



БИЗНЕС-ПЛАН **Студии лазерной эпиляции «Фея»**

Контакты разработчика

Скачать другие бизнес-планы и заказать индивидуальную разработку под Ваш проект можно по ссылке: <https://bzplan.ru>

Email: enjutin@yandex.ru

Телефон: 8 (908) 124-17-86 (WhatsApp, Viber, Telegram)

НАПИСАТЬ РАЗРАБОТЧИКУ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
1. РЕЗЮМЕ	3
2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА	5
3. АНАЛИЗ РЫНКА	7
3.1. Общее описание рынка и его целевых сегментов	7
3.2. Swot-анализ	7
3.3. Анализ конкурентов	8
4. ПЛАН МАРКЕТИНГА	10
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	11
5.1. Описание местоположения.....	11
5.2. График реализации проекта по периодам	11
6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	12
6.1. Инвестиционные затраты	12
6.2. Операционные затраты проекта.....	12
6.3. Объем оказания услуг.....	12
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	14
7.1. Налогообложение	14
7.2. Прогноз о доходах и расходах	14
7.3. Показатели экономической эффективности.....	16
8. АНАЛИЗ РИСКОВ	17

1. РЕЗЮМЕ

Данный бизнес-план разработан для открытия **кабинета лазерной эпиляции**. Он содержит описание создаваемого бизнеса и оценку возможности его окупаемости.

Инициатор проекта: Иванова Ирина Ивановна

Организационно-правовая форма инициатора проекта: самозанятость.

Местоположение студии «Фея»: г. Город, ул. Улица, 1, каб. 1.

Режим работы: с 9 до 20 часов 5 дней в неделю по предварительной записи. Выходные: понедельник, вторник.

Цель проекта: получение прибыли за счет оказания услуг лазерной эпиляции.

Задачами проекта являются:

на 1 этапе деятельности:

- наработка опыта в данном виде деятельности;
- формирование своего контингента потребителей;

на 2 этапе:

- увеличение объемов оказания услуг.

Социальная эффективность проекта:

- поступление дополнительных доходов в бюджет;
- обеспечение самозанятости и получение прибыли инициатором проекта;
- в рамках дальнейшего развития бизнеса возможно его расширение: регистрация в качестве индивидуального предпринимателя и создание новых рабочих мест.

Деятельность по продвижению бизнес-проекта подразделяется на несколько этапов:

- разработка бизнес-плана и других основополагающих документов;
- закупка оборудования и материалов;
- планирование работы;

- проведение рекламной кампании;
- выход на рынок и завоевание доли на нем.

В процессе осуществления деятельности планируется возместить затраты, связанные с предпринимательской деятельностью за счет средств социального контракта в размере **350 000 рублей**.

Экономические показатели проекта:

- срок окупаемости проекта – 12 мес.;
- рентабельность инвестиций - 103 %;
- чистая прибыль проекта - 434400 руб.;
- количество созданных рабочих мест – 1;
- горизонт бизнес-планирования – 1 год;
- интервал бизнес-планирования – 1 месяц.

2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

В рамках реализации проекта Ивановой Ириной Ивановной **планируется открытие в г. Город салона лазерной эпиляции.**

Инициатор проекта планирует зарегистрироваться в качестве самозанятой и работать без привлечения наемных работников.

Сезонности данный вид деятельности не имеет.



Услуги лазерной эпиляции будут предоставляться на аппарате для эпиляции Innovation 1sPro.

Система IPLASER уникальна для мира эпиляции. Трехимпульсная система управления светом дает возможность донести до фолликул большой уровень энергии, что приводит к высоким результатам в

короткие сроки. В промежутках между импульсами кожный покров имеет время на релаксацию, за счет этого процедура проходит комфортно, безопасно и эффективно на коже любого фототипа без использования УЗ геля.

Аппарат для эпиляции 1S PRO — это инновационный аппарат для эпиляции, использующий технологию IPLASER разработанную в России. Он позволяет безопасно и эффективно удалять волосы на любом участке тела, включая лицо, ноги, подмышки и бикини. Нежелательные волоски со временем выпадают – этот процесс длится в течение 2 недель.

Одним из главных преимуществ аппарата 1S Pro является длительный эффект удаления волос на корню. При регулярном использовании прибора волосы становятся более тонкими и редкими, что делает процедуру удаления волос менее болезненной и более эффективной. Волосяной фолликул под действием света нагревается и подвергается разрушению. Аппарат подходит для удаления волос на I-VI фототипах и работает по принципу контактной эпиляции. Защита от ожогов при световом воздействии обеспечивается водяной системой охлаждения сапфирового наконечника Cooling PRO и

автоматизированными протоколами процедур. Заданные пределы настроек мощности исключают ошибку косметолога при выборе параметров воздействия, но снижают вариативность в подборе индивидуальных процедур. Система IPLASER генерирует три импульса в секунду, с плотностью энергии до 170 Дж/см².

Используемый аппарат имеет следующие преимущества:

- подходит для всех фототипов;
- управление и настройки процедур автоматизированы;
- контактное охлаждение кожи Cooling PRO;
- большое рабочее пятно 50×15 мм сокращает время сеанса.

Чтобы занять свое место в этой нише, необходимо предложить действительно высококлассные услуги, высокий уровень сервиса, доступные цены и разместить кабинет в удобном для посещения месте.

3. АНАЛИЗ РЫНКА

3.1 Общее описание рынка и его целевых сегментов

Согласно, проведенного анализа в г. Город имеется 40 заведений бьюти-индустрии, включая индивидуальных мастеров, которые предоставляют услуги лазерной эпиляции.

Проведенное маркетинговое исследование рынка показало, что в количественном выражении основу рынка в г. Город составляют организации эконом-класса.

Количественно средний сегмент занимает 25% рынка, тем не менее, во многих из подобных организаций качество, набор услуг и их стоимость не соответствует параметрам, характерным данным организациям среднего класса. Зачастую организации данного сегмента необоснованно завышают расценки.

На сегодняшний день лишь 10 из существующих салонов лазерной эпиляции среднего уровня могут выдержать конкуренцию с новым предпринимателем среднего и выше среднего класса. Таким образом, с учетом ограниченных тенденций развития рынка, оптимальным является работа в среднем ценовом сегменте.

Основными потребителями услуг лазерной эпиляции являются женщины 18-70 лет со средним и выше среднего достатком, желающие подчеркнуть свою красоту. Также эта услуга может быть востребована и мужчин.

3.2. Swot-анализ

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом).

Результаты проведенного Swot-анализа приведены ниже.

Сильные стороны	Слабые стороны
Предложение актуальных и качественных услуг	Отсутствие клиентской базы
Хорошее местоположение	Недостаточный навык рекламного продвижения

Конкурентная цена	Недостаточный бюджет на продвижение бизнеса
Наличие разработанной маркетинговой и рекламной политики	
Использование качественных материалов	
Современный подход к ведению бизнеса в сфере beauty-услуг	
Возможности	Угрозы
Рост спроса на услугу	Быстрое освоение рынка новыми конкурентами
Расширение ассортимента предлагаемых услуг	Увеличение стоимости сырья
Расширение бизнеса в перспективе	Экономическая нестабильность
Коллаборации с представителями бьюти-сферы	Снижение уровня жизни населения
	Зависимость от импортных материалов, в связи с санкциями

На основании проведенного SWOT-анализа можно сказать, что ключевыми факторами успеха для инициатора проекта должны стать высокое качество и приемлемые цены оказываемых услуг.

3.3. Анализ конкурентов

Цель конкурентного анализа – составить представление о конкурентах, выявить их сильные и слабые стороны, а также показать конкурентные преимущества компании.

Согласно данным 2ГИС в г. Город на сегодня работает 40 конкурентов разного масштаба. Ключевым конкурентами, выполняющими те же самые работы, что и студия инициатора проекта, являются заведения «Конкурент 1» и «Конкурент 2».

Анализ основных конкурентов приведен ниже.

Конкуренты	Основные преимущества	Основные недостатки	Основной спектр продукции услуг	Маркетинговые предложения
«Конкурент 1»	1. Более 5 лет на рынке; 2. Потокное местоположение; 3. Получение услуги без предварительной записи.	1. Непрофессионализм мастеров; 2. Несоответствие цены и качества; 3. Отсутствие комфорта для клиента. 4. Высокая стоимость услуг.	Лазерная эпиляция различных частей тела	Ведут социальные сети и делают предложения подписчикам.

«Конкурент 2»	1. Более 3 лет на рынке.	1. Непрофессионализм сотрудников; 2. Низкокачественные материалы и оборудование; 3. Высокая стоимость услуг.	Лазерная эпиляция различных частей тела	Работающая программа лояльности.
---------------	--------------------------	--	---	----------------------------------

Исходя из результатов исследования, можно четко определить направление работы для повышения конкурентоспособности. По ассортименту и качеству предлагаемых услуг студия «Фея» позиционируется не менее привлекательно, чем основные конкуренты. Открываемый бизнес будет выгодно отличаться от существующих более уютом, качеством оказываемых услуг и конкурентной ценовой политикой.

4. ПЛАН МАРКЕТИНГА

Ценообразование – важнейшая составляющая маркетингового плана.

Основной метод ценовой политики – стратегия средних цен, так как вначале нужно зарекомендовать себя.

Планируется, что в течение первого года реализации проекта цены увеличиваться не будут. В перспективе повышение цен будет зависеть от уровня спроса на услуги студии, затрат на материалы и уровня цен у конкурентов.

Сопоставление цен студии с основными конкурентами приведено ниже.

№ п/п	Наименование услуги	Цена, руб.		
		Студия «Фея»	Конкурент 1	Конкурент 2
1	Эпиляция глубокое бикини	2000	2500	2300
2	Эпиляция ноги полностью	3000	3500	3500
3	Эпиляция бедра с коленями	2500	3000	2800
4	Эпиляция голени с коленями	2000	2500	2300
5	Эпиляция руки полностью	2000	2500	2300
6	Эпиляция руки до локтя	1500	2000	1800
7	Эпиляция подмышки	800	1000	1000
8	Эпиляция лица 1 зона	500	700	700
9	Эпиляция классического бикини	1500	2000	1800

Основным моментом при выстраивании выгодных отношений с клиентами является наличие акций и накопительной системы скидок, что инициатор проекта и постарается предложить.

Основным каналом продвижения услуг станет социальная сеть «ВКонтакте», а также будут подаваться объявления на Авито, Яндекс Услугах и Юле. Также в дальнейшем планируется создание собственного сайта-визитки.

При недостаточной загрузке необходимо будет:

1. Понизить цены. Хорошие скидки привлекут внимание клиентов и увеличат вероятность того, что выбор клиентов остановится именно на услугах студии.
2. Совершенствовать свои услуги. Внедрять новые функции в услуги, чтобы выглядеть привлекательнее услуг конкурентов.

Следуя данному плану, инициатор проекта планирует занять 3% рынка лазерной эпиляции г. Город.

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом



5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Описание местоположения

Местоположение студии удобно для жителей города, в особенности для проживающих в Центральном районе, разместить её планируется по адресу г. Город, ул. Улица, 1, каб. 1.



Студия будет открыта в Торговом центре «Галактика» в самом центре города, в 2 минутах ходьбы от которого находится остановка общественного транспорта.

Помещение площадью 15 м² будет взято в аренду, договор составлен на 12 месяцев. Состояние арендуемого помещения хорошее, ремонт не требуется.

При правильно организованной рекламной кампании есть возможность охватить практически всех жителей города

5.2. График реализации проекта по периодам

Временные периоды основных этапов реализации проекта будут выглядеть следующим образом.

№ п/п	Наименование этапа проекта	Год			
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
1	Получение социального контракта	v			
2	Регистрация в качестве самозанятого, покупка оборудования, аренда помещения	v			
3	Проведение рекламной компании	v	v	v	v
4	Ведение деятельности	v	v	v	v

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6.1. Инвестиционные затраты

Для ведения деятельности планируется осуществить следующие первоначальные вложения.

Наименование	Кол-во	Цена	Сумма
Лазерный аппарат Innovation 1sPro	1	420000	420000
Итого			420000

На приобретение оборудования планируется направить средства соцконтракта и собственные средства.

6.2. Операционные затраты проекта

У инициатора проекта уже имеется в наличии резерв следующих расходных материалов, которые планируется использовать в работе: одноразовые перчатки, уз-гель - 7л, одноразовые деревянные шпатели - 150 шт., одноразовая простынь - 100 шт., белый медицинский карандаш (для защиты родинок от лазера), медицинский пластырь (для закрытия татуировок), дезинфицирующие средства для обработки перед эпиляцией – 400 мл, косметическая вода после эпиляции - 400 мл, салфетки для снятия геля – 100 шт., средство для дезинфекции поверхностей. Также имеется следующий инвентарь: кушетка, тумба на колесиках, стул и мусорное ведро.

В рамках проекта планируются следующие ежемесячные операционные расходы:




Наименование	Стоимость
Расходные материалы	2000
Аренда	5000
Реклама	1000
Связь	1000
Итого	9000

6.3. Объем оказания услуг

Объёмы оказания услуг лазерной эпиляции в натуральном и стоимостном выражении приведен ниже.

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

Наименование услуги	Количество услуг в месяц	Количество услуг в год	Выручка в месяц, руб.	Выручка в год, руб.
Эпиляция глубокое бикини	3	36	6000	72000
Эпиляция ноги полностью	2	24	6000	72000
Эпиляция бедра с коленями	3	36	7500	90000
Эпиляция голени с коленями	3	36	6000	72000
Эпиляция руки полностью	2	24	4000	48000
Эпиляция руки до локтя	4	48	6000	72000
Эпиляция подмышки	5	60	4000	48000
Эпиляция лица 1 зона	2	24	1000	12000
Эпиляция классического бикини	3	36	4500	54000
Итого	27	324	45000	540000

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1. Налогообложение

Организационно правовая форма – самозанятость.

Вид налогообложения: налог на профессиональный доход. Ставка налога 4% от дохода, полученного от физических лиц, 6% от юридических. Нет обязательных взносов. ИП на НПД не обязаны уплачивать страховые взносы, согласно п. 11 ст. 2 закона 422-ФЗ.

Размер налога за год будет составлять из расчета дохода 540000 рублей в год: 21600 рублей ($540000 \times 4\%$).




7.2. Прогноз о доходах и расходах

Прогноз (отчет) о доходах и расходах необходим для оценки эффективности текущей (хозяйственной) деятельности. Его анализ позволяет также оценить размер чистой прибыли, являющейся одним из основных источников денежных средств, для привлеченных на финансирование инвестиционных издержек проекта. Однако наличие и размер чистой прибыли не является единственным критерием успешности реализации инвестиционного проекта, так как используемые в отчете «доходы» и «расходы», как правило, не отражают действительного движения денежных средств в данном интервале планирования.

Прогноз (отчет) о доходах и расходах за первый год реализации проекта представлен ниже.

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

Показатели	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	Итого
Выручка от реализации	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	540000
Финансовая помощь	350000												350000
Собственные средства	70000												70000
Всего поступлений	465000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	45000	960000
Единовременные расходы	420000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	420000
Приобретение оборудования	420000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	420000
Расходы	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	84000
Расходные материалы	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Аренда	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	60000
Реклама	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Связь, Интернет	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Прибыль до налогообложения	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	38000	456000
Налог НПД 4%	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600
Чистая прибыль	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	36200	434400
Чистая прибыль нарастающим итогом	36200	72400	108600	144800	181000	217200	253400	289600	325800	362000	398200	434400	

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

7.3. Показатели экономической эффективности

Расчёт показателей экономической эффективности приведен ниже.

Чистая прибыль проекта за год: 434400 руб.

Рентабельность инвестиций: $(434400/420000)*100\% = 103\%$

Срок окупаемости: $420000/434400 \times 12 = 11,6$

Таким образом, срок окупаемости инвестиций составит 12 месяцев.

8. АНАЛИЗ РИСКОВ

В процессе реализации любого проекта остаются явления, которые могут помешать реализации. Сюда можно отнести события, которые могут произойти с определённой вероятностью и нанести определённый ущерб проекту. Качественный анализ рисков приведен ниже:

Наименование риска (группы рисков)	Возможные последствия реализации риска	Примечания
Недостатки финансово-экономического планирования	Нехватка оборотных средств для реализации проекта	
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Нехватка денежных средств для расчетов с поставщиками	
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Срыв графика реализации проекта	
Рост налогов	Увеличение себестоимости услуг и рост их цены	
Рост инфляции	Падение платежеспособного спроса	
Неисправность оборудования	Срыв работы, потеря заказчиков	
Усиление конкуренции	Потеря потенциальных заказчиков, снижение прибыли	
Снижение спроса	Уменьшение прибыли	

Количественный анализ рисков приведен:

Наименование риска (группы рисков)	Вероятность наступления (0-1)	Значимость риска для деятельности предприятия (0-10 баллов)	Оценка риска (2*3)
Недостатки финансово-экономического планирования	0,3	1,0	0,3
Недостаточное и несвоевременное финансирование	0,2	6,0	1,2
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	0,5	6,0	3,0
Рост налогов	0,5	4,5	2,25
Рост инфляции	0,5	4,0	2,0

Неисправность оборудования	0,3	7,0	2,1
Усиление конкуренции	0,5	5,0	2,5
Снижение спроса	0,4	6,0	2,4

Меры нивелирования рисков и превентивные меры раскрыты ниже:

Наименование риска	Превентивные меры борьбы с риском
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Работа с проверенными поставщиками
Усиление конкуренции	Расширение рынка сбыта, предоставление скидок клиентам
Снижение спроса	Снижение цен на услуги
Рост налогов	Оптимизация издержек
Неисправность оборудования	Заключение договора на сервисное обслуживание
Рост инфляции	Скидки постоянным клиентам
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Поиск дополнительных источников финансирования, инвесторов, обращение в кредитные учреждения
Недостатки финансово-экономического планирования	Обращение к специалистам, получение консультаций у экспертов