

УДК 338.4

ПРОКОПЬЕВА А. Г., ЕЛЬЦОВА Е. С., гр. МБб-201 (КузГТУ)
Научный руководитель Т.В. ГАЛАНИНА, к.с.х.н., доцент (КузГТУ)
г. Кемерово

**СОЗДАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ САЛОНА
КРАСОТЫ «АВРОРА»**

Предпринимательство следует рассматривать не только как хозяйственную деятельность по извлечению прибыли, но и как деятельность, обусловленную институциональной средой, а также социально-управленческой деятельностью. В настоящей работе описаны наши действия с целью создания своего предприятия. Данный бизнес-план составлен для салона красоты, где будет предоставлен ряд таких услуг, как мужские и женские стрижки, маникюр, педикюр, массаж, солярий и услуги косметолога.

Создаваемый нами салон красоты относится к бизнес-классу. Ассортимент услуг в этой категории значительно шире: кроме стрижек и обычного маникюра/педикюра предлагают процедуры по уходу за волосами, ногтевой сервис, визаж, массаж, солярий, косметологические процедуры. Такие салоны красоты зачастую открывают в торговых центрах и бизнес-центрах, престижных районах города. К обустройству помещения привлекают дизайнеров, закупается профессиональное оборудование и дорогие расходные материалы. Стоимость стрижки – от 1000 до 2500 рублей. При этом клиентов у салонов бизнес-класса меньше: их загруженность чаще всего не превышает 50%. [1]

Планируемый список услуг нашего салона (рабочее название — «Аврора»):

- парикмахерские услуги (мужские, женские, детские);
- маникюр (классический, французский, худ. маникюр, наращивание ногтей, коррекция ногтей);
- педикюр;
- массаж (классический, полный, локальный, антицеллюлитный);
- косметологические услуги;
- макияж;
- солярий (интенсивный, обычный).

Деятельность салона «Аврора» будет ориентирована на жителей города Кемерово со средним достатком. При выборе места для салона красоты в составленном бизнес-плане мы также учитывали транспортное сообщение с центром и другими районами. Салон будет находиться в г. Кемерово, на ул. Терешковой, д. 41/2, где мы приобретем помещение с новым дизайнерским ремонтом в 35 м² стоимостью 15750 рублей.

Таблица 1. Прайс-лист салона красоты «Аврора»

Услуга	Цена (руб.)
Услуги парикмахера	от 500 до 8900
Маникюр	от 300 до 5300
Педикюр	от 300 до 3200
Массаж	от 1000 до 9000
Косметолог	от 4600 до 26000
Визажист	от 1500 до 5100
Солярий	от 100 до 1200

В таблице 2 рассмотрен финансовый план нашего предприятия.

Таблица 2. Финансовый план

Инвестиции на открытие	
Регистрация, включая получение всех разрешений	35000
Ремонт и вывеска	250000
Рекламная компания	100000
Аренда на время ремонта	81000
Закупка оборудования	329600
Прочее	50000
Итого	845600
Ежемесячные затраты	
ФОТ (включая отчисления)	509030
Аренда	81000
Коммунальные услуги	15000
Реклама	30000
Бухгалтерия (удалённая)	10000
Закупка расходных материалов	91261
Непредвиденные расходы	10000
Итого	746291

В таблице 3 перечислены необходимые нам специалисты по предоставлению косметологических услуг.

Таблица 3. Персонал

Специальность	Оплата труда	Кол-во сотр-ков	ФОТ
Косметолог	20000	3	60000
Врач-косметолог	20000	1	20000
Эстетисты	17000	2	34000
Массажисты	20000	2	40000

Управляющий	20000	1	20000
Администратор	15000	1	15000
Бухгалтер	10000	1	10000
Уборщица	8000	1	8000
Маникюр	10000	2	20000
Парикмахер	8000	3	24000
Итого			251000

Реклама и PR-проекты для нашего салона должны быть разноплановыми. Так, это могут быть:

- сайт салона;
- подарки;
- бонусные карты;
- внешняя реклама;
- для VIP-салона — реклама в глянцевого журнале;
- для салона эконом- и бизнес-классов – раздача флаеров в спортклубах, стоматологиях, магазинах косметики.

Актуальность предприятия «Аврора» представляется нам достаточно значительной. Несмотря на существующую сегодня конкуренцию предприятий, специализирующихся на оказании салонных услуг, данная ниша бизнеса занята отнюдь не полностью. Для того чтобы занять свое место на этом рынке, до начала бизнес-планирования важно правильно расставить приоритеты деятельности предприятия, исходя из суммы инвестиций и места расположения будущего салона. [2] В таблице 4 подробно изложен SWOT-анализ предприятия, описаны возможности, угрозы, сильные и слабые стороны.

Таблица 4. SWOT-анализ предприятия

Opportunities (возможности)	Threats (угрозы)
1. Расширение ассортимента; 2. Увеличения количества потенциальных клиентов за счет внедрения новых услуг; 3. Увеличение доли рынка; 4. Улучшение рекламной кампании	1. Увеличение доли рынка основных конкурентов; 2. Уменьшение цен на услуги у конкурентов; 3. Появление новых конкурентов в зоне действия нашего салона красоты; 4. Потеря клиентов; 5. Спад спроса из-за кризиса
Strengths (сильные стороны)	Weaknesses (слабые стороны)
1. Большая база постоянных клиентов; 2. Хороший подъезд к салону; 3. Налаженные и своевременные	1. Ненасыщенный ассортимент по сравнению с конкурентами; 2. Нет комплексного пакета услуг; 3. Нет собственного сайта;

поставки косметических средств; 4. Высокая квалификация сотрудников; 5. Хорошее оснащение оборудованием	4. Отсутствие программы продвижения услуг; 5. Плохое знание административного персонала об предоставляемых услугах
---	---

Наконец, следует отметить риски и гарантии бизнеса красоты в целом [3]:

- 1) выход на рынок новых конкурентов;
- 2) снижение покупательской платежеспособности;
- 3) кража со взломом;
- 4) стихийные бедствия;
- 5) изменение технологий, совершенствование техники;
- 6) зависимость от человеческого фактора.

Список литературы:

1. Шакирова А.Ф. Региональные особенности предпринимателей индустрии красоты и здоровья. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-osobennosti-predprinimateley-industrii-krasoty-i-zdorovya>
2. Каюмова Р. Ф., Андрианова О. Р., Гирфанова Л. Р., Иванова К.Д. Инновационные подходы к работе с клиентами на малых предприятиях индустрии красоты. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-podhody-k-rabote-s-klientami-na-malyh-predpriyatiyah-industrii-krasoty>
3. Сафронова Н.В. Обзор мирового рынка парфюмерно-косметической продукции. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-mirovogo-rynka-parfyumerno-kosmeticheskoy-produktsii>