмахерской "Елена" линейная структура управления. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель (директор), возглавляющий коллектив.

Для реализации данного проекта предлагается следующая организационная структура (рис.2)

Директор + парикмахер

Парикмахер

Парикмахер

Рисунок 2 - Организационная структура парикмахерской "Елена"

Наш салон работает с 8-00 до 19-00 (без обеда), в выходные воскресенье и субботу с 9-00 до 16-00.

В парикмахерской "Елена" работают три мастера. Директор салона исполняет обязанности парикмахера, администратора и бухгалтера. Мастера в салоне работают посменно: первая смена работает с 8-00 до 14-00, вторая смена - с 14-00 до 19-00, в выходные с 9-00 до 16-00 поочередно меняются.

Обязанности уборщицы исполняют поочередно 2 парикмахера.

Предприятие планирует принять на работу квалифицированных мастеров. Каждые полгода салон будет предоставлять возможность своим работникам повышать квалификацию, отправлять на различные семинары. Сумма, которая будет выделяться на это, будет накапливаться в течение 6 месяцев.

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

Основные требования, предъявляемые директору в данной отрасли:

организует всю работу предприятия;

несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива

распоряжается имуществом предприятия;

издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством;

принимает и увольняет работников;

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 высококвалифицированными рабочими, вежливыми;

готовыми проконсультировать любого желающего клиента.

Персонал будет принят на работу по трудовым договорам. Исходя из дополнительной расстановки персонала, приведем расчет заработной платы и вознаграждений для вновь принятых сотрудников в таблице 13.

Таблица 13 - Расчет заработной платы и вознаграждений, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Количество | Средняя выручка за один день  | Средняя выручка в месяц | Количество процентов от месячной выручки | Итого |
| Директор | 1 | 2,0 | 121,79 | 10% | 12,18 |
| Парикмахер | 2 | 2,0 | 121,79 | 10% | 12,18 |

# 12. Юридический план

Индивидуальный предприниматель "Елена" - направлена на оказание парикмахерских услуг населению с невысоким уровнем дохода на территории Пинежского района и получение прибыли.

Индивидуальной предпринимательской деятельностью в России имеет право заниматься любой дееспособный российский или иностранный гражданин на основании статьи 23 части первой Гражданского кодекса РФ.

Регистрация индивидуального предпринимателя состоит из двух этапов:

1. Подготовка документов, необходимых для регистрации, их подписание клиентами. Срок 1 - 2 рабочих дня.

2. Государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Одновременно с регистрацией осуществляются постановка на налоговый учет, получение кодов государственной статистики (ОКВЭД, ОКПО и др.), постановка на учет в Пенсионном фонде, Фонде социального страхования и Фонде обязательного медицинского страхования. Получение документов после регистрации. Срок 6 рабочих дней.

ИП вправе сам выбрать налогооблогаемую базу.

Необходимые документы для регистрации ИП:

Копия паспорта;

Определить виды деятельности (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКДП)).

В течение 5 дней происходит регистрация предпринимателя в Налоговой инспекции. После регистрации в ИФНС наши сотрудники осуществляют постановку предпринимателя на учет в ПФ, ФОМС.

График реализации проекта представлен в таблице 13.

Таблица 13 - График реализации проекта

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | ноябрь | декабрь | январь | Ответственный |
| Кредит | 1-30 |  |  |  |
| Подготовка документов для государственной регистрации |  | 05-06 |  | директор |
| Государственная регистрация |  | 07-11 |  | директор |
| Реконструкция помещения (ремонт) |  | 12-31 |  | директор |
| Приобретение оборудования |  |  | 01-20 | директор |
| Начало осуществления деятельности |  |  | 21 | директор |

Необходимые организационные расходы представим в таблице 14, опираясь на график реализации проекта.

Таблица 14 - Организационные расходы

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Ноябрь  |
| Государственная пошлина  | 700,00 |
| Услуги нотариуса | 1000,00 |
| Всего | 1700,00 |

# 13. Оценка риска и страхования

Управление риском означает правильное понимание степени риска для людей, имущества, финансовых результатов хозяйственной деятельности.

Для предпринимателя и фирмы важно знать реальную стоимость риска, которому подвергается его деятельность.

Риск проекта должен быть минимальным за счет грамотно составленных договоров и контрактов, а также квалифицированной работы персонала.

Таблица 16 - Затраты на предотвращение рисковых ситуаций, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Риск | Вероятностьвозникновения, в долях един.  | Ожидаемые потери | Предпринимаемые меры | Требуемые затраты |
| 1.  | Землетрясение | 0,0 | - | - | - |
| 2.  | Наводнение  | 0,0 | - | - | - |
| 3.  | Пожар | 0, 20 | 500,0 | Установка пожарной сигнализации | 40,00 |
| 4.  | Грабеж | 0,15 | 300,00 | Вневедомстве-нная охрана, установка решеток на окна | 50,00 |
| 5.  | Рэкет | 0,40 | 250,0 | Вневедомственная охрана | - |
| 6.  | Изменение размера налогов и т.д.  | 0,50 | 115,0 | Увеличение собственных оборотных средств, повышение цен на предоставляемые услуги | - |
| Всего |  | 1165,0 |  | 90-00 |

# 14. Налоговый план

В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению деятельность парикмахерских относится к оказанию бытовых услуг. В соответствии со статьей 346.26 Налогового Кодекса РФ деятельность по оказанию бытовых подпадает под единый налог на вмененный доход (ЕНВД). Таким образом, нелицензируемые виды деятельности парикмахерских (салона красоты) (юридического лица или ИП) переводятся на специальный налоговый режим - ЕНВД. При этом для исчисления суммы единого налога учитывается фиксированная базовая доходность в месяц и количество работников организации.

Налоговый учет осуществляется в целях формирования полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций, осуществленных налогоплательщиком в течение отчетного (налогового) периода, а также обеспечение информацией внутренних и внешних пользователей для контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты в бюджет налога.

Таблица 17 Расчет налоговых платежей, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | январь | февраль | март | апрель | май | июнь |
| ЕНВД(начислено)  |  |  | 5244,75 |  |  |  |
| 2. Страховые взносы  | 8868,00 | 8868,00 | 8868,00 | 8868,00 | 8868,00 | 8868,00 |
| 3. ЕНВД куплате | - | - | - | 2622,37 |  |  |
| Итого налоговые платежи | 1200,00 | 8868,00 | 8868,00 | 11490,37 | 8868,00 | 8868,00 |

ЕНВД (начислено) =БД\*физпоказатель\*к1\*к2\*3мес. \*15% = 7500\*3\*1,295\*0,4\*3\* 15% = 5244,75

Страховые взносы = ФОТ\*0,142+1200=54000\*0,142+1200=8868

# 15. Финансовый план

Источником инвестиций являются собственные средства (80000 рублей) предприятия, инвестиционный кредит в размере 300 тысяч рублей. Кредит дается на срок 12 месяцев под 17% годовых с ежемесячной выплатой 25 000 рублей. Сумма выплачиваемых процентов за рассматриваемый период составит 33 040 рублей

Таблица 18 - План поступлений и расходов, руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | январь | февраль | март | апрель | май | июнь |
| 1. Поступления | 80000 |  |  |  |  |  |
|  - выручка от реализации | 121790,00 | 121790,00 | 121790,00 | 121790,00 | 121790,00 | 121790,00 |
| 2. Расходы | 437887,0 | 149305,0 | 58905,0 | 61327,37 | 57705,0 | 57205,0 |
|  - маркетинг | 4100,00 | 900,00 | 500,00 | 1300,00 | 300,00 | 800,00 |
|  - инвестиции | 379350,00 |  |  |  |  |  |
|  - организационные расходы | 1700,00 |  |  |  |  |  |
|  - текущие расходы | 15000,00 | 13000,00 | 13000,00 | 12000,00 | 12000,00 | 11000,00 |
|  - заработная плата | 36537,00 | 36537,00 | 36537,00 | 36537,00 | 36537,00 | 36537,00 |
|  - налоговые платежи | 1200,00 | 8868,00 | 8868,00 | 11490,37 | 8868,00 | 8868,00 |
|  - риски и страхование |  | 90000,00 |  |  |  |  |
|  - другие |  |  |  |  |  |  |
| 3. Сальдо | -236097,0 | -27515,0 | 62885 | 60462,63 | 64085,0 | 64585,0 |
| 4. Сальдо нарастающим итогом | -236097,00 | -263612,00 | -200727,00 | -140264,37 | -76179,37 | -11594,37 |

# 16. Стратегия финансирования

Определим приоритетные направления развития фирмы на перспективу. Основными слагаемыми успеха конкурентной борьбы в настоящее время признаются следующие:

* достижение высокого уровня производительности труда;
* достижение высокого качества оказываемых услуг;
* сокращение издержек производства;
* максимальный учет интересов потребителей.

Большинство компаний в современных условиях обращают внимание на повышение качества продукции, работ, услуг. К средствам реализации задачи непрерывного повышения качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг относятся:

* непрерывное повышение квалификации персонала;
* применение технически совершенных машин, оборудования и технологии производства;
* организация постадийного контроля технологического процесса;
* обоснование приоритетности работ по повышению качества продукции;
* стимулирование работы без перебоя;
* ориентация на новые возможности.

Достаточность заемных средств определим перерасчетом плана поступлений и расходов с учетом заемных средств и других источников финансирования в таблице 19. [1]

Таблица 19 - Финансовый план с учетом заемных средств, тыс. рублей

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | январь | февраль | март | апрель | май | июнь |
| 1. Сальдо без учета заемных средств | -236,1 | -27,5 | 62,9 | 60,5 | 64,0 | 64,5 |
| 2. Поступление заемных средств | 300,0 | - | - | - | - | - |
| Расходы, связанные с использованием заемных средств |  | - | - | - | - | - |
| Продолжение таблицы 19 - Финансовый план с учетом заемных средств |
| Наименование | январь | февраль | март | апрель | май | июнь |
|  3.1 Погашение долга |  | 25,0 | 25,0 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
|  3.2 Уплата процентов |  | 4,25 | 3,90 | 3,57 | 3,27 | 3,00 |
| 4. Сальдо с учетом заемных средств | -63,9 | -56,7 | 34,0 | 31,9 | 35,7 | 36,5 |
| 5. Сальдо нарастающим итогом | -63,9 | -120,6 | -86,6 | -54,7 | -19,0 | 17.5 |

Таким образом, срок окупаемости наступит через 6 месяцев.

# Список использованных источников

1. Молнар, Я.Ф., Пономарева, Е.Н. Организация предпринимательской деятельности: методические рекомендации для выполнения курсовой работы. - Архангельск: Арханг. гос. техн. ун-т, 2010. - 52 с.

2. Крутякова Ю.А., Юсупова С.Р. Бизнес-планирование: учеб. - практ. пособие. - М.: ТК Велби, Изд-во, 2006. - 352 с.

3. Попов В.М. Сборник бизнес-планов: С рекомендациями и комментариями: учебно-методическое пособие / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Г. Млодик, А.А. Зверев; под ред. д-ра экон. наук, проф.В.М. Попова и д-ра экон. наук С.И. Ляпунова. - 6-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2006. - 336 с.

4. Попов В.М. Бизнес-план инвестиционного проекта предпринимателя: учебно-практическое пособие / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, И.Ю. Криночкин, Т.А. Воронова. - М.: КНОРУС, 2005. - 480 с.

5. Барроу П. Бизнес-план, который работает / Пол Барроу; Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 288с.

6. Федеральный закон РФ от 8.02.98 №14 - ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".