ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

СОЗДАНИЯ БАРБЕРШОПА

С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ

2022

ДЕМОВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК 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. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
Апрель 2022 г.

Г. Москва

Аннотация

Описание типа исследования

Бизнес-план — это чёткая программа действий предприятия, рассчитанная на определённый срок. Такой документ нужен не только чтобы впечатлить инвесторов, но и придумать стратегии развития, предусмотреть рыночные риски и лучше понять собственный бизнес.

В бизнес-плане содержится информация:

- Описание продукции или услуг
- Анализ рынка
- Маркетинговая стратегия
- Организационный, производственный и финансовый планы проекта
- Экономические расчеты ведения деятельности
- Экономическая эффективность идеи.

Финансовые показатели проекта основаны на полностью автономной математической модели, выполненной в формате MS Excel. Расчеты в финансовой модели автоматизированы, что позволяет менять исходные данные, а также вносить иные логические корректировки.

Бизнес-план соответствует международным стандартам UNIDO.

Цель работы:

Создание бизнес-плана барбершопа.

Время проведения исследования

Апрель 2022г.

Кол-во страниц: 86 стр.

Язык отчета: русский

Документ содержит: 7 диаграмм, 30 таблиц

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

СУТЬ ПРОЕКТА

Барбершоп представляет собой парикмахерский салон с широким перечнем услуг, рассчитанных на мужскую аудиторию. Это студия имиджа, где можно не только подстричься, но и подобрать себе новый образ.
Барбершопы активно развиваются на российском рынке с 2012 - 2015 гг., на данный момент это одно из самых перспективных направлений сферы услуг. Благодаря низкой конкуренции и высокому спросу «выживает» порядка 85% всех вновь открытых заведений этого типа.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель:

- Открытие барбершопа;
- Получение прибыли.

Долгосрочная цель:

- Создание уникальной атмосферы в барбершопе, что будет обеспечивать приток постоянных посетителей и новых заинтересованных клиентов;
- Расширение спектра предлагаемых услуг;
- Создание сети объектов.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 5 лет (60 месяцев).

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА

……
……..

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

……
……..

В расчетах принято, что используются собственные средства.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций – **…… млн. руб.**

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 1. ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

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

Источник: ГК Step by Step

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

О Группе Компаний Степ бай Степ 5
Резюме проекта 8
Суть проекта 8
Долгосрочные и краткосрочные цели проекта 8
Расчетные сроки проекта 8
Актуальность проекта 8
Источники финансирования проекта 9
Стоимость проекта 9
Ключевые показатели эффективности проекта 9
Общие данные о рынке 10
Основные определения 10
Основные сегменты рынка 11
Количественные характеристики рынка 12
Сезонность рынка 13
Сравнительная характеристика игроков рынка 14
Анализ спроса 19
Описание потребителей 19
Потребительские предпочтения 20
Тенденции в потребительском сегменте 21
Маркетинговый план 23
Цель создания проекта 23
Уникальные достоинства, позиционирование 23
Целевая аудитория 23
Концепция рекламы и PR 24
Выгоды проекта 26
Риски проекта 26
Неспецифические риски 27
Организационные риски 27
Маркетинговые риски 28
Перспективы развития услуги 29
Организационный план 31
Список услуг 31
Выбор формы собственности 32
Система налогообложения 32
Получение разрешений 33
Основные законодательные акты для деятельности предприятия 34

Выбор местоположения 34
Требования к помещению 35
План-график реализации проекта 37
Основные параметры расчетов 38
Основные средства 39
Требования к оборудованию и материалам 39
Состав оборудования. Инвентарь 39
Амортизация основных средств 40
Расходные материалы 40
Штат 42
Штатное расписание 42
Обучение персонала 44
Аутсорсинговые услуги 44
Сбыт 46
Ценовая политика 46
Условия оплаты 46
Пропускная способность 46
Допуски по выходу на полную рабочую мощность и сезонности 47
План продаж на расчетный период 48
Финансовый план 49
Единовременные затраты 49
Текущие затраты 49
Управленческие 49
Коммерческие 50
Прочие 50
Структура ежемесячных расходов 51
План по затратам 52
Оценка стоимости проекта 54
Инвестиционные затраты 54
Затраты до выхода на точку безубыточности 54
Итоговая стоимость проекта 55
Оценка эффективности проекта 55
Основные показатели эффективности 55
Анализ чувствительности проекта к изменению исходных данных 59
Основные формы бухгалтерской отчетности 60
Бухгалтерский баланс 60
Отчет о прибылях и убытках 62
Отчет о движении денежных средств 65

Приложение 69
СанПиН 2.1.2.1199-03 Парикмахерские. Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, оборудованию и содержанию 69

Список таблиц

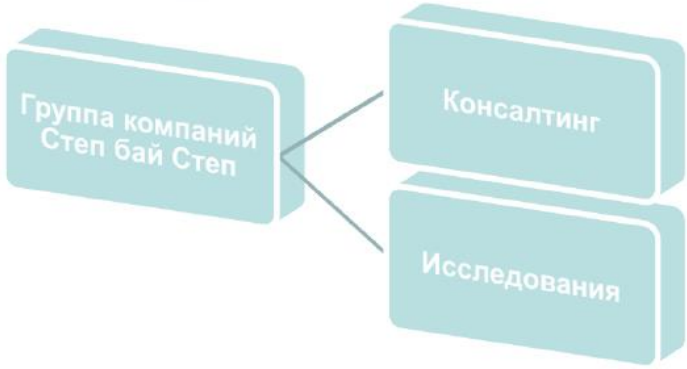
Таблица 1. Показатели эффективности проекта
Таблица 2. Сравнительная характеристика некоторых барбершопов г. Москвы
Таблица 3. Календарный план реализации проекта поквартально
Таблица 4. Перечень и стоимость приобретаемого оборудования
Таблица 5. Штатное расписание. Страховые взносы
Таблица 6. План выхода проекта на полную мощность
Таблица 7. План продаж в натуральном и стоимостном выражении
Таблица 8. Единовременные затраты, руб.
Таблица 9. Управленческие расходы, руб.
Таблица 10. Коммерческие расходы, руб.
Таблица 11. Прочие расходы, руб.
Таблица 13. План по расходам на 1,2 год проекта, тыс. руб.
Таблица 14. План по расходам на 3-5 годы проекта, тыс. руб.
Таблица 15. Инвестиционные затраты
Таблица 16. Затраты до выхода на безубыточность
Таблица 17. Расчет итоговой стоимости проекта
Таблица 19. Показатели эффективности проекта
Таблица 20. Чистый денежный поток (I-X кварталы проекта), тыс. руб.
Таблица 21. Чистый денежный поток (XI-XX кварталы проекта), тыс. руб.
Таблица 22. Изменение показателей эффективности в зависимости от колебаний переменных параметров проекта
Таблица 23. Бух. Баланс (1-3 годы проекта), тыс. руб.
Таблица 24. Бух. Баланс (4-5 годы проекта), тыс. руб.
Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.
Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.
Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.
Таблица 28. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.
Таблица 29. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.
Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.

Список диаграмм

Диаграмма 1. Основные сегменты рынка
Диаграмма 2. Соотношение ценовых сегментов рынке
Диаграмма 3. Возрастная структура посетителей барбершопов
Диаграмма 4. Готовность увеличения трат при улучшении условий и качества обслуживания, %
Диаграмма 5. Структура ежемесячных расходов на рекламу
Диаграмма 6. Общая структура ежемесячных расходов, %
Диаграмма 7. Доходы и расходы по проекту, тыс. руб.

О Группе Компаний Степ бай Степ

- Год создания Группы – 2001
- Число реализованных заказных проектов – более 600
- Число написанных инициативных исследований и бизнес-планов – более 1000
- Наши клиенты: российские и иностранные компании
- К нам обращаются представители коммерческих и государственных структур
- Более 50 ежемесячных публикаций в общероссийских и специализированных средствах массовой информации
- Более 20 экспертных выступлений по телевидению в год, участие с выступлениями в конференциях, выставках, круглых столах, работа в отраслевых ассоциациях и организациях



Наши подразделения:

- Step by Step Консалтинг
- Аналитический центр Step by Step
- Центр Бизнес планирования
- Step by Step Инновации
- Step by Step Недвижимость
- Step by Step Брендинг
- Обучающие программы Step by Step

Маркетинговое Агентство **Step by Step** – компания, входящая в Группу Компаний. Наша ключевая компетенция – организация и проведение полного спектра маркетинговых и социологических исследований.

В лице Маркетингового Агентства Step by Step Вы получите надежного партнера на долгие годы. Мы дорожим доверием наших клиентов и будем рады видеть Вас среди них.

Клиенты ГК Степ бай Степ

ВЫДЕРЖКИ ИЗ БИЗНЕС-ПЛАНА

ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Барбершоп – это заведение исключительно для мужчин, где можно не просто постричь волосы и сделать красивой бороду, а расслабиться, провести время без лишних разговоров, без женщин.

……
……
……
……
……
……
……

ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА

Выделяют столичный рынок, рынок городов-миллионников, рынок других городов. Их степень развития – различная, наиболее сильно развит рынок Москвы.

ДИАГРАММА 1. ОСНОВНЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА

*****

Источник: ГК Step by Step на снование данных «АИПИМ»

Дорогие стрижки - это, как правило, привилегия крупных городов, где уровень доходов людей высокий.

……
……
……
……
……

В связи с этим рынок делится на два сегмента:

- дорогие барбершопы;

- объекты Low-cost», где качество и сервис - на уровне барбершопа, а цены - как в эконом-парикмахерской.[1]

По прогнозам аналитиков, в ближайшем будущем на премиальный сегмент будет приходиться ….% рынка, ….% — на средний, ……..

ДИАГРАММА 2. СООТНОШЕНИЕ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКЕ

*****

Источник: ГК Step by Step на сновании данных «АИПИМ»

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

Согласно исследованиям …., рынок барбершопов находится в постоянной динамике:

……
……
……

Согласно исследованиям, рынок барбершопов продолжает активно расти. Особенно эта тенденция характерна для регионов, где количество подобных заведений на 1000 жителей не достигает 2%.

СЕЗОННОСТЬ РЫНКА

Сфера обслуживания подвержена сезонности. Количество посетителей барбершопов

……
……
……

[1] https://genio-invest.club/news/kak-barbershopy-segmenta-low-cost-otvoevali-svoju-nishu-na-rynke/

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НЕКОТОРЫХ БАРБЕРШОПОВ Г. МОСКВЫ

Название	Услуги	Цены	Количество объектов в Москве
OLDBOY			
TOPGUN			
THE LORD			
CHOP-CHOP			
POMADES			
BOY CUT			
ЩЕГОЛ			
BORODACH			
РУСАК			
MR. RIGHT			

Источники: https://2gis.ru/moscow; https://spasibovsem.ru/ratings/kompanii-i-mesta/luchshie-barbershopy-moskvy/#pos1; сайты компаний

АНАЛИЗ СПРОСА

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Целевая аудитория барбершопов – мужчины в возрасте от 26 до 45 лет с уровнем доходов
……
……
……
……
……
……

Как правило, это люди,
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

ДИАГРАММА 3. ВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА ПОСЕТИТЕЛЕЙ БАРБЕРШОПОВ

***

Источник: ГК Step by Step на основании данных Бибосс

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Согласно опросам мужчин, посещающих парикмахерские:

- 58% опрошенных мужчин посещают
  ……
  ……
  ……
  ……

- Чуть менее 70% респондентов

……
……
……
……

ДИАГРАММА 4. ГОТОВНОСТЬ УВЕЛИЧЕНИЯ ТРАТ ПРИ УЛУЧШЕНИИ УСЛОВИЙ И КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ, %

***

Источник: ГК Step by Step на снованнии данных «АИПИМ»

……
……
……

ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

Причиной популярности барбершопов является психологическая усталость мужчин от обслуживания в стандартных парикмахерских, где рядом разговаривают женщины и девушки или кричат дети. Эксперты рынка приводят следующие закономерности:

……
……
……
……
……
……

Маркетинговый план

Цель создания проекта

……
……
……

Уникальные достоинства, позиционирование

Барбершоп – парикмехерская исключительно для мужчин. Изначально
……
……
……
……
……
……

Целевая аудитория

……
……
……

Концепция рекламы и PR

Желательно, чтобы барбершоп имел концепцию, основой которой является стиль оформления заведения, цветовая гамма, фирменная символика. Удачная концепция поможет сформировать позитивное отношение клиентов, повысить узнаваемость бренда и облегчит продвижение в Интернете.

Для рекламы необходимо использовать онлайн и офлайн пути:
……
……
……

Практика показывает, что реклама в СМИ, раздача печатных рекламных материалов не принесут желаемого результата.

Немаловажный вклад в продвижение барбершопа внесет правильно оформленная входная группа.

……

……

……

……

……

……

Варианты онлайн-продвижения:

……

……

……

……

……

……

Другие методы повышения лояльности:

……

……

……

……

……

……

Отдельно следует отметить работу «сарафанное» радио», когда информация передается от лояльного клиента к знакомому.

Приведем примерную разбивку рекламного бюджета по категориям.

ДИАГРАММА 5. СТРУКТУРА ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ РАСХОДОВ НА РЕКЛАМУ

***

Источник: ГК Step by Step

ВЫГОДЫ ПРОЕКТА

Перечислим видимые выгоды проекта:

……
……
……

Риски проекта

Риски, связанные с реализацией настоящего проекта, можно разделить на несколько категорий.

Неспецифические риски

К первой группе относятся неспецифические риски, то есть прямо или косвенно угрожающие практически любому проекту. В этой категории можно выделить:

……
……
……

Снизить вероятность этих рисков практически невозможно. Основным методом борьбы с неспецифическими рисками является страхование проекта. Кроме того, частичной защитой от угроз данной категории будет являться гибкость и мобильность компании, позволяющие быстро реагировать на изменения и оперативно перестраиваться.

……
……
……

Организационные риски

Организационные – это риски, связанные с неэффективностью существующей системы управления организацией, а также проблемами процесса организации работы компании, возникающие в результате реализации риска персонала на стратегическом и тактическом уровнях.

……
……
……
……
……
……

МАРКЕТИНГОВЫЕ РИСКИ

Маркетинговые риски связаны с возможным негативным влиянием рыночного окружения и концептуальными маркетинговыми просчетами проекта:

……
……
……

В целом степень рисков, связанных с реализацией проекта, средняя.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УСЛУГИ

На рынке барбершопов уже есть крупные игроки, но ниша еще не насыщенна, и на ней можно развиваться и конкурировать.

Услугами барбершопов начинают
……
……
……
……
……
……

Барберы - мастера своего дела выполнят свою работу на высоком уровне, создавая максимально комфортные условия для клиента.

……
……
……
……
……
……

Организационный план

Список услуг

Набор услуг обязательно включает все виды стрижек, окрашивание, бритье, моделирование усов и бороды, а также дополнительные услуги (педикюр и маникюр).

В барбершопе оказываются услуги:

……
……
……

В зависимости от спроса и сезона этот список может расширяться, например, зимой будут востребованы услуги косметолога, не требующие получения отдельной лицензии.

В перечне дополнительных услуг:

……
……
……

Услуги оказываются в салоне по записи и в порядке живой очереди.

……
……
……

Выбор формы собственности

Деятельность барбершопа необходимо зарегистрировать в отделе ФНС как ООО или ИП. Последний вариант предполагает простую отчётность, минимум документов: паспорт, ИНН, заявление по форме, оплату госпошлины 800 руб. ООО рекомендуется открывать при наличии нескольких учредителей. В этом случае потребуются учредительные документы: решение об учреждении ООО с протоколом собрания, устав

общества, уставный капитал не менее 10 тыс. руб. Размер госпошлины составит 4 тыс. руб.

……
……
……
……
……
……
……
……
……

СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Законодательство допускает несколько вариантов налогообложения, каждый из которых имеет свои плюсы и минусы:

……
……
……
……
……
……

ПОЛУЧЕНИЕ РАЗРЕШЕНИЙ

Чтобы мужской салон заработал, нужно получить разрешение контролирующих органов: Роспотребнадзора и пожарной инспекции, лицензия не потребуется. Также необходимо разрешение на работу от органов местного самоуправления.

……
……
……

……
……
……

Основные законодательные акты для деятельности предприятия

Оказание парикмахерских услуг регулируют следующие нормативно-правовые акты:

……
……
……
……
……
……

Выбор местоположения

Салон для мужчин целесообразно открывать в мегаполисах и крупных городах с населением более 300 тысяч человек, в меньших населённых пунктах услуга не будет так востребована.

……
……
……
……
……
……

Требования к помещению прописаны в документе «Санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги» (СанПиН 2.1.2. 2631-10)

Требования к помещению

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

План-график реализации проекта

Таблица 3. Календарный план реализации проекта поквартально

***

Источник: ГК Step by Step

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РАСЧЕТОВ

В основе финансовой модели заложены следующие показатели:

- Ставка налога на прибыль – 20%
- Ставка ЕСН – 30%
- Годовой показатель инфляции – 8%
- Норма дисконтирования (годовая) – 15%

……
……
……
……
……

Исходные данные по объекту:

- Бизнес строится с «нуля».
- Помещение арендуется, договор аренды долгосрочный с возможностью пролонгации или выкупа помещения.
- Общая площадь помещения составит примерно 90 м2, расчет делается на 4 рабочих места.
- Стоимость аренды помещения с учетом коммунальных услуг составит 120 000 рублей в месяц.
- Стоимость косметического ремонта помещения составит 150 000 рублей.
- Максимальная проходимость в день составляет 32 человека (или усредненных услуг).
- Стоимость усредненной услуги – 1500 руб.
- Заведение работает без выходных с 10 до 21 часа.
- Учтено влияние сезонности (в холодные периоды спрос падает, весной и летом растет).

Основные средства

Требования к оборудованию и материалам

Требования к оборудованию прописаны в документе «Санитарно-эпидемиологические требования к размещению, устройству, оборудованию, содержанию и режиму работы организаций коммунально-бытового назначения, оказывающих парикмахерские и косметические услуги» (СанПиН 2.1.2. 2631-10)

……
……
……
……
……

Состав оборудования. Инвентарь

В настоящем бизнес плане барбершоп будет укомплектован следующим набором необходимой мебели и оборудованием:

Таблица 4. Перечень и стоимость приобретаемого оборудования

***

Источник: ГК Step by Step

Амортизация основных средств

Основные средства, стоимость которых равна 100 000 руб. и менее, относят к имуществу, которое не является амортизируемым, и списывают в составе материальных расходов (п. 1 ст. 256, подп. 3 п. 1 ст. 254 НК).

В качестве нематериального актива (НМА) компании рассматривается сайт. В налоговом учете срок службы НМА не может быть менее 2 лет. Если аргументированно определить этот период невозможно, то в налоговом учете его принимают равным 10 годам, а в бухгалтерском учете этот актив не амортизируют на основании невозможности начислять износ по НМА с неопределенным сроком полезного использования.

В рамках разработанной модели амортизация на основные фонды (при необходимости) будет начисляться линейным методом.

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Перед открытием барбершопа нужно закупить всю косметическую продукцию (шампуни, средства для укладки волос и стайлинга, окрашивания, бритья), расходные материалы (одноразовые полотенца, парикмахерский инвентарь, моющие и дезинфицирующие средства). Разместить продукцию можно в витрине при входе или непосредственно в основном зале барбершопа, чтобы клиенты смогли ознакомиться с марками косметики.

Расходные материалы составят общую сумму

……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

Штат

Штатное расписание

Важнейшими требованиями при подборе персонала станут клиентоориентированность, психологическая устойчивость и корректность поведения.

……
……
……
……
……

Количество необходимого персонала – 6 человек, включая управляющего. Штатная численность персонала барбершопа:

……
……
……
……
……

Общее руководство барбершопом осуществляет управляющий. В его обязанности входит

……
……
……
……
……

Администратор записывает клиентов на прием, отвечает на телефонные звонки и встречает гостей, принимает оплату, ведет кассовые отчеты, а также сглаживает конфликтные ситуации в случае разногласий между сотрудником и клиентом.

……
……
……

……
……

Барберы непосредственно обслуживают клиентов и отвечают за качество оказываемых услуг. Они также являются материально-ответственными лицами и в случае намеренной порчи оборудования или утраты дорогостоящего инвентаря могут быть привлечены к ответственности.

ТАБЛИЦА 5. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ. СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ

***

Источник: ГК Step by Step

ИТОГО ФОТ (постоянная часть) составляет ….. руб./мес.
ЕСН составят …. руб./мес.

Помимо оклада барберы специалисты получают премиальную часть в размере …0% от стоимости оказанных ими услуг. Стимулирующие выплаты начинаются на … месяц работы, когда клиентская база уже наработана.

В финансовой модели начало выплат премий заложено с 1 квартала 2 года проекта.

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Барбер – профессия, предполагающая определенные профессиональные навыки. Обучением барберов занимаются специальные академии, например,

……
……
……
……

Средняя продолжительность курсов – от месяца до трех, стоимость зависит от уровня преподавателей и начинается от **….. рублей.**

АУТСОРСИНГОВЫЕ УСЛУГИ

Перечислим работы, которые можно передать подрядчикам:

- **Вывоз ТБО**
- ……
  ……
  ……

- **Договор с прачечной**
- ……
  ……
  ……

……
……
……
……
……
……
……
……
……
……

Сбыт

Взаимодействие с покупателем (частным клиентом) планируется осуществлять напрямую без посредников.

Ценовая политика

Выгодная цена – это то что привлекает многих представителей целевой аудитории, однако
……
……

Средние расценки на услуги барбершопа такие:
……
……
……
……

Значительную часть выручки заведению приносят основные услуги (стрижка и бритье), на дополнительные приходится менее ….%.

В расчетах будем отталкиваться от среднего чека в ….. руб.

Условия оплаты

В рамках данного бизнес плана в основу финансовой модели заложена такая схема расчета с клиентами, при которой осуществляется 100% оплата стоимости услуги.

Пропускная способность

Общее количество кресел – 4,
максимальная «пропускная» способность – не более … клиентов в день.

Средняя продолжительность обслуживания посетителя – от 45 минут до часа.

.....

.....

.....

.....

ДОПУСКИ ПО ВЫХОДУ НА ПОЛНУЮ РАБОЧУЮ МОЩНОСТЬ И СЕЗОННОСТИ

В рамках данной модели предусмотрен выход на полный 100%-й объем продаж во II квартале 2 года проекта.

ТАБЛИЦА 6. ПЛАН ВЫХОДА ПРОЕКТА НА ПОЛНУЮ МОЩНОСТЬ

Год	Номер квартала	План выхода на полную мощность, % от max продаж	Сезонность спроса
1 год проекта	I		
	II		
	III		
	IV		
2 год проекта	I		
	II		
	III		
	IV		
3 год проекта	I		
	II		
	III		
	IV		
4 год проекта	I		
	II		
	III		
	IV		
5 год проекта	I		
	II		
	III		
	IV		

Источник: ГК Step by Step

В модели также заложена сезонность продаж с максимумом в 1 квартале каждого года

План продаж на расчетный период

Оценка доходов происходит с без учета НДС, так как компания работает на УСН.

Таблица 7. План продаж в натуральном и стоимостном выражении

Год проекта	Квартал	Усредненная услуга, ед.	Усредненная услуга, тыс. руб.
1	I		
	II		
	III		
	IV		
2	I		
	II		
	III		
	IV		
3	I		
	II		
	III		
	IV		
4	I		
	II		
	III		
	IV		
5	I		
	II		
	III		
	IV		

Источник: ГК Step by Step

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ЕДИНОВРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ

В качестве единовременных затрат учитываются расходы на регистрацию компании, вложение в ремонт помещения площадью от 90 кв. м, приобретение оборудования (рассмотрено выше), подключение системы пожарной сигнализации, а также расходы на обучение барберов.

ТАБЛИЦА 8. ЕДИНОВРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ, РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ

Основные затраты разделены на следующие категории:

- управленческие расходы;
- коммерческие расходы;
- прочие расходы

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ

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

ТАБЛИЦА 9. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РАСХОДЫ, РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

КОММЕРЧЕСКИЕ

Коммерческие расходы – это затраты, связанные с продажей продукции, товаров, работ, услуг. Также в данном бизнес-плане сюда добавлены расходы на ежемесячную оплату пожарной сигнализации.

ТАБЛИЦА 10. КОММЕРЧЕСКИЕ РАСХОДЫ, РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

……
……
……
……

Прочие

К **прочим расходам** отнесены расходы, не относящиеся ни к коммерческим, ни к управленческим.

Таблица 11. Прочие расходы, руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Также следует предусмотреть статью «непредвиденные расходы», которые рассчитываются как …% от всех расходов (величина непредвиденных расходов отражена ниже).

К текущим затратам логически относят ФОТ (включая отчисления) и страховые взносы.

Структура ежемесячных расходов

Общая структура ежемесячных расходов представлена на диаграмме. Почти

……
……
……
……

Диаграмма 6. Общая структура ежемесячных расходов, %

***

Источник: ГК Step by Step

План по затратам

Рассмотрим все перечисленные затраты в течение расчетного периода.

Таблица 12. План по расходам на 1,2 год проекта, тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Таблица 13. План по расходам на 3-5 годы проекта, тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Оценка стоимости проекта

Инвестиционные затраты

Инвестиционные затраты – это затраты на основные производственные фонды (оборудование, здания), а также на оборотный капитал, которые необходимо произвести для запуска инвестиционного проекта.

Таблица 14. Инвестиционные затраты

№	Статья затрат	Затраты, руб.
1	Нематериальные активы	
2	Оборудование	
3	Другие единовременные вложения	
Итого		

Источник: ГК Step by Step

Затраты до выхода на точку безубыточности

Точка безубыточности – это объём производства и реализации продукции/услуг, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль.

Приведем таблицу с данными по затратам до выхода на безубыточность.

Таблица 15. Затраты до выхода на безубыточность

***

Источник: ГК Step by Step

Величина затрат до выхода в точку безубыточности составляет **… млн. руб.**

Итоговая стоимость проекта

Определим итоговую стоимость проекта как сумму ……
……
……

ТАБЛИЦА 16. РАСЧЕТ ИТОГОВОЙ СТОИМОСТИ ПРОЕКТА

***

Источник: ГК Step by Step

Итоговая стоимость проекта составляет **….. млн. руб.**

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Эффективность проекта анализируется на основе ряда показателей. Во—первых это соотношение расходов и доходов. Также анализируются следующие данные:

- **Чистый денежный поток** ……

……

……

- **Чистая приведённая стоимость**

……

……

- **Внутренняя норма доходности**

……

……

- **Индекс доходности**

……

……

- **Точка безубыточности**

……

……

- **Срок окупаемости**

……

……

Приведем результаты основных расчетов.

ДИАГРАММА 7. ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПО ПРОЕКТУ, ТЫС. РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 17. ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

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

Источник: ГК Step by Step

Как видно, при заданных исходных параметрах финансовой модели

……

……

……

……

……

……

Приведем табличные данные.

Таблица 18. Чистый денежный поток (I-X кварталы проекта), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Таблица 19. Чистый денежный поток (XI-XX кварталы проекта), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Анализ чувствительности проекта к изменению исходных данных

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

1. Цена реализуемой продукции;
2. ФОТ персонала;
3. Стоимость оборудования.

Таблица 20. Изменение показателей эффективности в зависимости от колебаний переменных параметров 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			

Источник: ГК Step by Step

Таким образом, на проект сильнее всего влияет
……
……
……
……
……
……
……
……

Основные формы бухгалтерской отчетности

Бухгалтерский баланс

Таблица 21. Бух. Баланс (1-3 годы проекта), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Таблица 22. Бух. Баланс (4-5 годы проекта), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Отчет о прибылях и убытках

Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.

***

Источник: ГК Step by Step

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

ТАБЛИЦА 26. ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (1 ГОД), ТЫС. РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 27. ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (2-3 ГОД), ТЫС. РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

ТАБЛИЦА 28. ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ (4-5 ГОД), ТЫС. РУБ.

***

Источник: ГК Step by Step

ПРИЛОЖЕНИЕ

САНПИН 2.1.2.1199-03

……

……

……

……

……

……

……

……

С предложениями по темам и содержанию готовых аналитических отчетов и бизнес планов ГК Step by Step обращайтесь по телефону или WhatsApp: +7 (495) 109-07-79 или e-mail: info@step-by-step.ru