

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ЭиМ

_____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код - наименование направления

Разработка бизнес-плана: «Открытие детской парикмахерской
по системе франчайзинга в городе Абакан»

тема

Руководитель _____ доцент каф. ЭиМ, к.э.н. Т.Б. Коняхина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

К.Д. Морозова
инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по
теме: «Разработка бизнес-плана: «Открытие детской
парикмахерской по системе франчайзинга в городе Абакан»»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть _____ Т.Б. Коняхина
наименование раздела подпись, дата инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть _____ Т.Б. Коняхина
наименование раздела подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____
подпись, дата инициалы, фамилия

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ЭиМ

_____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2020 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Морозовой Кристине Дмитриевне
фамилия, имя, отчество

Группа З-75 Направление 38.03.01 Экономика
номер код наименование

Тема выпускной квалификационной работы: «Разработка бизнес-плана:
«Открытие детской парикмахерской по системе франчайзинга в городе
Абакан»»

Утверждена приказом по институту № 247 от 27.04.2020

Руководитель ВКР Т.Б. Коняхина, доцент каф., канд. экон. наук
инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР: научные публикации, учебная и методическая
литература, Интернет-ресурсы.

Перечень разделов ВКР: Введение, Теоретическая часть, Проектно-
аналитическая часть, Заключение, Список использованных источников,
Приложение А.

Перечень иллюстративного материала (слайдов) 16 слайдов.

Руководитель ВКР _____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению _____ К.Д. Морозова
подпись, инициалы и фамилия студента

« ____ » _____ 2020 г.

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы – Разработка бизнес-плана: «Открытие детской парикмахерской по системе франчайзинга в городе Абакан».

ВКР выполнена на 57 страницах, с использованием 10 иллюстраций, 21 таблицы, 4 формул, 1 приложения, 32 использованных источников.

Ключевые слова: Бизнес-план, франчайзинг, детская парикмахерская, рынок услуг, анализ отрасли.

Автор работы (З-75э) _____ К.Д. Морозова

подпись инициалы, фамилия

Руководитель работы _____

подпись инициалы, фамилия

Т.Б. Коняхина

Год защиты квалификационной работы – 2020

– Цель: составление бизнес-плана для создания детской парикмахерской в городе Абакан.

– Задачи:

1. Изучить теоретические основы бизнес-плана, в том числе его структуру.
2. Изучить рынок парикмахерских услуг в городе Абакан.
3. Определить объект бизнес-планирования.
4. Провести анализ внешней среды проектируемого предприятия.
5. Осуществить производственный расчет.
6. Определить эффективность бизнес-проекта.

– Актуальность темы дипломной работы достаточно высока, поскольку в работе каждой организации имеет место «свой план». Тем самым можно говорить о том, что современное бизнес-движение является реализацией отдельных бизнес-планов организаций, направленных на наиболее актуальные моменты жизни каждой бизнес-единицы.

– Эффективность работы заключается в исследовании как отрасли в целом, так и конкурентной среды проектируемого предприятия.

– Выводы, рекомендации.

Открытие детской парикмахерской является перспективным проектом для города Абакан. Проект имеет достаточно много преимуществ, количество слабых сторон проекта в виде низкой осведомленности жителей со временем реализации проекта исчезнет. Поскольку данный проект в настоящее время проецирует относительно уникальное для выбранного города предприятие, следовательно, имеет место большой диапазон возможностей проекта, в частности заинтересованность потенциальных потребителей.

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

The theme of the graduation thesis is «Business Project for Children's Hair Salon under Franchise Agreement in the city of Abakan».

The graduation thesis comprises 57 pages, 10 figures, 21 charts, 1 appendix, 32 reference items.

Keywords: business plan, franchising, children's hair salon, service market, industry analysis.

Author of research (Z-75E)	_____	<u>K.D. Morozova</u>
signature		
full name		
Academic supervisor	_____	<u>T.B. Konyakhina</u>
signature		
full name		
English language supervisor	_____	<u>N.V. Chezybaeva</u>
signature		
full name		

Graduation paper presentation date – 2020

– Purpose: to draw up a business project to start up a children's hair salon in the city of Abakan.

– Objectives:

1. To study theoretical aspects of a business plan design, including its framework.

2. To study the market of hairdressing services in the city of Abakan.

3. To define the object of business planning.

4. To analyze the external environment of the designed enterprise.

5. To carry out production calculation.

6. To determine the process productivity of the business project.

– The relevance of the topic of the thesis is quite high, because each organization has its own business plan. Thus, we can say that the modern business movement is the implementation of individual business plans of organizations aimed at the most relevant moments in the life of each business unit.

– Efficiency lies in the research both the industry as a whole and the competitive environment of the designed enterprise.

– Conclusion, recommendations.

The children's hair salon setting up is a promising project for the city of Abakan. The project has many advantages; the number of weaknesses of the project because of low awareness of residents will disappear with the implementation of the project. Since this project presents a relatively unique enterprise for the selected city, therefore, there is a wide range of project opportunities, and the interest of potential consumers, in particular.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты бизнес-планирования.....	7
1.1 Сущность, принципы и функции бизнес-планирования	7
1.2 Структура бизнес-плана	14
2 Проектно-аналитическая часть. Практические аспекты разработки бизнес-плана детской парикмахерской	21
2.1 Резюме	21
2.2 Анализ отрасли	22
2.3 Характеристика объекта бизнес-организации	25
2.4 Анализ бизнес-среды организации	27
2.5 Маркетинговый план	30
2.6 Производственный план	32
2.7 Организационный план	35
2.8 Финансовый план	37
2.9 Анализ и оценка рисков	49
Заключение	51
Список использованных источников	53
Приложения А–Б	57

ВВЕДЕНИЕ

Рыночное устройство в современной жизни требует тщательного и взвешенного ведения деятельности компаний. Следовательно, имеет место планирование и прогнозирование предстоящих шагов и движения на встречу поставленным целям. Таким образом, цели и идеи в бизнес-среде «обрастают» множеством различных действий, операций и направлений, становясь зрелым проектом – бизнес-планом.

Бизнес-план является достаточно универсальным документом, таким образом, в своей деятельности на долгосрочную перспективу, либо ближайшее будущее, организации используют подобные планы. Бизнес-план может описывать отдельные идеи по созданию нового продукта, направления – диверсификации деятельности, а может стать инструментом в обосновании своей рентабельности с целью привлечения капитала как со стороны банковской составляющей, так и заинтересованных инвесторов.

Целью данной работы является составление бизнес-плана для создания детской парикмахерской в городе Абакан.

Таким образом, для достижения данной цели необходимо решить следующий круг задач:

7. Изучить теоретические основы бизнес-плана, в том числе его структуру.
8. Изучить рынок парикмахерских услуг в городе Абакан.
9. Определить объект бизнес-планирования.
10. Провести анализ внешней среды проектируемого предприятия.
11. Осуществить производственный расчет.
12. Определить эффективность бизнес-проекта.

Объектом исследования является бизнес-планирование деятельности предприятия; предмет исследования – детская парикмахерская. В качестве методологической основы используем учебную, научную и периодическую литературу, Интернет-ресурсы.

Теоретическая часть 1 Теоретические аспекты бизнес-планирования

1.1 Сущность, принципы и функции бизнес-планирования

Система рыночной экономики предполагает и требует от ее участников достаточно продуманного подхода практически к любому своему шагу. Следовательно, разработка стратегии организации и выделение тактических направлений является основой его успешного функционирования. Подобное ступенчатое и планомерное планирование называют бизнес-планированием.

Однако стоит начать изучение данного процесса с его истоков. Таким образом, на начальном этапе существует лишь мысль – идея, или бизнес-идея.

Бизнес-идея является замысел, комплекс мер, или действий, направляемых на создание нового, или существующего направления деятельности с целью получения определенных выгод. [17]

Исходя из приведенного определения, можем заключить, что бизнес-идея, как правило, связана с созданием, или модернизацией какого-либо продукта, или услуги (а может быть и работы!), либо служит воплощением определенного решения.

На самом деле, использование бизнес-идеи достаточно широко. Так она может стать основой новой организации, может изменить или добавить новые виды деятельности существующей бизнес-системе. Стоит отметить, что и сама бизнес-идея может стать предметом торговли.

Таким образом, бизнес-идеи возможно классифицировать по нескольким направлениям их реализации – рисунок 1.1.

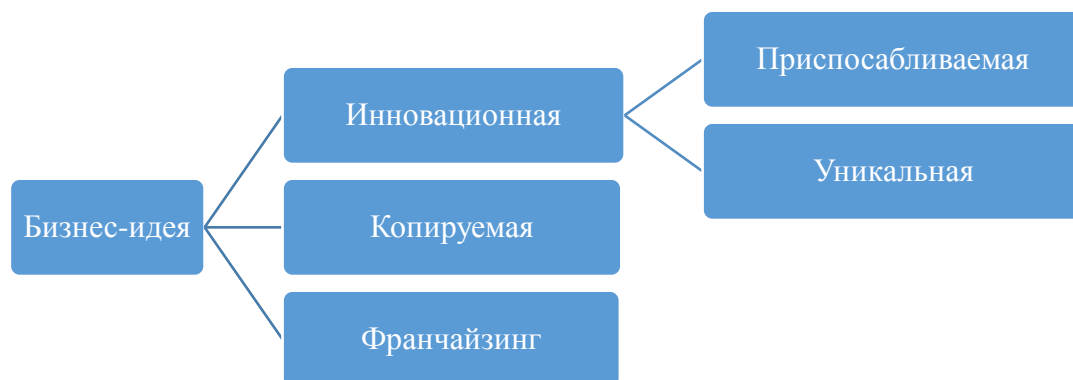


Рисунок 1.1 – Классификация бизнес-идей

Охарактеризуем каждый вид бизнес-идей:

– Инновационная бизнес-идея. Подобные бизнес-идеи связаны с совершенно новыми предметами – изобретениями; под изобретением подразумеваем как товар, так и услугу. Исходя из классификационного разделения, инновационные бизнес-идеи могут быть не похожими ни на что, то есть уникальными. В отдельных случаях возможны ситуации, когда внедрение, реализация уникальной идеи невозможна по различным причинам (техническим, инженерным, экономическим, и др.), в таком случае уникальную бизнес-идею адаптируют относительно имеющихся условий.

– Копируемые бизнес-идеи, как следует из названия, не являются уникальными, однако, также могут быть достаточно востребованными и прибыльными.

– Франчайзинг является отдельным элементом в данной классификации. Франчайзингом принято называть бизнес-отношения между сторонами (могут быть как юридические, так и физические лица) в рамках которых одна из сторон, называемая франчайзи, получает от другой – франчайзера, официально разрешение на использование знака обслуживания, фирменного стиля, деловой репутации, ноу-хау и готовой бизнес-модели за определенную плату – роялти. [9]

Следовательно, наличие бизнес-идеи является отправной точкой в системе бизнес-планирования. В целом бизнес-планирование является

множеством операций и действий к реализации выбранной бизнес-идеи. Бизнес-идея может быть использована как в долгосрочной (стратегической), так и в среднесрочной (тактической), или краткосрочной перспективе. Таким образом, переходим непосредственно к рассмотрению процесса бизнес-планирования.

Бизнес-планирование является инструментом разработки и реализации проектно-инвестиционных решений на основании потребностей рынка. Также приводят и другое определение – самостоятельный вид плановой деятельности, связанной с предпринимательством [8].

Бизнес-план в сущности является алгоритмом действий, а также обоснованности данных действий в сложившихся рыночных условиях существования. Составление бизнес-плана осуществляется на основании следующих основных принципов – рисунок 1.2[24].

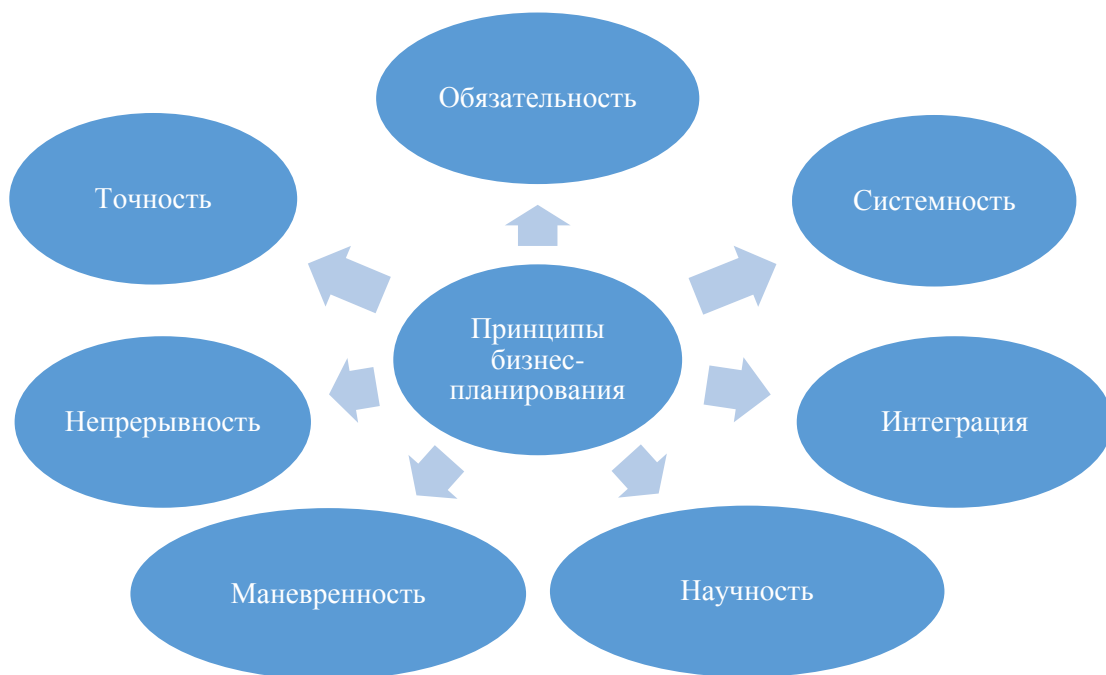


Рисунок 1.2 – Принципы бизнес-планирования

Приведем характеристику принципов бизнес-планирования:

– **Обязательность.** Данный принцип располагает к использованию рационального подхода в планировании деятельности организации.

– Системность и интеграция. Принцип системности реализуется в единстве внутренней среды организации, таким образом, организация рассматривается как сложная система, имеющая отдельные уровни. При планировании каждый уровень подлежит охвату и проработке, и как следствие, на основании полученных частичных планов формируется сводный.

– Научность. Научный принцип в составлении бизнес-плана заключается в использовании научно-обоснованных методов.

– Маневренность и непрерывность. Бизнес-планирование является непрерывным процессом. Политические, социальные, экономические и другие воздействия на деятельность организаций требуют от последних умения маневрировать в сложившихся условиях.

– Точность. Точность планирования является вполне субъективным принципом, поскольку адекватность плана может различаться по отношению к различным состояниям внешней и внутренней среды организации. Данный принцип располагает к разработке нескольких вариантов планов, обычно составляют реалистичный, оптимистичный и пессимистичный.

В целом выделяют и другие принципы бизнес-планирования.

Помимо принципов, в планировании используют такие инструменты как цели, задачи и функции.

Относительно целей процесса планирования, здесь могут быть совершенно разные направления в зависимости от приоритетов организации, например, социальные цели могут быть связаны с созданием новых культурных и духовных ценностей.

В настоящее время выделяют порядка пяти основных функций бизнес-плана – рисунок 1.3.



Рисунок 1.3 – Функции бизнес-планирования

Таким образом, охарактеризуем приведенные функции:

- Стратегия организации. Данная функция реализуется как на стадии создания, так и на протяжении всего времени функционирования организации, и определяет направление деятельности организации в целом на некоторый продолжительный период времени.

- Привлечение дополнительных средств. Функция бизнес-плана, выражаемая в цели привлечь дополнительный капитал, или средства, направляемые на реализацию задуманного направления.

- Планирование. Функция планирования необходима для контроля внутренних и внешних факторов, а также их взаимодействия.

- Минимизация расходов, учет рисков. Бизнес-план содержит в себе алгоритм оптимизации расходных направлений и учитывает возможные риски при реализации разрабатываемых решений.

- Совместное участие всех уровней организации в процессе. Данная функция обеспечивает информированность всех сотрудников организации, а также определяет важность каждого относительно общей цели деятельности организации.

Таким образом, бизнес-план является важным и необходимым документом для функционирования любой организации. Бизнес-план позволяет решить множество задач, таких как:

- Определение и документальное закрепление стратегии организации;
- Формулирование тактических решений на пути достижения долгосрочной идеи;
- Оценка финансового состояния организации, ее финансового, материального, кадрового потенциала;
- Определение маркетинговых мероприятий;
- Анализ возможных рисков и трудностей в процессе реализации плана, и другие.

Таким образом, бизнес-планы служат многим целям и решают достаточно большой круг задач, однако набор этих целей, задач и мотиваций для каждого отдельно взятого предприятия может быть совершенно свой, следовательно, определим классификацию бизнес-планов относительно различных критериев – рисунок 1.4.[29]

Цели разработки	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегические • Текущее (оперативное) планирование • Инвестиционные • Направленные на финансовое оздоровление
Объект планирования	<ul style="list-style-type: none"> • Относительно новой, либо существующей организации в целом • Относительно инвестиционного проекта • Относительно группы организаций
Конечный потребитель	<ul style="list-style-type: none"> • Для внутреннего использования • Для инвесторов, банков, акционеров • Для бизнес-партнеров
Горизонт планирования	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегический (долгосрочный) • Тактический (среднесрочный) • Оперативный (краткосрочный)
Сложность проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Простые • Сложные
Конфиденциальность	<ul style="list-style-type: none"> • Официальный • Рабочий
Гибкость	<ul style="list-style-type: none"> • Директивный план • Индикативный план
Стадия развития организации	<ul style="list-style-type: none"> • Масштабные (для организаций достаточно продолжительное время существующих на рынке) • Небольшие (нечеткие) - для начинающих
Стадия развития проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес-идея • Эскиз • Рабочий проект • Опытный проект • Действующий проект
Объем	<ul style="list-style-type: none"> • Развернутый • Сжатый
Оформление	<ul style="list-style-type: none"> • С приложением • Без приложений
Подход к разработке	<ul style="list-style-type: none"> • Своими силами • Наемной группой

Рисунок 1.4 – Классификация бизнес-планов

Классификация бизнес-планов достаточно широка, при составлении самого плана осуществляется его отнесение по критериям, следовательно, получаем некоторую характеристику составляемого плана. Дальнейшим

шагом является выбор методов и принципов планирования, их применение, и тем самым формирование бизнес-плана.

1.2 Структура бизнес-плана

Как следует из предыдущего раздела, бизнес-план является достаточно сложным документом, охватывающим все направления деятельности организации. Что касается структуры данного документа – все зависит от вида бизнес-плана и тем самым необходимости наличия отдельных разделов плана. Обозначим общую структуру бизнес-плана – рисунок 1.5.

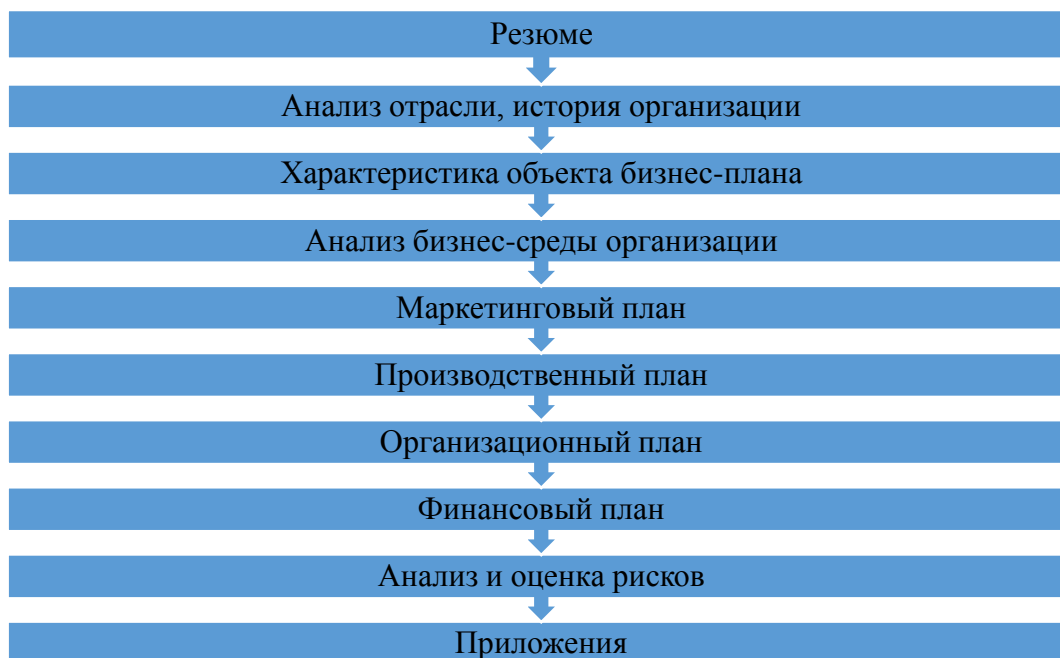


Рисунок 1.5 – Структура бизнес-плана

Приведенная структура не является конечным вариантом, но содержит в себе основные составляющие. Охарактеризуем каждый раздел бизнес-плана:

1. Резюме. Данный раздел является кратким изложением основных положений плана, таким образом, резюме отражает сжатую информацию о разрабатываемых решениях, решаемых задачах и предполагаемых выгодах. В целом, резюме является достаточно важным разделом бизнес-плана,

поскольку зачастую от его содержания, его «интересности», зависит решение инвестора о его дальнейшей судьбе. Резюме содержит следующие сведения:

- цель, суть, задачи проекта;
- информацию о самой организации;
- показатели проекта;
- описание и обоснование особенности проекта;
- стратегия и тактика реализации проекта;
- кадровая составляющая реализации проекта;
- прогноз показателей спроса и сбыта;
- планируемый объем затрат на реализацию проекта, инвестиционная потребность;
- прогнозируемый объем чистой прибыли, доходность и окупаемость проекта.

Стоит отметить, что резюме, располагаясь в начале плана, выполняется в последнюю очередь.

2. Анализ отрасли, история организации. Здесь имеет местоопределение основных сведений об организации и сфере ее деятельности. Таким образом, данный раздел указывает основные факторы, влияющие и способные оказать влияние на деятельность организации.

Если бизнес-проект касается существующей организации, здесь необходимо проработать четкость определения самого предприятия, его основных показателей (сокращенное и полное название, дата и номер регистрации, адреса, банковские реквизиты, и т.д.), деятельности в целом, возможных особенностей, истории существования и другие необходимые данные для идентификации организации.

Для создаваемых организаций важной составляющей данного раздела является проработка планируемого месторасположения. Таким образом, в разделе необходим детальный подход к определению и обоснованию выбора места: оживленность движения транспорта и пешеходов, удаленность

относительно потенциального потребителя, удобство подъездных путей, наличие коммунальных услуг, состояние здания в целом, возможность долгосрочной аренды, либо покупки помещения, стоимость аренды и ее условия, и другие показатели.

Поскольку создаваемая организация еще не имеет своей истории, и находится на начале своего пути, в данном разделе для таких организаций необходимо провести исследование интересующей отрасли: ее специфику, современное состояние и перспективы. Таким образом, во внешней среде обычно рассматривают следующие факторы: политические (законодательство, стабильность), экономические (инфляция, уровень безработицы, покупательская способность, и т.п.), демографические (рождаемость, миграция, и др.), природные (наличие сырья, материалов), культурные, научно-технические.

Можем отметить, что важной составляющей данного раздела, а также достаточно наглядным инструментом может стать проведение SWOT-анализа.

3. Характеристика объекта бизнес-плана. Как следует из названия раздела, здесь имеет место описание объекта бизнес-плана, его особенностей, преимуществ, назначения. Стоит отметить, что характеристика товара должна быть как можно детальней, чтобы при изучении бизнес-плана потенциальный инвестор мог оценить масштаб заинтересованности его потребителей, а тем самым выгоды проекта.

Поскольку данный раздел рассказывает своему читателю о предлагаемом товаре, услуге, работе, станет целесообразным размещение фотографий, схем, рисунков, и других наглядных изображений для улучшения восприятия предлагаемого проекта.

4. Анализ бизнес-среды организации. Этот раздел связан с исследованием и анализом рынка, выбранного направления деятельности, а также с проведением анализа конкурирующих организаций.

Началом исследования рынка является определение его типа

относительно следующих критериев:

1. Сфера производства. Здесь происходит отнесение рынка по направлению производства: материальное (продовольствие, оборудование, сырье) и нематериальное (научные достижения, искусство).

2. Характер назначения производства. По данному критерию рынок классифицируют на рынки товаров производственного и потребительского назначения.

3. Срок использования. Относительно продолжительности использования товаров изучаемого рынка здесь могут быть следующие критерии: долговременное, краткосрочное и одноразовое использование.

4. Территориальный признак. Охват рассматриваемым рынком может включать как отдельный регион страны (региональный), саму страну – внутренний рынок, так и мир в целом (мировой рынок).

5. Соотношение продавцов и покупателей. Здесь возможны 4 различных сценария: чистая монополия (один продавец), олигополия (несколько продавцов), монополистическая и свободная конкуренция.

6. Объем реализации. Данный критерий определяет рынок относительно реализации его товаров (работ, услуг), это может быть основной рынок – реализация основной части товаров, дополнительный рынок – небольшая часть товаров, выборочный рынок – возможность определения реализации нового товара, пробных продаж.

Также в рамках данного раздела бизнес-планирования изучаемый рынок подвергается сегментированию. На самом деле строгости в выборе рассматриваемого набора сегментов нет. В настоящее время выделяют до 6 критериев: социально-демографические, географические, экономические, социально-психологические, поведенческие (относительно особенностей поведения потребителей), потребительские.

Изучение рынка не ограничивается приведенными направлениями, имеет место всестороннее рассмотрение относительно: спроса, предложения, емкости.

Помимо изучения рынка в целом, необходимо определение его участников, таким образом, данный раздел должен включать анализ конкурирующих организаций, и демонстрировать их объективную оценку: занимаемая доля на рынке, состояние конкурентов в целом, рекламные компании, ценовая категория, возможные преимущества и слабые места.

5. Маркетинговый план. Данный раздел формирует программу маркетинговых мероприятий, предлагаемых в рамках реализации бизнес-проекта. Таким образом, в разделе приводятся такие составляющие, как цель и стратегия маркетинга, методы стимулирования продаж, реклама, бюджет, и другие.

Разработка данного раздела осуществляется исходя из следующих принципов:

1. Понимание потребителя – данный принцип указывает на изучение и ориентирование деятельности организации на существующие и потенциальные потребности потребителя;

2. Борьба за потребителя. Принцип борьбы заключен в привлечении внимания и интереса потребителей;

3. Максимальное приспособление производства. Данный принцип реализует в адаптации производства под нужды и потребности потребителей, а не наоборот.

В целом, маркетинговый план затрагивает следующие вопросы: цель и стратегия маркетинга, распространение товаров, стимулирование продаж и сопутствующее обслуживание, рекламная компания, бюджет и контроль маркетинговых мероприятий.

6. Производственный план. План производства предусматривает раскрытие производственных процессов, а также определяет основные показатели: мощность организации, издержки и объем производства, плановый объем выручки, потребность в инвестициях, и т.п.

Разработка плана производства осуществляется на основании генерального плана, составляемого на долгосрочный, среднесрочный и

краткосрочный периоды. Схему генерального плана продемонстрируем на рисунке 1.6. [31]

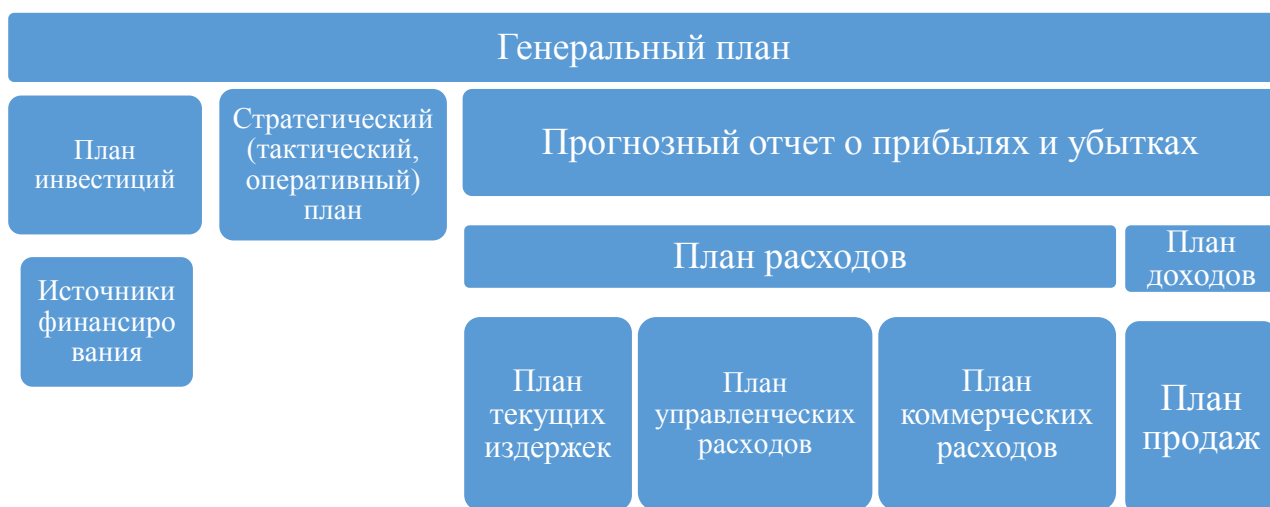


Рисунок 1.6 – Генеральный план организации

Таким образом, производственный план создается в несколько шагов:

- 1 шаг. Описание производственного процесса.
- 2 шаг. Составление производственной программы.
- 3 шаг. Определение объема реализации и выручки.
- 4 шаг. Составление баланса производственной мощности.
- 5 шаг. Определение нормативных расходов по оборотным средствам.
- 6 шаг. Определение плана трудовых затрат.
- 7 шаг. Прогнозирование производственной себестоимости, подведение итогов по расчету трудовых затрат, используемых материалов, амортизационных отчислений, общепроизводственных затрат.
- 8 шаг. Составление плана управленческих расходов.
- 9 шаг. Составление плана коммерческих расходов.
- 10 шаг. Определение объема инвестиций, источников финансирования.
- 11 шаг. Оценка эффективности инвестиционного проекта.

7. Организационный план. В данном разделе имеет место отражение менеджмента организации: организационная структура, состав и функции

отделов и подразделений; взаимодействие данных подразделений; оценка квалификации персонала организации.

Помимо системы управления организацией здесь имеет место описание кадровой политики организации.

8. Финансовый план. Этот раздел имеет достаточно большое значение, поскольку отражает все предыдущие разделы плана в стоимостном выражении, и определяет ожидаемые финансовые результаты деятельности организации в рамках реализации разрабатываемого бизнес-проекта. Здесь имеет место составление таких документов как планы-отчеты: балансовый, о финансовых результатах, о движении денежных средств. Помимо упомянутых показателей, необходима оценка платежеспособности и финансовой устойчивости организации.

9. Анализ и оценка рисков. Раздел содержит перечень и проработку всех потенциальных рисков при реализации предлагаемого проекта.

В рамках раздела обычно рассматривают следующие виды рисков: рыночный, конкурирующих технологий, технический, внешний и внутренний риск относительно самой организации, политический и инвестиционный риски, а также ресурсный риск.

При необходимости может быть приведен анализ чувствительности бизнес-проекта.

10. Приложения. Данный раздел может отсутствовать. В целом отдел включает вспомогательную информацию к разрабатываемому бизнес-проекту: копии уставных документов, сертификатов, фотографии, таблицы, диаграммы, графики, и другие.

В качестве заключения можно сказать, что бизнес-план достаточно сложный и большой проект, являющийся развернутым алгоритмом воплощения конкретной для каждой организации бизнес-идеи.

Проектно-аналитическая часть 2 Практические аспекты разработки бизнес-плана детской парикмахерской

2.1 Резюме

Бизнес-проект открытия детской парикмахерской «В детской расческе» в городе Абакан Республики Хакассия.

Целью проекта является создание нового предприятия, направленного на удовлетворение спроса на парикмахерские услуги для детей, а также сопутствующие услуги для детского досуга (временные тату, аквагрим, праздничные укладки и прически).

Открытие детской парикмахерской является перспективным проектом для города Абакан. Проект имеет достаточно много преимуществ, количество слабых сторон проекта в виде низкой осведомленности жителей со временем реализации проекта исчезнет. Поскольку данный проект в настоящее время проецирует относительно уникальное для выбранного города предприятие, следовательно, имеет место большой диапазон возможностей проекта, в частности заинтересованность потенциальных потребителей.

Для размещения парикмахерской арендуем помещение в достаточно «оживленном» месте (ул. Кати Перекрещенко, д.6) – в непосредственной близости располагается большое количество предприятий общественного питания, детских магазинов, торговых центров, парков отдыха.

В ассортимент предоставляемых услуг включены следующие позиции:

- различные детские стрижки: стандартные, модельные, креативные;
- фигурные выстриги;
- укладки и прически;
- аквагрим;
- блеск-тату и флэш-тату;

– пирсинг (мочка уха).

В течение 3 лет реализации проекта потребуется 7776,378 тыс. рублей инвестиционных средств, на начальном этапе (первый год) величина необходимых инвестиций составит 3184,372 тыс. рублей. Исходя из расчета эффективности инвестиционных вложений в бизнес-проекте определены: чистая приведенная стоимость проекта в течение 3 лет его реализации в объеме 1717,6 тыс. рублей. Рентабельность основной деятельности в первый год реализации проекта составит 16,05%. Окупаемость вложений – 22 месяца. Эффективность инвестиций составит 62 копейки с каждого инвестируемого рубля.

2.2 Анализ отрасли

В рамках данного раздела рассматриваем рынок парикмахерских услуг в России и в частности по Республике Хакасия в периоде с 2017 года по март 2020 года. Исходные данные по объему реализации услуг в указанный период представим в таблице 2.1, динамику показателей – в таблицу 2.2.

Таблица 2.1 – Объем реализации парикмахерских услуг в России и Республике Хакасия в периоде с 2017 по март 2020 года, млн. руб.

Субъект	Объем оказания парикмахерских услуг населению (оперативные данные Росстат)						
	2017 год		2018 год		2019 год		2020 год
	1 квартал	год	1 квартал	год	1 квартал	год	1 квартал
Российская Федерация	22341	97395,27	29460,35	130111,11	29795,37	133085,41	30815,49
Республика Хакасия	40,37	162,42	42,08	169,96	43,06	169,37	42,08

Из приведенных таблиц можем заметить положительную динамику объема реализации в целом по России, резкий скачок роста выявлен в 2018 году – на 33,59% (32715,84 млн. рублей).

Рассматривая тенденцию показателя по Республике Хакассия, можно отметить небольшой спад к 2019 году на 0,35% (0,59 млн. рублей). В первом квартале 2020 года также выражено снижение по отношению к предыдущему году – на 2,28% (0,98 млн. рублей).

Таблица 2.2 – Динамика объема реализации парикмахерских услуг в России и Республике Хакассия в периоде с 2017 по март 2020 года

Субъект	Изменение (1 квартал)						Изменение (год)			
	Абсолютное, тыс. руб.			Относительное, %			Абсолютное, тыс. руб.		Относительное, %	
	2018 / 2017	2019 / 2018	2020 / 2019	2018 / 2017	2019 / 2018	2020 / 2019	2018 / 2017	2019 / 2018	2018 / 2017	2019 / 2018
Российская Федерация	7119,35	335,02	1020,12	131,87	101,14	103,42	32715,84	2974,30	133,59	102,29
Республика Хакассия	1,71	0,98	-0,98	104,24	102,33	97,72	7,54	-0,59	104,64	99,65

Спад указывает на снижение спроса на услуги, однако, причиной снижения является сложившаяся эпидемиологическая обстановка, до данного периода имеет место устойчивый рост – выбранное направление деятельности является достаточно перспективным.

В городе Абакан функционирует порядка 217 салонов красоты и парикмахерских, среди которых нет больших сетевых заведений. Также отметим, что в числе представленных предприятий специализированных детских парикмахерских нет.

В целом в салонах красоты и салонах-парикмахерских в большей части оказывается весь возможный спектр парикмахерских услуг для женщин и мужчин. Относительно маленьких потребителей – в 135 предприятиях города готовы оказать такие услуги, как детские стрижки, плетение кос – в 125 парикмахерских.

Рассматривая ценовой диапазон на парикмахерские услуги, можем сказать, что стоимость услуг начинается от 150 рублей до 800 рублей – для мужской стрижки, и до 1500 рублей – для женской.

В качестве некоего ключевого фактора успеха в данном случае можем выделить место расположения предприятия. На основании географического местонахождения парикмахерских предприятий города, можем отметить, что наиболее крупные салоны располагаются ближе к центру города, где имеют место более обширные потоки людей, таким образом, на периферии расположены небольшие салоны-парикмахерские, оказывающие небольшой спектр услуг.

Также стоит отметить, что данные услуги при открытии салона не требуют лицензирования. Здесь имеет место прохождение сертификации предприятием, а также получение всех разрешающих документов от контролирующих органов: санитарно-эпидемиологической службы, пожарной инспекции.

Относительно налогового бремени предприятий данного типа услуг: в большей степени парикмахерские используют упрощенную систему налогообложения, либо единый налог на вмененный доход, однако, имеет место и применение патентной системы. Таким образом, выбор системы налогообложения достаточно индивидуален, и зависит от самых различных критериев.

В качестве вывода по данному разделу приведем SWOT-анализ детской парикмахерской – таблица 2.3.

Таблица 2.3 – SWOT-анализ детской парикмахерской

Сильные стороны	Слабые стороны
Большой спектр предоставляемых услуг (разнообразные варианты стрижек, фигурные выстриги, прически, укладки и плетение кос, аквагрим, флэш и блеск-тату, пирсинг уха)	Недостаточное количество квалифицированного рабочего персонала – мало работников с опытом работы с детьми
Продуктом являются парикмахерские услуги, которые всегда востребованы людьми	Еще не сформировавшийся имидж салона
Современное и специализированное оборудование	Отсутствие постоянных клиентов на начальных этапах работы
Удачное месторасположение	
Высокое качество выполнения услуг	
Приемлемые цены	
Высокий уровень обслуживания	

Окончание таблицы 2.3

Сильные стороны	Слабые стороны
Игровой интерьер помещения, оснащение играми, приставками, привлечение аниматора	
Возможности	Угрозы
Заинтересованность потенциальных потребителей в открытии салона (т.к. аналогов в городе нет)	Вероятно появление конкурентов
Привлечение инвесторов, постоянные поставщики	Неудовлетворенность клиентов качеством услуг
Привлечение сотрудников для продвижения парикмахерской	
Постепенное увеличение доходов жителей города	

Таким образом, открытие детской парикмахерской является перспективным проектом для города Абакан. Проект имеет достаточно много преимуществ, количество слабостей со временем реализации проекта может быть сокращено. Поскольку данный проект в настоящее время проецирует относительно уникальное для выбранного города предприятие, следовательно, имеет место большой диапазон возможностей проекта, в частности заинтересованность потенциальных потребителей.

В качестве угроз приведены два критерия: появление конкурирующих предприятий и неудовлетворенность оказываемыми услугами потребителей. Данные угрозы связаны с отвлечением посетителей от парикмахерской, однако, данных вероятностей можно избежать, соблюдая все предписанные условия оказания услуги для обеспечения их качества. Появление возможных конкурентов не зависит от проектируемой детской парикмахерской, однако, создание системы лояльности для потребителей услуг позволит создать базу постоянных посетителей, а также обеспечить их бесперебойный поток.

2.3 Характеристика объекта бизнес-организации

Детские парикмахерские значительно отличаются от «взрослых аналогов». Здесь имеет место совсем другая атмосфера. Поскольку непосредственным потребителем услуги является ребенок, причем от

младенческого возраста до 14 лет, вероятны некоторые затруднения в обслуживании маленьких клиентов.

Для отвлечения внимания маленьких детей в парикмахерской «В детской расческе» достаточно яркий и красочный интерьер: рисунки героев мультфильмов на стенах, яркие оттенки в цветовой гамме мебели, используемого текстиля и оборудования.

Также уникальность данной парикмахерской заключается в применении такого интерьерного решения как обустройство игровых зон, применение бизбордов и развивающих игрушек, игровых приставок, сладких угощений, а также привлечение администратора-аниматора.

Для размещения парикмахерской арендуем помещение в достаточно «оживленном» месте (ул. Кати Перекрещенко, д.6) – в непосредственной близости располагается большое количество предприятий общественного питания, детских магазинов, торговых центров, парков отдыха. В том числе отметим, что удаленность парикмахерской «В детской расческе» от детских садов составляет от 300 м (3 минуты пешком) до 2,1 км (26 минут пешком); удаленность от школ общего и дополнительного образования – от 350 м (5 минут пешком) до 2,6 км (33 минуты пешком).

В круг оказываемых услуг включены следующие позиции:

- различные детские стрижки: стандартные, модельные, креативные;
- фигурные выстриги;
- укладки и прически;
- аквагрим;
- блеск-тату и флэш-тату;
- пирсинг (мочка уха).

Наглядно представленные услуги демонстрируем в Приложении А.

Данные услуги не лицензируемые, парикмахерской «В детской расческе» будет проведена сертификация данных услуг. Также будет проведена работа относительно организации деятельности в целом:

регистрация в налоговых органах, получение разрешений на работу от контролирующих органов (санитарно-эпидемиологическая служба, пожарная инспекция). Наличие всех разрешающих документов и соблюдение правил позволит повысить лояльность родителей маленьких клиентов.

2.4 Анализ бизнес-среды организации

В рамках данного раздела рассматриваем анализ внешней среды проектируемого предприятия относительно окружающих его факторов: потребители, поставщики и конкуренты.

Поскольку проектируемым предприятием является детская парикмахерская, следовательно, непосредственными потребителями услуг являются дети в возрасте до 14 лет включительно. Согласно официальной статистической информации Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва, на 01 января 2019 года численность детей в целом в городе Абакан составило 38567 человек. Возрастное распределение представлено в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Численность детей на 01.01.2019 года по возрасту

Возраст	Всего	Мальчики	Девочки
Итого	38567	19788	18779
в том числе в возрасте, лет:			
0	2304	1175	1129
1	2623	1319	1304
2	2849	1459	1390
3	3106	1637	1469
4	3051	1541	1510
0-4	13933	7131	6802
5	3036	1504	1532
6	2861	1439	1422
7	2762	1388	1374
8	2757	1441	1316
9	2610	1359	1251
5-9	14026	7131	6895

Окончание таблицы 2.4

Возраст	Всего	Мальчики	Девочки
10	2460	1324	1136
11	2218	1151	1067
12	2032	1062	970
13	1995	1030	965
14	1903	959	944
10-14	10608	5526	5082

Таким образом, можем отметить практически равное соотношение мальчиков и девочек как в целом, так и по возрасту.

Определим актуальные услуги для каждой возрастной категории:

- для малышей до 4 лет предполагается оказание услуг стрижки, возможны несложные фигурные выстриги для мальчиков. Для девочек предлагается услуга пирсинга мочки уха, создание причесок (например, для фотосессий);
- для детей от 5 до 14 лет также осуществляются стрижки, в том числе модельные варианты, для мальчишек – фигурные выстриги, для девочек – укладки и прически. Услуги проектируемой парикмахерской включают аквагрим, блеск-тату, флэш-тату, пирсинг (мочка уха), что также будет интересно детям и их родителям.

При условии, что на данный момент специализированных детских парикмахерских в городе нет, что говорит о большом потоке посетителей.

В качестве поставщиков необходимо выбрать организации, поставляющие как профессиональный инструмент, так и профессиональные средства для ухода за волосами, в том числе предназначенные для детей. Также исходя из ассортимента услуг, парикмахерская будет закупать специализированный аквагрим, материалы для нанесения временных тату, серьги-иглы для прокола мочки уха.

Поскольку предполагается приобретение франшизы «В детской расческе» и реализация проекта по ней, список поставщиков материалов

будет предоставлен франчайзером, что позволит минимизировать ошибки при выборе партнеров.

Поскольку проектируемая детская парикмахерская на данный момент не имеет аналогов, проведем анализ конкурентов относительно салонов, оказывающих парикмахерские услуги в том числе и детям. Анализ представим в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ конкурентов

Наименование предприятия	Показатели				
	Основные преимущества	Основные недостатки	Основные ассортиментные группы услуг, совпадающие с проектируемым предприятием	Маркетинговые предложения	Используемая бизнес-стратегия
Парикмахерская Розалия	Расположение, средний ценовой диапазон	Отсутствие профессионального оборудования для оказания парикмахерских услуг детям	Детские стрижки, детские прически	Гибкая система скидок, ведение сайта и социальных сетей	Стратегия диверсификационного роста
Салон-парикмахерская BENEFICE	Расположение, средний ценовой диапазон	Ориентация только на мужской контингент	Детские стрижки	Размещение баннера	Стратегия концентрированного роста
Салон красоты Фея МАРСЕЛЬ	Расположение, хорошие отзывы посетителей, сформирована база постоянных посетителей	Отсутствие сайта, социальных сетей	Детские стрижки	Размещение баннера, размещение рекламы на радио	Стратегия диверсификационного роста
Студия красоты Монро	Низкий ценовой диапазон	Отсутствие сайта, социальных сетей, размещение во дворах	Детские стрижки	Размещение баннера	Стратегия концентрированного роста
Салон красоты Мирра-клуб	Расположение, большой ассортимент предоставляемых услуг, наличие сайта	Отсутствие профессионального оборудования для оказания парикмахерских услуг детям, оказание услуг детям с 6 лет	Детские стрижки, прически и укладки	Гибкая система скидок, ведение сайта и социальных сетей, акция «Юбилейный посетитель»	Стратегия диверсификационного роста
Проектируемая детская парикмахерская «В детской расческе»	Расположение, интерьер, наличие оборудованного детского пространства, специализированное профессиональное оборудование, высококвалифицированные работники, наличие аниматора, большой ассортимент услуг для детей	Отсутствие базы постоянных посетителей	Детские стрижки, прически и укладки, фигурные выстриги, пирсинг мочки ушка, временные тату (флэш, блеск-тату)	Система лояльности, ведение социальных сетей, размещение рекламы на радио	Стратегия диверсификационного роста

Исходя из приведенных критериев оценки, проектируемая парикмахерская имеет определенные преимущества: удобное размещение, разработанный и ориентированный интерьер, специализированное парикмахерское оборудование для детей, привлечение аниматора, достаточно широкий ассортимент предлагаемых услуг для деток различных возрастов.

Относительно маркетинговых решений приведенных организаций, можем отметить, что ввиду того, что город достаточно небольшой и предприятия размещены в оживленных местах, где имеет место большие потоки людей, рассматриваемые конкуренты не слишком прорабатывают систему маркетингового продвижения. В случае проектируемой парикмахерской имеется необходимость применить маркетинговые методы для «заявления о себе» и, тем самым, привлечения потребителей.

2.5 Маркетинговый план

Изначально, мы должны отметить, что стратегия маркетинга в данном случае имеет направленность диверсификационного роста.

Продвижение парикмахерской «В детской расческе» предполагает следующий перечень мероприятий:

- размещение рекламы на радио;
- ведение социальных сетей;
- создание системы лояльности.

Таким образом, размещение объявлений позволит расширить круг потенциальных потребителей услуг проектируемой парикмахерской «В детской расческе».

Предлагаем размещение аудиоролика продолжительностью 7 секунд три раза в день ежедневно на радиоволнах Русского радио и Хакасия FM. Учитывая данные показатели, стоимость услуг составит 8820 рублей и 3780 рублей в месяц соответственно.

Ведение социальных сетей даст возможность потребителям «познакомится» с парикмахерской «В детской расческе», а верный подход к оформлению и ведению аккаунтов позволит «расположить и привести» их. Данное направление более эффективно будет реализовано через профессионального SMM-менеджера, таким образом, данные затраты составят от 12 тыс. рублей.

Третьим ключевым мероприятием маркетингового плана является создания системы лояльности для посетителей. Согласно приобретаемой франшизы, в парикмахерской «В детской расческе» возможно приобретение подарочных сертификатов со сроком действия в течение 6 месяцев, а также используются дисконтные карты, выдаваемые постоянным посетителям после пятого посещения.

Парикмахерская имеет специализацию детского предприятия, однако, здесь могут оказать услуги и родителям маленьких посетителей. Для компаний в «В детской расческе» используют акцию – 10-ти процентная скидка на 2-го и последующих детей.

Также имеет место акция «Именинник», реализуемая путем предоставления скидки на услуги парикмахерской в размере 20% в течение семи дней (за три дня до и трех дней после).

Помимо названных акций, используются меры привлечения через социальные сети и средства Интернет: дополнительная скидка 10% за размещение фотографии в своем аккаунте, сделанной в салоне; 10-ти процентная скидка за отзыв в системе 2ГИС.

Также в салоне располагаем различные флаеры (печать 10000 шт. в квартал), визитки (печать 1000 шт. в квартал) и буклеты (печать 1000 шт. в квартал) для посетителей.

Определим объем затрат на рекламу проектируемой парикмахерской «В детской расческе». Расчет сводим в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – Бюджет рекламы в год

Наименование услуги	Первый год				
	Всего	Квартал			
		1	2	3	4
Размещение рекламы на радио	151200	37800	37800	37800	37800
Услуги SMM	180000	45000	45000	45000	45000
Услуги типографии					
печать визиток	2080	520	520	520	520
печать флаеров	19000	4750	4750	4750	4750
печать буклетов	2080	520	520	520	520
ИТОГО:	354360	88590	88590	88590	88590

Таким образом, годовой бюджет на рекламную компанию составит 354,36 тыс. рублей.

Контроль маркетинговых мероприятий осуществляет непосредственно руководитель парикмахерской.

2.6 Производственный план

Производственный план описываем в несколько шагов. Изначально определяем предлагаемые услуги, необходимое оборудование, инструмент и материалы для их оказания. Данные сводим в таблицу 2.7.

Таблица 2.7 – Характеристика оказываемых услуг

Наименование услуги	Наименование используемого оборудования	Наименование используемых материалов	Количество занятых работников, чел.	Норма времени на оказание услуг, мин.	Норма выработки в д. времени, чел./ч
Стрижка модельная (детская, мужская)	Парикмахерское кресло (детское, взрослое), зеркало, стойка для инструмента, фен, плойки	Накидка парикмахерская, профессиональный инструмент (ножницы прямые, зубчатые; бритвы, машинки), гребни, щетки и расчески, зажимы и утюжки, опрыскиватель	3	25	2,4
Стрижка женская				25	2,4
Первая стрижка				20	3
Фигурный выстриг (в составе стрижки)		Накидка парикмахерская, профессиональный инструмент (бритвы, машинки), опрыскиватель	3	15	4
Фигурный выстриг (отдельная услуга)				3	15
Стрижка челки простая		Накидка парикмахерская, профессиональный инструмент (ножницы прямые, зубчатые; бритвы, машинки), гребни,	3	10	6
Стрижка челки сложная				3	15

Окончание таблицы 2.7

Наименование услуги	Наименование используемого оборудования	Наименование используемых материалов	Количество занятых работников, чел.	Норма времени на оказание услуг, мин.	Норма выработки в ед. времени, чел./ч.
Стрижка под машинку (1 насадка)		щетки и расчески, зажимы и уточки, опрыскиватель	3	15	4
Стрижка под машинку (2 насадки)			3	20	3
Аквагрим		Кисти, губки, спонжи, краски для аквагрима, блестки, пластмассовый стаканчик	1	10	6
Флэш-тату, блеск-тату		Клей, трафареты, маркеры, наклейки, краски, пудра, губки	1	25	2,4
Мытье головы		Накидка парикмахерская, шампуни, бальзамы	3	10	6
Сушка головы (отдельная услуга)		Накидка парикмахерская, щетки, гребни, расчески	3	10	6
Укладка		Накидка парикмахерская, гели, муссы, воск, лак для фиксации, шпильки, заколки	3	20	3
Подравнивание кончиков		Накидка парикмахерская, профессиональный инструмент (ножницы прямые, зубчатые), гребни, щетки и расчески, зажимы и уточки, опрыскиватель	3	15	4
Праздничная прическа (до 15 лет)		Накидка парикмахерская, гели, муссы, воск, лак для фиксации, шпильки, заколки, ленты, резинки для волос, гребни, щетки, расчески, зажимы и уточки, опрыскиватель	3	60	1
Праздничная прическа (взрослая)			3	60	1
Прическа на основе кос (до 15 лет)			3	60	1
Прическа на основе (взрослая)			3	60	1
Мелирование		Накидка парикмахерская, фольга, шапочка для мелирования, осветлитель, кисти, зажимы и уточки	3	90	0,7
Покраска (со своей краской)		Накидка парикмахерская, краска, кисти	3	60	1
Покраска			3	60	1
Прокалывание ушек	Пистолет для пирсинга, серьги-гвоздики, спиртовые салфетки	1	15	4	

Таким образом, в таблице отражаем, помимо инструментария и расходных материалов, норму времени на оказание каждого вида услуги и норму выработки в единицу времени.

На основании приведенной характеристики формируем производственную программу организации – таблица 2.8.

Таблица 2.8 – Производственная программа проектируемой парикмахерской «В детской расческе» в г. Абакан

Вид услуги	Объем выпуска продукции в натуральных показателях, усл. ед.												
	Первый год												
	Всего	месяц											
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Стрижка модельная (детская, мужская)	6048	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504	504
Стрижка женская	1080	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Первая стрижка	276	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
Фигурный выстриг (в составе стрижки)	4320	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
Фигурный выстриг (отдельная услуга)	720	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Стрижка челки простая	4320	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
Стрижка челки сложная	2160	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Стрижка под машинку (1 насадка)	4320	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
Стрижка под машинку (2 насадки)	2376	198	198	198	198	198	198	198	198	198	198	198	198
Аквагрим	3600	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Флэш-тату, блеск-тату	3600	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Мытье головы	288	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
Сушка головы (отдельная услуга)	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Укладка	2880	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
Подравнивание кончиков	288	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
Праздничная прическа (до 15 лет)	108	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Праздничная прическа (взрослая)	72	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Прическа на основе кос (до 15 лет)	36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Прическа на основе (взрослая)	36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Мелирование	540	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Покраска (со своей краской)	540	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Покраска	900	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Прокалывание ушек	144	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

Производственная программа составлена с учетом максимальной загрузки парикмахерской при ежедневном режиме работе с 09.00 до 20.00.

2.7 Организационный план

Открытие парикмахерской «В детской расческе» предполагается в виде создания общества с ограниченной ответственностью. В качестве системы налогообложения выбираем упрощенную (6%).

Представим схему организации проектируемого предприятия – рисунок 2.1.

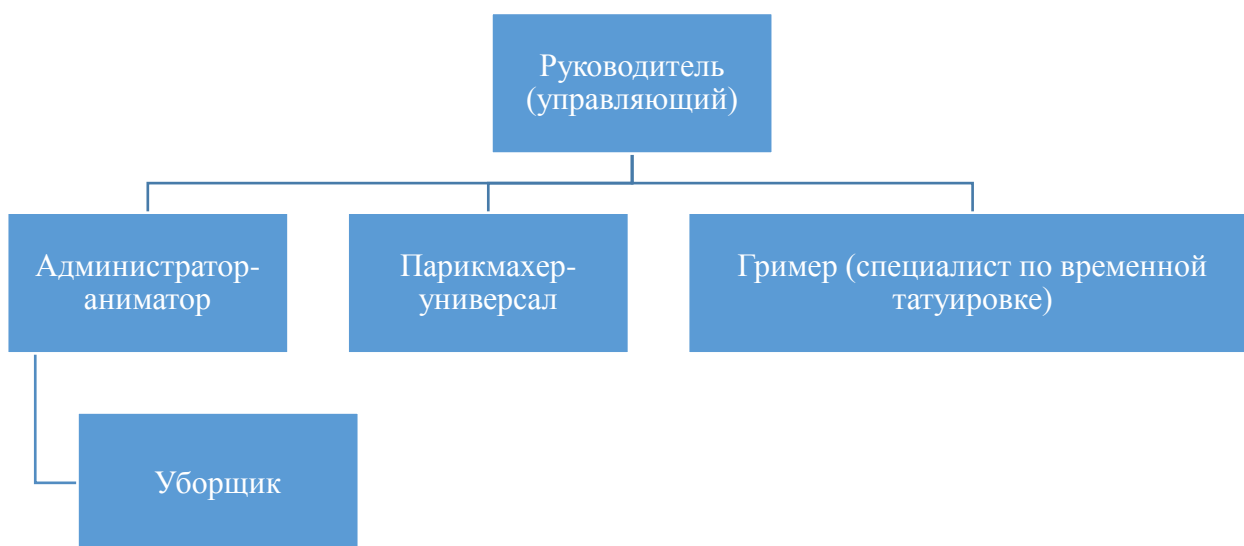


Рисунок 2.1 – Организационная схема парикмахерской «В детской расческе»

Стоит отметить, что подбор персонала осуществляется в достаточно строгих условиях, поскольку непосредственный потребитель оказываемой услуги – ребенок. Таким образом, стрессоустойчивость, терпение и в то же время профессионализм, квалифицированность кадров и их опытность являются одними из ключевых показателей при наборе персонала.

При необходимости для соискателей, имеющих достаточно высокий потенциал, но утративших квалификацию, либо которым требуется прохождение курсов повышения квалификации, осуществляется организация

их обучения. Также при приеме на работу основных работников имеет место применение испытательного срока.

Руководителем, или управляющим, назначается лицо, имеющее соответствующее образование и опыт работы в данной должности не менее 5 лет. Руководителем может стать единоличный учредитель, или один из учредителей общества с ограниченной ответственностью.

В целом персонал парикмахерской включает 12 работников:

1. Управляющий – 1 человек.
2. Парикмахер – 6 человек.
3. Гример – 2 человека.
4. Администратор-аниматор – 2 человека.
5. Уборщица – 1 человек.

График основных работников, непосредственно оказывающих услуги, предполагает посменную работу периодичностью 2/2. К обслуживающему персоналу относим уборщика помещений, график режима работы которого составляет по 3 часа в утреннее и вечернее время.

В качестве системы мотивации и стимулирования персонала в парикмахерской будет организована система премирования работников по итогам месяца. Таким образом, месячная выплата премий работникам может составить до 15%.

Стоит отметить, что на начальных этапах реализации предлагаемого проекта управляющий самостоятельно ведет бухгалтерию, и осуществляет все предписанные действия по формированию и отправке отчетности, ведению бухгалтерского, управленческого и кадрового учета. Подобное решение позволит иметь наиболее полный контроль за происходящими процессами, что приведет к эффективному управлению. В перспективе возможно рассмотрение вопроса передачи отдельных функций управляющего сторонним организациям, например, воспользоваться услугами по бухгалтерскому сопровождению.

2.8 Финансовый план

Определяем плановый объем выручки проектируемого предприятия. Расчет осуществляем исходя из показателей производственной программы и установленного прайс-листа выбранной франшизы на оказание услуг – таблица 2.9.

Таблица 2.9 – Плановый объем выручки проектируемой парикмахерской «В детской расческе» в г. Абакан

Вид услуги	Первый год				
	Квартал				Всего
	1	2	3	4	
Стрижка модельная (детская, мужская)					
Объем продаж, ед.	1512	1512	1512	1512	6048
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	740880	740880	740880	740880	2963520
Стрижка женская					
Объем продаж, ед.	270	270	270	270	1080
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	148500	148500	148500	148500	594000
Первая стрижка					
Объем продаж, ед.	69	69	69	69	276
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	37950	37950	37950	37950	151800
Фигурный выстриг (в составе стрижки)					
Объем продаж, ед.	1080	1080	1080	1080	4320
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	129600	129600	129600	129600	518400
Фигурный выстриг (отдельная услуга)					
Объем продаж, ед.	180	180	180	180	720
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	54000	54000	54000	54000	216000
Стрижка челки простая					
Объем продаж, ед.	1080	1080	1080	1080	4320
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	162000	162000	162000	162000	648000
Стрижка челки сложная					
Объем продаж, ед.	540	540	540	540	2160
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	108000	108000	108000	108000	432000
Стрижка под машинку (1 насадка)					
Объем продаж, ед.	1080	1080	1080	1080	4320

Продолжение таблицы 2.9

Вид услуги	Первый год				
	Квартал				Всего
	1	2	3	4	
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	270000	270000	270000	270000	1080000
Стрижка под машинку (2 насадки)					
Объем продаж, ед.	594	594	594	594	2376
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	178200	178200	178200	178200	712800
Аквагрим					
Объем продаж, ед.	900	900	900	900	3600
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	180000	180000	180000	180000	720000
Флэш-тату, блеск-тату					
Объем продаж, ед.	900	900	900	900	3600
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	135000	135000	135000	135000	540000
Мытье головы					
Объем продаж, ед.	72	72	72	72	288
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	7200	7200	7200	7200	28800
Сушка головы (отдельная услуга)					
Объем продаж, ед.	108	108	108	108	432
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	16200	16200	16200	16200	64800
Укладка					
Объем продаж, ед.	720	720	720	720	2880
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	252000	252000	252000	252000	1008000
Подравнивание кончиков					
Объем продаж, ед.	72	72	72	72	288
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	21600	21600	21600	21600	86400
Праздничная прическа (до 15 лет)					
Объем продаж, ед.	27	27	27	27	108
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	40500	40500	40500	40500	162000
Праздничная прическа (взрослая)					
Объем продаж, ед.	18	18	18	18	72
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	30600	30600	30600	30600	122400
Прическа на основе кос (до 15 лет)					
Объем продаж, ед.	9	9	9	9	36

Окончание таблицы 2.9

Вид услуги	Первый год				
	Квартал				Всего
	1	2	3	4	
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	7200	7200	7200	7200	28800
Прическа на основе (взрослая)					
Объем продаж, ед.	9	9	9	9	36
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	12600	12600	12600	12600	50400
Мелирование					
Объем продаж, ед.	135	135	135	135	540
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	216000	216000	216000	216000	864000
Покраска (со своей краской)					
Объем продаж, ед.	135	135	135	135	540
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	67500	67500	67500	67500	270000
Покраска					
Объем продаж, ед.	225	225	225	225	900
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	225000	225000	225000	225000	900000
Прокалывание ушек					
Объем продаж, ед.	36	36	36	36	144
Цена за единицу, руб.					
Выручка, руб.	25200	25200	25200	25200	100800
Выручка итого, руб.					12262920

Таким образом, максимальный годовой объем реализации услуг проектируемой парикмахерской «В детской расческе» составляет 10767840 рублей.

Далее определяем стоимость основных средств предприятия, а также величину амортизационных отчислений. Расчет сводим в таблицу 2.10.

Таблица 2.10 – Определение стоимости основных средств и величины амортизационных отчислений в год

Наименование ОС	Кол-во, шт.	Цена, руб.	Стоимость ОС, руб.	Амортизационная группа	Срок полезного использования, лет	Норма амортизации в год	
						в %	в руб.
Кресло парикмахерское	2	40678	81356	4	5	20	16271,2

Окончание таблицы 2.10

Наименование ОС	Кол-во, шт.	Цена, руб.	Стоимость ОС, руб.	Амортизационная группа	Срок полезного использования, лет	Норма амортизации в год	
						в %	в руб.
Кресло парикмахерское детское	2	27070	54140	4	5	20	10828
Зеркало	5	16190	80950	5	7	14,29	11567,76
Стеллаж	4	4484	17936	4	5	20	3587,2
Шкаф со стеклом	1	14418	14418	4	5	20	2883,6
Шкаф для персонала	1	8598	8598	4	5	20	1719,6
Парикмахерская мойка	1	22750	22750	4	5	20	4550
Кресла	4	12656	50624	3	3	33,33	16872,98
Стол кофейный	1	15028	15028	4	5	20	3005,6
Стойка-ресепшн	1	17530	17530	4	5	20	3506
Вешалка	1	6700	6700	3	3	33,33	2233,11
Игровые приставки	2	34990	69980	3	3	33,33	23324,33
Бизиборды	3	11603	34809	2	2	50	17404,5
Телевизор	1	13550	13550	3	3	33,33	4516,22
ИТОГО:	29		488369				122270,1

Следовательно, стоимость всех основных средств составит 488369 рублей. Величина амортизации составит по 122270,1 рублей в первые 2 года реализации проекта детской парикмахерской.

Далее определяем величину годовой потребности и затрат на расходные материалы и инструмент – таблицы 2.11 и 2.12.

Таблица 2.11 – Годовой расход на инструмент

Наименование материального ресурса	Годовая потребность в ресурсе	Цена ресурса, руб.	Сумма, тыс. руб.
Накидка парикмахерская	5	700	3,5
Фартук	5	500	2,5
Ножницы прямые	10	275	2,75
Ножницы зубчатые	6	400	2,4
Машинка для стрижки (+8 насадок)	4	12400	49,6
Плойка	4	6000	24
Щипцы-выпрямители	4	6960	27,84
Щипцы-гофре	4	2000	8
Фен	4	2000	8
Гребень набор	4	1200	4,8

Окончание таблицы 2.11

Наименование материального ресурса	Годовая потребность в ресурсе	Цена ресурса, руб.	Сумма, тыс. руб.
Термобрашинг набор	4	1760	7,04
Щетки набор	5	1920	9,6
Зажимы	32	25	0,8
Опрыскиватель	4	285	1,14
Итого:			151,97

Расход на приобретение инструмента составит 151,97 тыс. рублей в год.

Таблица 2.12 – Годовой расход на материалы (в том числе одноразовые)

Наименование материального ресурса	Количество в год				
	В натуральном выражении			В стоимостном выражении	
	Годовой объем услуги	Норма ресурса на единицу услуги	Годовая потребность в ресурсе	Цена ресурса, руб.	Сумма, тыс. руб.
Кисти набор 12 шт.	9180	0,05	459	2300	1055,7
Спонжи	9180	0,1	918	35	32,13
Краски для аквагрима (набор 12 цветов)	3600	0,02	72	420	30,24
Блестки для аквагрима	3600	0,02	72	450	32,4
Стаканчик пластмассовый	9180	0,0025	22,95	20	0,459
Клей для временных тату	3600	0,05	180	800	144
Графареты для временных тату	3600	0,005	18	50	0,9
Наклейки-тату	3600	1	3600	10	36
Краски для временных тату	3600	0,02	72	1200	86,4
Шампуни	2268	0,05	113,4	500	56,7
Бальзамы для ухода за волосами	2268	0,05	113,4	750	85,05
Гель для волос фиксирующий	252	0,05	12,6	250	3,15
Мусс для волос фиксирующий	252	0,05	12,6	250	3,15
Лак для волос фиксирующий	252	0,05	12,6	450	5,67
Воск, глина для волос для фиксации	252	0,02	5,04	400	2,016
Фольга	540	0,01	5,4	520	2,808
Шапочка для мелирования	540	0,025	13,5	280	3,78
Осветлитель	540	0,1	54	1500	81
Краска для волос (пигменты, окислители)	900	1,2	1080	200	216
Пистолет для пирсинга одноразовый	144	1	144	150	21,6
Серьги-гвоздики	144	1	144	200	28,8
Спиртовые салфетки	144	1,5	216	5	1,08
Перчатки латексные	900	1	900	150	135
ИТОГО:					2064,03

Годовая величина затрат на приобретение материалов в детской парикмахерской «В детской расческе» составит 2064,03 тыс. рублей в год.

Помимо непосредственных расходов, связанных с деятельностью парикмахерской, имеют место прочие затраты – таблица 2.13.

Таблица 2.13 – Прочие ежемесячные затраты проектируемой парикмахерской «В детской расческе»

Наименование расхода	Норматив		Количество	Стоимость в месяц, руб.	Стоимость в год, руб.
	ед. изм.	величина			
Аренда	-	-	12	35000	420000
Ремонт помещения	-	-	-	-	400000
Коммунальные платежи, в том числе:					447894,07
Горячее водоснабжение	литров на 1 рабочее место в смену	33	1584	127,41	201817,44
Холодное водоснабжение	литров на 1 рабочее место в смену	23	1104	10,51	11603,04
Водоотведение	литров на 1 рабочее место в смену	56	2688	26,75	71904
Электрическая энергия	-	-	21600	7,5	162000
Вывоз ТКО и ТБО	-	-	0,5	1139,17	569,59
ИТОГО:					1267894,07

Объем прочих ежемесячных затрат проектируемой детской парикмахерской ожидаем на уровне 1267,89 тыс. рублей в год.

В ходе следующего этапа формирования производственного плана определяем объем затрат на оплату труда работников.

В парикмахерской оборудуем 4 рабочих места, продолжительность рабочей смены составит 10 часов. В целях соблюдения трудового законодательства, имеет место привлечение каждого работника к не более 4 сменам в неделю, следовательно, численность основных работников составит 8 человек. В качестве вспомогательного персонала предполагаем прием 2 администраторов-аниматоров также с посменным графиком работы.

Определяем потребность в персонале и объеме заработной платы в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Потребность в персонале и заработной плате парикмахерской «В детской расческе»

Наименование должности	Первый год					Всего, руб.
	Потребность, чел.	Средняя заработная плата, руб.	Затраты на заработную плату, руб.	Взносы во внебюджетные фонды (ПФР (22%), ФСС (2,9%), ФОМС (5,1%), взносы на травматизм 0,2%), руб.	Всего, руб.	
Руководитель (управляющий)	1	43000	43000	12986	55986	671832
Основные работники (парикмахеры, специалисты по гриму, временной тату)	8	34000	272000	82144	354144	4249728
Администраторы-аниматоры	2	27000	54000	16308	70308	843696
Уборщица	1	17000	17000	5134	22134	265608
ИТОГО:	12	121000	386000	116572	502572	6030864

Таким образом, потребность в реализации производственной программы проектируемого предприятия составит 12 человек. Следовательно, фонд заработной платы на данный объем рабочей силы составит 6030,86 тыс. рублей в год.

На основании приведенных данных сводим и формируем расходы по видам: себестоимость, управленческие и коммерческие расходы. Расчет оформляем в таблицу 2.15.

Таблица 2.15 – Расходы парикмахерской

Вид расхода	Первый год				
	Всего	квартал			
		1	2	3	4
Себестоимость	8043,2	2010,8	2010,8	2010,8	2010,8
в том числе роялти	18	4,5	4,5	4,5	4,5
Управленческие расходы:	1029,44	257,36	257,36	257,36	257,36

Окончание таблицы 2.15

Вид расхода	Первый год				
	Всего	квартал			
		1	2	3	4
заработная плата и страховые взносы аппарата управления	671,84	167,96	167,96	167,96	167,96
заработная плата и страховые взносы обслуживающего персонала	265,6	66,4	66,4	66,4	66,4
офисные расходы, Интернет	32	8	8	8	8
подготовка и повышение квалификации работников	60	15	15	15	15
Коммерческие расходы:	354,36	88,59	88,59	88,59	88,59
реклама	354,36	88,59	88,59	88,59	88,59

Таким образом, нами определены основные группы расходов парикмахерской «В детской расческе»: себестоимость составит 8043,2 тыс. рублей, управленческие расходы – 1029,44 тыс. рублей и коммерческие расходы – 354,36 тыс. рублей в год.

Определяем величину инвестиций, привлекаемых к реализации проекта, для чего составляем таблицу 2.16, где описываем прирост инвестиционных потоков в течение трех лет.

Таблица 2.16 – Потребность в инвестициях

Категория инвестиций	Прирост			Итого за период
	Первый год	Второй год	Третий год	
Основной капитал				0
активная часть ОПФ	888,369	0	0	888,369
Оборотный капитал				0
производственные запасы	2216,003	2216,003	2216,003	6648,009
денежные средства	50	50	50	150
Трудовые ресурсы				0
повышение квалификации	30	30	30	90
ИТОГО:	3184,372	2296,003	2296,003	7776,378

Получаем, что величина необходимых инвестиций составит 7776,378 тыс. рублей в течение 3 лет реализации проекта. В качестве источников финансирования предполагается использовать как собственные средства, так и заемный капитал.

Также оценим инвестиционную эффективность предлагаемого проекта, для чего определяем величину чистой прибыли парикмахерской – таблица 2.17. Также в таблице отражаем значение чистой приведенной прибыли исходя из ставки дисконтирования 5,5%.

Таблица 2.17 – Расчет прогнозируемой чистой прибыли парикмахерской «В детской расческе»

Показатель	Год		
	1	2	3
Выручка	12 263	12 263	12 263
Себестоимость продаж	8 911	8 911	8 911
Валовая прибыль (убыток)	3 352	3 352	3 352
Коммерческие расходы	354	354	354
Управленческие расходы	1 029	1 029	1 029
Прибыль (убыток) от продаж	1 968	1 968	1 968
Прочие расходы	100	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 868	1 968	1 968
Текущий налог на прибыль	112	118	118
Чистая прибыль (убыток)	1 756	1 850	1 850
Дисконтированный чистый денежный поток (5,5%)	1664,4	1662,1	1575,4

Определяем чистую приведенную стоимость проекта:

$NPV = -3184,372 + 1664,4 + 1662,1 + 1575,4 = 1717,6$ тыс. рублей за 3 года реализации проекта.

Определяем срок окупаемости мероприятий:

$$\frac{3184,372}{\frac{1756}{12}} \approx 22 \text{ месяца.}$$

Окупаемость проекта изображаем графически на рисунке 2.2.

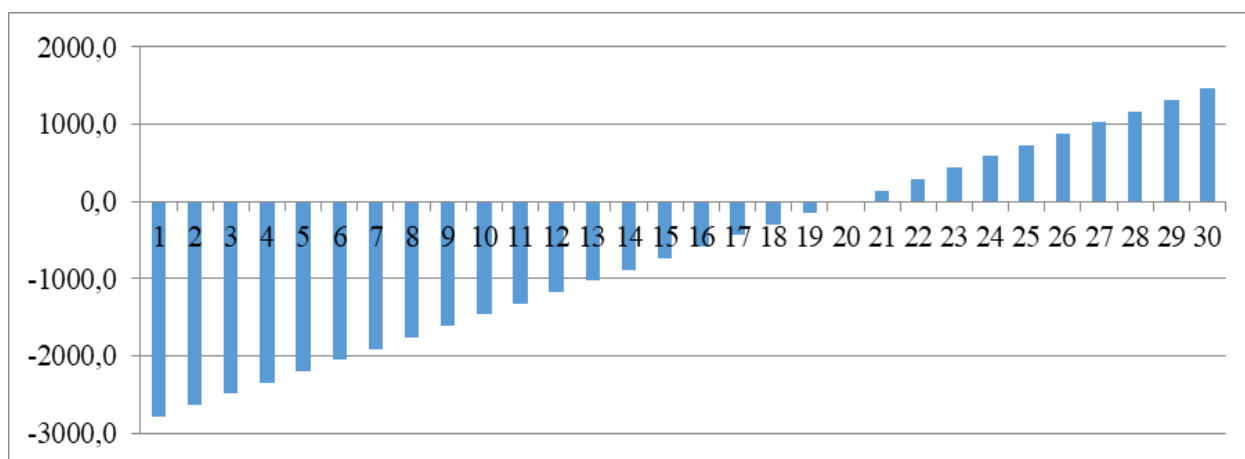


Рисунок 2.2 – Окупаемость инвестиций, тыс. руб.

Таким образом, окупаемость проекта в целом составит 22 месяца. Также определяем рентабельность проекта и эффективность инвестиций.

Определяем рентабельность основной деятельности:

$$P_{\text{од}} = \frac{1968}{12263} * 100\% = 16,05\%.$$

Прогнозируемая рентабельность основной деятельности, проектируемой парикмахерской «В детской расческе», составит 16,05%.

Определяем эффективность инвестиционных вложений:

$$ARR = \frac{1968}{3184,372} = 0,62 \text{ рубля.}$$

Эффективность инвестиций составит 62 копейки с каждого инвестируемого рубля.

Далее составляем и рассматриваем план движения денежных средств (таблица 2.18), отчет о финансовых результатах (таблица 2.17) и прогнозируемый баланс (таблица 2.19).

План движения денежных средств отражает динамику денежных потоков относительно разных направлений деятельности: операционной

(текущей), инвестиционной и финансовой.

Таблица 2.18 – План движения денежных средств парикмахерской «В детской расческе» в первый год, в тыс. руб.

Статья расходов	Квартал				Год
	1	2	3	4	
Денежный поток от операционной деятельности					
Поступление денежных средств от потребителей	3 066	3 066	3 066	3 066	12 264
Операционные расходы	2 574	2 574	2 574	2 574	10 295
Платежи в бюджет	30	30	30	30	118
Сальдо по операционной деятельности	463	463	463	462	1 851
Денежный поток от инвестиционной деятельности					-
Инвестиции в основные фонды, нематериальные активы	3 184	-	-	-	3 184
Сальдо по инвестиционной деятельности	3 184	-	-	-	3 184
Денежный поток от финансовой деятельности					-
Увеличение уставного капитала	10	-	-	-	10
Сальдо по финансовой деятельности	10	-	-	-	10
Остаток денежных средств на конец года	- 2 712	463	463	462	- 1 324

Таблица 2.19 – Прогнозный баланс парикмахерской «В детской расческе» в первый год, в тыс. руб.

Активы		Пассивы	
Внеоборотные активы		Капитал и резервы	
Нематериальные активы		Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10
Основные средства	488,369	Резервный капитал	
Итого внеоборотных активов	488,369	ИТОГО капитал	10
Оборотные активы		Долгосрочные обязательства	
Запасы	1019,9	Прочие долгосрочные обязательства	1548
Денежные средства и денежные эквиваленты	50	ИТОГО долгосрочных обязательств	1548
Итого оборотных активов	1069,9		
БАЛАНС	1 558	БАЛАНС	1558

Прогнозный баланс отражает предполагаемые активы проектируемого предприятия и пути их финансирования – за счет привлечения прочих долгосрочных обязательств величиной 1548 тыс. рублей. Также определяем величину точки безубыточности – таблица 2.20.

Таблица 2.20 – Расчет точки безубыточности

Показатель	Величина показателя	Показатель	Величина показателя
Планируемый объем продаж (ед.):	39084	Прибыль при продаже 39084 ед.:	3 005 635р.
Цена:	313,76р.	Безубыточный объем продаж (ед.):	12302
Удельные переменные затраты (на ед. продукции):	201,53р.	Безубыточный объем продаж (руб.):	3 859 975р.
Постоянные затраты:	1 380 655,25р.	Безубыточный объем продаж (%):	31%

Расчет точки безубыточности демонстрирует нам, что безубыточный объем продаж составляет 31% планируемого объема. Зависимость демонстрируем на рисунке 2.3.

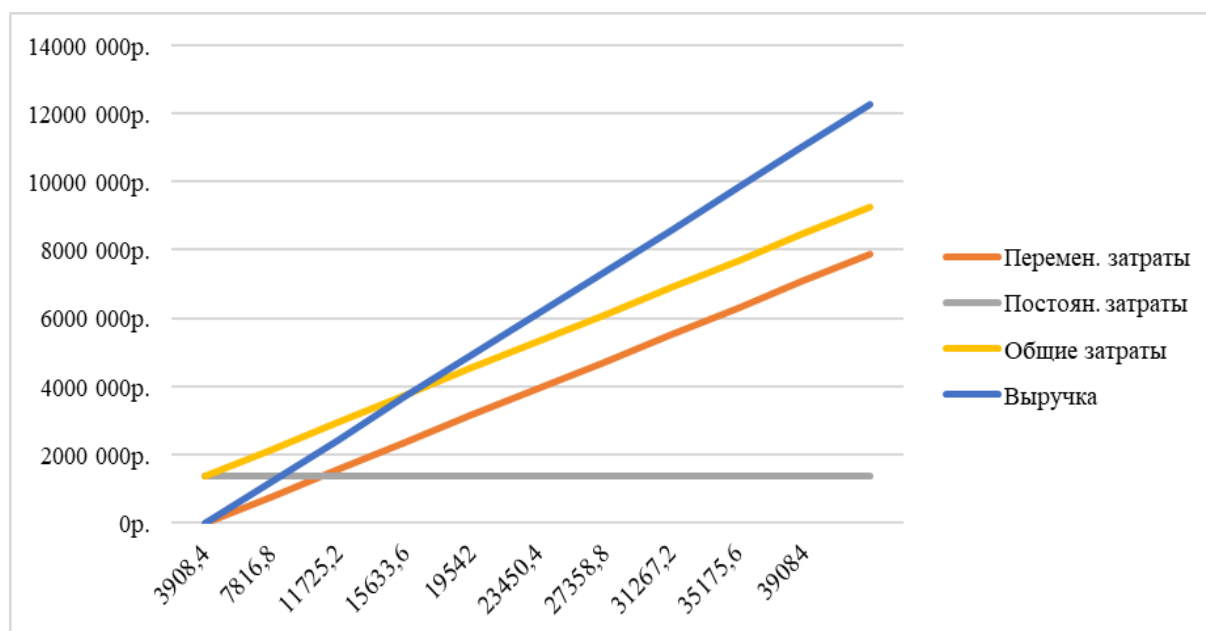


Рисунок 2.3 – Точка безубыточности проекта парикмахерской «В детской расческе»

2.9 Анализ и оценка рисков

Охарактеризуем возможные риски проекта по открытию детской парикмахерской «В детской расческе» – таблица 2.21.

Таблица 2.21 – Возможные риски реализации проекта и меры по их устранению

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
1	Низкая рентабельность	средняя	средняя	Проведение активной работы по привлечению клиентов и формированию базы, высокий уровень сервиса, индивидуальный подход к клиенту, широкий спектр услуг
2	Появление конкурентов подобного формата	низкая	средняя	Повышение лояльности клиентов, расширение спектра услуг, изменение цен на некоторые услуги без негативных последствий для спроса
3	Формирование негативного образа о парикмахерской	низкая	высокая	Найм профессиональных парикмахеров, прохождение обучения, работа над изучением потребительских предпочтений, использование маркетинговых инструментов, имиджевой рекламы
4	Непредвиденное повышение арендной платы	низкая	низкая	Заключение долгосрочного договора аренды в рублях, заблаговременное обсуждение всех его условий
5	Чрезвычайная ситуация или природный катаклизм	низкая	высокая	Использование пожарно-охранной сигнализации, следование техники безопасности

Исходя из приведенных возможных рисков большая часть имеет низкую вероятность наступления.

Высокая степень тяжести последствий наблюдаем по таким видам рисков как возникновение негативного образа о парикмахерской и ввиду возникновения чрезвычайных ситуаций. Риск создания негативной репутации парикмахерской может быть урегулирован путем детального подбора основного персонала организации, изучение потребительских интересов и предпочтений, а также стремление их удовлетворить по мере возможностей, использование маркетинговых инструментов и имиджевой рекламы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении определяем основные мысли и выводы выполненной работы.

Разработка стратегии организации и выделение тактических направлений является основой его успешного функционирования. Подобное ступенчатое и планомерное планирование называют бизнес-планированием.

Однако стоит начать изучение данного процесса с его истоков. Таким образом, на начальном этапе существует лишь мысль – идея, или бизнес-идея.

Бизнес-идея является замысел, комплекс мер, или действий, направляемых на создание нового, или существующего направления деятельности с целью получения определенных выгод.

В целом бизнес-планирование является множеством операций и действий к реализации выбранной бизнес-идеи. Бизнес-идея может быть использована как в долгосрочной (стратегической), так и в среднесрочной (тактической), или краткосрочной перспективе.

Структура бизнес-проекта представлена несколькими частями:

1. Резюме.
2. Анализ отрасли, история организации.
3. Характеристика объекта бизнес-плана.
4. Анализ бизнес-среды организации.
5. Маркетинговый план.
6. Производственный план.
7. Организационный план.
8. Финансовый план.
9. Анализ и оценка рисков.
10. Приложения. Данный раздел может отсутствовать.

Таким образом, во второй главе работы разрабатываем бизнес-план открытия детской парикмахерской «В детской расческе» в городе Абакан (на основании приобретения франшизы).

Целью проекта является создание нового предприятия, направленного на удовлетворение спроса на парикмахерские услуги для детей, а также сопутствующие услуги для детского досуга (временные тату, аквагрим, праздничные укладки и прически).

Открытие детской парикмахерской является перспективным проектом для города Абакан. Проект имеет достаточно много преимуществ, количество слабых сторон проекта в виде низкой осведомленности жителей со временем реализации проекта исчезнет. Поскольку данный проект в настоящее время проецирует относительно уникальное для выбранного города предприятие, следовательно, имеет место большой диапазон возможностей проекта, в частности заинтересованность потенциальных потребителей.

Для размещения парикмахерской арендуем помещение в достаточно «оживленном» месте (ул. Кати Перекрещенко, д.6) – в непосредственной близости располагается большое количество предприятий общественного питания, детских магазинов, торговых центров, парков отдыха.

В ассортимент предоставляемых услуг включены следующие позиции: различные детские стрижки: стандартные, модельные, креативные; фигурные выстриги; укладки и прически; аквагрим; блеск-тату и флэш-тату; пирсинг (мочка уха).

В течение 3 лет реализации проекта потребуется 7776,378 тыс. рублей инвестиционных средств, на начальном этапе (первый год), величина необходимых инвестиций составит 3184,372 тыс. рублей. Исходя из расчета эффективности инвестиционных вложений в бизнес-проекте определены: чистая приведенная стоимость проекта в течение 3 лет его реализации в объеме 1717,6 тыс. рублей. Рентабельность основной деятельности в первый год реализации проекта составит 16,05%. Окупаемость вложений – 22 месяца. Эффективность инвестиций составит 62 копейки с каждого инвестируемого рубля.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 16.12.2019, с изм. от 12.05.2020). – Текст: электронный // – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=340325&dst=100007&date=30.05.2020>

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 21.05.2020) – Текст: электронный: – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=353136&dst=1000000001&date=30.05.2020>

3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 24.04.2020) – Текст: электронный: – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=351274&dst=100162&date=30.05.2020>

4. Акамова, Н.В. Автоматизация разработки бизнес-планов в практике подготовки специалистов экономического профиля / Н.В. Акамова, Н.В. Голяева. – Текст: электронный // «Среднее профессиональное образование». – 2019. – №2. – с. 32-34. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37657843> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

5. Анализ рынка парикмахерских услуг в России. – Текст: электронный // BusinesStat: сайт. 2005. URL: https://businessstat.ru/blog/analiz_rynka_parikmaherskih_uslug/(дата обращения: 01.05.2020 г.)

6. Анохина, С.А. Бизнес-план в системе финансового планирования предприятия / С.А. Анохина. – Текст: электронный // ФОРУМ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ. – 2019. – №1-1 (29). – с. 237-241. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38595324>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

7. Бгашев, М.В. Бизнес-планирование [текст]: учеб. пособие / М.В. Бгашев. – Саратов: Изд-во «Амирит», 2018. – 282 с.: ил.

8. Буракова К.С. Франчайзинг, его особенности, достоинства и недостатки / К.С. Буракова. – Текст: электронный // Форум молодых ученых.

– 2019. – №2 (30). – с. 351-354 – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38693273>
(дата обращения: 01.05.2020 г.)

9. Все для парикмахера. – Текст: электронный // Интернет-магазин. – 2020. – URL:<http://galser-sib.ru/>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

10. Габдрахимов, И.И. Актуальные вопросы бизнес-планирования / И.И. Габдрахимов, А.Н. Кузяшев, Ю.Я. Рахматуллин. – Текст: электронный // НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ МЕРИДИАН. – 2020. – №3 (37). – с. 144-146. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41852115> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

11. Дадашев, Э.Р. Этапы бизнес-планирования для усовершенствования методов развития малого и среднего бизнеса / Э.Р. Дадашев. – Текст: электронный // ВЕСТНИК НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. – 2020. – №24-4 (78) – с. 9-13. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41725525> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

12. ЕМИСС. – Текст: электронный // Офиц. портал. –URL: <https://www.fedstat.ru/>(дата обращения: 04.05.2020 г.)

13. Иванова, О.В. Понятие, содержание, назначение, состав и задачи инвестиционного финансового планирования / О.В. Иванова, М.В. Кутин. – Текст: электронный // Вестник современных исследований. – 2019. – №1.10 (28). – с. 154-158 – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36944769> (дата обращения: 04.05.2020 г.)

14. Коноплева, И.А. Оценка перспектив развития малого предприятия на основе франчайзинга / И.А. Коноплева, В.С. Коноплева. – Текст: электронный // общество, экономика, управление. – 2019. – т. 4. – №2. – С. 42-49. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=40924190> (дата обращения: 04.05.2020 г.)

15. Купцова, Е.В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. – Текст: электронный. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 435 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/432952>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

16. Майорова, А.Е. Современные подходы к бизнес-планированию / А.Е. Майорова, И.Н. Сегаев. – Текст: электронный // СИНЕРГИЯ НАУК. – 2019. – №33. – с. 152-157. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37402622> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

17. ОптПолиграф. – Текст: электронный // Офиц. сайт. – URL:<https://opt-poligraf.ru/abakan/>(дата обращения: 08.05.2020 г.)

18. МО «город Абакан». Текст: электронный // Официальный портал. – URL:<https://абакан.рф>(дата обращения: 08.05.2020 г.)

19. Парикмахерская для малышей и не только «В детской расческе» Текст: электронный // Веб-сайт. – URL: <https://детскаярасческа.рф>(дата обращения: 08.05.2020 г.)

20. Принципы бизнес-планирования. Текст: электронный // ИП.Информ.Ру: офиц. сайт. – 2013. – URL: <https://ipinform.ru/razvitiye-biznesa/biznes-planu/principyu-biznes-planirovaniya.html>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

21. Принципы планирования. Планирование на предприятии: Шпаргалка. Текст: электронный // ВикиЧтение: сайт. – URL:<https://info.wikireading.ru/281776>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

22. Профессиональная косметика Фасон. Текст: электронный // Интернет-магазин. – URL:<https://fasonshop.ru/>(дата обращения: 09.05.2020г.)

23. Размещение рекламы в любом городе России. Текст: электронный // Веб-сайт. – URL: <https://rekradio.ru/culc>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

24. СанПиН 2.1.2.2631-10 от 18 мая 2010 года Санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги (с изм. от 10.06.2016 г.) / Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 18 мая 2010 года №59. – Текст: электронный // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации: сайт. – URL:<http://docs.cntd.ru/document/902217202> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

25. Селютина, Е.О. Управление предприятием на основе бизнес-планирования / Е.О. Селютина. – Текст: электронный // МЕЖДУНАРОДНЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ ВЕСТНИК. – 2019. – №1 (33). – с. 109-111. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36875157> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

26. Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. – Текст: электронный // 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 475 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/434599>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

27. ТАСС-Бизнес. – Текст: электронный // Офиц. сайт. – URL: <https://tassbiz.ru/analytics/regions>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

28. Торосян, Н.К. Бизнес-планирование [Текст]: учеб. пособие / Н.К. Торосян, Л.П. Сажнева, А.В. Варзунов. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

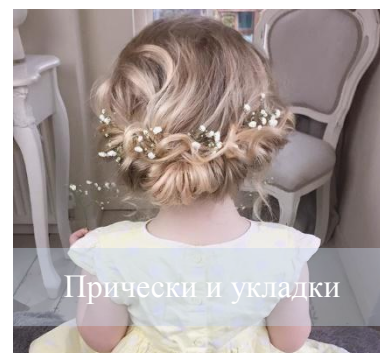
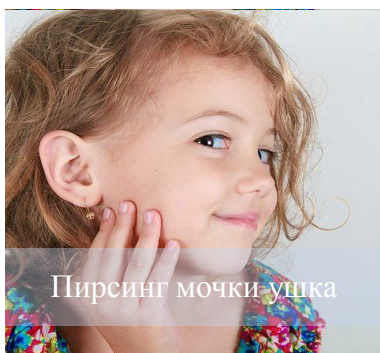
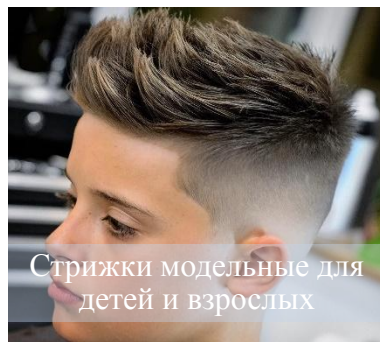
29. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва. – Текст: электронный //Офиц. портал. – 2000. – URL: <https://krasstat.gks.ru/folder/32922>(дата обращения: 01.05.2020 г.)

30. Хабдиева, Д.Д. Бизнес-планирование в малом и среднем бизнесе / Д.Д. Хабдиева. – Текст: электронный // НАУЧНЫЙ АЛЬМАНАХ. – 2019. – №5-1 (55). – с. 106-108. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38570513> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

31. Черепяхин, А.А. Бизнес-планирование / А.А. Черепяхин. – Текст: электронный // АЛЛЕЯ НАУКИ. – 2019. – т. 1. – №6 (33). – с. 74-78. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39168520> (дата обращения: 01.05.2020 г.)

32. GlitterTattoo. – Текст: электронный // Интернет-магазин. – URL: <http://glittertattoo.ru/>(дата обращения: 09.05.2020 г.)

Приложение А Ассортимент услуг парикмахерской «В детской расческе»



Приложение Б Слайд 1

Презентационный материал к выпускной
квалификационной работе на тему:

Разработка бизнес-плана: «Открытие
детской парикмахерской по системе
франчайзинга в городе Абакан»

Выполнила студентка:
Морозова К. Д.
Научный руководитель:
Конкина Т. Б.

Слайд 2

Цель выпускной квалификационной работы – составление бизнес-плана для создания детской парикмахерской в городе Абакан

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- изучить теоретические основы бизнес-плана, в том числе его структуру;
- изучить рынок парикмахерских услуг в городе Абакан;
- определить объект бизнес-планирования;
- провести анализ внешней среды проектируемого предприятия;
- осуществить производственный расчет;
- определить эффективность бизнес-проекта.



Слайд 3



Слайд 4



Слайд 5



Слайд 6



Слайд 7

Резюме

Бизнес-проект открытия детской парикмахерской «В детской расческе» в городе Абакан Республики Хакассия.

Целью проекта является создание нового предприятия, направленного на удовлетворение спроса на парикмахерские услуги для детей, а также сопутствующие услуги для детского досуга (временные тату, аквагрим, праздничные укладки и прически).


Для размещения парикмахерской арендуем помещение в достаточно «оживленном» месте (ул. Кати Перекрещенко, д.6) – в непосредственной близости располагается большое количество предприятий общественного питания, детских магазинов, торговых центров, парков отдыха.

Слайд 8

Ассортимент предоставляемых услуг



Слайд 9



В течение 3 лет реализации проекта потребуется 7776,378 тыс. рублей инвестиционных средств, на начальном этапе (первый год) величина необходимых инвестиций составит 3184,372 тыс. рублей. Исходя из расчета эффективности инвестиционных вложений в бизнес-проекте определены: чистая приведенная стоимость проекта в течение 3 лет его реализации в объеме 1717,6 тыс. рублей. Рентабельность основной деятельности в первый год реализации проекта составит 16,05%. Окупаемость вложений – 22 месяца. Эффективность инвестиций составит 62 копейки с каждого инвестируемого рубля.

Слайд 10

Анализ отрасли

Динамика объема реализации парикмахерских услуг в России и Республике Хакасия в периоде с 2017 по март 2020 года

Субъект	Изменение (1 квартал)						Изменение (год)			
	Абсолютное, тыс. руб.			Относительное, %			Абсолютное, тыс. руб.		Относительное, %	
	2018 / 2017	2019 / 2018	2020 / 2019	2018 / 2017	2019 / 2018	2020 / 2019	2018 / 2017	2019 / 2018	2018 / 2017	2019 / 2018
Российская Федерация	7119,35	335,02	1020,12	131,87	101,14	103,42	32715,84	2974,30	133,59	102,29
Республика Хакасия	1,71	0,98	-0,98	104,24	102,33	97,72	7,54	-0,59	104,64	99,65

Слайд 11

SWOT-анализ детской парикмахерской	
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
Большой спектр предоставляемых услуг (разнообразные варианты стрижек, фигурные выстриги, прически, укладки и плетение кос, аквагрим, флэш- и блек-тату, пирсинг уха)	Недостаточное количество квалифицированного рабочего персонала – мало работников с опытом работы с детьми
Продуктом являются парикмахерские услуги, которые всегда востребованы людьми	Еще не сформировавшийся имидж салона
Современное и специализированное оборудование	Отсутствие постоянных клиентов на начальных этапах работы
Удачное месторасположение	
Высокое качество выполнения услуг	
Приемлемые цены	
Высокий уровень обслуживания	
Игровой интерьер помещения, оснащение играми, приставками, привлечение аниматора	
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
Заинтересованность потенциальных потребителей в открытии салона (т.к. аналогов в городе нет)	Вероятно появление конкурентов.
Привлечение инвесторов, постоянные поставщики	Неудовлетворенность клиентов качеством услуг
Привлечение сотрудников для продвижения парикмахерской	
Постепенное увеличение доходов жителей города	

Слайд 12



Слайд 13



Слайд 14

Прогнозный баланс парикмахерской «В детской расческе» в первый год

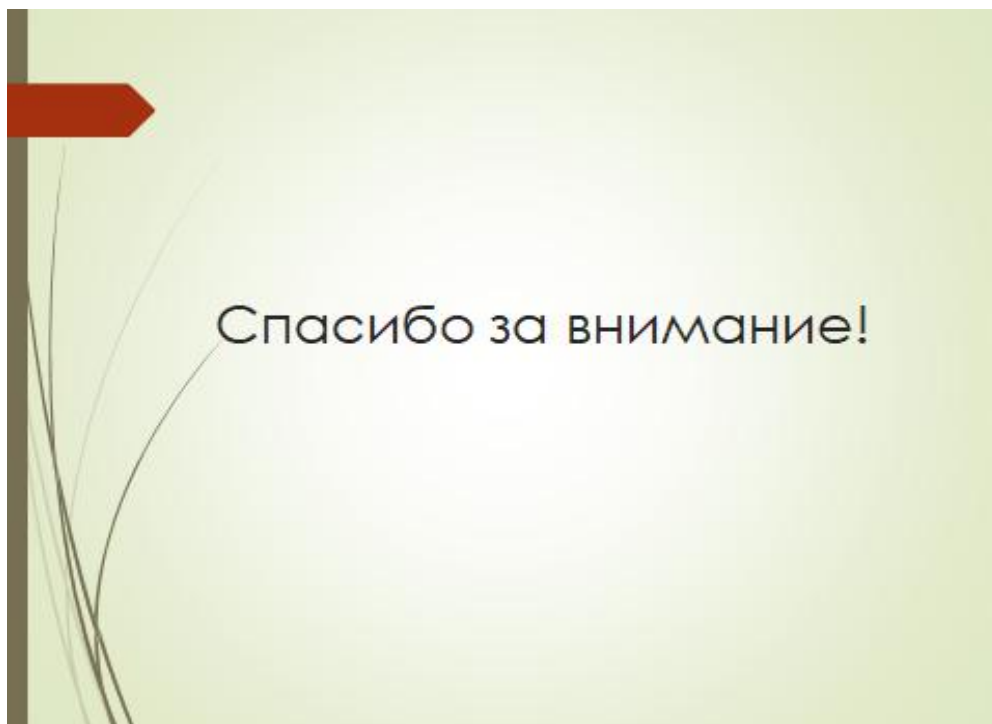
Активы		Пассивы	
Внеоборотные активы		Капитал и резервы	
Нематериальные активы		Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10
Основные средства	488,369	Резервный капитал	
Итого внеоборотных активов	488,369	ИТОГО капитал	10
Оборотные активы		Долгосрочные обязательства	
Запасы	1019,9	Прочие долгосрочные обязательства	1548
Денежные средства и денежные эквиваленты	50	ИТОГО долгосрочных обязательств	1548
Итого оборотных активов	1069,9		
БАЛАНС	1 558	БАЛАНС	1558

Слайд 15

Возможные риски реализации проекта и меры по их устранению

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий	Меры по предотвращению
1	Низкая рентабельность	средняя	средняя	Проведение активной работы по привлечению клиентов и формированию базы, высокий уровень сервиса, индивидуальный подход к клиенту, широкий спектр дополнительных услуг
2	Появление конкурентов подобного формата	низкая	средняя	Повышение лояльности клиентов, расширение спектра услуг, изменение цен на некоторые услуги без негативных последствий для спроса
3	Формирование негативного образа о парикмахерской	низкая	высокая	Найм профессиональных парикмахеров, прохождение обучения, работа над изучением потребительских предпочтений, использование маркетинговых инструментов, имиджевой рекламы
4	Непредвиденное повышение арендной платы	низкая	низкая	Заключение долгосрочного договора аренды в рублях, заблаговременное обсуждение всех его условий
5	Чрезвычайная ситуация или природный катаклизм	низкая	высокая	Использование пожарно-охранной сигнализации, следование техники безопасности

Слайд 16



ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно. Используемые в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 32 наименования.

Один экземпляр сдан на кафедру.

« » _____ 2020 г.
дата

(подпись)

Морозова К.Д.
(Ф.И.О.)

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт

«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ЭиМ

_____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код - наименование направления

Разработка бизнес-плана: «Открытие детской парикмахерской
по системе франчайзинга в городе Абакан»

тема

Руководитель _____ доцент каф. ЭиМ, к.э.н. Т.Б. Коняхина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

К.Д. Морозова
инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по
теме: «Разработка бизнес-плана: «Открытие детской
парикмахерской по системе франчайзинга в городе Абакан»»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть _____ Т.Б. Коняхина
наименование раздела подпись, дата инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть _____ Т.Б. Коняхина
наименование раздела подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____
подпись, дата инициалы, фамилия