|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план салона красоты (выпуск 6) (с финансовой моделью)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета | 19.09.2018 |
| Количество страниц | 75 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель БП:** Создание салона красоты в среднем ценовом сегменте.  Бизнес - план содержит следующие основные блоки:   1. Описание товара/услуги 2. Анализ рынка 3. Маркетинговый план 4. План продаж 5. Производственная часть 6. Организационно-управленческая структура 7. Финансовый план 8. Организационный план осуществления проекта 9. Нормативная информация   Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Создание салона красоты в среднем ценовом сегменте. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта **Краткосрочная цель:** …  **Долгосрочная цель:** …. Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (60 месяцев). Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции **Продукт** - ….  **Цена** - ….    **Сбыт** – ….  **Продвижение** – …. Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - …. руб. Источники финансирования проекта Собственные средства. Выгоды и риски проекта **Выгоды:**   * ….   **Риски:**   * …..  Ключевые экономические показатели эффективности проекта: ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **5** | | 3 | **Резюме проекта** | | | **6** | |  | 3.1 | *Суть проекта* | | *6* | |  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | | *6* | |  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | | *6* | |  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | | *6* | |  | 3.5 | *Стоимость проекта* | | *7* | |  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | | *7* | |  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | | *7* | |  | 3.8 | *Ключевые показатели эффективности проекта* | | *7* | | 4 | **Анализ рынка** | | | **10** | |  | 4.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | | *10* | |  |  | 4.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 10 | |  |  | 4.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 11 | |  | 4.2 | *Общие данные о рынке* | | *11* | |  |  | 4.2.1 | Объем темпы роста Рынка | 11 | |  |  | 4.2.2 | Сегментация рынка | 13 | |  | 4.3 | *Ценообразование на рынке* | | *16* | |  | 4.4 | *Конкурентный анализ* | | *19* | |  |  | 4.4.1 | Количественная и качественная характеристика | 20 | |  |  | 4.4.2 | Тенденции основных игроков Рынка | 23 | |  |  | 4.4.3 | Анализ политики продвижения | 23 | |  | 4.5 | *Анализ потребителей* | | *24* | |  |  | 4.5.1 | Описание потребителей | 24 | |  |  | 4.5.2 | Потребительские предпочтения | 25 | | 5 | **Описание услуги** | | | **28** | |  | 5.1 | *Основные определения и описание услуги* | | *28* | |  | 5.2 | *Сегментация товара/услуги* | | *28* | |  | 5.3 | *Перспективы развития товара/услуги* | | *29* | | 6 | **Маркетинговый план** | | | **30** | |  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | | *30* | |  | 6.2 | *Ценовая политика* | | *31* | |  | 6.3 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | | *32* | | 7 | **План продаж** | | | **34** | |  | 7.1 | *Цены на услуги* | | *34* | |  | 7.2 | *Организация сбыта* | | *36* | |  | 7.3 | *Условия оплаты* | | *36* | |  | 7.4 | *План продаж на расчетный период* | | *37* | | 8 | **Производственная часть** | | | **39** | |  | 8.1 | *Описание производственного процесса* | | *39* | |  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | | *39* | |  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | | *40* | |  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 42 | |  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | | *42* | |  |  | 8.4.1 | Нематериальные активы | 42 | |  | 8.5 | *Оценка затрат* | | *43* | |  | 8.6 | *Оценка доходов* | | *45* | | 9 | **Организационно-управленческая структура** | | | **48** | |  | 9.1 | *Функциональное решение* | | *48* | |  |  | 9.1.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 48 | |  |  | 9.1.2 | Система налогообложения | 48 | |  | 9.2 | *Организационная структура* | | *49* | |  | 9.3 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | | *50* | |  | 9.4 | *Затраты на оплату труда* | | *51* | | 10 | **Финансовый план** | | | **54** | |  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | | *54* | |  | 10.2 | *Объем финансирования* | | *54* | |  | 10.3 | *Основные формы финансовых расчетов* | | *56* | |  | 10.4 | *Основные формы бухгалтерской отчетности* | | *59* | |  |  | 10.4.1 | Отчет о прибылях и убытках | 59 | |  |  | 10.4.2 | Отчет о движении денежных средств | 61 | |  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | | *65* | | 11 | **Организационный план осуществления проекта** | | | **67** | |  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | | *67* | | 12 | **Нормативная информация** | | | **68** | |  | 12.1 | *Нормативные акты* | | *68* | |  | 12.2 | *Необходимые документы или разрешения для выполнения проекта* | | *69* | | 13 | **Использованные источники** | | | **70** | | 14 | **Список приложений** | | | **72** | |  | 14.1 | *Приложение 1. Закон о правах потребителя в салоне красоты* | | *72* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Объем Рынка в натуральном выражении в 2013-20175 гг., млн. шт.  Диаграмма 2. Объем Рынка в денежном выражении в 2013-2017 гг., млрд. рублей  Диаграмма 3. Соотношение посетителей салонов красоты по половому признаку,%  Диаграмма 4. Основные качества мастера салона красоты, важные для респондентов, %  Диаграмма 5. Важность месторасположения салона красоты, %  Диаграмма 6. Доходы и расходы по проекту  Таблица 1. Показатели эффективности проекта  Таблица 2. Темпы роста рынка салонов красоты, %  Таблица 3. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам  Таблица 4. Стоимость услуг, руб.  Таблица 5. Расчет спроса на услуги  Таблица 6. План продаж, 1-3 год проекта, количество покупателей услуги  Таблица 7. План продаж, 4-5 годы проекта, количество покупателей услуги  Таблица 8. Состав и стоимость основного оборудования, руб.  Таблица 9. Состав и стоимость нематериальных активов, руб.  Таблица 10. Управленческие расходы, руб.  Таблица 11. Коммерческие расходы, руб.  Таблица 12. Прочие расходы, руб.  Таблица 13. Единовременные затраты, руб.  Таблица 14. План по доходам на первый год проекта, руб.  Таблица 15. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб  Таблица 16. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 17. Штатное расписание  Таблица 18. Численность безработных, тыс. человек  Таблица 19. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, рублей  Таблица 20. Инвестиционная стоимость проекта  Таблица 21. Затраты на открытие: инвестиционные затраты  Таблица 22. Затраты на открытие: операционные издержки до выхода на безубыточность, руб.  Таблица 23. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.  Таблица 24. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.  Таблица 25. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), тыс. руб.  Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.  Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 28.Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 29. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.  Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 32. Показатели эффективности проекта  Таблица 33. Анализ чувствительности проекта  Таблица 34. План-график реализации проекта  Таблица 35. Сроки для удовлетворения требований посетителей салонов красоты  Схема 1. Технологическая схема организации производства  Схема 2. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП салона красоты\_2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**