****

**г. Москва**

типовой Бизнес-план

открытия салона красоты

2020

ДЕМОВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:**

**июль 2020 г.**

**г. Москва**

# Аннотация

**Цель БП:** Создание салона красоты на 5 рабочих мест площадью 50 кв.м.

**Время работы –** с понедельника по пятницу с 09:00 до 21:00, в субботу и воскресение с 10:00 до 19:00. Выходные - только праздничные дни, без перерыва на обед.

**Бизнес - план содержит следующие основные блоки:**

* Описание товара/услуги
* Анализ рынка
* Маркетинговый план
* План продаж
* Производственная часть
* Организационно-управленческая структура
* Финансовый план
* Организационный план осуществления проекта
* Нормативная информация

**Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.**

**География работы: Российская Федерация.**

**Время написания работы: июль 2020г.**

**Кол-во страниц: 84 стр.**

**Язык отчета: русский**

**Документ содержит: 14 диаграмм, 37 таблиц, 5 схем**

## Полное содержание отчета

* 1. Введение 6
	2. 1. Резюме проекта 7
	3. Суть проекта 7
	4. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта 7
	5. Расчетные сроки проекта 7
	6. Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции 7
	7. Стоимость проекта 8
	8. Источники финансирования проекта 8
	9. Выгоды и риски проекта 8
	10. Ключевые экономические показатели эффективности проекта 8
	11. 2. Описание услуги 9
	12. Определение услуги 9
	13. Сегментация услуги 9
	14. Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования 9
	15. Перспективы развития услуги 11
	16. Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг 12
	17. 3. Анализ рынка 14
	18. Анализ положения дел в отрасли. Сфера платных бытовых услуг населению 14
	19. Общие данные о рынке 19
	20. Динамика развития рынка. Объем и темпы роста 19
	21. Объем рынка в разрезе регионов 20
	22. Сезонность на рынке 21
	23. Количество игроков рынка 22
	24. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по технологическому признаку 24
	25. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по месту проведения работ 25
	26. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по уровню обслуживания клиентов 25
	27. Сегментирование объектов рынка по широте оказания косметологических услуг 26
	28. Сегментирование по формату услуг 26
	29. Сегментирование заведений по времени работы 27
	30. Конкурентный анализ 28
	31. Основные игроки рынка 28
	32. Описание профилей компаний 29
	33. Чио Чио 29
	34. ЦирюльникЪ 30
	35. Точка красоты 32
	36. Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками 38
	37. Анализ потребителей 40
	38. Потребительские предпочтения 40
	39. Потребительские мотивации и поведение при покупке 43
	40. 4. Маркетинговый план 44
	41. Уникальные достоинства, позиционирование 44
	42. Ценовая политика 44
	43. Порядок оказания услуг 45
	44. Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы 45
	45. 5. План продаж 47
	46. Цены на конкретные позиции продукции 47
	47. Организация сбыта, каналы сбыта 47
	48. План продаж на весь расчетный период 47
	49. 6. Производственная часть 50
	50. Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги 50
	51. Требования к поставщикам продукции салонов красоты 50
	52. Состав и стоимость оборудования 51
	53. Оценка и обоснование необходимых ресурсов 51
	54. Оценка затрат 52
	55. План по затратам 54
	56. Оценка доходов 57
	57. 6.1. Функциональное решение 59
	58. Выбор и обоснование типа предприятия 59
	59. 7. Организационно-управленческая структура 60
	60. Специализация, количество и состав сотрудников 60
	61. Затраты на оплату труда 60
	62. 8. Финансовый план 61
	63. Основные параметры расчетов 61
	64. Объем финансирования 61
	65. Основные формы финансовых расчетов 62
	66. Основные формы бухгалтерской отчетности 64
	67. Отчет о прибылях и убытках 64
	68. Отчет о движении денежных средств 68
	69. Анализ чувствительности 73
	70. Организационный план осуществления проекта 74
	71. План-график реализации проекта 74
	72. 10. Нормативная информация 75
	73. Нормативная база 75
	74. Приложения 77
	75. Приложение 1. Выдержки из Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» 77
	76. Приложение 2. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения» 79

## Список диаграмм

* 1. Диаграмма 1. Динамика и прирост объема платных бытовых услуг населению в РФ в денежном выражении в 2010 - 2020(4 мес.) гг., млрд. руб. и %
	2. Диаграмма 2. Структура отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по регионам РФ в 2019 году, млн. руб.
	3. Диаграмма 3. Структура российской отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по типам обслуживания в 2019 году, %
	4. Диаграмма 4. Структура российской отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по федеральным округам в 2019 году, %
	5. Диаграмма 5. Динамика объема услуг парикмахерских в РФ, 2011 – 2020 (4 мес.) гг., млрд. руб. и %
	6. Диаграмма 6. Объем услуг парикмахерских по федеральным округам РФ, 2019г., %
	7. Диаграмма 7. Сезонность рынка. Динамика объема услуг парикмахерских в РФ помесячно, 2018 – 2020гг., линейный тренд, млрд. руб.
	8. Диаграмма 8. Соотношение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на рынке
	9. Диаграмма 9. ТОП-10 сетей салонов красоты по количеству точек, 2018 – 2020 гг.
	10. Диаграмма 10. Наиболее востребованные среди потребителей услуги салона красоты, %
	11. Диаграмма 11. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты, %
	12. Диаграмма 12. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты, %
	13. Диаграмма 13. Ответы респондентов на вопрос «На что вы ориентируетесь при выборе нового салона красоты?», %
	14. Диаграмма 14. Доходы и расходы по проекту

## Список таблиц

1. Таблица 1. Ключевые показатели проекта
2. Таблица 2. Пакет документов для открытия салона красоты для ИП и ООО
3. Таблица 3. Объем платных бытовых услуг населению в РФ в денежном выражении в 2010 - 2020(I кв.) гг., млн. руб.
4. Таблица 4. Соотношение малых и микропредприятий в категориях юридических лиц и ИП на рынке, ед. и %
5. Таблица 5. Выручка и чистая прибыль ООО «Точка», 2014-2018 год, тыс. руб.
6. Таблица 6. Сравнительная характеристика основных игроков рынка (часть 1)
7. Таблица 7. Сравнительная характеристика основных игроков рынка (часть 2)
8. Таблица 8. Цены на конкретные позиции услуг
9. Таблица 9. План продаж на весь расчетный период, 1-3 год, единиц услуг
10. Таблица 10. План продаж на весь расчетный период, 4-5 год, единиц услуг
11. Таблица 11. Состав и стоимость основного оборудования
12. Таблица 12. Распределение площадей салона
13. Таблица 13. Управленческие расходы, руб.
14. Таблица 14. Коммерческие расходы, руб.
15. Таблица 15. Прочие расходы, руб.
16. Таблица 16. План по расходам на первый год проекта, руб.
17. Таблица 17. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.
18. Таблица 18. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.
19. Таблица 19. План по доходам на первый год проекта, руб.
20. Таблица 20. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.
21. Таблица 21. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.
22. Таблица 22. Штатное расписание
23. Таблица 23. Инвестиционные затраты
24. Таблица 24. Затраты до выхода на безубыточность
25. Таблица 25. Расчет итоговой стоимости проекта
26. Таблица 26. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.
27. Таблица 27. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.
28. Таблица 28. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), тыс. руб.
29. Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.
30. Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.
31. Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.
32. Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.
33. Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.
34. Таблица 34. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.
35. Таблица 35. Показатели эффективности проекта
36. Таблица 36. Анализ чувствительности проекта
37. Таблица 37. График реализации проекта

## Список схем

1. Схема 1. Уникальные особенности услуг салонов красоты
2. Схема 2. Факторы выбора салона красоты
3. Схема 3. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по технологическому признаку
4. Схема 4. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по месту проведения работ
5. Схема 5. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по уровню обслуживания клиентов

Выдержки из исследования

## 1. Резюме проекта

## Суть проекта

Создание салона красоты на 4 места парикмахера и 1 место косметолога.

**Время работы** – с понедельника по пятницу с 09:00 до 21:00, в субботу и воскресение с 10:00 до 19:00. Выходные - только праздничные дни, без перерыва на обед.

## Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

**Краткосрочная цель:** выход на рынок салонов красоты, обеспечение приемлемой для окупаемости доли потребителей, создание узнаваемого имени, качественное оказание услуг, получение прибыли.

**Долгосрочная цель:** создание сети салонов красоты.

## Расчетные сроки проекта

Расчетный срок проекта – 5 лет (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:** В случае удачного местоположения и позиционирования салона проект предполагает получение стабильно высоких прибылей и формирование постоянной клиентуры. Возможно закрепление на рынке, и в дельнейшем развитие сети подобных салонов.

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

## Ключевые экономические показатели эффективности проекта

#### Таблица 1. Ключевые показатели проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| **IRR год** | 154,64% |
| **IRR квартал** | 26,32% |
| **NPV** | 17 066 279р. |
| **Индекс доходности (PI)** | 41,11 |
| **Точка безубыточности, квартал** | 4 |
| **Срок окупаемости, квартал** | 7 |
| **Выход на эффективность, квартал** | 7 |

# 2. Описание услуги

## Определение услуги

Предоставление имиджевых услуг салона красоты населению.

## Сегментация услуги

Салон предоставляет следующие виды услуг:

……………….

Ассортимент услуг может быть расширен.

## Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования

В настоящее время, когда конкуренция в парикмахерском бизнесе усиливается, многие салоны красоты и парикмахерские осознают необходимость маркетингового подхода к механизму ценообразования парикмахерских услуг.

Ценообразование является одним из важных элементов управления парикмахерским салоном, при этом парикмахерские услуги принципиально отличаются от любых товаров.

#### Схема 1. Уникальные особенности услуг салонов красоты

Парикмахерские услуги, в отличие от любого товара, неосязаемы. Поэтому, ……………….

В оценке потребительской ценности парикмахерской услуги клиенты обращают внимание на многие факторы, основными из которых являются:

#### Схема 2. Факторы выбора салона красоты

#### *Источник: «Основы управления малым бизнесом в сфере парикмахерских услуг» Мысин А.А.*

Цены в салонах красоты также зависят от:

……………….……………….

##

## Перспективы развития услуги

При успешном развитии бизнеса возможно дальнейшее его расширение путем увеличения набора услуг и продукции салона.

……………….

……………….

……………….

……………….

##

## Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг

В отношении косметических, парикмахерских, массажных услуг законодатель не устанавливает жестких организационных ограничений. Владельцем бьюти-салона может быть как ИП, так и хозяйственное общество. ……………….

#### Таблица 2. Пакет документов для открытия салона красоты для ИП и ООО

# 3. Анализ рынка

## Анализ положения дел в отрасли. Сфера платных бытовых услуг населению

**Платные услуги населению** представляют из себя ……………….

#### Диаграмма 1. Динамика и прирост объема платных бытовых услуг населению в РФ в денежном выражении в 2010 - 2020(4 мес.) гг., млрд. руб. и %

Наиболее высокий показатель прироста наблюдался в ……………….

#### Таблица 3. Объем платных бытовых услуг населению в РФ в денежном выражении в 2010 - 2020(I кв.) гг., млн. руб.

#### Диаграмма 2. Структура отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по регионам РФ в 2019 году, млн. руб.

#### Диаграмма 3. Структура российской отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по типам обслуживания в 2019 году, %

Доля сегмента «Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования» составила …………….

Основная доля платных бытовых услуг в России в 2019 году пришлась на …………………..

#### Диаграмма 4. Структура российской отрасли платных бытовых услуг населению в денежном выражении по федеральным округам в 2019 году, %

Доля Дальневосточного федерального округа России составила ……….%.

## Общие данные о рынке

## Динамика развития рынка. Объем и темпы роста

Статистические органы предоставляют информацию по виду деятельности «Услуги парикмахерских», таким образом, аналитики допускают, что объем рынка салонов красоты несколько больше приводимого здесь показателя.

Прирост показателя по итогам 2018 года составил ………………..

#### Диаграмма 5. Динамика объема услуг парикмахерских в РФ, 2011 – 2020 (4 мес.) гг., млрд. руб. и %

Ожидаемый показатель по итогам 2020 года оценивается аналитиками величиной …………………..

### Объем рынка в разрезе регионов

Основными регионами потребления услуг салонов красоты и парикмахерских являются Центральный ………………..

#### Диаграмма 6. Объем услуг парикмахерских по федеральным округам РФ, 2019г., %

## Сезонность на рынке

Оценим наличие сезонного фактора на основании данных об объеме услуг парикмахерскими, оказываемых помесячно, на основании данных 2018 – 2020 гг.

Очевидно наличие двух сезонных всплесков продаж: в июле и декабре.

При этом в июле объем услуг парикмахерских возрастает на 20% относительно начала года (января), а в декабре он возрастает на 25% относительно января.

#### Диаграмма 7. Сезонность рынка. Динамика объема услуг парикмахерских в РФ помесячно, 2018 – 2020гг., линейный тренд, млрд. руб.

Скорее всего июльский всплеск обусловлен …………………..

## Количество игроков рынка

На момент написания отчета ФНС РФ располагает сведениями о порядка ……. тыс. юридических лиц и ИП, предоставляющих услуги по ОКВЭД **………………………………….**

#### Диаграмма 8. Соотношение юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на рынке

Следует привести статистику по числу малых и микропредприятий на рынке на июнь 2020г.

#### Таблица 4. Соотношение малых и микропредприятий в категориях юридических лиц и ИП на рынке, ед. и %

##

## Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по технологическому признаку

#### Схема 3. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по технологическому признаку

*Примечание:: ……………..*

## Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по месту проведения работ

………..

#### Схема 4. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по месту проведения работ

## Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по уровню обслуживания клиентов

#### Схема 5. Классификация услуг парикмахерских и салонов красоты по уровню обслуживания клиентов

## Сегментирование объектов рынка по широте оказания косметологических услуг

Дополнительно можно провести следующее деление объектов:

* ……………………………….

## Сегментирование по формату услуг

…………………………….

Базовые услуги являются обязательными для поддержания хорошего, аккуратного внешнего вида человека. Услуги «роскоши» являются необязательными, и именно они становятся менее востребованными в кризисный период, когда у большинства населений сокращается уровень дохода.

## Сегментирование заведений по времени работы

* ……………………………….

## Конкурентный анализ

## Основные игроки рынка

Рынок салонов красоты России является неконсолидированным. Несмотря на присутствие на нем сетевых игроков, большая часть салонов красоты и парикмахерских – одиночные объекты.

Приведем рейтинг основных сетевых салонов красоты России. ……………………………….

#### Диаграмма 9. ТОП-10 сетей салонов красоты по количеству точек, 2018 – 2020 гг.

### Описание профилей компаний

### Чио Чио

#### Описание

…………………….

#### Регистрационные данные

…………………….

#### Услуги

…………………….

#### Особенности

…………………….

### ЦирюльникЪ

#### Описание

…………………….

#### Регистрационные данные

* …………………….

#### Услуги

…………………….

#### Особенности

…………………….

### Точка красоты

#### Описание

…………………….

#### Регистрационные данные

* …………………….

#### Экономические и финансовые показатели

…………………….

#### Таблица 5. Выручка и чистая прибыль ООО «Точка», 2014-2018 год, тыс. руб.

#### Услуги

…………………….

#### Преимущества

…………………….

#### Таблица 6. Сравнительная характеристика основных игроков рынка (часть 1)

| **Сеть** | **Год откры-тия сети** | **Размер сети** | **Услуги** | **Опорные цены** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| «ЧИО ЧИО» |  |  |  |  |
| «ЦирюльникЪ» |  |  |  |  |
| «Точка красоты» |  |  |  |  |

#### Таблица 7. Сравнительная характеристика основных игроков рынка (часть 2)

| **Сеть** | **Достоинства** | **Показатели франшизы** |
| --- | --- | --- |
| «ЧИО ЧИО» |  |  |
| «ЦирюльникЪ» |  |  |
| «Точка красоты» |  |  |

*Источник: ГК Step by Step на основе сайтов компаний*

## Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками

Выделены следующие тенденции в конкуренции между игроками рынка:

………………………………………….

# Анализ потребителей

## Потребительские предпочтения

В рамках написания отчета аналитики ГК Step by Step провели онлайн-опрос потребителей салонов красоты. В опросе приняли участие 202 человека (73% женщин, 23% мужчин) относительно того, какими услугами они обычно пользуются в салоне красоты. Результаты приведены на ниже.

#### Диаграмма 10. Наиболее востребованные среди потребителей услуги салона красоты, %

Наиболее востребованной для потребителей услугой является стрижка – так ответили …………………..

Согласно данным опроса также были выявлены опорные показатели посещения салонов красоты:

#### Диаграмма 11. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты, %

Большая часть потребителей (… респондентов) посещают салон красоты один раз в месяц, ………………………..

Приведем также данные по факторам, на основании которых респонденты выбирают салон красоты.

#### Диаграмма 12. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты, %

Наиболее важным критерием выбора салона для потребителей является высокий уровень профессионального мастерства сотрудников – так ответили ……………………………….

Также получено распределение ответов на вопрос, на что потребители ориентируются при выборе салона красоты.

#### Диаграмма 13. Ответы респондентов на вопрос «На что вы ориентируетесь при выборе нового салона красоты?», %

В первую очередь потребители при выборе салона красоты прислушиваются к советам друзей и знакомых, а также ориентируются на личное впечатление от салона ……………………..

## Потребительские мотивации и поведение при покупке

Основными мотивациями посещения салонов красоты являются:

………………………

# 4. Маркетинговый план

## Уникальные достоинства, позиционирование

………………………

………………………

………………………

………………………

## Ценовая политика

………………………

………………………

………………………

## Порядок оказания услуг

Продажа услуг будет осуществляться непосредственно конечному потребителю.

Осуществление продажи услуг гарантируется следующими факторами:

………………………

………………………

………………………

………………………

## Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы

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

………………………

………………………

………………………

………………………

# 5. План продаж

## Цены на конкретные позиции продукции

#### Таблица 8. Цены на конкретные позиции услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Товар или услуга** | **Стоимость** |
| 1 | Стрижка женская |  |
| 2 | Стрижка мужская |  |
| 3 | Стрижка для пенсионеров |  |
| 4 | Стрижка детская |  |
| 5 | Окрашивание |  |
| 6 | Мелирование |  |
| 7 | Химическая завивка |  |
| 8 | Укладка |  |
| 9 | Маникюр |  |
| 10 | Педикюр |  |

## Организация сбыта, каналы сбыта

………………………

………………………

………………………

## План продаж на весь расчетный период

………………………

………………………

………………………

####  Таблица 9. План продаж на весь расчетный период, 1-3 год, единиц услуг

#### Таблица 10. План продаж на весь расчетный период, 4-5 год, единиц услуг

# 6. Производственная часть

## Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги

………………………

………………………

## Требования к поставщикам продукции салонов красоты

………………………

………………………

………………………

………………………

## Состав и стоимость оборудования

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

**Стоимость основного оборудования составляет …….. рублей.**

#### Таблица 11. Состав и стоимость основного оборудования

Финансовая модель предоставляет возможность добавления типов и стоимости оборудования для осуществления расчетов.

## Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Рекомендуемая общая площадь ………………………………………………. (холл), санузел и зону для работающего персонала.

#### Таблица 12. Распределение площадей парикмахерской

## Оценка затрат

**Основные затраты разделены на 3 категории:**

* управленческие расходы;
* коммерческие расходы;
* прочие расходы.

**Управленческие расходы** – это затраты на управление организацией, не связанные непосредственно с производственным процессом.

#### Таблица 13. Управленческие расходы, руб.

Основную статью управленческих затрат составляет аренда помещения.

**Коммерческие расходы** – это затраты, связанные с продажей продукции, товаров, работ, услуг.

#### Таблица 14. Коммерческие расходы, руб.

К **прочим расходам** были отнесены расходы, не относящиеся ни к коммерческим, ни к управленческим. В них включены:

* единовременные траты на старте проекта (закупка расходных материалов);
* затраты на электроэнергию;
* затраты на создание интернет-сайта и его поддержку.

#### Таблица 15. Прочие расходы, руб.

Непредвиденные расходы рассчитываются как 5% от всех расходов.

Для оценки затрат на один квартал проекта приведем общую сумму затрат - **……… руб.**

…………………..

### План по затратам

Рассмотрим все перечисленные затраты в течение всего расчетного периода.

#### Таблица 16. План по расходам на первый год проекта, руб.

#### Таблица 17. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.

#### Таблица 18. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.

## Оценка доходов

Оценка доходов будет происходить без учета НДС.

#### Таблица 19. План по доходам на первый год проекта, руб.

#### Таблица 20. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.

#### Таблица 21. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.

## 6.1. Функциональное решение

### Выбор и обоснование типа предприятия

В качестве организационно-правовой формы для салона рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

…………………………………………………………………………….

# 7. Организационно-управленческая структура

## Специализация, количество и состав сотрудников

Подбор персонала планируется осуществлять перед началом оказания услуг салоном с учетом следующих требований:

………………………………..

Мастера работают по графику 2 дня через 2 дня, по 4 человека в смену, мастер по маникюру работает 5 дней в неделю, с двумя «плавающими» выходными.

Также в салоне работают 2 администратора (посменно 2 дня через 2) и уборщица.

## Затраты на оплату труда

Штат сотрудников насчитывает человек. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять **….. тыс. руб.** в месяц (ФОТ), отчисления в пенсионный фонд составят **….. тыс. руб**. в месяц.

#### Таблица 22. Штатное расписание

| **Должность** | **Кол-во** | **З.п., руб.** | **Сумма, руб.** | **ЕСН** | **Итого** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Мастер |  |  |  |  |  |
| Мастер по маникюру, педикюру |  |  |  |  |  |
| Администратор |  |  |  |  |  |
| Уборщица |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  | **380 000** | **114 000** | **473 000** |

Таким образом, ФОТ с ЕСН составит **……. руб.** в месяц.

Финансовая модель бизнес-плана позволяет варьировать должности, заработные платы и количество специалистов салона.

# 8. Финансовый план

## Основные параметры расчетов

* Ставка налога на прибыль – 15% (УСН 15%)
* Ставка ЕСН – 30%
* Норма дисконтирования (годовая) – 7%
* Годовой показатель инфляции – 5%

## Объем финансирования

Для создания парикмахерской необходимы средства на аренду помещений, их ремонт и оснащение, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

Затраты до выхода на безубыточность составят **………… руб**.Данная сумма складывается из затрат на открытие и покрытие операционных издержек в первые месяцы работы. Затраты на открытие состоят, в свою очередь, из инвестиционных затрат (покупка оборудования и инвентаря, ремонт и оснащение помещений, и др.) и операционных затрат до начала продаж (1 месяц реализации проекта). Полный перечень затрат приведен в таблице.

#### Таблица 23. Инвестиционные затраты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Статья затрат** | **Затраты, руб.** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
|  |  |

#### Таблица 24. Затраты до выхода на безубыточность

| **№** | **Статья** | **Затраты, руб.** |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |
|  |  |

#### Таблица 25. Расчет итоговой стоимости проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Статья** | **Сумма, руб.** |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
|  |  |

## [Основные формы финансовых расчетов](#_Toc247949336)

Приведем результаты основных расчетов.

#### Таблица 26. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.

#### Таблица 27. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.

#### Таблица 28. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), тыс. руб.

Представим данные по доходам и расходам на графике.

#### Диаграмма 14. Доходы и расходы по проекту

##

## Основные формы бухгалтерской отчетности

### Отчет о прибылях и убытках

Отчет о прибылях и убытках является стандартной формой бухгалтерской отчетности по РСБУ. Приведем данные отчета по каждому кварталу проекта.

#### Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.

#### Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.

#### Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.

### Отчет о движении денежных средств

Отчет о движении денежных средств также является стандартной формой бухгалтерской отчетности по РСБУ. Аналогично приведем данные отчета в разбивке по каждому кварталу.

#### Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.

#### Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.

#### Таблица 34. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.

## Анализ чувствительности

Приведем основные показатели эффективности проекта.

#### Таблица 35. Показатели эффективности проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| **IRR год** |  |
| **IRR квартал** |  |
| **NPV** |  |
| **Индекс доходности (PI)** |  |
| **Точка безубыточности, квартал** |  |
| **Срок окупаемости, квартал** |  |
| **Выход на эффективность, квартал** |  |

Обозначим изменения показателей эффективности проекта в зависимости от изменения основных параметров проекта. В качестве основных параметров проекта были выделены:

……………………………………………………………..

……………………………………………………………..

……………………………………………………………..

……………………………………………………………..

#### Таблица 36. Анализ чувствительности проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **Снижение цены на 1%** | **Увеличение заработной платы на 1%** | **Увеличение стоимости НА и ОС на 1%** |
| **IRR год** |  |  |  |
| **IRR квартал** |  |  |  |
| **NPV** |  |  |  |
| **Индекс доходности (PI)** |  |  |  |
| **Точка безубыточности, квартал** |  |  |  |
| **Срок окупаемости, квартал** |  |  |  |
| **Выход на эффективность, квартал** |  |  |  |

Таким образом, проект более чувствителен к ……………………………………………………………..

# Организационный план осуществления проекта

## План-график реализации проекта

#### Таблица 37. График реализации проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап работ** | **1 год проекта** |
| **I** | **II** | **III** | **IV** |
| Регистрация компании |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Аренда помещения |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Ремонт помещения |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Приобретение и монтаж оборудования, организация охраны |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Подбор персонала |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Создание сайта |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Техническая поддержка, продвижение и оптимизация сайта |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Маркетинг и рекламная кампания |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Работа компании |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

# 10. Нормативная информация

## Нормативная база

……………………………………………………………..

# Список приложений

……………………………………………………………..

**По поводу приобретения готовых аналитических отчетов и бизнес-планов ГК Step by Step обращайтесь по электронному адресу** **info@step-by-step.ru** **или по телефонам (495) 109-07-79**