



Бизнес-план салон-парикмахерская

Салон-парикмахерская «СТИЛЬ»

Адрес: 220107, г. Минск, ул. Алтайская-10, т. 242-30-97

Руководитель предприятия: *Буслова Светлана
Владимировна*

Адрес: 220107, г. Минск, ул. Народная-32, кв.8
т. 285-44-15

Полное наименование проекта: *бизнес-план по созданию
частного предприятия салон-парикмахерская
«Стиль»*

Суть проекта: *настоящий бизнес-план призван ознакомить
потенциальных партнеров по бизнесу со спецификой
деятельности салона-парикмахерской и с перспективами
его развития.*

Источники получения средств: *Салон-парикмахерская
планирует получить кредит в АСБ Беларусбанк в г. Минске
под 28% годовых с обязательной выплатой раз в месяц по
20 857 рублей. Привлечь в качестве компаньона одного-двух
предпринимателей, способных вложить в уставный
капитал предприятия необходимую сумму для участия в
организации бизнеса. Окупаемость вложенных средств,
предположительно – 1 год.*

Совокупная стоимость проекта: *280500 рублей*

Строго конфиденциально, сведения бизнес-плана не
подлежат разглашению.

2. РЕЗЮМЕ

Салон-парикмахерская «Стиль», в форме ООО, основан в 2002 году. Салон-парикмахерская оказывает услуги: стрижка, окраска, химические завивка, мелирование, тонирование и т.д.

Г-жа Буслова С.В., является владельцем салона-парикмахерской, приобрела в собственность помещение по адресу: 220107, г. Минск, ул. Алтайская-10.

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

Репутация салона подтверждается наличием договоренности с городскими властями о получении лицензии на оказываемые услуги по адресу: 220107, г. Минск, ул. Алтайская-10, на протяжении одного планируемого года, и, вероятно, за его пределами.

Частное предприятие «Стиль», оказывает своим клиентам не только парикмахерские услуги, но а также оказывает услуги маникюра и педикюра.

За счет рекламы салон предполагает привлечь как можно больше клиентов.

Возможно намеренное расширение рынка своих услуг за счет увеличения территории обслуживания. Для этого понадобится открытие новых салонов по всему городу.

Я намерена привлечь в качестве компаньона одного-двух предпринимателей, способных вложить в уставный капитал предприятия необходимую сумму для участия в организации бизнеса. Окупаемость вложенных средств, предположительно – 1 год.

Клиентами салона-парикмахерской являются жители города. Цены салона ориентированы на клиентов со средним достатком, т.е. со среднемесячной заработной платой. 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.

Салон оказывает услуги на высоком уровне, но особо не дорогие, актуальные, престижные, пользующиеся большим спросом.

Прибыль формируется как разность между объемом реализации услуг и затратами на покупку товаров с учетом собственных издержек.

Салон работает с 9-00 до 19-00, выходной воскресенье.

Помимо затрат на покупку, предполагается вложить средства в ремонт помещения, его реконструкцию, рекламу, благоустройство вокруг здания.

3. АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ А ОТРАСЛИ

У салона-парикмахерской «Стиль» имеются четыре прямых конкурентов. Это салоны: «Белая Орхидея», «Элита», «Милый Дом», салон Елены Воскресенской. Но так как все они расположены в центре города, большой конкуренции для салона «Стиль» представлять не будут. У этих салонов высокие цены на услуги и ориентированы они на узкий круг состоятельных клиентов, придерживающихся элитных стандартов.

Косвенные конкуренты – небольшие парикмахерские. Но из-за недостатка рекламы, конкуренция для нашего салона с их стороны будет незначительна.

Наглядно, для представления общей картины на конкурентном рынке в донной отрасли в городе Минске можно увидеть в приведенной ниже таблице:

Таблица 1

КОНКУРЕНТЫ	СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ КОНКУРЕНТОВ	СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ САЛОНА «СТИЛЬ»
Салон «Белая Орхидея»	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Есть маникюрные услуги; 3. Работает косметолог. <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие цены предоставляемых услуг; 2. Малая численность специалистов, что не позволяет обслужить больше клиентов. 	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Предоставляются маникюрные услуги; 3. Приемлемые цены; 4. Удачное расположение салона; 5. Специалистам предоставляется возможность повышения квалификации. <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пока не предоставляется больше никаких дополнительных услуг.
Салон «Элита»	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Есть солярий; 3. Предоставляются маникюрные услуги; 4. Предоставляются косметические услуги; 4. Удачное расположение салона. <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие цены на услуги; 2. Специалистам не предоставляются условия для повышения квалификации. 	
Салон «Милый Дом»	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Предоставляются маникюрные услуги; 3. Предоставляются косметические услуги. <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие цены предоставляемых услуг; 2. Маленькое помещение; 3. Размещение салона отдаленно от остановок. 	
Салон Елены Воскресенской	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень обслуживания; 2. Есть солярий. <p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокие цены на услуги. 	

Парикмахерская «Галатеея»	Сильные стороны: 1. Удачное расположение парикмахерской; 2. Приемлемые цены. Слабые стороны: 1. Не предоставляются дополнительные услуги.	
------------------------------	---	--

4. СУЩЕСТВО ПРЕДПОЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА

Несомненно, что «главной» услугой салона-парикмахерской «Стиль» 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.

Чтобы придать более привлекательный вид ногтям следует регулярно делать маникюр. В уходе за руками не мало важную роль играет массаж рук, это не только сохраняет красоту, но и помогает расслабить напряженно работающие мышцы, сохранить подвижность суставов, эластичность связок.

Летом, когда пользуешься открытой обувью, все недостатки и плохая ухоженность ног сразу бросаются в глаза. В этом случае педикюр просто необходим. Следует обращаться в салон к педикюрше.

В настоящее время салон-парикмахерская «Стиль» находится в арендуемом помещении, общей площадью 20 кв.м., на первом этаже десятиэтажного жилого здания по адресу: 220107, г. Минск, ул. Алтайская-10.

Здесь оборудован зал и помещение для хранения инвентаря.

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 напротив салона.

Здание удобно расположено по отношению к автобусным остановкам.

5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.

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

Предприятие собирается заключить договор на аренду помещения с физическим лицом и обязуется ежемесячно выплачивать по 3 000 рублей за аренду.

Производить ремонт и модернизацию помещения салон будет со средств, взятых в банке. Для этого планируется нанять квалифицированных рабочих. Предполагаемая сумма, выделенная на это, составляет 50 000 рублей.

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

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

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

За счет рекламы салон предполагает привлечь как можно больше клиентов.

Репутация салона подтверждается наличием договоренности с муниципальными властями о получении лицензии на оказываемые услуги по адресу: 220107, г. Минск, ул. Алтайская-10.

6. ПЛАН МАРКЕТИНГА

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

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

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

7. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.

Наш салон работает с 9-00 до 19-00 (без обеда), выходной воскресенье.

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

Мастера в салоне работают посменно: первая смена работает с 9-00 до 14-00, вторая смена – с 14-00 до 19-00.

Рабочий день уборщицы не нормирован, поэтому по соглашению она имеет право приходить проводить влажную уборку салона во время смены, т.е. в 14-00 и к концу рабочего дня, т.е. в 18-00. Раз в неделю в ее обязанности входит генеральная уборка.

Рабочий день директора также не нормирован.

Ниже указан график работы мастеров и уборщицы.

Таблица 2. График работы

	пн	вт	ср	чт	пт	сб
--	----	----	----	----	----	----

ПЕРСОНАЛ	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰	9 ⁰⁰ - 14 ⁰⁰	14 ⁰⁰ - 19 ⁰⁰
	Мастер-универсал №1	✓			✓	✓			✓	✓		
Мастер-универсал №2	✓			✓	✓			✓	✓			✓
Мастер-универсал №3		✓	✓			✓	✓			✓	✓	
Мастер-универсал №4		✓	✓			✓	✓			✓	✓	
Маникюрщица	✓			✓	✓			✓	✓			✓
ПЕРСОНАЛ	пн		вт		ср		чт		пт		сб	
	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰	14 ⁰⁰	18 ⁰⁰
Уборщица	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

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

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

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

Персонал салона-парикмахерской состоит из шести человек: директора, замещающего обязанности администратора и бухгалтера, четырех мастеров-универсалов и уборщицы.

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

Основные требования, предъявляемые директору в данной отрасли:

- директор должен быть грамотным, образованным, желательным знающим основы бухгалтерского учета и юриспруденции;
- человеком, знающим свою работу, готовым помочь сотруднику решить любую производственную проблему;
- быть понимающим, знающим, интересующимся модой;
- быть вежливым и тактичным.

Основные требования, предъявляемые мастерам универсалам:

- быть высоко квалифицированными рабочими;
- вежливыми;
- готовыми проконсультировать любого желающего клиента.

Основные требования, предъявляемые уборщице:

- вовремя приходить на работу;
- быстро и добросовестно выполнять свою работу.

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

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

9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.

Салон-парикмахерская «Стиль» индивидуальное частное предприятие, собственником которого является Буслова Светлана Владимировна.

У предприятия есть собственные средства в размере 30 000 рублей.

Для организации деятельности салона необходимы дополнительные средства в размере 250 500 рублей.

Предприятие намерено взять кредит в АСБ Беларусбанке города Минска на один год под 28% годовых и с обязательной выплатой раз в месяц по 20 875 рублей (см. таблицу 3).

Таблица 3

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

Аренда помещения

Салон-парикмахерская собирается заключить договор на аренду помещения (20 кв.м) с физическим лицом и ежемесячно выплачивать по 150 рублей за 1 кв.м.

Таблица 4

	1 месяц	2 месяц	3 месяц	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Итого за год
Аренда помещения (20 кв.м)	3 000 руб.	3 000 руб.	3 000 руб.	9 000 руб.	9 000 руб.	9 000 руб.	36 000 руб.

Себестоимость и цены на оборудование

Таблица 5

№ п/п	ОБОРУДОВАНИЕ	КОЛ-ВО	ЦЕНА ЗА ЕД.	СУММА
1.	Контрольно-кассовый аппарат	1	5 000 руб.	5 000 руб.
2.	Сушуар	2	3 000 руб.	6 000 руб.
3.	Машинка для стрижки	2	550 руб.	1 100 руб.
4.	Фен	2	700 руб.	1 400 руб.

5.	Шкаф-тумбочка с зеркалом	2	10 000 руб.	20 000 руб.
6.	Кресло с гидравликой	2	4 000 руб.	8 000 руб.
7.	Мойка с креслом	1	10 000 руб.	10 000 руб.
8.	Зеркало (1x2,5)	1	1 000 руб.	1 000 руб.
9.	Компьютерный стол	1	5 000 руб.	5 000 руб.
10.	Журнальный столик	1	3 000 руб.	3 000 руб.
11.	Стол	1	3 000 руб.	3 000 руб.
12.	Мягкая мебель (уголок)	1	15 000 руб.	15 000 руб.
13.	Стул	4	2 000 руб.	8 000 руб.
14.	Набор для гардероба	1	5 000 руб.	5 000 руб.
	Итого		67 800 руб.	91 500 руб.

Оборотные фонды предприятия

Таблица 6

№ п/п	МАТЕРИАЛЫ И СЫРЬЁ	ЕД. ИЗМЕНЕНИЯ	КОЛ-ВО	ЦЕНА ЗА ЕД., руб.	СУММА, руб.
1.	Расчески разные	шт.	30	50	1 500
2.	Расческа массажная	шт.	4	40	160
3.	Ножницы разные	шт.	16	300	4 800
4.	Краска для волос, разная	Коробка	50	80	4 000
5.	Шампунь	Флакон	4	62	248
6.	Сред-ва для химической завивки	Набор	10	30	300
7.	Бигуди:				
	– крупные	Набор	2	60	120
	– средние	Набор	2	40	80
	– мелкие	Набор	2	25	50
8.	Сред-ва для укладки волос:				
	– лак	Флакон	8	50	400
	– гель	Флакон	8	40	320
	– воск	Флакон	4	95	380
	– пенка	Флакон	8	80	640
	Полотенце	шт.	50	50	2 500
9.	Покрывало	шт.	4	35	140
10.	Мелкий инструмент и инвентарь	–	–	–	300
11.	Спец. принадлежности для маникюра	–	–	–	5 000
	Итого:	–	–	1 037	20 938

Расчет заработной платы рабочим

Таблица 7

КАТЕГОРИИ РАБОТАЮЩИХ	СРЕДНИЙ ОКЛАД, в руб.	РАЙОННЫЙ КОЭФФИЦИЕНТ (+20%), в руб.	СУММА З/П В МЕСЯЦ, в руб.	СУММА З/П ЗА ГОД, в руб.
Директор	5 000	1 000	6 000	72 000
Мастер-универсал №1	2 500	500	3 000	36 000
Мастер-универсал №2	2 500	500	3 000	36 000

Мастер-универсал №3	2 500	500	3 000	36 000
Мастер универсал №4	2 500	500	3 000	36 000
Маникюрщица	1 500	300	1 800	21 600
Уборщица	500	100	600	7 200
ИТОГО	15 500	3 100	20 400	244 800

Годовая сумма амортизации основных фондов

Таблица 8

№ п/п	ОБОРУДОВАНИЕ	СУММА В МЕСЯЦ, в руб.	СУММА В ГОД, в руб.
1.	Контрольно-кассовый аппарат	138, 89	1 666, 67
2.	Сушуар	166, 67	2 000
3.	Машинка для стрижки	30, 56	366, 67
4.	Фен	38, 89	466, 67
5.	Шкаф-тумбочка	555, 56	6 666, 67
6.	Кресло с гидравликой	222, 23	2 666, 67
7.	Мойка с креслом	277, 78	3 333, 34
8.	Зеркало (1x2,5)	27, 78	333, 34
9.	Компьютерный стол	138, 89	1 666, 67
10.	Журнальный столик	83, 34	1 000
11.	Стол	83, 34	1 000
12.	Мягкая мебель	416, 67	5 000
13.	Стул	222, 23	2 666, 67
14.	Набор для гардероба	138, 89	1 666, 67
	ИТОГО	2 541, 67	30 500, 04

* В среднем срок службы каждого вида оборудования 3 года.

Расчет себестоимости каждой услуги

Таблица 9

	год	месяц	прически	укладка + стрижка	окраска	завивки хим.	маникюр	педикюр	др. услуги
Объем реализации	9720	810	300	310	50	30	50	30	40
Основные средства	91500	7625	2821,3	2920,4	472,8	282,1	472,8	282,1	373,6
Оборотные средства	251256	20938	7747	8019,3	1298,2	774,7	1298,2	774,7	1026
Заработная плата	244800	20400	754,8	7813,2	1264,8	754,8	1264,8	754,8	999,6
Аренда помещения	36000	3000	1110	1149	186	111	186	111	147
Амортизационные отчисления осн. средств	30500,24	2541,7	940,4	973,5	157,6	94	157,6	94	124,5
Маркетинговые услуги	78000	6500	2405	2489,5	403	240,5	403	240,5	318,5
Прочие издержки	12000	1000	370	383	62	37	62	37	49

Кредит	250500	20875	7723,8	7995,1	1294,3	772,41	1294,3	772,4	1022,9	
ИТОГО	994556,04	81979,6	23872,3	31743	5138,7	3066,5	5138,7	3066,5	4061,1	
Налоги	298366,8	24593,9	7161,69	9522,9	1541,61	919,95	154,61	919,95	1218,33	
ИТОГО ЗАТРАТ	1292922,8	106573,6	31033,9	41265,9	6680,31	3986,45	6680,31	3986,45	5279,43	
Норма	%	–	–	23	24	22	20	22	20	21
прибыли	сумма	272211,6	22684,3	7137,8	9903,8	1469,7	797,3	1469,7	797,3	1108,7
Цена одной услуги	–	–	127	165	134	159	134	159	160	

Отчет о прибылях и убытках

Таблица 10

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

Анализ эффективности проекта

Расчет рентабельности предприятия производится по формуле:

$R = \text{БП} / \text{И}$, где

БП – балансовая прибыль;

И – все издержки фирмы.

$$R = 369987,38 / 1315372,62 = 0,281 = 28,1\%$$

Этот результат приемлем для предприятия. Так как $R = 28,1\%$ больше 50%, то предприятие не будет интересовать налоговые органы в большей степени, чем это необходимо.

Исходя из показателя рентабельности, производится расчет срока окупаемости проекта.

$$T = 1/R$$

$$T = 1 / 0,281 = 3,5 \text{ (мес.)}$$

Расчеты показали, что проект эффективен, и его стоит инвестировать.

Цели: Ознакомить потенциальных партнеров по бизнесу со спецификой деятельности салона-парикмахерской и с перспективами его развития. Профессионально оказывать своим клиентам парикмахерские услуги, а также услуги маникюра и педикюра. С помощью рекламы салон предполагает привлечь как можно больше клиентов. В дальнейшем, расширить рынок своих услуг за счет увеличения территории обслуживания, т.е. открыть новые салоны по всему городу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Н.П. Грибалева, И.Г. Игнатьев «Бизнес-план: практическое руководство по составлению». С.-П., 1994.
2. Э. Блеквелл «Как составить бизнес-план». М., 1996.
3. Л.П. Дашков, Е.Б. Тютюкина «Как преуспеть в бизнесе». М., 1993.
4. М.Ю. Горохов, В.В. Малеев «Бизнес-планирование и инвестиционный анализ». М., 1998.
5. Попов В.М. «Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями». М., 1999.
5. Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова «Бизнес-план». М., 1996.
6. А.В. Константинов «Как стать парикмахером». М., 1995.
7. Г. Франке, Р. Старке, К. Унзинн «Искусство парикмахера». М., 1972.
8. Б.М. Файнер, Д.П. Биллеп «Пособие мастера-парикмахера». Киев, 1969.
10. Н.М. Волчек «Современная энциклопедия для девочек». Минск, 1998.