

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН САЛОНА КРАСОТЫ

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
декабрь 2010 г.**

**г. Москва**



**Содержание**

<b>Аннотация.....</b>	<b>5</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции .....</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>7</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>7</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>8</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>11</i>
<i>Список приложений .....</i>	<i>11</i>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>13</b>
<b>2. Описание услуги.....</b>	<b>14</b>
<i>Определение услуги.....</i>	<i>14</i>
<i>Сегментация услуги.....</i>	<i>14</i>
<i>Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования.....</i>	<i>14</i>
<b>3. Анализ рынка .....</b>	<b>15</b>
<i>Анализ положения дел в отрасли .....</i>	<i>15</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли .....</i>	<i>15</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>15</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>15</i>
<i>Объемы рынка .....</i>	<i>15</i>
<i>Сегментация рынка.....</i>	<i>15</i>
<i>Сегментация по типам предоставляемых услуг .....</i>	<i>15</i>



<i>Ценообразование на рынке</i> .....	15
<i>Конкурентный анализ</i> .....	16
Конкуренция между игроками рынка .....	16
Основные параметры конкуренции .....	16
Основные игроки Рынка салонов красоты. Профили игроков .....	16
<i>Анализ потребителей</i> .....	16
<b>4. Маркетинговый план</b> .....	<b>17</b>
<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i> .....	17
<i>Ценовая политика</i> .....	17
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i> .....	17
<b>5. План продаж</b> .....	<b>18</b>
Цены на конкретные позиции продукции.....	18
<b>6. Производственная часть</b> .....	<b>19</b>
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i> .....	19
<i>Требования к поставщикам</i> .....	19
<i>Состав и стоимость оборудования</i> .....	19
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i> .....	20
... <i>Оценка доходов</i> .....	20
6.1. <i>Функциональное решение</i> .....	23
Выбор и обоснование типа предприятия .....	23
<b>7. Организационно-управленческая структура</b> .....	<b>24</b>
<i>Организационная структура</i> .....	24
<b>8. Финансовый план</b> .....	<b>25</b>
<i>Основные параметры расчетов</i> .....	25
<i>Объем финансирования</i> .....	25
<i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ)</i> .....	25
<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i> .....	27



---

<i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ) .....</i>	<i>30</i>
<i>Анализ чувствительности .....</i>	<i>32</i>
<i>Показатели эффективности проекта .....</i>	<i>32</i>
<b>9. Организационный план осуществления проекта.....</b>	<b>33</b>
<i>План-график реализации проекта.....</i>	<i>33</i>
<b>10. Нормативная информация .....</b>	<b>34</b>
<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта.....</i>	<i>34</i>
<b>Список приложений .....</b>	<b>35</b>



## **АННОТАЦИЯ**

Цель БП: открытие салона красоты

***К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).***

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

## **СУТЬ ПРОЕКТА**

Создание салона красоты площадью 150 кв.м.

**Время работы** – с понедельника по пятницу с 10:00 до 21:00, в субботу и воскресенье с 10:00 до 19:00. Выходные - только праздничные дни, без перерыва на обед.

## **ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА**

Краткосрочная цель:

- оказание услуг населению,
- выход и закрепление на рынке салонов красоты,
- получение стабильной прибыли.

Долгосрочная цель:

- расширение спектра предоставляемых услуг,
- развитие сети одноименных салонов красоты.



## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – ... года.

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

**Продукт** - Удачно расположенный салон красоты со стандартным набором услуг и элементами уникального позиционирования в отличие от конкурентов. Предоставление потребителям широкого набора услуг «индустрии красоты» при высоком качестве сервиса по средним рыночными ценам.

**Цена** - При формировании цены на услуги салона красоты ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний целевой сегмент потребителей и объем затрат компании.

**Сбыт** – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

**Продвижение** – В качестве рекламы будут использоваться **вывески**, указатели, рекламные листовки. Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей об открытии салона красоты с указанием уникальных достоинств компании.

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... USD.

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.



## **ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА**

**Риски проекта** связаны с неудачным выбором местоположения салона, неправильным позиционированием, неудачной маркетинговой политикой и неправильно построенной рекламной кампанией.

К **выгодам проекта** можно отнести быстрый срок окупаемости салона, высокий спрос на соответствующие услуги, повышение платежеспособности населения и, как следствие, увеличения группы потенциальных клиентов салона красоты.

## **КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... USD/год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

**Кол-во страниц:** 98 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 3 диаграммы, 24 таблицы, 2 схемы, 4 приложения



## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	<b>Содержание</b>		
2	<b>Введение</b>		<b>7</b>
3	<b>1. Резюме проекта</b>		<b>9</b>
	3.1	<i>Суть проекта</i>	9
	3.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	9
	3.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	9
	3.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	9
	3.5	<i>Стоимость проекта</i>	10
	3.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	10
	3.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	10
	3.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	10
4	<b>2. Описание услуги</b>		<b>12</b>
	4.1	<i>Определение услуги</i>	12
	4.2	<i>Сегментация услуги</i>	12
	4.3	<i>Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	14
	4.4	<i>Перспективы развития услуги</i>	16
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг</i>	16
5	<b>3. Анализ рынка</b>		<b>18</b>
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	18
		5.1.1 Текущая ситуация в отрасли	18
		5.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	18
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	19
		5.2.1 Объемы рынка	19
		5.2.2 Темп роста	21
	5.3	<i>Сегментация рынка</i>	21
	5.4	<i>Сегментация по типам предоставляемых услуг</i>	21
	5.5	<i>Базовые услуги / услуги «роскоши»</i>	23
	5.6	<i>Сетевые/несетевые салоны красоты</i>	23
	5.7	<i>Круглосуточные / некруглосуточные салоны красоты</i>	25
	5.8	<i>Сегментация по размеру салона</i>	26
	5.9	<i>Сегментация по спектру услуг</i>	26
	5.10	<i>Мануальные / аппаратные салоны</i>	27
	5.11	<i>Ценообразование на рынке</i>	27
	5.12	<i>Конкурентный анализ</i>	28
		5.12.1 Конкуренция между игроками рынка	28



		5.12.2	Основные параметры конкуренции	28
		5.12.3	Основные игроки Рынка салонов красоты. Профили игроков	29
		5.12.4	Сравнительная характеристика игроков Рынка салонов красоты	32
	5.13	<i>Анализ потребителей</i>		35
	5.14	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>		39
6	<b>4. Маркетинговый план</b>			<b>40</b>
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>		40
	6.2	<i>Ценовая политика</i>		41
	6.3	<i>Порядок оказания услуг</i>		41
	6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>		42
7	<b>5. План продаж</b>			<b>45</b>
		7.1.1	Цены на конкретные позиции продукции	45
		7.1.2	Организация сбыта, каналы сбыта	45
	7.2	<i>План продаж на весь расчетный период</i>		45
8	<b>6. Производственная часть</b>			<b>48</b>
	8.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i>		48
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>		49
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>		49
	8.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>		50
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>		51
	8.6	<i>Оценка доходов</i>		52
	8.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>		55
		8.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	55
9	<b>7. Организационно-управленческая структура</b>			<b>56</b>
	9.1	<i>Организационная структура</i>		56
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>		56
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>		56
10	<b>8. Финансовый план</b>			<b>58</b>
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>		58
	10.2	<i>Объем финансирования</i>		58
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ)</i>		59
	10.4	<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i>		60



	10.5	<i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ)</i>	63
	10.6	<i>Анализ чувствительности</i>	66
	10.6.1	Показатели эффективности проекта	66
	10.6.2	Основные параметры бизнес-плана:	66
1 1	<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>		<b>68</b>
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	68
1 2	<b>10. Нормативная информация</b>		<b>69</b>
	12.1	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	70
1 3	<b>Список приложений</b>		<b>71</b>
	13.1	<i>Приложение 1. Приказ №346 «Об организации выдачи разрешений на применение медицинских технологий»</i>	71
	13.2	<i>Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства г. Москвы №41-ПП от 22.01.2002 г. «О перспективах развития и правилах размещения средств наружной рекламы, информации и оформления города»</i>	78
	13.3	<i>Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества</i>	94
	13.4	<i>Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью</i>	97

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Темпы роста рынка парикмахерских услуг, тыс. руб., %

Диаграмма 2. Сетевые и несетевые объекты в г. Москве, %

Диаграмма 3. Наиболее востребованные услуги салонов красоты, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. . Средняя стоимость услуги в московских салонах разных классов

Таблица 2. Принципы деления салонов по классам

Таблица 3. Объем рынка 2007-2010 гг., тыс. руб.

Таблица 4. Объем рынка парикмахерских услуг, 2010, тыс. руб.



Таблица 5. Средние потребительские цены на отдельные виды услуг по г. Москве и РФ в ноябре 2008-2010г.г., руб.

Таблица 6. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 7. Распределение по полу потребителей индустрии красоты, %

Таблица 8. Распределение потребителей по возрасту, %

Таблица 9. Распределение потребителей по роду занятий, %

Таблица 10. Цены на конкретные позиции продукции

Таблица 11. План продаж на весь расчетный период, чел.

Таблица 12. Состав и стоимость основного оборудования

Таблица 13. Распределение площадей салона красоты бизнес класса

Таблица 14. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 15. План по доходам, руб. Часть I

Таблица 16. План по доходам, руб. Часть II

Таблица 17. Штатное расписание

Таблица 18. Затраты на открытие

Таблица 19. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

Таблица 20. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть I

Таблица 21. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть II

Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках. Часть I

Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках. Часть II

Таблица 24. Календарный план

## **СПИСОК СХЕМ**

Схема 1. Технологическая схема организации производства

Схема 2. Организационная структура

## **СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ**

Приложение 1. Приказ №346 «Об организации выдачи разрешений на применение медицинских технологий»

Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства г. Москвы №41-ПП от 22.01.2002 г. «О перспективах развития и правилах размещения средств наружной рекламы, информации и оформления города»



Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью



---

## **ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ**



## 2. ОПИСАНИЕ УСЛУГИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ УСЛУГИ

Первоначальным определением салона красоты было - «заведение, занимающееся косметическим обслуживанием мужчин и женщин. Салоны красоты занимаются в основном работой с лицами и телами людей».

Однако сейчас понятие «салон красоты» неразрывно связано и с парикмахерскими услугами, и с рядом услуг Spa, таким образом, его определение должно выглядеть несколько шире.

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ УСЛУГИ

Услуги, предоставляемые салонами красоты, можно разделить на три группы:

- Имиджевые
- Медицинские
- Расслабляющие

...

### СТОИМОСТЬ УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Можно выделить 4 группы салонов в зависимости от набора услуг, расценок, марок используемой косметики, местоположения и социального статуса клиентов.

...

Средняя стоимость услуги в столичных салонах разных классов составляет:

**ТАБЛИЦА 1. . СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ УСЛУГИ В МОСКОВСКИХ САЛОНАХ РАЗНЫХ КЛАССОВ**

Параметр	Эконом-класс	Бизнес-класс	Люкс	VIP

...



### **3. АНАЛИЗ РЫНКА**

#### **АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ**

##### **ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ**

Объем мирового рынка профессиональных парикмахерских услуг составляет \$... в год. В США и странах Европы, в отличие от России, основную долю рынка контролируют сети салонов красоты. Доля доходов сетевых салонов в США составляет более ...% от всех парикмахерских и салонов красоты. В Великобритании и Франции, согласно исследованиям Euromonitor, доля сетей чуть ниже - около ...%.

Российский рынок индустрии красоты изучен слабо, особенно в регионах. По официальным данным Росстата, у нас в стране работает от ... до ... зарегистрированных парикмахерских и салонов красоты.

...

##### **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ**

###### **ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА**

...

###### **ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА**

...

#### **ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ**

##### **ОБЪЕМЫ РЫНКА**

Ежегодно на поддержание своего внешнего вида только москвичи тратят огромные деньги - почти .... долларов.

...

##### **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА**

###### **СЕГМЕНТАЦИЯ ПО ТИПАМ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ**

...

##### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ**

Собственно парикмахерские услуги на сегодняшний день не слишком рентабельны. Любой хозяин салона красоты старается сделать так, чтобы каждый квадратный метр его заведения приносил максимальную



прибыль...

...

## **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

### **КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ ИГРОКАМИ РЫНКА**

В последнее время на Рынке красоты начала проявляться конкуренция, которой раньше не было. Причина этого кроется в активном развитии индустрии красоты - открываются новые салоны, студии и центры красоты...

...

### **ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ**

...

### **ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ. ПРОФИЛИ ИГРОКОВ**

В данном разделе рассматриваются профили следующих крупнейших сетей салонов красоты:

...

### **РЕЗЮМЕ**

...

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

### **ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Услугами парикмахерских и салонов красоты регулярно пользуются чуть более половины взрослых россиян.

...

### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ**

Большинство жителей города являются постоянными посетителями парикмахерских и ходят в них довольно регулярно: как правило раз в месяц или раз в два месяца...

...



## **4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

### **УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ**

Бизнес в сфере «индустрии красоты» выигрывает при сочетании качественного сервиса и уникального имиджа.

...

### **ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА**

Цена услуг салона красоты будет принята равной ценам конкурентов с учетом индивидуальных особенностей салона, например, места расположения и маркетинговой стратегии.

...

### **КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ**

Основной идеей рекламной компании должно стать точечное воздействие на целевую аудиторию потенциальных клиентов.

...













## **6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ**

### **ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ**

...



## **7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА**

### **ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА**

Ввиду небольшой численности персонала целесообразно применить следующую организационную структуру (см. схему № 2).

#### **СХЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА**

...



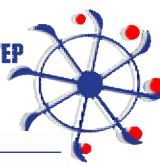




Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.

Окупаемость проекта наступает с ... месяца: совокупные доходы от деятельности за ... месяцев превышают совокупные расходы за этот период.

**СОСТАВ И ХАРАКТЕР ЗАТРАТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА  
(ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ)**



**Таблица 8. План движения денежных средств (CASH FLOW). Часть I**

Показатели	1 год					2 год				
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего









---

## **АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

### **ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

...

## 9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

### ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ:

...

Таблица 12. Календарный план

№ п/п	Наименование работ	Месяц					
		1	2	3	4	5, 6 ...	

...

## 10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Как предприятие, оказывающее бытовые услуги населению, салон должен отвечать требованиям, перечисленным в указанных актах:

...

### **НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ИЛИ РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА**

Для того чтобы открыть салон красоты в Москве, необходимы следующие документы:

...

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88