

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ ПАРИКМАХЕРСКОЙ ЭКОНОМ-КЛАССА

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:
май 2009 г.**

г. Москва



Содержание

Аннотация.....	5
<i>Цели бизнес-плана.....</i>	<i>5</i>
<i>Представленная информация</i>	<i>5</i>
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	<i>7</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем</i>	<i>8</i>
<i>Приложения</i>	<i>8</i>
Выдержки из Бизнес-плана	10
1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА.....	10
<i>Суть проекта</i>	<i>10</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>10</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>10</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг.....</i>	<i>10</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>11</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>11</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>11</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</i>	<i>11</i>
2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ	13
<i>Функциональное назначение услуг</i>	<i>13</i>
<i>Виды услуг</i>	<i>13</i>
<i>Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования</i>	<i>13</i>
<i>Требования к контролю качества</i>	<i>13</i>
<i>Возможности для дальнейшего развития услуг</i>	<i>13</i>
<i>Патентно-лицензионная защита услуг.....</i>	<i>13</i>
3. АНАЛИЗ РЫНКА.....	14
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	<i>14</i>

Ситуация на конец 2008 года	14
Перспективы развития Рынка в 2009 году	14
Факторы, влияющие на отрасль.....	14
Тенденции развития отрасли	15
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>15</i>
Объем рынка	15
Структура рынка	15
Ценообразование на рынке	16
Финансовая система работы.....	17
Распространённые системы скидок	17
<i>Конечные потребители.....</i>	<i>17</i>
Сегментация потребителей по их потребностям	17
Потенциальные потребители услуг.....	17
.....	17
<i>Конкурентный анализ.....</i>	<i>17</i>
Описание и анализ потенциальных конкурентов	17
.....	18
4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН.....	19
<i>Уникальное достоинство продукта, позиционирование</i>	<i>19</i>
<i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию</i>	<i>19</i>
<i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта</i>	<i>19</i>
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	<i>19</i>
5. ПЛАН СБЫТА ПРОДУКЦИИ.....	20
<i>Цены на конкретные позиции продукции</i>	<i>20</i>
<i>Организация сбыта, каналы сбыта</i>	<i>20</i>
<i>Скорость товарооборота</i>	<i>20</i>
<i>План продаж на весь расчетный период</i>	<i>20</i>
6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ.....	22
<i>Описание производственного процесса.....</i>	<i>22</i>
<i>Требования к поставщикам</i>	<i>22</i>
<i>Состав основного оборудования</i>	<i>22</i>
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	<i>23</i>

<i>Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции и оказании услуг</i>	24
<i>План производства продукции/оказания услуг на расчетный период</i> ..	24
<i>Функциональное решение</i>	25
Выбор и обоснование типа предприятия	25
Выбор и обоснование дополнительных сервисов	25
7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА	26
<i>Организационная структура предприятия</i>	26
<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	26
<i>Затраты на оплату труда</i>	26
8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	27
<i>Объем финансирования</i>	27
<i>Основные параметры финансовых расчетов</i>	27
<i>Анализ чувствительности к изменениям параметров финансовой части бизнес-плана</i>	28
<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	29
<i>Результаты расчетов</i>	31
9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	31
10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА	32
<i>План-график реализации проекта</i>	32
Фрагменты Финансовой модели	33

АННОТАЦИЯ

ЦЕЛИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Создание парикмахерской эконом-класса

ПРЕДСТАВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

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

Кол-во страниц: 86 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 5 диаграмм, 16 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	ОГЛАВЛЕНИЕ		2
2	РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА		6
	2.1	Суть проекта	6
	2.2	Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	6
	2.3	Расчетные сроки проекта	6
	2.4	Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг	6
	2.5	Стоимость проекта	7
	2.6	Источники финансирования проекта	7
	2.7	Выгоды и риски проекта	7
	2.8	Ключевые экономические показатели эффективности проекта	7
3	ОПИСАНИЕ УСЛУГ		9
	3.1	Функциональное назначение услуг	9
	3.2	Виды услуг	9
	3.3	Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования	9
	3.4	Требования к контролю качества	10
	3.5	Возможности для дальнейшего развития услуг	10
	3.6	Патентно-лицензионная защита услуг	11
4	АНАЛИЗ РЫНКА		12
	4.1	Анализ положения дел в отрасли	12
		4.1.1 Текущая ситуация в отрасли	12
		4.1.2 Ситуация на конец 2008 года	12
		4.1.3 Перспективы развития Рынка в 2009 году	13
		4.1.4 Факторы, влияющие на отрасль	15
		4.1.5 Тенденции развития отрасли	16
	4.2	Общие данные о рынке	18
		4.2.1 Объем рынка	18
		4.2.2 Структура рынка	19
		4.2.3 Ценообразование на рынке	25
		4.2.4 Финансовая система работы	26
		4.2.5 Распространённые системы скидок	26
	4.3	Конечные потребители	27
		4.3.1 Сегментация потребителей по их потребностям	27
		4.3.2 Потенциальные потребители услуг	28
		4.3.3 Выбор и обоснование целевого сегмента	29
		4.3.4 Потребительские предпочтения целевого сегмента потребителей	29
	4.4	Конкурентный анализ	31
		4.4.1 Описание и анализ потенциальных конкурентов	31
		4.4.2 Парикмахерская №1	31
		4.4.3 Выбор и обоснование уникального достоинства услуги	32
5	МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН		34
	5.1	Уникальное достоинство продукта, позиционирование	34
	5.2	Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию	35

	5.3	Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта	35
	5.4	Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы	36
6	ПЛАН СБЫТА ПРОДУКЦИИ		38
	6.1	Цены на конкретные позиции продукции	38
	6.2	Организация сбыта, каналы сбыта	38
	6.3	Скорость товарооборота	38
	6.4	План продаж на весь расчетный период	39
7	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ		41
	7.1	Описание производственного процесса	41
	7.2	Требования к поставщикам	41
	7.3	Состав основного оборудования	42
	7.4	Оценка и обоснование необходимых ресурсов	43
	7.5	Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции и оказании услуг	44
	7.6	План производства продукции/оказания услуг на расчетный период	45
	7.7	Функциональное решение	46
	7.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	46
	7.7.2	Выбор и обоснование дополнительных сервисов	47
8	ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА		48
	8.1	Организационная структура предприятия	48
	8.2	Специализация, количество и состав сотрудников	48
	8.3	Затраты на оплату труда	49
9	ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН		50
	9.1	Объем финансирования	50
	9.2	Основные параметры финансовых расчетов	51
	9.3	Анализ чувствительности к изменениям параметров финансовой части бизнес-плана	51
	9.4	Основные формы финансовых расчетов	52
	9.5	Результаты расчетов	55
10	НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		56
11	ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА		57
	11.1	План-график реализации проекта	57

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Объем Рынка салонов красоты/парикмахерских г. Москвы в 2003-2008г.г., млрд. долл.

Диаграмма 3. Долевое соотношение ценовых сегментов на рынке Москвы, в натуральном выражении

Диаграмма 4. Сетевые и несетевые объекты в г. Москве, %

Диаграмма 5. Наиболее востребованные услуги салонов красоты, 5

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Средняя стоимость услуги в московских салонах разных классов

Таблица 2. Принципы разделения салонов по классам

Таблица 3. Средние потребительские цены на отдельные виды услуг по г. Москве и РФ в 2008-2009г.г., руб.

Таблица 4. Цены на конкретные позиции продукции

Таблица 5. План загрузки парикмахерской в первые месяцы работы

Таблица 6. План продаж в натуральном выражении на расчетный период 3 года

Таблица 7. Состав основного оборудования парикмахерской

Таблица 8. Распределение площадей парикмахерской

Таблица 9. Постоянные и переменные затраты в месяц, USD

Таблица 10. План оказания услуг на расчетный период, USD

Таблица 11. Штатное расписание

Таблица 12. Расходы на открытие

Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках

Таблица 14. План движения денежных средств

Таблица 15. График окупаемости проекта, \$

Таблица 16. Календарный план

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Технологическая схема организации производства

Схема 2. Организационная структура парикмахерской

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. «Список документов, необходимых при сертификации парикмахерской»

Приложение 2. «Характеристики помещений для парикмахерских согласно СНиП»

Приложение 3. «Выдержки из общероссийского классификатора услуг населению, касающиеся услуг парикмахерских»

Приложение 4. «Порядок предоставления парикмахерских услуг»

Приложение 5. «Приложение 1 к Порядку предоставления парикмахерских услуг»

Приложение 6. Выдержки из Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью»

Приложение 7. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения»

Выдержки из Бизнес-плана

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Создание парикмахерской, ориентированной на представителей «нижнего сегмента среднего класса».

Необходимая площадь – 110 кв.м.

Время работы – с 10.00 до 20.00

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Краткосрочная цель: удовлетворение потребностей потребителей в парикмахерских услугах, получение постоянной прибыли.

Долгосрочная цель: развитие спектра дополнительных услуг, закрепление на рынке в среднеценовом сегменте

Расчетные сроки проекта

Расчетный срок проекта – 3 года.

Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

Теория «4P», основанная на четырёх основных понятиях маркетингового планирования:

- **Товар или услуга** – помимо услуг парикмахерской, потребителям будет представлен, ассортимент дополнительных услуг: косметические услуги, маникюр/педикюр
- **Цена** – предполагается использование лояльной для потребителей ценовой политики
- **Продвижение** - продвижение парикмахерской планируется за счет рекламной рассылки для жителей близлежащих домов.
- **Месторасположение** - планируется размещение парикмахерской в спальном районе города, также возможен вариант размещения на территории ТЦ.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций - \$

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Риски связаны с неудачным выбором места, провалом рекламной компании для привлечения первоначальной клиентской аудитории и позиционированием на рынке.

Выгоды. В случае удачного местоположения и позиционирования парикмахерской проект предполагает получение стабильно высоких прибылей и формирование постоянной клиентуры, в том числе из категории клиентов парикмахерских эконом класса и класса элит. Возможно закрепление на рынке, и в дальнейшем развитие сети подобных парикмахерских.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Период окупаемости – .. мес.
- Дисконтированный период окупаемости – ... мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта ... месяца - \$....
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта ... месяца IRR (год) –...% , IRR (месяц) –%

Данный Бизнес-план разработан с учётом влияния кризисных явлений и, как следствие, даёт возможность создания парикмахерской с хорошими перспективами развития.

Подготовленный специалистами нашей компании данный Бизнес-план **проверен ведущими экспертами рынка.**

Кроме того, к готовому бизнес-плану прилагается уже заполненная **Финансовая модель.** Данная Финмодель демонстрирует все произведённые расчеты и даёт **возможность изменять любые**

исходные параметры для каждой конкретной ситуации. Также она **позволяет корректировать бизнес-процессы** непосредственно во время создания данного бизнеса и его дальнейшего функционирования и развития.

2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ УСЛУГ

Предоставление имиджевых услуг парикмахерской, а также косметологических услуг населению.

Виды услуг

Салон предоставляет следующие виды услуг:

....

СТОИМОСТЬ УСЛУГ, ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Цена услуг принята равной средней цене услуг конкурентов в сегменте парикмахерских эконом-класса.

Цена на услуги парикмахерской зависит от:

- длины волос
- цены и качества используемых средств

Таблица 1. Средняя стоимость услуги в московских салонах разных классов

Параметр	Значение
Средняя стоимость услуги	
Средняя наценка на услуги	

Источник: MA Step by Step

ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА

..

Возможности для дальнейшего развития услуг

...

ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАЯ ЗАЩИТА УСЛУГ

....

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

...

СИТУАЦИЯ НА КОНЕЦ 2008 ГОДА

Нужно отметить, что даже в условиях финансового кризиса привлекательность данного бизнеса в ноябре-декабре 2008 года осталась достаточно высокой. Так, по словам руководителя комплекса имущественно-земельных отношений Москвы Владимира Силкина, **число желающих участвовать в аукционах на аренду площадей под салоны увеличилось**.¹

-

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА В 2009 ГОДУ

....

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

- В Россию (а в особенности в Москву) все в большей степени проникают западные тенденции, в соответствии с которыми принято (модно) выглядеть ухоженным и опрятным. Именно этот фактор является наиболее благоприятствующим развитию рынка.
- Невысокие выходные барьеры, делающие интересным и экономически выгодным инвестирование в открытие новых салонов красоты.

ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА

- Основным фактором, сдерживающим развитие Рынка, является **сложная экономическая ситуация, спровоцированная мировым финансовым кризисом.**

...

¹ http://www.newsalon.ru/news/0.php?show_art=701

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

....

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ РЫНКА

По данным «Росстат» в 2008г. в России было зарегистрировано около ... тыс.² парикмахерских и салонов красоты, при этом в Москве работают ... тыс. салонов красоты/парикмахерских.³ Таким образом, на долю Москвы приходится ...% Рынка в натуральном выражении.

Что касается объема рынка в **денежном выражении**, то в 2008г. он составил .. **млрд. долл.**

ДИАГРАММА 1. ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ/ПАРИКМАХЕРСКИХ Г. МОСКВЫ В 2003-2008Г.Г., МЛРД. ДОЛЛ.

....

Источник: материалы «Российской Бизнес-газеты»⁴, МА Step by Step, 2009г.

..

СТРУКТУРА РЫНКА

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

- Эконом-класс (сюда в основном и относятся парикмахерские с небольшим набором дополнительных услуг)
- Бизнес-класс
- Класса Люкс
- VIP-класс

...

² «Росстат», 2008г.

³ «Деловая пресса», 2008г.

⁴ <http://www.rg.ru/2005/06/07/krasota.html>

ТАБЛИЦА 2. ПРИНЦИПЫ РАЗДЕЛЕНИЯ САЛОНОВ ПО КЛАССАМ

Параметр	Эконом-класс	Бизнес-класс	VIP
Месторасположение			
Парковка			
Внешний вид здания			
Наружная (внешняя) реклама			
Интерьер			
Внешний вид сотрудников			
Уровень специалистов			
Сервис			
Загрузка предприятия*			
Специализация и характеристика			

* вычисляется в % к расчетно-максимальной

Источник: MA Step by Step

СЕТЕВЫЕ/НЕСЕТЕВЫЕ САЛОНЫ КРАСОТЫ

■ ...

КРУГЛОСУТОЧНЫЕ / НЕКРУГЛОСУТОЧНЫЕ САЛОНЫ КРАСОТЫ

...

СЕГМЕНТАЦИЯ ПО РАЗМЕРУ САЛОНА

...

СЕГМЕНТАЦИЯ ПО СПЕКТРУ УСЛУГ

...

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

...

ТАБЛИЦА 3. СРЕДНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЦЕНЫ НА ОТДЕЛЬНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ ПО Г. МОСКВЕ И РФ В 2008-2009г.г., РУБ.

Период	Стрижка модельная в женском зале, стрижка		Химическая завивка волос, услуга		Стрижка модельная в мужском зале, стрижка	
	РФ	г. Москва	РФ	г. Москва	РФ	г. Москва
янв.08						
фев.08						
мар.08						

Период	Стрижка модельная в женском зале, стрижка		Химическая завивка волос, услуга		Стрижка модельная в мужском зале, стрижка	
	РФ	г. Москва	РФ	г. Москва	РФ	г. Москва
апр.08						
май.08						
июн.08						
июл.08						
авг.08						
сен.08						
окт.08						
ноя.08						
дек.08						
январ.09						
февр.09						
мар.09						
апр.09						

Источник: Федеральная служба государственной статистики, 2009 г.

Исходя из приведенных выше данных, можно сказать, что уровень цен на указанные услуги в Москве значительно выше общероссийского.

ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА РАБОТЫ

...

РАСПРОСТРАНЁННЫЕ СИСТЕМЫ СКИДОК

...

КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ИХ ПОТРЕБНОСТЯМ

...

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТОВ

Большая часть парикмахерских эконом-класса расположены в спальных районах Москвы. Это не крупные парикмахерские, обслуживающие

потребителей определенного района. Поэтому конкуренция между ними довольно слаба. В большей степени эти парикмахерские конкурируют с салонами бизнес-класса, т.к. если потребители с доходом ниже среднего не могут позволить себе салон бизнес-класса, то потребители со средним доходом являются их частыми клиентами.

Сетевые салоны/парикмахерские в этом сегменте практически не представлены. Едва ли не единственным представителем является сеть «Парикмахерская №1».

....

...

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО ПРОДУКТА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

...

ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ

...

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ, ОБОСНОВАНИЕ ГАРАНТИЙ СБЫТА

...

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

..

5. ПЛАН СБЫТА ПРОДУКЦИИ

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ ПРОДУКЦИИ

..

Таблица 4. Цены на конкретные позиции продукции

Вид услуги	Цена, \$
Модельная стрижка (с мытьем, бальзамом, сушкой феном)	
Маникюр/педикюр	
Услуги косметолога	

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА, КАНАЛЫ СБЫТА

Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать непосредственно потребителям услуг, т.е. с помощью прямых каналов товародвижения.

СКОРОСТЬ ТОВАРООБОРОТА

Скорость товарооборота рассчитывается исходя из:

- Количество рабочих мест - ...
- Максимально возможное количество клиентов в день
 - Услуги парикмахерской – ...0 клиентов
 - Маникюр/педикюр – ... клиентов
 - Услуги косметолога – ...8 клиентов
- Уровень загрузки предприятия, при работе на полную мощность:
 - Услуги парикмахерской – ...%
 - Маникюр/педикюр – ..%
 - Услуги косметолога – ...%

Таким образом, при работе парикмахерской на полную мощность, количество посетителей составит ... чел/мес. или ...чел/день.

ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

....

ТАБЛИЦА 5. План загрузки парикмахерской в первые месяцы работы

Месяц	Стрижка		Маникюр/педикюр		Косметолог	
	% загрузки	Объем продаж	% загрузки	Объем продаж	% загрузки	Объем продаж
4						
5						
6						
7						
8						
9						
с 10						

Далее рассмотрим план продаж на весь расчетный период.

ТАБЛИЦА 6. План продаж в натуральном выражении на расчетный период 3 года

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

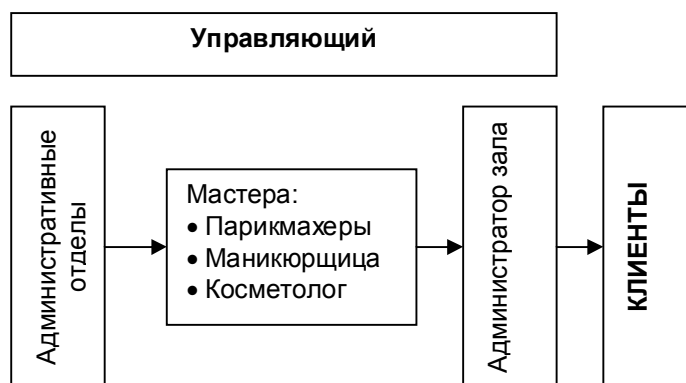
Ценовая категория	2 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

СХЕМА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА



...

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

...

СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

В данном разделе представлен состав основного оборудования, необходимого для начала работы парикмахерской.

ТАБЛИЦА 7. СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ ПАРИКМАХЕРСКОЙ

№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
Производственное оборудование				
1	Стерилизатор ультрафиолетового излучения для обработки инструментов			
2	Сушуар с креслом			
3	Аппарат «Климазон» (инфракрасное излучение и подогрев)			
4	Аппараты для специализированных косметических процедур			
5	Кассовый аппарат			
Итого				
Инвентарь				
1	Зеркало с освещением			
2	Стол с освещением для услуг маникюра			
3	Полка для инструментов			

№	Наименование	Кол-во	Цена USD	Сумма USD
4	Корзина для сбора грязного белья			
5	Тележка для инструментов и материалов			
6	Раковина с горячей и холодной водой			
7	Мойка с креслом (одна на 2 рабочих места)			
8	Инструменты			
9	Кресло для клиента мастера-парикмахера			
10	Специальное косметическое кресло			
11	Специальное кресло для педикюра			
12	Телефон			
Итого				
Установка сигнализаций				
1	Установка пожарной сигнализации			
2	Установка охранной сигнализации			
3	Установка системы видеонаблюдения			
Итого				

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Рекомендуемая общая площадь квадратных метров. Рекомендуемая площадь парикмахерского зала ... квадратных метров, кабинета маникюра и педикюра - 8 квадратных метров; кабинета косметолога – ... квадратных метров. Распределение площади залов и оставшегося пространства рекомендуется распределить следующим образом:

Таблица 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДЕЙ ПАРИКМАХЕРСКОЙ

Тип помещения	м. кв.
Парикмахерский зал (4 кресла)	
Кабинет маникюра и педикюра	
Кабинет косметолога	
Холл + гардероб	
Вспомогательные помещения (туалет, комната отдыха персонала, склад)	
кабинет управляющего и гл. бухгалтера	
Итого	

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ И ОКАЗАНИИ УСЛУГ

Во время реализации проекта к текущим затратам будут относиться следующие статьи затрат:

1. Постоянные затраты:
 - Фонд оплаты труда,
 - Затраты на рекламу и продвижение,
 - Затраты на коммуникации и инфраструктуру,
 - Отчисления в пенсионный фонд,
2. Переменные затраты:
 - Обновление материально-технической базы

Рассмотрим постоянные и переменные ежемесячные расходы

Таблица 9. Постоянные и переменные затраты в месяц, USD

№	Статья затрат	Сумма
Постоянные затраты		
1	Аренда	
2	ФОТ	
3	Пенсионный фонд	
4	Коммуникации, инфраструктура	
5	Канцелярские и хозяйственные товары	
6	Обслуживание системы сигнализации	
7	Реклама и продвижение	
8	Амортизация	
Итого постоянных затрат		
Переменные затраты		
10	Закупка товара/приобретение расходных материалов и сырья	
Всего затрат в мес.		

....

ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ/ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НА РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

После выхода проекта на полную мощность, планируется ежемесячно реализовывать продукции на сумму \$

Таблица 10. План оказания услуг на расчетный период, USD

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

Ценовая категория	2 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV
Стрижка				
Маникюр/педикюр				
Услуги косметолога				
Итого				

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ

...

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

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

СХЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПАРИКМАХЕРСКОЙ

....

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

....

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников детского сада будет насчитывать 16 человек, при этом ежемесячные затраты на оплату труда будут составлять \$10 206

ТАБЛИЦА 11. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

№ п/п	Должность	Кол-во	Зарплата, у.е.	Сумма, у.е.	ЕСН	Итого
1	Управляющий					
2	Главный бухгалтер					
3	Администратор зала					
4	Мастер-парикмахер					
5	Косметолог					
6	Маникюрша					
7	Уборщица					
	Итого					

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Общие расходы на открытие парикмахерской составят \$...., при этом наиболее затратными являются следующие статьи расходов:

- Ремонт и оборудование помещения
- Закупка инвентаря
- Аренда помещения

Таблица 12. Расходы на открытие

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1	Регистрация компании	
2	Формирование уставного капитала	
3	Ремонт с дизайн-проектом	
4	Производственное оборудование	
5	Установка пожарной сигнализации	
6	Установка охранной сигнализации	
7	Установка системы видеонаблюдения	
8	Инвентарь	
9	Аренда помещения до старта работы предприятия, 3 мес.	
10	Фонд оплаты труда до старта работы предприятия, 3 мес.	
11	Отчисления в пенсионный фонд	
12	Приобретение расходных материалов	
13	Внешнее оформление	
14	Реклама	
15	Форменная одежда персонала	
16	Прочие расходы	
Итого затрат на открытие		

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ

- Площадь парикмахерской – ... кв. м
- Арендная ставка - \$...за кв.м. в год
- Курс доллара США – ... руб.

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ К ИЗМЕНЕНИЯМ ПАРАМЕТРОВ ФИНАНСОВОЙ ЧАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНА

При **увеличении стоимости аренды на 1%** (... у.е.), основные показатели эффективности проекта изменятся:

-

При увеличении **фонда оплаты труда на 1%**, (... у.е.) основные показатели эффективности проекта изменятся:

-

Таким образом, проект наиболее чувствителен к изменению фонда оплаты труда.

ТАБЛИЦА 15. ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА, \$

Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
...					

РЕЗУЛЬТАТЫ РАСЧЕТОВ

- Срок окупаемости проекта
 - ... месяцев без учета дисконтирования
 - ...месяца с учетом дисконтирования
- Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ...месяца
- Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ...месяца

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

..

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

-

Порядок и длительность этапов отражены в календарном плане.

Таблица 16. Календарный план

	Наименование работ	Месяц				
		1	2	3	4	5, 6 ...
1		■	■			
2		■				
3		■				
4		■	■			
5			■			
6			■			
7			■	■		
8					■	■

ФРАГМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

R13C4																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	цена закупки цыпленка		6			Уолуга	Цена, у.е.	Доля в об								
2	цена продажи 1 кг мяса		2,35			Мясо пол	2	50%								
3	цена продажи 10 яиц		0,6			Субпродук	1,5	10%								
4	Цена 1 кг корма		0,15			Полуфаб	3	40%								
5	Привес на момент убоя кг		3,6			Итого, цен	2,35									
6	норма корма на 1 птицу в		0,2													
7	яйценоскость 1 птицы в го		150													
8																
9	производство кур (откорм)				производство яиц				производство цыплят							
10	Месяц	Производств	Набранный вес	Доход	Месяц	Закупка	Яйценоскость	ИТОГО	Месяц	колво	цена продажи	Итого	ОБЩИЕ ДОХОДЫ			
11	13				13	10 000	125 000	5 859	13	1 000	6 000	6 000	11 859			
12	14	140 000	504 000	1 184 400	14		125 000	5 859	14	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
13	15				15		125 000	5 859	15	1 000	6 000	6 000	11 859			
14	16	140 000	504 000	1 184 400	16		125 000	5 859	16	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
15	17				17		125 000	5 859	17	1 000	6 000	6 000	11 859			
16	18	140 000	504 000	1 184 400	18		125 000	5 859	18	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
17	19				19		125 000	5 859	19	1 000	6 000	6 000	11 859			
18	20	140 000	504 000	1 184 400	20		125 000	5 859	20	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
19	21				21		125 000	5 859	21	1 000	6 000	6 000	11 859			
20	22	140 000	504 000	1 184 400	22		125 000	5 859	22	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
21	23				23		125 000	5 859	23	1 000	6 000	6 000	11 859			
22	24	140 000	504 000	1 184 400	24		125 000	5 859	24	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
23	25				25		125 000	5 859	25	1 000	6 000	6 000	11 859			
24	26	140 000	504 000	1 184 400	26		125 000	5 859	26	1 000	6 000	6 000	1 196 259			

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1									
2	Свод доходы-расходы								
3	Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.		Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.	ЧДП нарастающим итогом, у.е.
19	16	177 235	242 352	15 628	260 604	65 117	531 704	49 489	280 604
20	17	177 235	242 352	15 628	330 093	65 117		49 489	330 093
21	18	177 235	242 352	15 628	379 583	65 117		49 489	379 583
22	19	177 235	242 352	15 628	429 072	65 117	531 704	49 489	429 072
23	20	177 235	242 352	15 628	478 561	65 117		49 489	478 561
24	21	177 235	242 352	15 628	528 050	65 117		49 489	528 050

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru)