

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
педагогический университет»
Институт менеджмента и права
Кафедра акмеологии и менеджмента

**Планирование деятельности предпринимателя по созданию
малого бизнеса**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой АиМ,
канд.психол.наук, доцент
_____ (Кружкова О.В.)

« ____ » _____ 20__ г.

Нормоконтролер:
Федоровых Н.В., специалист по УМР

Исполнитель: Большакова
Мария Алексеевна
студентка группы ББ-41,
очное отделение
направление
«38.03.02-Менеджмент»
_____ (Большакова М.А.)

Научный руководитель:
Захарова Л.А.,
канд.физ.-мат.наук,
доцент кафедры АиМ
_____ (Захарова Л.А.)

Екатеринбург 2016

Оглавление

Введение.....	3
I. Резюме	
II. Описание предприятия	
III. Анализ рынка	
IV. Маркетинговый план	
V. Организационный план	
VI. Производственный план	
VII. Финансовый план	
VIII. Оценка риска и страхования	
Заключение.....	
Список литературы.....	

Введение

Актуальность темы. Каждый предприниматель сферы малого бизнеса, как начинающий, так и функционирующий, должен ясно представлять себе потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, а также источники их получения, уметь четко рассчитать эффективность использования данных ресурсов в процессе производственно-хозяйственной деятельности организации.

Для того, чтобы добиться стабильного успешного развития фирмы в сфере малого бизнеса, предпринимателю необходимо чётко планировать свою деятельность, постоянно собирать и анализировать информацию о состоянии рынков, о конкурентах, так и о собственных возможностях.

Таким образом, планирование является важнейшей частью предпринимательской практики.

Планирование предпринимательской деятельности с помощью бизнес-плана является выгодным, потому как он:

- определяет экономическую целесообразность всех направлений развития организации;
- содержит в себе расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности;
- уменьшает время адаптации, делает организацию более подготовленной к внезапным изменениям рыночных ситуаций;
- устанавливает обязанности и персональную ответственность руководителей организации;
- отражает в себе все этапы создания и возможную перспективу развития;
- учитывает всевозможные риски и опасности на пути развития организации.

Проблема исследования: необходимо разработать бизнес-план для организации деятельности предпринимателя в современных экономических условиях.

Объект исследования: бизнес-планирование.

Предмет исследования: процесс разработки бизнес-плана для создания нового предприятия малого бизнеса.

Цель исследования: разработать проект бизнес-плана создания нового предприятия малого бизнеса.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические основы процесса бизнес-планирования в малом бизнесе;
2. Разработать основные разделы бизнес-плана создания нового предприятия малого бизнеса;
3. Обосновать экономическую эффективность создания малого бизнеса;
4. Проанализировать возможные риски по созданию предприятия малого бизнеса.

В работе используется комплекс взаимодополняющих **методов исследования:** методы системного анализа, методы причинно-следственного анализа, методы сравнительного анализа, методы прямого структурного анализа, моделирование.

Структура работы. Работа состоит из введения, семи разделов бизнес-плана, заключения и списка литературы из 41 источника. Текст работы проиллюстрирован __ рисунками, __ таблицами, __ приложениями.

Введение содержит обоснование актуальности темы исследования, характеристику цели, задач, объекта, предмета, практической и теоретической основ, а также описание структуры выпускной квалификационной работы.

В практической части работы разработан бизнес-план организации предприятия в сфере услуг – студия ногтевого сервиса г. Новоуральск.

Составлены резюме, приведено описание предприятия, услуг, проведен анализ рынка, разработан маркетинговый план, организационный план и план производства, финансовый план, а также проведена оценка рисков.

В заключении сформулированы основные выводы по теме исследования.

I. Резюме

Бизнес-план студии ногтевого сервиса разработан студенткой четвертого курса Большаковой Марией Алексеевной.

Организационно-правовая форма предприятия – индивидуальный предприниматель.

Вид деятельности согласно ОКВЭД – 93.02. Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты: мытье волос, подравнивание и стрижка, укладка, окрашивание, подкрашивание, завивка, распрямление волос и аналогичные работы, выполняемые для мужчин и женщин, а также бритье и подравнивание бород, косметический массаж лица, маникюр, педикюр, макияж и т.п.

Юридический адрес: 624136, Свердловская область, город Новоуральск, улица Корнилова, д. 6, с. 1. (рис. 1.).

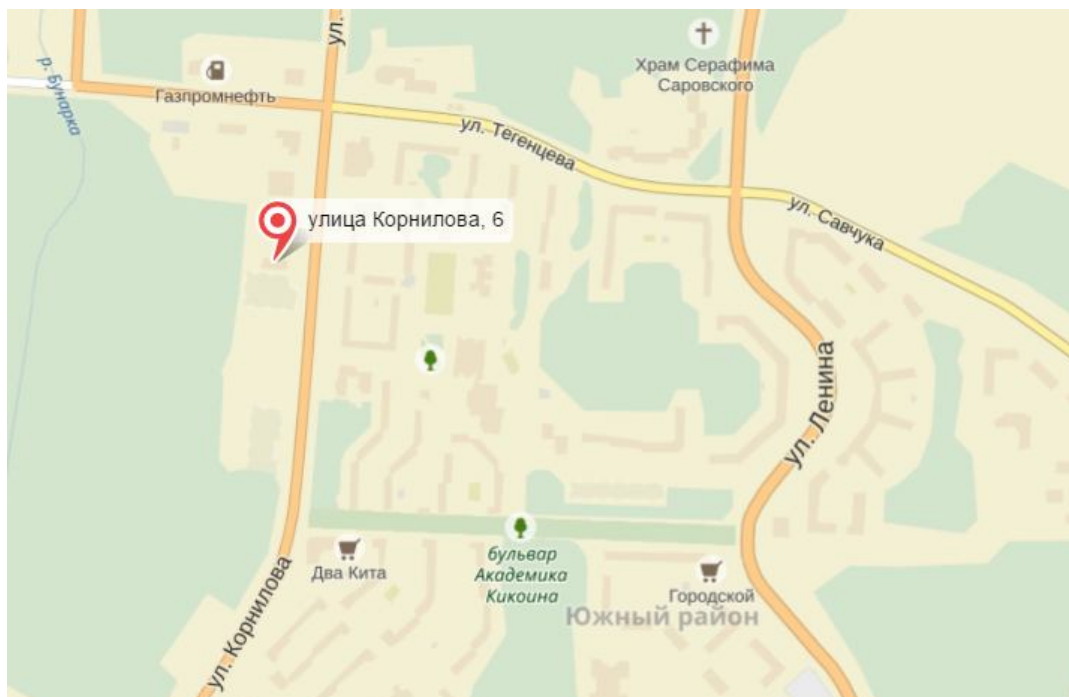


Рис. 1 – Местоположение студии ногтевого сервиса «Crystal»

Название предприятия: Студия ногтевого сервиса «Crystal».

Помещение для нашей студии мы берем в аренду в торгово-сервисном центре "Чемпион", на первом этаже, это помещение свободного назначения площадью 28 кв.м.: свет, отопление, отдельный вход, пожарная и охранная сигнализация, ворота 3х3м. Арендная плата за помещение – 8 400 руб. /мес. с учетом коммунальных услуг.

Форма собственности – индивидуальное частное предприятие.

Дата открытия: октябрь 2016 г.

Студия ногтевого сервиса – это профессиональный и качественный уход за ногтями, кожи рук и ног. Существуют услуги, спрос на которые будет всегда, независимо от времени и обстоятельств. Открытие студии ногтевого сервиса – именно тот бизнес, который всегда будет востребован и найдёт своих потребителей.

В настоящее время услуги маникюра широко распространены, но не несмотря на постоянный рост предложения в данной сфере, спрос также активно набирает обороты. Как правило, в каждом городе маникюрных салонов много, однако не на столько, чтобы их хватало всем. Спрос на услугу очень велик. Можно смело сделать вывод о том, что тенденция развития данной отрасли является благоприятной и положительной.

Конкуренция на рынке «красоты» очень высокая, поэтому студией ногтевого сервиса «Crystal» выбрано несколько стратегий по продвижению услуг и продукции. Во-первых, это качественное обслуживание и современные услуги. Во-вторых, это сниженные цены на предоставляемые услуги. В-третьих, разработана и предложена система скидок.

Общий размер инвестиций – 600 000 рублей.

Срок окупаемости проекта – 6 месяцев.

Для успешной реализации проекта требуется выполнение необходимых работ и мероприятий описанных в Приложении 1.

Концепция студии ногтевого сервиса «Crystal»:

Цель - удовлетворение потребительского рынка в приобретении услуг косметологии, красивом внешнем виде, хорошем самочувствии и настроении.

Миссия: дарить клиентам теплоту и внимание, бережно ухаживать за их ногтями, заботиться о здоровье ногтей и кожи рук.

Ценности. У нас каждый сможет оценить изысканность обстановки, поближе познакомиться с мастерами, ощутить благотворность услуги и SPA процедур. Мы всегда готовы окружить вас заботой и любовью, дарить здоровье, красоту и прекрасное настроение!

В Новоуральске ни один салон не предлагает услугу одновременного маникюра и педикюра, а в нашей студии, по желанию клиента, может осуществляться маникюр и педикюр одновременно, но при условии, что клиент осуществит запись заблаговременно.

Наша студия будет предоставлять услуги по новейшим технологиям, с использованием качественных материалов. Наши мастера всегда опрятны и доброжелательны. Атмосфера уюта, чистоты и оригинального интерьера будут окружать наших посетителей.

Часы работы: с 10:00 – 22:00, без выходных.

Персонал состоит из: директор, два администратора, четыре мастера по маникюру. Персонал, общей численностью 7 человек, представлен линейной структурой управления:



Рис. 2 - Линейная структура управления в организации

Владелец студии представлен в качестве директора, остальной персонал наемный. Весь персонал нашей студии будет квалифицированным. Зарплата будет выплачиваться в процентах от проделанной работы. У наших работников будет специальная одежда. График работы: 4 мастера - по 2 на смену. Работа день через два, день через день, или два через два. 2 администратора - работа день через два.

Мастера убирают свое рабочее место самостоятельно. Администраторы проводят влажную уборку по мере необходимости и наличия свободного времени.

Заботливое, внимательное, дружелюбное отношение к клиентам – главная визитная карточка студии, её отличительная черта. Уровень высококачественного обслуживания будет сочетаться с первоклассным сервисом. Каждого клиента будут встречать с улыбкой, администратор будет беседовать с ним и провожать до рабочего места мастера. Обязательно будут предлагаться прохладительные напитки или чай, кофе.

Такой вид бизнеса, как создание студии ногтевого сервиса, является прибыльным, высокорискованным и перспективным. Одно из главных условий его успешного функционирования является наличие выгодного месторасположения, найм высококвалифицированного персонала, наличие высококонкурентного оборудования, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности салонов красоты на рынке. Открытие студии ногтевого сервиса потребует от руководителя проекта самоотдачи, высокого напряжения волевых усилий, знаний, тактических манипуляций при оформлении лицензии и иной бюрократической документации, а также осознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки и значительных капитальных вложений.

II. Описание предприятия

В работе представлен проект создания студии ногтевого сервиса.

Название – «Crystal».

Месторасположение: г. Новоуральск, ул. Корнилова, д. 6, с. 1.

Помещение арендуем, его общая площадь составляет 28 кв.м.

Организационно-правовая форма предприятия – индивидуальный предприниматель Большакова Мария Алексеевна.

Форма собственности – индивидуальное частное предприятие.

Дата открытия: октябрь 2016 г.

Студия ногтевого сервиса – это профессиональный и качественный уход за ногтями, кожи рук и ног.

В настоящее время услуги маникюра широко распространены, но не несмотря на постоянный рост предложения в данной сфере, спрос также активно набирает обороты. Как правило, в каждом городе маникюрных салонов много, однако не на столько, чтобы их хватало всем. Спрос на услугу очень велик. Можно смело сделать вывод о том, что тенденция развития данной отрасли является благоприятной и положительной.

Каждая девушка стремится быть красивой, выделяться из толпы, быть не такой как все. Изменение стиля, внешнего вида происходит под влиянием самых разнообразных факторов, будь то мода, настроение или что-то другое. Но несмотря ни на что, красивые, ухоженные руки – это всегда актуально. Примерно раз в 2-3 недели прекрасный пол посещает маникюрные кабинеты.

Наши услуги:

1. Классический (обрезной) маникюр;
2. Аппаратный маникюр;
3. Детский маникюр;
4. Мужской маникюр;
5. Парафинотерапия;
6. Нанесение гелевого лака;

7. Снятие гелевого маникюра;
8. Покрытие лечебным лаком;
9. Классический педикюр;
10. Аппаратный педикюр;
11. Ванночка для ног;
12. Процедуры по уходу для ног.

Основные отличия между всеми видами процедур, которые будут оказываться в нашей студии, состоят в технике выполнения: применяются ли ножницы или щипчики, используется вода или лосьоны, проводится ли массаж и какие компоненты входят в состав используемых средств.

Наши мастера будут оказывать, конечно же, самый известный вид маникюра (и педикюра) – классический маникюр (педикюр). Характерной особенностью его является то, что руки (ноги) сперва распариваются в ванночке с горячей водой, после чего кутикула и ороговевшие участки кожи удаляются специальными щипчиками. Поэтому классический вид маникюра (и педикюра) еще называют «обрезным». Классический маникюр – идеальный для вас вариант, если у вас много заусенцев вокруг ногтей, ваши ручки (ножки) нуждаются в профессиональной заботе, а вы уже давно не посещали мастера по маникюру (педикюру).

Ещё один вид маникюра, который смогут себе сделать посетители – необрезной маникюр. Он подразумевает всякое отсутствие ножниц и щипчиков, а также не требует предварительного распаривания рук или ног. Его проводят на сухих ногтях. Мастер наносит на огрубевшие участки кожи специальные средства, содержащие экстракт алоэ, витамины и фруктовые кислоты, после чего удаляет остатки кутикулы апельсиновой палочкой или специальной пемзой. Такой вид маникюра (педикюра) менее травматичен, однако в сильно запущенных случаях является менее эффективным, чем классический маникюр (педикюр). Сухой необрезной маникюр (педикюр) подходит для коррекции состояния ногтей при постоянном посещении мастера, домашнем уходе, мягкой, легко поддающейся удалению кутикуле.

Также нашим посетителям будет оказан горячий маникюр, когда руки погружаются не в воду, в теплый лосьон, содержащий питательные вещества, витамины, минеральные добавки и масла, увлажняющие, питающие кожу рук и ногти. Затем могут быть использованы как обрезная, так и необрезная техники выполнения процедуры. Этот вид маникюра используется, когда необходимо подпитать, вылечить тонкие и ломкие ногти, увлажнить очень сухую кожу. Горячий маникюр является отличным решением в холодное время года: зимой, поздней осенью и ранней весной.

Наравне с горячим маникюром наши мастера-профессионалы смогут оказать такую услугу, как парафинотерапия рук и ног. В ходе процедуры руки (или ступни) погружаются в специально подогретый косметологический парафин, который выполняет одновременно две функции: тепловую, улучшая микроциркуляцию, и механическую, мягко отшелушивая ороговевшие частички кожи. После парафинотерапии также может применяться как обрезная, так и необрезная техники проведения маникюра (педикюра).

А для любителей релаксации и получения максимума удовольствия от посещения салона, будут оказываться специальные процедуры спа маникюра и спа педикюра, которые не только приведут ваши ручки и ножки к идеальному внешнему виду, но и доставят массу приятных ощущений.

Студия будет располагаться в новом оживленном районе, в проходимом месте, на 1 этаже торгового центра, в котором действуют более 10 организаций.

Ценность наших услуг заключается, в широком спектре их предоставления, а также у нас всегда будут сохраняться приемлимые цены, качественное обслуживание, квалифицированный персонал, удобное месторасположение, большая парковка.

В Новоуральске ни один салон не предлагает услугу одновременного маникюра и педикюра, а в нашей студии, по желанию клиента, может

осуществляться маникюр и педикюр одновременно, но при условии, что клиент осуществит запись заблаговременно.

Наша студия будет предоставлять услуги по новейшим технологиям, с использованием качественных материалов. Наши мастера всегда опрятны и доброжелательны. Атмосфера уюта, чистоты и оригинального интерьера будут окружать наших посетителей.

Часы работы: с 10:00 – 22:00, без выходных.

III. Анализ рынка

Конъюнктура рынка – это состояние рынка, которое характеризуется соотношением спроса и предложения на услуги, динамикой цен и пр. На рыночную конъюнктуру влияют уровень доходов населения, степень конкуренции, государственное регулирование данного рынка и другие факторы.

По оценкам экспертов, более 50% всех услуг салонов красоты приходится именно на маникюр в различных его проявлениях.

Существуют услуги, спрос на которые будет всегда, независимо от времени и обстоятельств. Открытие маникюрного салона – именно тот бизнес, который всегда будет востребован и найдёт своих потребителей.

Как отмечают специалисты, рынок маникюрных услуг может расширяться еще довольно долго, ведь заполнен он не более чем наполовину. Самый большой уровень конкуренции наблюдается в сегменте маникюрных услуг премиум-класса, несколько легче обстоит ситуация в среднеценовой части рынка. Именно эту нишу считают наиболее перспективной и свободной в плане конкуренции и барьеров, встречающихся на входе рынка. Не наблюдается сегодня и серьезных игроков на данном рынке. Однако конкуренция и число поставщиков маникюрных услуг растет очень быстро. Сейчас наблюдается наиболее благоприятное время для входа на рынок, когда он еще не до конца сформирован.

Процесс ухода за руками – дело трудоемкое, требующее специальных навыков. Поэтому быстрый и профессиональный уход предпочитают большинство современных женщин, ведь руки женщины – это её визитная карточка.

Услугами салонов красоты пользуются почти все девушки и женщины, ведь прекрасна половина человечества всегда хочет выглядеть красиво и ухоженно. Чаще всего услугами маникюрных салонов пользуются девушки в возрасте 19-38 лет. Возрастной диапазон достаточно широкий. Женщины в

первую очередь оценивают качество процедур, их безопасность.

Население города Новоуральска — 82 594 человек (данные на 2015 г.)

Численность горожан в трудоспособном возрасте – 65,7%.

Уровень средней заработной платы в городе и её изменения за последние 12 месяцев изображены на гистограмме (рис.3).

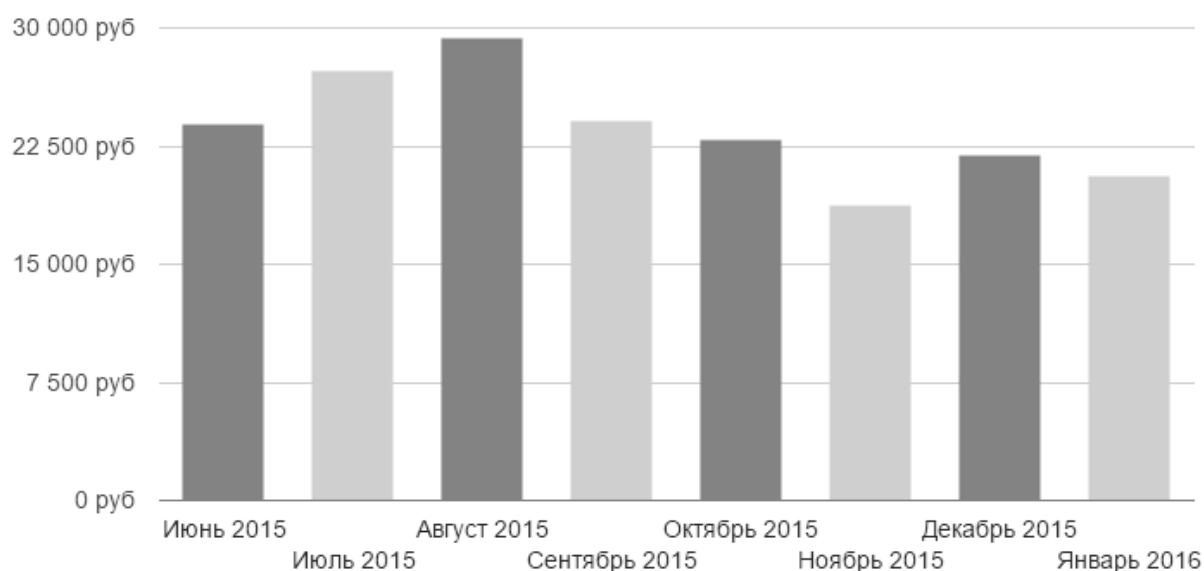


Рис. 3 - Уровень средней заработной платы

Мы будем ориентироваться на клиента со средним доходом, поэтому мы сможем найти клиентов и удовлетворить их потребности.

Основная масса клиентов предпочитает пользоваться услугами по уходу за ногтями в районе места жительства, в так называемой шаговой доступности (не более 15 минут ходьбы пешком), а часто – и вовсе в пределах видимости из окна собственного дома. Поэтому студии, расположенной в новом районе с современной застройкой, в шаговой доступности, значительно легче сформировать клиентскую базу, потому как в нём проживает в большинстве молодежь и люди среднего возраста.

В настоящее время в городе Новоуральске действуют около 25 салонов красоты, а также 6 маникюрных кабинетов. Мы будем рассматривать наиболее популярные среди жителей салоны красоты.

Таблица 1 - Факторы конкурентоспособности

Факторы	Конкуренты		
	Салон красоты «Мадам»	Центр красоты «Эстелайф»	Салон красоты «Beauty Lab»
Качество	Высокое исполнение своей работы	Высокое исполнение своей работы	Высокое качество
Местонахождение	Находится на центральной улице города, неудобная парковка.	Расположен в районе близко к центру города, рядом находится колледж, детские сады, банки и магазины.	Расположен в новом районе, на бульваре, место оживленное, рядом находятся различные магазины и офисы. Нет парковки.
Уровень цены	Выше средней	Высокая	Высокая
Ассортимент	Маникюр, педикюр, спа процедуры, парафинотерапия.	Маникюр, педикюр, парафинотерапия.	Маникюр, педикюр, различные спа услуги.
Репутация фирмы	Известная, постоянные клиенты.	Известная, постоянные клиенты.	Новая, клиентская база пополняется.

Студия ногтевого сервиса «Crystal» предназначена для оказания маникюрных и педикюрных услуг прекрасной половине – девушкам и женщинам, потому что они будут заботиться о своей красоте при любом раскладе в любое время. Мужчины также могут посетить наш салон, однако они больше предпочитают ухаживать за своими ногтями в домашних условиях.

Проведем SWOT-анализ проектируемой студии, чтобы понять преимущества, недостатки, угрозы и возможности (табл. 2).

Акцент нужно делать на сильных сторонах и делать все возможное, чтобы слабые стороны стали сильными.

Таблица 2 – SWOT – анализ студии ногтевого сервиса «Crystal»

Strengths – сильные стороны	Weaknesses - слабые стороны
Предложение актуальных услуг Удобное местоположение Конкурентные цены на услуги Наличие разработанных маркетинговых стратегий Квалифицированные сотрудники Оснащение высококачественным оборудованием Удобные часы работы Хороший подъезд и большая парковка Система скидок	Зависимость от арендодателя Отсутствие сопутствующих услуг Отсутствие клиентской базы
Opportunities – возможности	Threats - угрозы
Рост спроса на услуги Расширение ассортимента услуг и материалов Оптовая закупка качественного сырья Увеличения количества потенциальных клиентов за счет внедрения новых услуг Увеличение доли рынка Улучшение навыков администратора Улучшение рекламной компании	Рост коммунальных и арендных выплат Увеличение стоимости материалов Увеличение доли рынка основных конкурентов Уменьшение цен на услуги у конкурентов Появление новых конкурентов в зоне действия нашего салона красоты Спад спроса из-за кризиса

Таким образом, открытие студии, в условиях конкуренции является наиболее выгодным. По отношению к существующим конкурентам будет выбрана удобная ценовая политика, как для предприятия, так и для потребителей.

IV. Маркетинговый план

План маркетинга – план мероприятий по достижению намеченного объёма продаж и получению максимальной прибыли путём удовлетворения рыночного спроса.

Чтобы успешно реализовать свою деятельность, мы будем использовать стратегию проникновения. Данная стратегия направляет усилия предприятия на более глубокое проникновение на рынок и дополнительные усилия по увеличению темпов роста объёма продаж. Долговременные программы предусматривают укрепляющие и развивающие действия по всем направлениям функционирования предприятия, особенно обращая внимание на усиление финансовых позиций, модернизацию основных фондов.

Стратегия проникновения на рынок относится к высокочувствительным стратегиям (так как связана с интенсивной рекламной поддержкой и стратегиями низких цен).

Решения, которые будут приняты для активно проникновения на рынок, направлены на быстрый захват рынка и масштабную экспансию. При работе с целевой аудиторией необходимо повышать ее лояльность и мотивировать текущих потребителей покупать товар компании чаще, придумывать новые условия и ситуации использования продукта с целью достичь максимального 100% охвата рынка.

В работе с ценообразованием продукта мы будем внедрять ценовые акции, поддерживающие лояльность потребителей и постепенно повышать цены в рамках ценовой эластичности. А при планировании стратегии осуществления услуги ставить цель максимального охвата целевой аудитории.

Определение ценовой стратегии:

а) способ расчета цены маникюра:

Расчет будем вести следующим образом: издержки + наценка. Цена услуг будет рассчитываться исходя из сложности работы.

б) факторов, учитываемых при установлении цены;

Перечислим основные факторы: плата за аренду, оплата работы персонала, спрос, конкуренция, закупочная цена.

в) чувствительности используемых материалов к колебаниям цен;

Цена наших услуг значительно зависит от уровня закупочных цен, и подвержена их колебаниям.

д) стратегической линии ценового поведения фирмы на рынке.

Мы будем опираться на данные о ценах конкурентов и всегда поддерживать свои цены ниже, путем снижения наценки. Изначально наша наценка будет достигать 100% от уровня издержек, и на данный момент такая ценовая политика позволит нам иметь цену ниже цены основных конкурентов.

Ассортиментная стратегия при проникновении на рынок будет включать следующие решения: промо-предложения на текущие услуги для сохранения его актуальности на рынке; постоянное совершенствование и улучшение воспринимаемого качества услуги.

Определение стратегии в области качества:

а) характеристик качества услуг, наиболее привлекательных для покупателей;

Мы будем стремиться к привлечению клиентов широким ассортиментом и цветовой палитрой лаков, а также предоставлением эксклюзивных дизайнов.

б) стратегической линии поведения фирмы на рынке в области качества продукции.

Мы будем стремиться поддерживать высокое качество материалов и повышать качество услуг.

При продвижении услуги компания будем стремиться инвестировать в построение прочной связи с целевой аудиторией; в снижение переключения на товары-конкурентов; в построение лояльности. Таких результатов нужно добиться за счет развития рекомендаций и отзывов о наших услугах, за счет

развития значимых отличий на уровне услуг, с помощью промо-акции, направленных на рост лояльности и частоты использования.

Определение стратегии продвижения:

а) форм товарной рекламы фирмы;

Будет использована наружная реклама (большая светящая вывеска, реклама в лифтах, флаеры со скидками). А также реклама в интернете, собственный сайт, страницы в социальных сетях, для удобства записи клиентам.

б) необходимости специального изучения будущих пунктов торговли.

Такая необходимость существует, нам следует внимательно изучать рынок и появление на нем новых видов услуг, чтобы иметь возможность тоже их оказывать.

Для оценки макросреды и анализа общих тенденций студии достаточно ограничиться «пилотажным» исследованием рынка: регулярно просматривать журналы, Интернет-сайты, быть в курсе новостей, посещать мастер-классы. Это даст информацию о состоянии рынка, развитии аналогичных услуг.

Основные же действия будут направлены в микромаркетинг: анализ ближайших конкурентов, потенциальных клиентов, разработка ассортимента услуг и выбор ценовой политики, подбор поставщиков, реклама. Такие мероприятия можно провести самостоятельно.

Каждому человеку присуще естественное стремление быть внешне красивыми. Вопросы красоты волновали и волнуют людей всех возрастов и во все времена. Человек, довольный своим внешним видом, увереннее чувствует себя в обществе, более активен, отличается хорошим настроением, у него выше работоспособность.

В современном обществе внешность стала признаком благосостояния и успешности человека и ухоженные руки играют в этом не последнюю роль. Большое значение для красоты и здоровья человека имеют маникюр и

педикюр (гигиенический уход за руками ногами) и придание им эстетического вида.

Украшение ногтей рук и ног является наиболее древней косметической процедурой. Руки и ноги – главные рабочие органы человека. Они всегда нужны, постоянно подвергаются внешним и физическим, метеорологическим и химическим воздействиям. Кисти рук всегда открыты, всегда на виду, в летнее время стопы и голени ног также открыты. Содержание их в хорошем состоянии, их эстетичный вид поддерживаются с помощью периодического маникюра и педикюра.

Отсутствие маникюра и неопрятный вид рук в большинстве случаев могут вызвать неприязнь и оттолкнуть окружающих людей. Данный факт делает процедуру маникюра актуальной не только для женщин, но и для мужчин. В сочетании с общим гигиеническим уходом за телом, маникюр и педикюр улучшает состояние организма, предупреждает развитие заболеваний кистей рук, стоп и пальцев ног.

Любой гигиенический и косметический уход за внешностью человека невозможно отделить ухода за руками и ногами. Не заботиться о руках – это, значит, пренебрегать органом, который не только в функциональном, но и в эстетическом отношении имеет большое значение. Красота рук необходима каждой женщине и мужчине, от их состояния нередко зависит самочувствие и настроение. Красивые изящные жесты, выполненные неухоженными руками, с грубой кожей, тусклыми обломанными ногтями, не только не произведут приятного впечатления, но и могут вызвать критические взоры окружающих.

Деловые переговоры, свидание, встреча с друзьями – в любой ситуации важно понимать, что красивые ухоженные руки это комфорт и уверенность в себе. Красивые руки помогают нам в разговоре. Если руки красивы – их не прячут.

На сегодняшний день в салонах красоты самыми востребованными услугами является маникюр и педикюр. Они не уступают по популярности

даже стрижке волос. Для сохранения красоты рук необходимо соблюдать гигиену кожи кистей и особенно ногтей, так как из всех органов руки наиболее подвержены загрязнению. Однако если раньше это считалось исключительно гигиенической процедурой, то в настоящее время ноготок на вашем пальчике представляет собой полотно художника, который воспроизводит шедевры.

Оригинальные и стильные шедевры теперь рисуют не только на картинах. Ногти рук каждого человека сейчас можно украшать блестками и стразами. Это же касается и пальчиков ног.

Определить аудиторию, на которую следует рассчитывать при реализации данного плана, не так сложно. Если исходить из выбранной зоны месторасположения, то, безусловно, подавляющую часть посетителей составят жители окрестных домов. Целевую аудиторию будут составлять женщины в возрасте от 20 до 50 лет, со средним и выше среднего заработком. Основная масса женщин посещает маникюрные кабинеты с регулярностью 2 раза в месяц (90%). На втором месте стоит посещение один раз в два месяца (27%).

Ассортимент предоставляемых услуг. Студия ногтевого сервиса «Crystal» предлагает полный перечень услуг, таких как маникюр, дизайн ногтей, педикюр, аппаратный педикюр, коррекция и лечение ногтей, процедуры спа, и многое другое.

Одним из способов продвижения услуги на рынок является реклама. Надо всеми способами пытаться заинтересовать жительниц ближайших домов. Нужно будет установить большую светящуюся вывеску и указатели с рекламой студии. Планируем провести торжество по поводу открытия с угощениями и развлекательной программой. Будем распространять информационные листовки о нашей студии. Также мы регулярно будем давать рекламу в бесплатные газеты и интернет. Воспользуемся услугами радио «Рекорд» 106,6 FM. Радио Рекорд - это: более 130 городов вещания, номер один в аудитории 16-30 лет, номер один по охвату лояльной

аудитории, 22 интернет-радиостанции с ежемесячной суммарной аудиторией 4 000 000 человек.

Приобретая, со временем, постоянных клиентов, возможно выпускать для них дисконтные карты. Будет осуществляться периодическое проведение рекламных акций. Если наша студия завоеует популярность среди местных жителей, сыграет свою роль и «сарафанное радио».

Клиентки обязательно будут приводить своих родственниц и подруг, тем самым рекламируя наши услуги уже за пределами микрорайона.

Таблица 3 – Рекламная деятельность на 2016 год

Рекламное средство	Стоимость	Количество	Затраты, руб.
Наружная светящаяся вывеска на помещении	8000	1 шт.	8 000 руб.
Указательный щит вблизи студии	1500	1 шт.	1 500 руб.
Рекламные листовки	80 коп./шт.	1000 шт.	800 руб.
Реклама на радио (на месяц)	3 500	15 сек.	3 500 руб.
Реклама в бесплатной газете	1 500	1 редакция	1 500 руб.
Итого:			15 300

Таким образом, на рекламу в 2016 году будет потрачено 15 300 рублей. Стоит отметить, что для данного типа предоставляемых услуг одним из лучших видов рекламы являются довольные клиенты.

V. Организационный план.

Правовая форма нашей студии ИП. Система налогообложения - УСМ.

Документация: Получение сертификата (лицензия не требуется), разрешение СЭС, разрешение пожарной инспекции. Порядок сертификации и основные положения открытия маникюрного салона регламентируются "Правилами сертификации услуг парикмахерских", утверждённых 16.11.99 г.

Этапы создания:

1. Бизнес план;
2. Поиск финансовых ресурсов;
3. Регистрация бизнеса:

Регистрация индивидуального предпринимателя:

- заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (форма № Р21001), копия российского паспорта, квитанция об уплате госпошлины в размере 800 руб.;

- подача документов в регистрирующий орган;

- в течении 3 дней состоится получение в регистрирующем органе свидетельства о регистрации индивидуального предпринимателя, лист записи ЕГРИП;

4. Договор аренды помещения;
5. Оборудование помещения;
6. Выбор поставщика;
7. Закупка инвентаря;
8. Поиск сотрудников;
9. Создание сайта;
10. Поиск клиентов.

График Ганта (Приложение 2) – это инвестиционный план, на котором отражены все затраты на начальном этапе.

Услуги маникюрного салона не имеют сезонного спроса. Единственное, нужно помнить, что в предпраздничное время количество

клиентов становится больше обычного, ведь женщины хотят выглядеть красиво. Работа нашей студии будет осуществляться ежедневно с 10:00 до 22:00. Итого: 84 рабочих часа в неделю. Для обслуживания понадобится четыре специалиста по маникюру и 2 администратора. С графиком день через день или два через два.

Организационная структура работников студии ногтевого сервиса «Crystal» представлена линейной структурой (рис 4).

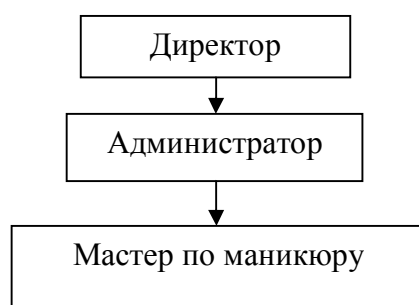


Рис. 4 – Организационная структура студии ногтевого сервиса «Crystal»

Весь штат в количестве 7 человек. Весь персонал нашей студии будет квалифицированным. Зарплата будет выплачиваться в процентах от проделанной работы. У наших работников будет специальная одежда.

- 4 мастера. По 2 на смену. Работа день через два, день через день, или два через два. Заработная плата фиксированная – 25 000 рублей. При принятии на работу необходимо обратить внимание на опыт и квалификацию. Возможен пересмотр условий оплаты, если мастер имеет свою клиентскую базу.
- 2 администратора. Работа день через два. Зарплата фиксированная – 15 000 рублей с учетом страховых взносов и налогов. При росте продаж возможно увеличение заработной платы по результатам работы.

Мастера убирают свое рабочее место самостоятельно. Администраторы проводят влажную уборку по мере необходимости и наличия свободного времени.

Отчисления во внебюджетные фонды формируют внебюджетные фонды: пенсионный, государственного социального страхования, медицинский.

Согласно Федеральному закону от 24.07.2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в ПФР, ФСС, ФОМС» (ред. от 13.07.2015 г.), ст. 58.2.: в 2015 - 2017 годах для плательщиков страховых взносов, указанных в пункте 1 части 1 статьи 5 Федерального закона, за исключением плательщиков страховых взносов, для которых статьями 58, 58.1, 58.4 и 58.5 настоящего Федерального закона установлены пониженные тарифы страховых взносов, применяются следующие тарифы страховых взносов:

- 1) Пенсионный фонд Российской Федерации:
22,0 % в пределах установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов на обязательное пенсионное страхование;
10,0 % свыше установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов на обязательное пенсионное страхование;
 - 2) Фонд социального страхования Российской Федерации - 2,9 % в пределах установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством;
 - 3) Федеральный фонд обязательного медицинского страхования - 5,1 %.
- Следовательно, отчисления во внебюджетные фонды студии ногтевого сервиса «Crystal» составят 30,2 %.

В качестве поставщика мы планируем сотрудничать с компанией ООО «Е.Мі». Компания Е.Мі – это стремительно развивающийся успешный бизнес, частью которого может стать каждый. В настоящий момент это пятьдесят официальных представительств Школы ногтевого дизайна Екатерины Мирошниченко в России, странах Европы и Азии, официальных дистрибьюторов марки Е.Мі и сотни точек продаж по всему миру.

Также, мы будем отправлять на повышение квалификации своих мастеров, потому как Школа ногтевого дизайна Екатерины Мирошниченко представляет высокоэффективные образовательные программы,

разработанные специально для мастеров, не имеющих художественного образования. Пошаговое обучение от простого к сложному позволяет овладеть навыками нейл-дизайнера и достичь высокого уровня профессионализма.

Расширение нашего бизнеса возможно за счёт оказания в дальнейшем новых услуг: наращивание ресниц, уход за лицом и др.

VI. Производственный план

Один из самых важных моментов – покупка специального оборудования и принадлежностей для маникюра. Этому стоит уделить особое внимание, потому что, во-первых, оборудование студии должно быть высокотехнологичным и удобным. А, во-вторых, оно должно соответствовать дизайну интерьера.

Основным оборудованием студии ногтевого сервиса являются:

- оборудование для обеспечения работы студии;
- мебель для организации работы;
- рабочее место мастера.

Теоретически оборудование можно разделить на три группы:

- мебель;
- техника;
- аксессуары.

Стойку администратора правильнее всего располагать в прихожей салона, чтобы для посетителям было удобнее. Также нужно установить шкаф для верхней одежды и мягкую мебель, чтобы клиенты могли в ожидании почитать журналы по разным ценам, ознакомиться с прайсами. Также нужно обязательно установить кондиционеры, как в администраторской и зале ожидания, так и в рабочих помещениях.

Рабочие помещения обязательно оборудовать крутящимися креслами с удобными подлокотниками, установить зеркала и рабочие столики, а также стеллажи для хранения косметики. Мебель нужно подобрать таким образом, чтобы клиент чувствовал себя удобно и комфортно. Также необходимо установить зеркало в зале ожидания.

Техническая оснащённость студии ногтевого сервиса должна быть такой, чтобы способствовать росту производительности, отвечать технике безопасности, соответствовать репутации и заложенной в маркетинговую

политику предприятия стратегии долгосрочных инвестиционных вложений.

Именно поэтому предприятие необходимо снабдить высокоэффективным, надежным оборудованием, способным обезопасить данный вид бизнеса от негативного влияния внешней среды.

Таблица 4 - Расчёт расходов на специальное оборудование

Наименование	Количество	Стоимость, руб.	Итого, руб.
Вывеска	1	10 000	10 000
Стойка администратора	1	10 000	10 000
Диван	1	12 000	12 000
Журнальный столик	1	3 000	3 000
Вешалка для одежды	1	1 000	1 000
Телефон для администратора	1	1 000	1 000
Шкаф для документов	1	2 000	2 000
Телевизор	1	15 000	15 000
Компьютер	1	16 000	16 000
Стол маникюрный	2	5 000	10 000
Кресло для мастера	2	3 000	6 000
Кресло для клиента	2	3 000	3 000
Кварцевый стерилизатор	2	1 800	3 600
Парафинотопка	2	2 500	5 000
Фрейзер	2	3 750	7 500
Лампа для ногтей	2	2 000	4 000
Педикюрное кресло	2	7 000	14 000
Маникюрный стеллаж	2	2 500	5 000
Всего потрачено:			128 100 руб.

Итак, всего на покупку нужного оборудования (в минимальном количестве) понадобится 128 100 рублей. У каждого мастера имеется свой набор инструментов. С этим комплектом он и появляется на своем рабочем месте. При необходимости будут приобретены недостающие инструменты.

На приобретение формы персоналу потребуется 10 000 руб.

Расчет стоимости основных материалов производится исходя из фактического расхода и рыночной стоимости в таблице 5.

Таблица 5 - Сумма материальных затрат, месяц.

Наименование затрат	Цена, руб.		
	Единицы	Количество	Общая
Палитра лаков	шт	50	4750
Жидкость для снятия лака	мл	1000	230
Пилочки	шт	2	40
Палировщик	шт	1	40,00
Средство для удаления кутикулы	мл	15	150
Массажный крем для рук с коллагеном	мл	250	140
Пилка-массажер для педикюра	шт	1	230
Станок для педикюра	шт	1	150
Лезвия для педикюра	шт	1	40
Скраб для ног	мл	250	130
Крем для ног	мл	150	230
Полотенца	шт	5	750
Салфетки тканевые	шт	5	150
Ватные диски	шт	3	90
Парафин	мл	460	280
Средство по уходу за ногами	мл	250	200
Итого:			7 320

Таким образом, ежемесячно на материалы, как минимум, потребуется 7 320 руб.

Таблица 6 – Цены на услуги и количество работ в первый год

Услуга	Цена, руб	К-во в мес.
Классический маникюр	300	36
Аппаратный маникюр	350	36
Детский маникюр	200	15
Мужской маникюр	300	36

Парафинотерапия	250	90
Нанесение геля, лака	500	360
Снятие геля, лака	100	360
Нанесение лечебного лака	250	90
Педикюр классический	300	36
Педикюр аппаратный	350	36
Ванночки	300	90
СПа	350	90

Все расчеты отображены в кэш-флоу Приложение 3.

VII. Финансовый план

Прежде всего, предстоит позаботиться об источниках пополнения денежных ресурсов. Помимо вложенного первоначального капитала можно рассчитывать на денежные поступления от продажи услуг.

Расходы. На основании запланированного объема реализации необходимо рассчитывать величину предстоящих расходов. Но еще важнее определить какова будет прибыль в конце года. Для того чтобы получить представление о величине предстоящих расходов, важно рассчитать показатель себестоимости продаж.

Издержки освоения новой продукции. Необходимо четко определить инвестиции и производственные издержки, учитывая, что прибыльность проекта будет, в конечном счете, зависеть от их размеров, структуры и графика осуществления.

Инвестиции и основные элементы производственных издержек сводятся в финансовом плане с тем, чтобы рассчитать общие инвестиционные затраты и определить финансовую и экономическую рентабельность проекта.

При сведении воедино суммы инвестиций и производственных издержек особое внимание следует обратить на график их осуществления, поскольку эти сроки оказывают влияние на движение наличностей при реализации проекта и его норму прибыли. Планирование инвестиций и производственных издержек следует осуществлять на годичной основе с учетом результатов анализа движения наличности.

Накладные расходы. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (РСЭО). Расчет затрат, связанный с содержанием и эксплуатацией оборудования, транспортных средств, выполняются укрепленным методом.

Первоначальные вложения капитала для осуществления предпринимательской деятельности по оказанию маникюрных и педикюрных услуг представлены ниже в таблице.

Таблица 7 - Смета расходов на содержание и эксплуатацию оборудования, месяц

Статьи расходов	Сумма, руб.
1. Содержание и эксплуатация оборудования	5 000
2. Аренда	8 400
3. Заработная плата	280 000
4. Материалы	15 000
Итого:	308 400

На графике накопленного денежного потока (рис.5) мы видим, что сначала график убывает, на этом этапе производятся затраты на открытие предприятие, затраты инвестиционного этапа. Затем на протяжении всех расчетных месяцев, денежный поток возрастает. Это говорит об эффективности данного бизнес-плана.

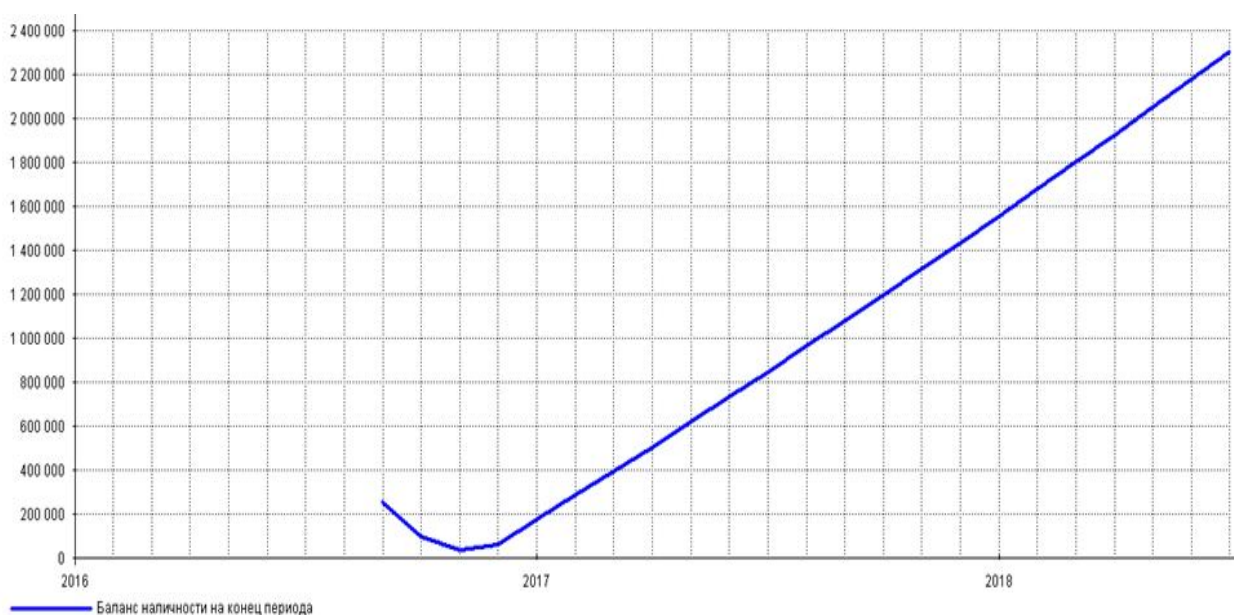


Рис.5 - График зависимости накопленного денежного потока (кэш-флоу) по расчетным месяцам

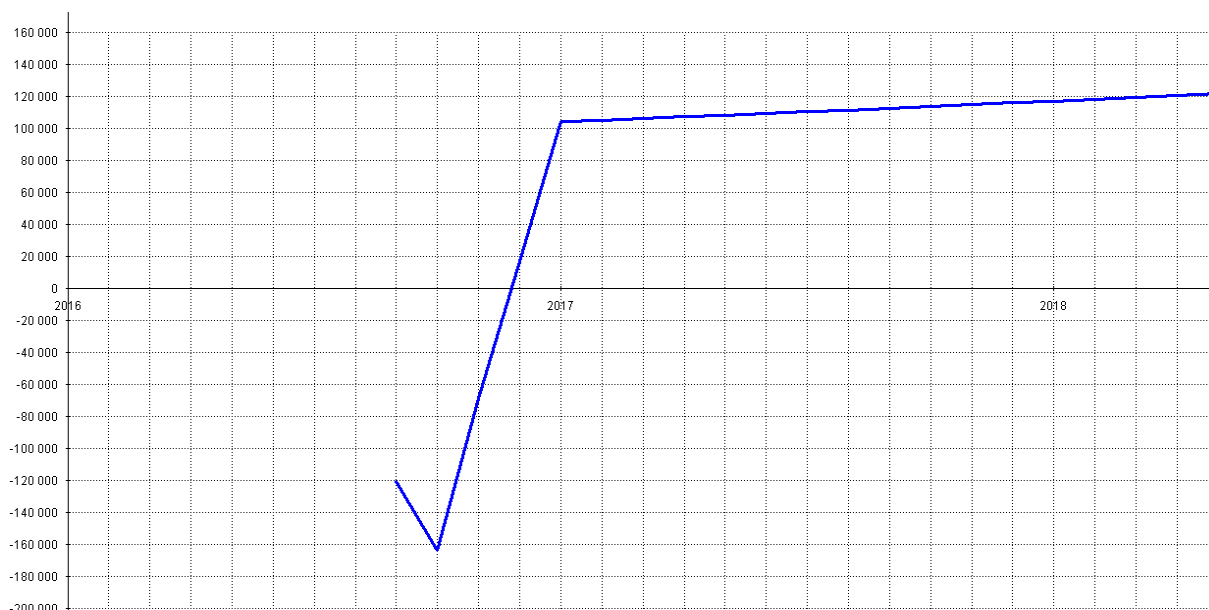


Рис.6 - График динамики чистой прибыли по расчетным месяцам.

Видно, что прибыль остается положительной, и в течение всего периода остается порядка 100000 рублей в месяц. Это говорит о прибыльности бизнес-процесса.

Таблица 8 - Показатели эффективности бизнес-процесса

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования, %	15,00
Период окупаемости – РВ, в мес.	9
Дисконтированный период окупаемости – ДРВ, мес.	10
Средняя норма рентабельности – АRR, %	211,46
Чистый приведенный доход - NPV	1 485 461
Индекс прибыльности - PI	3, 64

Вывод: В данной таблице мы видим за два года чистый дисконтированный доход (при ставке дисконтирования – 15%). Составит почти полтора миллиона рублей. Это говорит о высокой эффективности бизнес-плана. Чистый дисконтированный доход покрывает не только все затраты, связанные с обслуживанием процесса, но и упущенную выгоду, накопленную за два расчетных года. Индекс прибыльности составляет 3,64 раза. Это означает, что каждый вложенный в проект рубль, принесет 3 рубля 64 копейки дохода. Срок окупаемости составит 10 месяцев (с учетом упущенной выгоды).

VIII. Оценка риска и страхования

Важной частью любого бизнес-плана является выявление и анализ рисков, которые могут возникнуть при реализации проекта.

Риски можно подразделить на четыре основных вида: финансовые, коммерческие, производственные и специфические.

В ходе качественного анализа необходимо выявить и описать вероятные риски, свойственные разработанному проекту. Кроме того, необходимо установить, на каком непосредственно показателе скажется данный риск и в какой степени может ухудшиться данный показатель.

Возможные источники возникновения рисков на фирме:

- недостаточная информация о спросе на данный товар/услугу;
- недостаточный анализ рынка;
- недооценка конкурентов;
- падение спроса на данный товар/услугу.

Результаты качественного анализа рассматриваемого бизнес-плана приведены в таблице 9.

Таблица 9 - качественный анализ рисков бизнес-плана

Характер риска	Причина	Последствия
1. Недостаточная информация о спросе на данную услугу	Недостаточная информированность об аналогичных услугах оказываемых конкурирующими предприятиями	Ухудшение качества оказываемых услуг, потеря клиентов
2. Недостаточный анализ рынка	Недостаточная информированность о ситуации на рынке индустрии красоты	Ухудшение качества оказываемых услуг, потеря клиентов
3. Недооценка конкурентов	Ошибки в анализе сегментирования рынка, плохая информированность о действиях конкурирующих фирм	Потеря фирмой своей ниши на рынке. Потеря клиентов.
4. Падение спроса на данный	Некачественный анализ	Потеря клиентов. Падение

товар/услугу	конкурентов, рынка в общем объеме, недостаток информации о ситуации на рынке.	объема производства. Снижение прибыли фирмы.
--------------	---	---

В ходе реализации указанного проекта могут возникнуть ситуации, приходящие к изменениям в хозяйственно-финансовой деятельности компании. Среди возможных рисков наиболее существенное влияние могут оказать:

- непредвиденное резкое ужесточение системы налогообложения, которое повлечет сильное снижение чистой прибыли компании;
- непредвиденное резкое снижение спроса, которое также повлечет снижение прибыли.

На текущий момент среди существующих внутренних и внешних факторов есть два неблагоприятных момента, которые требуют детального рассмотрения и анализа, прежде, чем начинать реализацию бизнес-плана:

- высокий уровень конкуренции;
- ошибка в распределении средств и экономическом расчете окупаемости и доходности бизнеса.

Мы рассчитали показатель финансовой устойчивости студии ногтевого сервиса, потому как он показывает, на сколько процентов может снизиться объем продаж, чтобы предприятию удалось избежать убытка или насколько далеко предприятие от точки безубыточности. Другими словами, расчет запаса финансовой прочности позволяет оценить возможности дополнительного снижения выручки от реализации продукции в границах точки безубыточности, все данные отображены в таблице 10.

Таблица 10 – Запас финансовой прочности

Услуга	Объем продаж, шт		Объем продаж, руб	Запас финансовой прочности, %
	безубыточный	плановый		
Классический маникюр	25	36	10 800	30,67
Аппаратный маникюр	25	36	12 600	31,78
Детский	11	15	3 000	29,89

маникюр				
Мужской маникюр	26	36	10 800	29,13
Парафинотерапия	63	90	22 500	29,33
Нанесение гель-лака	249	250	125 000	30,01
Снятие гель-лака	245	245	24 500	31,20
Нанесение лечебного лака	65	90	22 500	27,18
Классический педикюр	26	36	10 800	28,98
Аппаратный педикюр	25	36	12 600	30,28
Ванночки для ног	62	90	27 000	30,72
Процедуры по уходу за ногами	64	90	31 500	28,61

По результатам расчетов мы можем сделать график безубыточности для одной из услуг (рис.7), чтобы рассмотреть требуемые издержки и точку безубыточности.

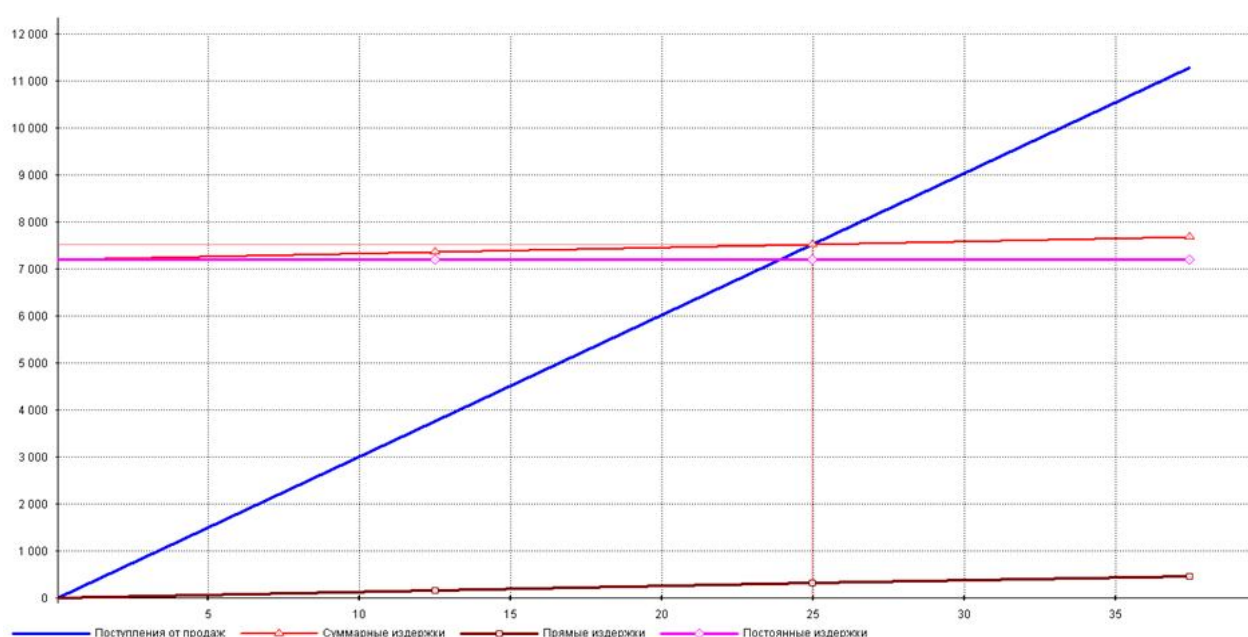


Рис.7 - График безубыточности для услуги «Классический маникюр».

На графике показаны прямые и постоянные издержки, суммарные издержки и прямая роста продаж. В нашем случае прямые издержки очень незначительные. На все процедуры мы тратим совсем немного специальных

средств, а вот постоянные издержки – значительны. Они связаны с арендой помещения и эксплуатацией дорогостоящего оборудования.

Чтобы проанализировать наш проект мы применим метод чистого дисконтированного дохода (чистой текущей стоимости), который исходит из сравнения инвестиционных затрат с текущей оценкой всех будущих чистых денежных потоков по годам функционирования проекта. Расчет значения ЧДД предполагает: прогноз по каждому году функционирования проекта чистого денежного потока; обоснование ставки дисконтирования, которая обеспечит приведение будущих потоков по годам к текущему моменту (моменту осуществления инвестиций).

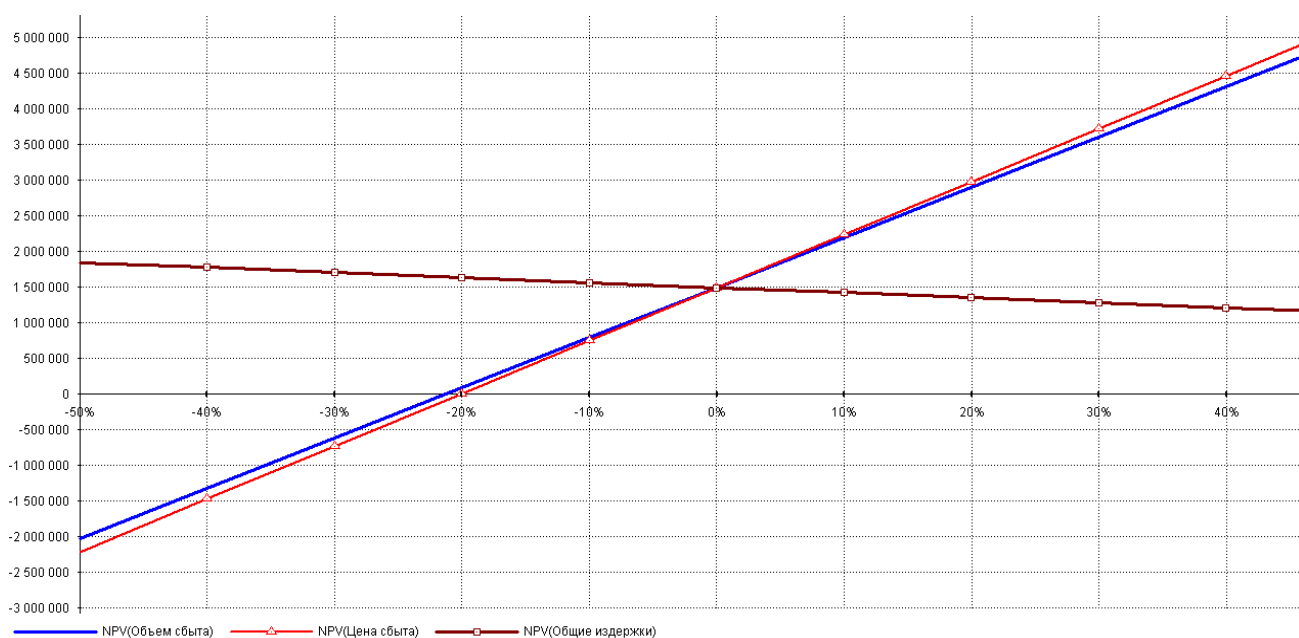


Рис. 8 - Кривые чувствительности для ЧДД в зависимости от цены сбыта, объема сбыта и величины общих издержек.

На основании графика, можно увидеть, что цена на услуги, а также объем сбыта могут быть снижены на 20% и при этом денежный поток будет расти (ЧДД больше нуля), если мы снизим эти параметры на большее значение, то денежный поток начнет падать (ЧДД станет меньше 0).

Заключение.

Бизнес-план описывает процесс функционирования предприятия, показывает, каким образом предприниматель собирается достичь своих целей и задач. В нем описываются основные аспекты будущего предприятия, с достаточной полнотой анализируются проблемы, с которыми оно столкнется и определяются способы решения этих проблем.

Цель разработки бизнес-плана - спланировать хозяйственную деятельность фирмы на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

В данной работе были рассмотрены теоретические аспекты бизнес-планирования, структура бизнес-плана, инвестиционная деятельность в процессе бизнес-планирования, инвестиции, субъекты и объекты инвестирования, определены главные цели, объекты и задачи бизнес-планирования.

В ходе работы были решены следующие задачи:

- проведен анализ производственно-хозяйственной деятельности;
- обоснована необходимость осуществления бизнес-плана;
- выполнена оценка экономической эффективности бизнес-плана.

Используемые инвестиции, в размере 600 000 руб. - деньги предпринимателя. Чистая прибыль со второго года - довольно высокая. Прибыль отражает положительный финансовый результат деятельности студии ногтевого сервиса «Crystal». Поэтому для нашей студии имеется перспектива развития. Рентабельность высокая. Для студии ногтевого сервиса, которая относится к категории малого бизнеса, этот показатель довольно высокий, что говорит об её эффективности и прибыльности. Срок окупаемости составит 10 месяцев.

Таким образом, цель выпускной бакалаврской работы была достигнута.

Список литературы

1. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2011. — 256 с.
2. Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.- М.: Проспект, 2010. – 216 с.
3. Бекетова, О.Н. Бизнес-планирование. Конспект лекций [Текст] / О.Н. Бекетова, В.И. Найденков.- М.: ИНФРА-М, 2010. – 157 с.
4. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. — 256 с.
5. Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России [Текст] / М.В. Беспалов. – М. ИНФРА-М, 2014. – 232 с.
6. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
7. Веснин В.Р. Основы менеджмента : учебник [Текст] / В.Р.Веснин. – М.: Издательство «Триада, ЛТД», 2012. – 446 с.
8. Волков, О. И. Экономика предприятия [Текст] : учебник / О. И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с.
9. Галенко, В.П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учеб. пособ. для высш. учеб. заведений [Текст] / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 288 с.
10. Глущенко Е. В. Теория управления [Текст] / Е.В.Глущенко. - М.: Вестник, 2012.-380 с.
11. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов [Текст] / В.А. Горемыкин, А.Ю. Богомоллов - 3-е изд., доп. и перераб. - М.: «Ось-89», 2011.- 864 с.
12. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А. Платонова, Т.В. Харитонова. — М.: Дело и сервис, 2014. – 432 с

13. Попов, В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2011. – 246 с.
14. Грибалев Н.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению [Текст] / Н.П. Грибалев. - С. Петербург: Белл, 2011. – 203с.
15. Давидссон, П. Исследую предпринимательство [Текст] / П. Давидссон. – М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.
16. Климова, М.А. Индивидуальное предпринимательство: организация работы [Текст] / М.А. Климова. – М.: Библиотека «Российской газеты», 2014. – 192 с.
17. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие [Текст] / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. - М.: Финансы и статистика, 2011. - 672 с.
18. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности [Текст] / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. – М.: Юрайт, 2014. – 508 с.
19. Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. — 2-е изд., доп. — М. : Альфа-Пресс, 2013. — 255 с.
20. Просветов, Г.И. Бизнес-планирование: Задачи и решения: учебно-методическое пособ. [Текст] / Г.И. Просветов. – М.: Издательство РДЛ, 2012. – 208 с.
21. Ларионов, И.К. Предпринимательство [Текст] / И.К. Ларионов. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 192 с.
22. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. — М.: Омега-Л, 2012. — 310 с.
23. Липсиц, И. В. Что такое бизнес-план и как его составить [Текст] / И.В. Липсиц. – М.: Россия молодая, 2011. – 387 с.
24. Менеджмент организации [Текст] / Под ред. З. П. Румянцевой. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 466 с.
25. Мильнер Б.З. Теория организации: учебник [Текст] / Б.З. Мильнер. – М.ИНФРА-М, 2012. – 566 с.

26. Налоговый кодекс Российской Федерации.
URL://http://www.nalkod.ru.
27. Пелих А.С. Бизнес-план [Текст] / А.С. Пелих. – М.: Ось –89, 2011.- 96 с.
28. Петров, К.Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами [Текст] / К.Н. Петров М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2011. – С. 26.
29. Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник [Текст] / В.М.Попов, С. И.Ляпунов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 672с.
30. Резник, С.Д. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черницов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
31. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации.- М.: Книга сервис, 2012. – 346 с
32. Романова, М.В. Бизнес-планирование: учеб. пособ. [Текст] / М.В. Романова. – м.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2011. – 240 с.
33. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство [Текст] / Ю.Б. Рубин. – СПб.: Синергия, 2014. – 864 с.
34. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
35. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учеб. [Текст] / Г.В. Савицкая. – 11-е изд. – М.: Новое издание, 2012. – 651 с.
36. Степанов, И.М. Бизнес-планы. Полное справочное руководство [Текст] / И.М. Степанов – М.: Лаборатория базовых знаний, 2011. – 240 с.
37. Ушаков, И.И. Бизнес-план [Текст] / И.И. Ушаков. - СПб.: Питер, 2012. – 223 с.
38. Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов.- М. ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 470 с.
39. Теория организации [Текст] / под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.

40. Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 31.01.2016) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [Текст] // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».

41. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» [Текст] // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».

42. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.12.2015) [Текст] // Доступ из спр.-правовой системы «Консультант-плюс».

43. Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / Д. А. Шевчук. — Ростов н/Д.: Феникс, 2012. — 208 с.

44. Халтаева, С.Р. Бизнес-планирование: учеб. пособ. [Текст] / С.Р. Халтаева, И.А. Яковлева. — Улан-Удэ, 2012. — 170 с.

Приложения.

Приложение 1 - Календарный график открытия студии ногтевого сервиса

Этапы проекта	Условия выполнения	Сроки выполнения
Начало проекта		1/2 год
Заключение инвестиционного договора	1 месяц проекта	1-30 банковских дней
Внесение в госреестр, постановка на учет в административных и налоговых органах	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Подбор местоположения и оформление документации	Предварительные работы	1 месяц
Покупка оборудования	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Установка оборудования	Вложение инвестиционных	1-30 календарных дней
Обучение персонала	Окончание этапа организации производственного процесса	1-30 календарных дней
Проведение маркетинговой компании	360 календарных дней	1-360 календарных дней
Найм персонала	Производственная деятельность	1-30 календарных дней
Окончание проекта		12 месяц – 24 месяц

Приложение 2 - График Ганта

№	Наименование этапа	Длит-ть	Дата начала	Дата окончания	2016						
					Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь
1	• Бизнес-планирование	10	01.09.2016	10.09.2016					0,00		
2	• Регистрация предприятия	14	11.09.2016	24.09.2016					800,00		
3	• Поиск помещения для аренды, заключение	10	15.09.2016	24.09.2016					8 400,00		
4	• закупка и монтаж оборудования	21	25.09.2016	15.10.2016					228 000,00		
5	• Найм и обучение персонала	21	25.09.2016	15.10.2016					10 000,00		
▶ 6	• Рекламная компания	14	02.10.2016	15.10.2016					15 142,33		
7	🚧 Производство [аппаратный маникюр]	...	16.10.2016	...							
8	🚧 Производство [Аппаратный педикюр]	...	16.10.2016	...							
9	🚧 Производство [Ванночки для ног]	...	16.10.2016	...							
10	🚧 Производство [Детский маникюр]	...	16.10.2016	...							
11	🚧 Производство [Классический маникюр]	...	16.10.2016	...							
12	🚧 Производство [Классический педикюр]	...	16.10.2016	...							
13	🚧 Производство [Мужской маникюр]	...	16.10.2016	...							
14	🚧 Производство [Нанесение геля, лака]	...	16.10.2016	...							
15	🚧 Производство [Нанесение лечебного лака]	...	16.10.2016	...							
16	🚧 Производство [парафинотерапия]	...	16.10.2016	...							
17	🚧 Производство [Процедуры по уходу за ногак]	...	16.10.2016	...							
18	🚧 Производство [Снятие геля, лака]	...	16.10.2016	...							

Приложение 3 – Расчеты кэш-флоу

	9.2016	10.2016	11.2016	12.2016	1.2017	2.2017	3.2017	4.2017	5.2017	6.2017	7.2017	8.2017	9.2017	10.2017	11.2017	12.2017
▶ Поступления от продаж		95 018,13	191 839,48	290 489,71	390 934,81	394 704,87	398 450,15	402 230,96	406 047,64	409 900,55	413 790,01	417 716,38	421 680,00	425 681,23	429 720,44	433 797,96
Затраты на материалы и комплектующие		4 661,79	9 412,06	14 252,05	19 183,05	19 365,07	19 548,82	19 734,32	19 921,57	20 110,60	20 301,43	20 494,06	20 688,53	20 884,84	21 083,01	21 283,06
Затраты на сдельную заработную плату																
Суммарные прямые издержки		4 661,79	9 412,06	14 252,05	19 183,05	19 365,07	19 548,82	19 734,32	19 921,57	20 110,60	20 301,43	20 494,06	20 688,53	20 884,84	21 083,01	21 283,06
Общие издержки	29 900,00	30 183,71	30 470,12	30 759,25	31 051,11	31 345,75	31 643,19	31 943,44	32 246,55	32 552,53	32 861,41	33 173,23	33 488,00	33 805,76	34 126,54	34 450,36
Затраты на персонал	55 000,00	156 470,76	157 965,48	159 454,29	160 967,32	162 494,70	164 036,58	165 593,09	167 164,37	168 750,56	170 361,80	171 988,23	173 600,00	175 247,25	176 910,14	178 588,80
Суммарные постоянные издержки	84 900,00	186 654,48	188 425,60	190 213,54	192 018,43	193 840,46	195 679,77	197 536,53	199 410,92	201 303,08	203 213,21	205 141,46	207 088,00	209 053,02	211 036,68	213 039,16
Вложения в краткосрочные ценные бумаги																
Доходы по краткосрочным ценным бумагам																
Другие поступления																
Другие выплаты																
Налоги	16 610,00	47 254,17	53 403,64	59 665,56	66 041,51	72 533,09	73 221,34	73 916,12	74 617,50	75 325,53	76 040,28	76 761,81	77 490,18	78 225,47	78 967,74	79 717,04
Кэш-фло от операционной деятельности	-101 510,00	-143 552,31	-59 401,82	26 358,56	113 751,82	108 966,26	110 000,22	111 043,99	112 097,66	113 161,33	114 235,10	115 319,05	116 413,29	117 517,91	118 633,01	119 758,70
Затраты на приобретение активов	228 000,00															
Другие издержки подготовительного периода	19 200,00	15 142,33														
Поступления от реализации активов																
Приобретение прав собственности (акций)																
Продажа прав собственности																
Доходы от инвестиционной деятельности																
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-247 200,00	-15 142,33														
Собственный (акционерный) капитал																
Займы																
Выплаты в погашение займов																
Выплаты процентов по займам																
Лизинговые платежи																
Выплаты дивидендов																
Кэш-фло от финансовой деятельности																
Баланс наличности на начало периода	600 000,00	251 290,00	92 595,36	33 193,53	59 552,09	173 303,91	282 270,17	392 270,39	503 314,38	615 412,04	728 573,37	842 808,47	958 127,52	1 074 540,81	1 192 058,72	1 310 691,73
Баланс наличности на конец периода	251 290,00	92 595,36	33 193,53	59 552,09	173 303,91	282 270,17	392 270,39	503 314,38	615 412,04	728 573,37	842 808,47	958 127,52	1 074 540,81	1 192 058,72	1 310 691,73	1 430 450,45

Приложение 4 – Отчет о прибылях и убытках

	9.2016	10.2016	11.2016	12.2016	1.2017	2.2017	3.2017	4.2017	5.2017	6.2017	7.2017	8.2017	9.2017	10.2017	11.2017
▶ Валовой объем продаж		95 018,13	191 839,48	290 489,71	390 934,81	394 704,87	398 450,15	402 230,96	406 047,64	409 900,55	413 790,01	417 716,38	421 680,00	425 681,23	429 720,44
Потери															
Налоги с продаж		5 701,09	11 510,37	17 429,38	23 459,69	23 682,29	23 907,01	24 133,86	24 362,86	24 594,03	24 827,40	25 062,98	25 300,80	25 540,87	25 783,23
Чистый объем продаж		89 317,04	180 329,11	273 060,33	367 535,12	371 022,58	374 543,14	378 097,10	381 684,79	385 306,51	388 962,61	392 653,39	396 379,20	400 140,36	403 937,21
Материалы и комплектующие		4 661,79	9 412,06	14 252,05	19 183,05	19 365,07	19 548,82	19 734,32	19 921,57	20 110,60	20 301,43	20 494,06	20 688,53	20 884,84	21 083,01
Сдельная зарплата															
Суммарные прямые издержки		4 661,79	9 412,06	14 252,05	19 183,05	19 365,07	19 548,82	19 734,32	19 921,57	20 110,60	20 301,43	20 494,06	20 688,53	20 884,84	21 083,01
Валовая прибыль		84 655,25	170 917,05	258 808,28	348 352,07	351 657,51	354 994,32	358 362,78	361 763,21	365 195,91	368 661,18	372 159,33	375 690,67	379 255,52	382 854,20
Налог на имущество															
Административные издержки	9 900,00	9 993,94	10 088,77	10 184,50	10 281,14	10 378,69	10 477,18	10 576,59	10 676,95	10 778,26	10 880,53	10 983,78	11 088,00	11 193,21	11 299,42
Производственные издержки	20 000,00	20 189,78	20 381,35	20 574,75	20 769,98	20 967,06	21 166,01	21 366,85	21 569,60	21 774,27	21 980,88	22 189,45	22 400,00	22 612,55	22 827,11
Маркетинговые издержки															
Зарплата административного персонала	71 610,00	72 289,49	72 975,43	73 667,88	74 366,90	75 072,55	75 784,90	76 504,01	77 229,94	77 962,76	78 702,53	79 449,32	80 203,20	80 964,23	81 732,48
Зарплата производственного персонала		131 435,44	132 682,60	133 941,60	135 212,55	136 495,55	137 790,73	139 098,20	140 418,07	141 750,47	143 095,51	144 453,31	145 824,00	147 207,69	148 604,52
Зарплата маркетингового персонала															
Суммарные постоянные издержки	101 510,00	233 908,65	236 128,16	238 368,73	240 630,56	242 913,86	245 218,81	247 545,65	249 894,55	252 265,75	254 659,45	257 075,86	259 515,20	261 977,69	264 463,54
Амортизация			3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00
Проценты по кредитам															
Суммарные непроизводственные издержки			3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00	3 800,00
Другие доходы															
Другие издержки	19 200,00	15 142,33													
Убытки предыдущих периодов					2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31	2 812,31
Прибыль до выплаты налога	-120 710,00	-164 395,73	-69 011,11	16 639,55	103 921,51	104 943,66	105 975,50	107 017,14	108 068,66	109 130,16	110 201,73	111 283,47	112 375,47	113 477,84	114 590,66
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль															
Прибыль от курсовой разницы															
Налогооблагаемая прибыль					101 109,20	102 131,35	103 163,19	104 204,83	105 256,35	106 317,85	107 389,42	108 471,16	109 563,16	110 665,53	111 778,35
Налог на прибыль															
Чистая прибыль	-120 710,00	-164 395,73	-69 011,11	16 639,55	103 921,51	104 943,66	105 975,50	107 017,14	108 068,66	109 130,16	110 201,73	111 283,47	112 375,47	113 477,84	114 590,66

Глоссарий

Понятие	Определение понятий	Источник
<i>Бизнес-план</i>	это программа деятельности организации на определенный период времени, содержащая информацию о самой организации (проекте), производимых товарах, плане их производства и сбыта, анализ рынка, план маркетинга, а также организационный и финансовый план, включая оценку эффективности и рисков проекта.	Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2009. — 256 с.
<i>Динамика рынка</i>	характеристика изменения основных параметров рынка (его объема, структуры, уровня продаж и т.п.), отражающая скорость их изменения, интенсивность и основные тенденции.	Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2013. – 320 с.
<i>Инвестиции</i>	денежные средства, ценные бумаги и/или иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности с целью извлечения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.	Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
<i>Конкурентная среда</i>	рынок или его сегмент, где предприятие ведет борьбу за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке.	Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. — 256 с.
<i>Маркетинг</i>	это деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю.	Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2013. – 320 с.
<i>Налог</i>	обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.	Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с

<i>Реклама</i>	часть маркетинговых коммуникаций, в рамках которой производится оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации, с целью привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему	Ларионов, И.К. Предпринимательство. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 192 с.
<i>Риск</i>	опасность отклонения от предполагаемой цели, приводящая к возникновению непредвиденных потерь прибыли, дохода или имущества, денежных средств, других ресурсов в связи с неблагоприятными обстоятельствами	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления. Реальный пример / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с
<i>Рыночная ниша</i>	участок рынка, где предприятие, благодаря своему товару или уникальной форме обслуживания потребителей, не имеет сильных конкурентов и может рассчитывать на коммерческий успех.	Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А Платонова, Т.В. Харитоновна. — М.: Дело и сервис, 2012. – 432 с.
<i>Ставка дисконтирования</i>	это выраженный в процентах показатель, отражающий темпы снижения ценности денежных ресурсов с течением времени с точки зрения стороны, принимающей решение о реализации проекта.	Глущенко Е. В. Теория управления. - М.: Вестник, 2012.-380 с.
<i>Эффективность инвестиционного проекта</i>	экономическая категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта	Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления / Д.Н. Акуленок и др. - М.: Гном-Пресс, 2011. - 295 с

