

2019

Бизнес-план салона красоты



Оглавление

1.	Резюме бизнес-плана салона красоты	3
1.1.	Сущность и цели проекта	3
1.2.	Эффективность реализации проекта	3
1.3.	Источник финансирования	4
2.	Инициатор проекта	4
3.	Анализ рынка и концепция маркетинга	4
3.1	Определение основной идеи и целей проекта	4
3.2	Анализ рынка	4
3.2.1	Общая характеристика рынка.....	4
3.2.2	Клиентская целевая группа	6
3.2.3	Оценка существующего спроса.....	8
3.2.4	Ожидаемая конкуренция	10
3.3	Маркетинг	11
3.3.1	Концепция маркетинга.....	11
3.3.2	План продаж	11
3.3.3	Тактика маркетинга	13
4.	Материальные ресурсы	15
4.1.	Инвестиционные расходы	15
4.2.	Прямые расходы периода эксплуатации	15
4.3.	Косвенные расходы периода эксплуатации	15
5.	Организация	17
5.1.	Организационная структура.....	17
5.2.	Штатное расписание	17
5.3.	Календарное осуществление проекта	18
6.	Финансовый анализ	18
6.1.	Условия и допущения, принятые для расчетов	18
6.2.	Бюджет доходов и расходов	19
6.3.	Бюджет движения денежных средств	19
6.4.	Прогнозный баланс	19
6.5.	Финансовые показатели.....	20
6.6.	Показатели эффективности.....	20
6.7.	Анализ безубыточности	21
6.8.	Анализ чувствительности	22
7.	Анализ рисков.....	23
7.1.	Организационный и управленческий риск	23
7.2.	Риск материально-технического обеспечения.....	23
7.3.	Технологические риски	23
7.4.	Финансовые риски	23
7.5.	Экономические риски.....	24
7.6.	Экологические риски.....	24

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Резюме бизнес-плана салона красоты

1.1. Сущность и цели проекта

Основная цель создания экспресс-салона красоты заключается в организации качественного комплекса базовых услуг по уходу за ногтями, волосами, лицом и телом в сжатый период времени.

В экспресс-салоне красоты клиентам будут предоставляться следующие услуги:

-

Предполагается, что услуги экспресс-салона красоты будут пользоваться большой популярностью у петербургских женщин, живущих в ритме большого города и имеющих недостаток свободного времени.

1.2. Эффективность реализации проекта

Основные параметры расчета эффективности проекта представлены в разделе «*.*. Условия и допущения, принятые для расчетов».

Таблица 1. Основные показатели результативности и эффективности проекта

Показатель	Значение	Ед. изм.
Выручка от реализации услуг	** ***	тыс. руб.
Чистая прибыль	** ***	тыс. руб.
Ставка дисконтирования	**.*	%
NPV (чистая приведенная стоимость) проекта	** ***	тыс. руб.
IRR (внутренняя норма доходности) проекта	***	%
Срок окупаемости	*.**	лет
Дисконтированный срок окупаемости	*.**	лет

Анализируя показатели эффективности (см. Таблицу *), можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным, так как:

- NPV проекта составляет большую положительную величину;
- Внутренняя норма доходности (IRR проекта) существенно превышает действующие на рынке ставку кредитования;
- Дисконтированный срок окупаемости проекта – *.* лет, то есть проект окупается за период планирования даже с учётом дисконта.

На основании представленных выше данных можно сделать заключение, что рассматриваемый проект может быть рекомендован к реализации.

1.3.Источник финансирования

Объем стартовых вложений оценивается в размере *** тыс. руб.

.....

2. Инициатор проекта

.....

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

***.* Определение основной идеи и целей проекта**

Основная цель создания экспресс-салона красоты заключается в организации качественного комплекса базовых услуг по уходу за ногтями, волосами, лицом и телом в сжатый период времени.

В экспресс-салоне красоты клиентам будут предоставляться следующие услуги:

-

График загрузки мастеров экспресс-салона красоты будет скорректирован в соответствии со временем ожидаемого основного потока целевой группы клиентов: время до работы (*-**-** утра), обеденный перерыв (**-**-** часов), после работы (**-**-**).

***.* Анализ рынка**

***.*.* Общая характеристика рынка**

В большинстве случаев под салоном красоты понимается предприятие, предоставляющее косметические услуги, связанные со стрижкой и окраской волос, маникюром, загаром и другими подобными мероприятиями.

По данным Единой межведомственной информационной системы (ЕМИСС) в **** году суммарная выручка в России от предоставления услуг парикмахерскими и салонами красоты составила *** млрд рублей. По итогам **** года темп роста составил **, %, а в денежном выражении *** млрд рублей (см. Рисунок *).

.....

Рисунок 1. Выручка от предоставления услуг парикмахерскими и салонами красоты в России, тыс. рублей

Источник: Единая межведомственная информационная система (ЕМИСС)

По имеющимся данным, динамика объема рынка услуг, оказываемых салонами красоты Санкт-Петербурга, совпадает с динамикой изменения рынка подобных услуг в целом по России. Оценочная доля Санкт-Петербурга в общем объеме оказываемых услуг парикмахерскими и салонами красоты достигла *% и составляет около ** млрд рублей.

По структуре размера предприятий, генерирующих выручку от предоставления услуг салонов красоты, большую часть занимают малые и микропредприятия.

К микропредприятиям относятся организации со среднесписочной численностью работников до ** человек и выручкой до *** млн рублей в год, а малым – со среднесписочной численностью работников до *** человек и выручкой до *** млн рублей в год (см. Таблицу *).

Таблица 2. Критерии отнесения предприятий к микро и малым

Тип организации	Среднесписочная численность работников	Предельная величина дохода
Микропредприятие	До ** человек	*** млн. рублей
Малое предприятие	От ** до *** человек	*** млн. рублей

Источник: п. 4 ч. 4 ст. 4 Федерального закона от 22.03.2005 № 39-ФЗ, Постановление Правительства от 22.03.2005 № 175

Рисунок 2. Структура распределения салонов красоты и парикмахерских по размеру организации, %

.....

Источник: Единая межведомственная информационная система (ЕМИСС)

Малые и микро предприятия генерируют **% выручки от оказания услуг парикмахерских и салонов красоты¹ (см. Рисунок *). Такое распределение связано не только с тем, что отрасль представлена большим количеством маленьких организаций, но и с тем, что часть салонов красоты и парикмахерских работают в тени, т.е. занижают данные о выручке и среднесписочной численности работников в целях уменьшения налоговой нагрузки.

Рисунок 3. Структура распределения салонов красоты и парикмахерских по ценовым сегментам по России, %

.....

*Источник: статья «Анализ рынка салонов красоты ****»*

В своей ориентированности на потребителя салоны красоты формируют динамичную линейку тарифов, согласно которым то или иное предприятие относится к определенному ценовому сегменту. Большая часть предприятий остается на уровне среднего сегмента рынка, обеспечивая себе стабильный приток клиентов. Против **% салонов среднего класса конкурируют салоны с демократичными ценами на услуги, забирая на себя **% рынка. Оставшаяся доля сферы услуг остается за премиум-сегментом, включающим в себя высокое качество обслуживания и максимум дополнительного сервиса (см. Рисунок *).

¹ ****.//*****.*/**/**/****/*****_*****_*****_*****-2018/

Несмотря на кризисные явления в экономике, в **** году отрасль парикмахерских и салонов красоты продолжает расти. Ожидается, что прирост составит не менее *% в первом квартале **** года с расширением горизонтов потенциала и выручки на **%².

Вершина рейтинга прогноза на **** год остается за³.

Кроме того, согласно прогнозам, увеличение количества центров, в которых оказывается широкий спектр услуг, может быть остановлен сменой тренда потребителя в сторону⁴.

Поскольку с каждым годом жизнь в больших городах ускоряется и у среднего класса населения нет времени, чтобы предварительно записываться на базовые процедуры уходу за ногтями, волосами, лицом и телом и выделять для этого большое количество времени, все большую популярность приобретает экспресс-формат оказания таких услуг. По данным маркетинговых исследований экспресс-услуги сегодня составляют⁵.

Также стоит не забывать о том, что ряд базовых услуг по уходу за собой оказывается мастерами на дому. Несмотря на невозможность численно оценить объем данного рынка, эксперты прогнозируют все больший отказ потребителей от такого рода услуг в пользу сервиса, качества и безопасности, обеспечиваемых салонами красоты.

Стоит отметить, что за ****-**** годы рынок beauty-индустрии в Санкт-Петербурге стал гораздо более насыщенным. Если ранее потребитель несколько страдал от отсутствия широкого ассортимента услуг, то сегодня он может опробовать практически любые новые направления.

Таким образом, можно сделать вывод, что:

1.

3.2.2 Клиентская целевая группа

Клиентов экспресс-салонов красоты возможно классифицировать в соответствии с данными характеристиками:

- пол,
- возрастная категория,
- занятость,
- состав семьи,
- социальный уровень.

² [****://*****.*/*****/*****/*****_*****_*****_*****-2019/](#)

³ [****://*****.*/*****_*****_*****_*****_*****/](#)

⁴ [****://*****.*/*****/*****/*****_*****_*****_*****-2018/](#)

⁵ [****://****.*****.*/4/0.***?**** ***=2545](#)

Целевая аудитория экспресс-салона красоты – женщины возрастной категории от ** до ** лет. По данным маркетингового агентства эта категория составляет более **% посетителей салонов красоты (см. Рисунок *). Это умеренно обеспеченные, социально защищенные люди, которые следят за внешним видом, но не имеют возможности тратить на базовые процедуры по уходу за собой много времени.

Рисунок 4. Структура распределения посещаемости салонов красоты по возрасту, %

.....

Источник: исследование маркетингового агентства Step by Step

Экспресс-процедуры востребованы в первую очередь среди занятых, работающих в офисе женщин с насыщенным графиком. Каких-либо ключевых критериев по роду занятий нет, они могут быть крайне разнообразны. Если экспресс-салон красоты располагается в современном спальном районе, то в клиентскую целевую группу также входят молодые женщины, работающие из дома или находящиеся в отпуске по уходу за ребенком.

Услуги экспресс-салона красоты одинаково востребованы как среди одиноких, так и среди замужних женщин с детьми и без детей, а основными мотивами к посещению экспресс-салона красоты можно назвать стремление красиво и молодо выглядеть, несмотря на недостаток свободного времени.

Таблица 3. Частота посещения женщинами салонов красоты

Частота посещения	Доля респондентов
чаще, чем * раз в неделю	*.**% .
* раз в неделю	*.**% .
несколько раз в месяц	**.**% .
* раз в месяц	**.**% .
* раз в * месяца	**.**% .
раз в полгода	**.**% .
реже, чем раз в полгода	*.**% .
итого	***.**% .

Источник: исследование маркетингового агентства

Около **% опрошенных в рамках проведенного агентством исследования женщин посещают салон красоты * раз в месяц или * раз в два месяца. Еще **% делают это раз в несколько месяцев (см. Таблицу *).

Согласно исследованиям компании наибольшим спросом в услугах салонного бизнеса пользуются традиционные базовые услуги –⁶.

⁶ ****://*****.*/*****_*****_*****_*_*****_*****_*****_*****_*_**_****

Основным критерием выбора салона красоты респонденты маркетинговых исследований называют7.

По данным маркетингового исследования компании клиенты салонов красоты среднего и выше среднего класса при выборе учитывают следующие факторы:

-

Важно отметить, что рекламу салонов красоты замечают от **% до **% женщин. При этом, рекламу в газетах и журналах используют как источник получения информации о салонах красоты респонденты старше ** лет⁸. Потенциальные клиенты более молодого возраста узнают об услугах салонов красоты с помощью социальных сетей, таргетированной рекламы и специализированных сайтов.

Таким образом, можно сделать вывод, что

3.2.3 Оценка существующего спроса

К основным факторам, которые прямым образом влияют на развитие рынка услуг салонов красоты, относятся:

-

По данным Петростата численность постоянного населения Санкт-Петербурга на ** января **** года составляла *,*** млн человек, за **** год прирост населения составил ** тыс. человек или *,**%⁹. Всего численность населения в трудоспособном возрасте (**-** для мужчин, **-** для женщин) – *,*** млн. чел. Доля женского населения всего – **, **%, в трудоспособном возрасте – **, **%.

Кроме того, по данным комитета по труду и занятости населения Санкт-Петербурга в **** году общий уровень безработицы составил **, * тыс. человек, из которых **, **% - женщины.

Таким образом, можно сделать вывод, что потенциальная емкость рынка услуг экспресс-салонов красоты в Санкт-Петербурге составляет чуть менее *, * млн работающих женщин трудоспособного возраста.

При этом, исходя из официальной статистики и экспертных оценок, в районе (в радиусе *, * км) станций метро, проживает *** тыс. человек. При расчете из соотношений, примененных для г. Санкт-Петербург в целом, наибольшая потенциальная емкость целевого рынка сбыта услуг экспресс-салонов красоты

7 [****://*****_*****_**/****/*****_*****_*****/](#)

8 [****://****_**_****_**/*****/*****/2311/28207/****_*****_***?*****=2&*****_*](#)

9

[****://*****_**_**/****/****/*****/*****_**/*****/*****/04405880452****24*89****4*78**45*/%*0%*1%*0%9%*0%*1+%*1%87%*0%*8%*1%81%*0%***+*0%***%0%*0+01.01.2018+%*0%**%*0%***+*0%9%*0%9%+*0%*2+%*1%87%*0%*5%*0%**_****](#)

наблюдается в районе станции метро – ** тыс. трудоспособных женщин. Чуть меньшей емкостью обладает район станции метро

Таблица 4. Потенциальная емкость рынка выбранных районов

.....

Источник: аналитика данных из открытых источников

В последние ** лет в Санкт-Петербурге отмечаются быстрые темпы повышения уровня среднедушевых денежных доходов населения (см. Рисунок *), превышающие среднероссийские значения. Среднедушевой доход в Санкт-Петербурге за **** год составил ** *** руб. (**% к аналогичному периоду **** года). Величина среднедушевого дохода в среднем по России **** году была на **% меньше, чем в Петербурге и равнялась ** *** руб.

Рисунок 5. Среднедушевые доходы населения, руб./мес.

.....

Источник: Росстат

Рост денежных доходов населения способствует повышению совокупного спроса на потребительском рынке, что является одним из основных позитивных факторов развития экономики.

Поскольку место размещения экспресс-салона красоты еще точно не определено, но предполагается в районе станций, то имеет смысл оценить доходы населения на основании данных о средней стоимости м^{*} жилья в каждом из потенциальных районов размещения (см. Рисунок *).

Рисунок 6. Карта средних цен квадратного метра жилья

.....

Источник: интернет ресурс

На основе данных из объявлений, опубликованных за последний год на интернет ресурсе, был оценен уровень дохода населения, проживающего на определенной территории.

Как видно из тепловой карты, самым дорогостоящим из рассматриваемых является район около станции, Средняя стоимость м^{*} жилья варьируется от *** тыс. рублей до *** тыс. рублей за м^{*}.

Районы около станций находятся в одной более экономичной ценовой категории – от ** тыс. рублей до *** тыс. рублей за м^{*}.

Повышенный интерес к услугам салонов красоты демонстрирует число поисковых запросов в сети Интернет по этой теме. Так по статистике Яндекса среднее число показов по запросу «салон красоты» в Санкт-Петербурге составляет свыше *** тыс. за месяц. При этом важно отметить, что индекс соответствия, обозначающий отношение рейтинга по целевой аудитории к рейтингу по базовой аудитории, составляет **%. Это говорит о том, что представители региона, т.е. г. Санкт-Петербург, почти в * раза чаще ищут информацию о салонах красоты, чем всё остальное население в целом (см. Рисунок *).

Рисунок 7. Статистика показов поисковой системы Яндекс по запросу «салон красоты»

.....

Источник: Яндекс.Метрика

Среди прочих поисковых запросов по теме экспресс-услуг салонов красоты лидером по числу показов в Санкт-Петербурге являются запросы «экспресс маникюр» и «экспресс макияж». При этом, наибольший индекс соответствия имеет запрос «экспресс-салон красоты» - ***% (см. Таблицу *).

Таблица 5. Статистика показов поисковой системы Яндекс

.....

Источник: Яндекс.Метрика

По данным среднегородская доля недовольных обеспеченностью парикмахерскими и салонами красоты по состоянию на **** год составляла *, %¹⁰. Стоит отметить, что величина данного показателя остается на одном уровне на протяжении последних нескольких лет.

Таким образом, можно сделать вывод, что:

1.

3.2.4 Ожидаемая конкуренция

Отличительной чертой рынка салонов красоты Санкт-Петербурга и всей России является слабая структурированность и высокая конкуренция среди предприятий. Так по данным базы данных СПАРК по состоянию на март **** года в Санкт-Петербурге по коду ОКВЭД **. ** – «Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты» было зарегистрировано * ** компании. При этом, из них лишь * ** компаний задекларировали выручку более ** тыс. рублей.

Рисунок 8. Структура распределения салонов красоты по ценовым сегментам в Санкт-Петербурге, %

.....

Источник: сайт

Как и в статистике в целом по России (см. Рисунок *), в Санкт-Петербурге наибольшую долю предприятий занимают салоны красоты среднего и выше среднего класса – **%. Низкий и высокий ценовой сегменты представлены лишь *% и *% предприятий соответственно.

Среди классических салонов красоты стоит выделить несколько лидеров
.....

На карте (см. Рисунок *) представлены салоны красоты Санкт-Петербурга, оказывающие некоторые экспресс-услуги (маникюр, педикюр и макияж).

Рисунок 9. Карта салонов красоты, оказывающих экспресс-услуги в Санкт-Петербурге

.....

Источник: сайт

Расчет количества салонов красоты, предоставляющих экспресс-услуги, проводился на основе наличия в прејскуранте соответствующей позиции (см. Таблицу *).

Таблица 6. Количество салонов красоты, оказывающих экспресс-услуги

.....

Источник: сайт

Поскольку район станции метро выглядит наиболее перспективным с точки зрения уровня конкуренции, салоны красоты, предлагающие экспресс-услуги маникюра в данном районе, были рассмотрены более подробно (см. Рисунок **).

Рисунок 10. Карта салонов красоты, оказывающих экспресс-услуги в районе станции метро

.....

Источник: сайт

.....

Таким образом, можно сделать вывод, что:

1.

3.3 Маркетинг

3.3.1 Концепция маркетинга

Маркетинговая концепция проекта заключается в

.....

3.3.2 План продаж

Далее приведены ключевые предположения, использованные для расчета выручки по операционной деятельности экспресс-салона красоты.

При выборе ценовой политики экспресс-салона красоты ориентиром являлись цены конкурентов, сопоставимых по расположению и характеру оказываемых услуг. Кроме того, поскольку бизнес-модель салона красоты предполагает работу в формате экспресс, для определения плана продаж были приняты допущения о скорости выполнения каждой из заявленных к оказанию процедур (см. Таблицу *). Источником данных о среднерыночной цене и времени оказания услуг являлся сайт

Таблица 7. Цены и время оказания услуг экспресс-салона красоты

.....

Для расчета максимальной загрузки экспресс-салона была определена загрузка в течение дня отдельно для будних и выходных дней (см. Таблицу *). Ожидается, что максимально большая загрузка в будние дни придется на время с ** до ** часов. Также в этот период можно выделить утренний пик – с * до ** часов – и обеденный пик – с ** до ** часов.

В выходные дни максимальная загрузка по дню смещается на время после обеда и до вечера – с ** до ** часов.

Таблица 8. Максимальная загрузка экспресс-салона красоты по видам услуг с учетом загрузки по дню, процедур

.....

Таким образом, максимальная загрузка экспресс-салона красоты в месяц составит * *** процедур (см. Таблицу *).

Таблица 9. Максимальная загрузка экспресс-салона красоты в месяц

.....

В финансовых расчетах учтено, что экспресс-салон красоты будет выходить на плановую загрузку постепенно. Расчеты осуществлялись в соответствии с консервативным подходом, предполагающим, что в первые * месяцев работы, экспресс-салон красоты сможет ежемесячно привлекать менее *% целевой аудитории района размещения (около **** женщин). Достижение такого показателя позволит обеспечить **% ежемесячную загрузку мастерам экспресс-салона красоты. Далее предполагается ежемесячный рост загрузки на *% и выход на **% к концу третьего года работы (см. Рисунок **).

Рисунок 11. Динамика уровня загрузки по месяцам, %

.....

План продаж услуг экспресс-салона красоты по показателю количества процедур представлен в таблице **.

Таблица 10. План продаж услуг экспресс-салона красоты, процедур

.....

Выручка от продаж услуг экспресс-салона красоты по периодам представлена в разделе *.*. Бюджет доходов и расходов.

3.3.3 Тактика маркетинга

Позиционирование

.....

Конкурентные преимущества

.....

Проведенный SWOT - анализ показал, что в целом проект имеет хорошие возможности для развития, если грамотно оценить и использовать свои возможности и сильные стороны, предотвратить угрозы и избавиться от слабых сторон (см. Таблицу **).

Таблица 11. SWOT-анализ проекта

Силы	Возможности
•	•
Слабости	Угрозы
•	•

Каналы сбыта

.....

Ценообразование

.....

Поскольку инициатор бизнес-плана принял решение придерживаться стратегии дифференциации (то есть предоставление наилучших услуг в своём сегменте), уровень цен будет определяться по верхней границе диапазона конкуренции.

Программа продвижения

До начала продвижения услуг экспресс-салона красоты на рынке следует разработать логотип, выбрать цветовое оформление и фирменный стиль.

Формирование единого фирменного стиля необходимо для того, чтобы эффективно воздействовать на целевую аудиторию проекта, вызывать яркие ассоциации и приятные эмоции у потенциальных клиентов.

Основными каналами продвижения и привлечения клиентов будут следующие:

- *Продвижение в сети Интернет*

В качестве продвижения в сети Интернет нужно рассматривать три основных направления:

На информационном сайте необходимо разместить информацию об услугах, времени их оказания, скидках, бонусах и т.д. Страница должна хорошо отражать стиль, содержать контактную информацию. Именно на эту страницу будут попадать потенциальные клиенты, привлеченные контекстной рекламой.

По статистике, в среднем около **-% клиентов приходят «из Интернета». Но для этого необходимо затратить силы и средства на продвижение сайта. Для продвижения страницы в Интернете нужно определить наиболее популярные форумы, тематические региональные порталы, тематические группы в социальных сетях, на которых будет размещена информация об экспресс-салоне красоты, ответы на вопросы, новости и акции.

В добавление к сайту будут созданы страницы в основных социальных сетях – Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram. Группы в социальных сетях нужны для того, чтобы регулярно подпитывать клиентов новой и интересной информацией. Особенно активно на такую рекламу откликаются молодые девушки, которые проводят в Интернете много времени. Для привлечения новой аудитории и повышения продаж на страничках в социальных сетях будут проводиться конкурсы репостов с розыгрышем призов, публиковаться информация об услугах, а также размещаться фотографии результатов оказанных услуг с отзывами.

- *Рекламные листовки*

.....

- *Уличный трафик в месте расположения экспресс-салона красоты*

.....

- *Постоянные клиенты нанятых мастеров*

.....

4. Материальные ресурсы

4.1. Инвестиционные расходы

Инвестиционные расходы предполагают

Расходы на ремонт помещений даны ориентировочно на основании средних расценок ремонтно-строительных фирм Санкт-Петербурга. В среднем по Санкт-Петербургу стоимость ремонта салона красоты рассчитывается от **** рублей за кв. метр¹¹.

Данные затраты рассчитывались, исходя из того, что будет проводиться косметический ремонт помещения площадью ** кв. метров (обоснование площади приведено в Таблице **).

Всего затраты на создание экспресс-салона красоты оцениваются в *** тыс. руб. (см. Таблицу **), в том числе:

- ремонт и подготовка помещений – *** тыс. руб.;
- приобретение мебели и оснащение (см. Приложение *) – *** тыс. руб.;
- прочие расходы – *** тыс. руб.

Таблица 12. План инвестиционных расходов

.....

План расходов на мебель и оснащение приведен в Приложении *.

4.2. Прямые расходы периода эксплуатации

К прямым расходам периода эксплуатации относятся стоимость расходных материалов в расчете на одну процедуру, а также расходы на процентную часть оплаты работы мастеров.

Прямые расходы на одного обслуживаемого клиента по видам услуг представлены в Таблице **.

Таблица 13. Расходные материалы на одного клиента по видам услуг, руб./услуга

.....

Расчет производился по ценам профессиональной косметики среднего ценового сегмента, исходя из предполагаемого расхода на выполнение одной процедуры. Цены были взяты из интернет-магазина профессиональной косметики

¹¹ [*****/*****_*****.78.**/*****_*****/*****_****_*****/*****_*****/](#)

Расчет нормы расхода гель-лака исходил из следующих предположений: гель-лак средней плотности наносится на ногти средней длины (свободный край – около * мм) в * слоя¹².

Расходы на оплату труда мастеров в части переменной части дохода (процент от продаж) также относятся к прямым расходам периода эксплуатации (см. Таблицу **).

Таблица 14. Переменная часть расходов на оплату труда мастеров, %

.....

Информация о среднерыночной величине процента от продаж была взята по данным сайта

4.3. Косвенные расходы периода эксплуатации

Косвенные расходы периода эксплуатации складываются из следующих расходов:

- аренда помещения – *** ** рублей в месяц.

Для поиска вариантов, подходящих по цене и местоположению помещений необходимо определить минимальную площадь, достаточную для открытия экспресс-салона красоты. Нормы СанПиН *.*.*. ****-** регламентируют минимальную площадь помещений салонов красоты, исходя из количества занятых там мастеров (см. Таблицу **).

Таблица 15. Необходимая площадь помещения по нормам СанПиН *.*.*. **-****

.....

Исходя из рекомендуемой нормами СанПиН площади и формата размещения, был проведен анализ предложения помещений в аренду в районе станций метро На основе данных из объявлений, опубликованных на интернет ресурсе были определены средние цены предложения за * кв. метр аренды коммерческого помещения свободного назначения максимум в десяти минутах пешком от выбранных станций метро с площадью от ** до *** кв. метров (см. Таблицу **).

Таблица 16. Цена предложения за * кв. метр аренды в месяц в выбранных районах, руб./кв. метр

.....

¹² [*****//***.*****.*/*****/*****_*****_****_*****/](#)

Для целей финансового планирования была принята средняя ставка в размере *** ** рублей в месяц (* ** рублей за кв. метр) за помещение площадью от ** кв. метров.

- расходы на оплату труда – *** ** с учетом НДФЛ и страховых взносов. Более подробный расчет представлен в разделе *.* «Штатное расписание»;
- маркетинговые расходы (поддержание сайта, контекстная реклама, SEO-продвижение, ведение социальных сетей) - *** ** в месяц;
- административные расходы (связь, коммунальные расходы, хоз. материалы, услуги банка, мелкий ремонт, вода, замена инвентаря и т.д.) – ** ** в месяц.

Итого: *** ** рублей постоянных расходов в месяц.

5. Организация

5.1. Организационная структура

Планируется создать одноуровневую организационную структуру экспресс-салона красоты, включающую в себя ** должностей (см. Рисунок **).

Рисунок 12. Организационная структура экспресс-салона красоты

.....

Такая организационная структура позволит салону красоты наиболее эффективно организовывать процесс оказания услуг целевой аудитории клиентов в формате экспресс.

5.2. Штатное расписание

Для дальнейшей эффективной работы количество и состав персонала могут меняться в зависимости от количества посетителей. Важно отметить, что, поскольку рабочая смена мастера длится ** часов, для каждого мастера будет сменщик. На момент запуска проекта количество работников является оптимальным с точки зрения деятельности компании, плановой загрузки и графика работы. Ниже в Таблице ** представлено плановое штатное расписание с условиями оплаты труда.

Таблица 17. Штатное расписание экспресс-салона красоты

.....

Тарифный фонд оплаты труда для управляющего, уборщицы и бухгалтера формируется, исходя из тарифных ставок (окладов). Для мастеров оплата труда будет состоять из постоянной части (не ниже минимального размера оплаты труда в г. Санкт-Петербург с **.**.****13) – ** ** рублей, и переменной части, которая

представляет собой процент от продаж. Информация о среднерыночной величине процента от продаж и о размере тарифных ставок была взята по данным сайта

5.3. Календарное осуществление проекта

Планируется, что всего подготовительная стадия проекта составит по плану * месяца. В соответствии с этим был составлен календарный план-график мероприятий (см. Таблицу **).

Таблица 18. Календарный план проекта

.....

Открытие экспресс-салона красоты запланировано на сентябрь **** г.

6. Финансовый анализ

6.1. Условия и допущения, принятые для расчетов

Выбранный горизонт планирования – * года/** кварталов;

Месяц начала планирования – сентябрь ****;

Шаг плана – месяц в первый год, далее - квартал;

Основная валюта проекта – рубль;

Тип денежных потоков: номинальные;

Индекс инфляции: *,** в соответствии с прогнозом Центрального банка РФ;

Ставка дисконтирования рассчитана на основании Методики Правительства РФ №**** (от **.**.**) с учетом прогнозного темпа инфляции, уровня ставки рефинансирования ЦБ РФ и степени риска инвестиционного проекта, по формуле:

$$D = ((* + r/****) / (* + i/****) - *) \times **** + P = ((* + *.**/****) / (* + */****) - *) \times **** + ** = **. **\%$$

где r – ставка рефинансирования ЦБ РФ;

i – объявленный Правительством РФ уровень инфляции;

P – поправка на риск (см. Таблицу **).

Таблица 19. Типовые риски инвестиционных проектов

Величина типового риска	Суть проекта	P, процент
Низкий	Снижение себестоимости продукции	* – *
Средний	Увеличение объема продаж существующей продукции	* – **
Высокий	Производство и продвижение на рынок нового продукта	** – **
Очень высокий	Вложения в исследования и инновации	** – **

Планируется, что экспресс-салон красоты будет работать на ЕНВД.

Сумма годового ЕНВД для салона красоты определяется по формуле:

$$\text{ЕНВД}_{\text{год}} = \text{БазД} * \text{ФизП} * \text{***\%} * \text{К}^* * \text{К}^* * \text{***} - \text{страховые платежи}^{14}$$

При расчете ЕНВД для парикмахерской используется базовая ставка налога – ***%. При этом в качестве физического показателя используется количество сотрудников (** человек), для каждого из которых базовая доходность равна * *** руб¹⁵. Значение корректирующего коэффициента базовой доходности К* для внутригородских муниципальных образований Санкт-Петербурга равно *,*, а коэффициента-дефлятора К* в **** году – *,***.

Таким образом, сумма налога к уплате в год составит *** *** руб. с возможностью снижения суммы до ** *** руб. за счет страховых взносов.

6.2. Бюджет доходов и расходов

Таблица 20. Бюджет доходов и расходов, руб.

.....

Таблица **. Бюджет доходов и расходов, руб. (продолжение)

.....

Как видно из Таблицы **,

6.3. Бюджет движения денежных средств

Таблица 21. Бюджет движения денежных средств, руб.

.....

Таблица 22. Бюджет движения денежных средств, руб. (продолжение)

.....

БДДС показывает (см. Таблица **), что

6.4. Прогнозный баланс

Таблица **. Прогнозный баланс, руб.

....

Таблица **. Прогнозный баланс, руб. (продолжение)

.....

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса ...

¹⁴ ** ** ***** 50% ** *****

¹⁵ ***.*/*****.*/*****/523-****-****-*****.*****

6.5. Финансовые показатели

Основные финансовые показатели проекта представлены в Таблице **.

Таблица **. Основные финансовые показатели

Показатель	Ед. изм.	* мес.	** мес.	** мес.	** мес.	** мес.	** мес.
Текущие затраты к выручке от реализации	%	**.*	**.*	**.*	**.*	**.*	**.*
Прибыльность продаж	%	*.*	**.*	**.*	**.*	**.*	**.*
Рентабельность по чистой прибыли	%	*	**	**	**	***	***
Чистый оборотный капитал	тыс. руб.	***	* **	* **	* **	** **	** **
Коэффициент общей платежеспособности	разы	*	*	*	*	*	*

Финансовые показатели в периоде проекта имеют хорошие значения.

Планируемый бизнес демонстрирует высокую рентабельность по чистой прибыли к концу периода планирования. Рентабельность продаж также динамично растет и достигает **, *% к концу третьего года работы экспресс-салона красоты.

Затраты к выручке от реализации составляют **, *% в первые полгода осуществления проекта, снижаясь до стабильной величины в **, *% к концу периода планирования.

Показатели ликвидности и платёжеспособности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Поскольку в ходе реализации проекта не планируется привлечение заемного финансирования, коэффициент общей платежеспособности на протяжении всего срока реализации проекта равен *, а показатели ликвидности рассчитать невозможно.

Величина чистого оборотного капитала (ЧОК) представляет ту часть оборотных активов, которая финансируется за счет долгосрочных финансовых ресурсов, как собственных, так и заемных. В рамках реализации проекта ЧОК равен общей величине оборотных активов.

6.6. Показатели эффективности

Таблица **. Основные показатели результативности и эффективности проекта

Показатель	Значение	Ед. изм.
Выручка от реализации услуг	** **	тыс. руб.

Чистая прибыль	** ***	тыс. руб.
Ставка дисконтирования	**.*	%
NPV (чистая приведенная стоимость) проекта	** ***	тыс. руб.
IRR (внутренняя норма доходности) проекта	***	%
Срок окупаемости	*.**	лет
Дисконтированный срок окупаемости	*.**	лет

Анализируя показатели эффективности (см. Таблицу **), можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным, так как:

- NPV проекта составляет большую положительную величину;
- Внутренняя норма доходности (IRR проекта) существенно превышает действующие на рынке ставки кредитования;
- Дисконтированный срок окупаемости проекта – *.* лет, то есть проект окупается за период планирования даже с учётом дисконта.

6.7. Анализ безубыточности

Объёмы реализации в денежном выражении, ниже которых деятельность компании перестаёт быть прибыльной, представлены в Таблице **.

Таблица **. Точка безубыточности, тыс. руб.

	* мес.	** мес.	** мес.	** мес.	** мес.	** мес.
Выручка, тыс. руб.	* ***	* ***	** ***	** ***	** ***	** ***
Постоянные расходы, тыс. руб.	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***
Переменные расходы, тыс. руб.	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***
Точка безубыточности, тыс. руб.	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***	* ***
Запас финансовой прочности, тыс. руб.	***	* ***	* ***	* ***	* ***	** ***
Запас финансовой прочности в относительном выражении, %	*%	**%	**%	**%	**%	**%

Итак, по итогам проведенного анализа уровня безубыточности, можно сделать вывод, что для экспресс-салона красоты самыми рисковыми являются первые полгода работы, когда запас прочности составляет всего *%. К концу

первого года реализации проекта экспресс-салон будет иметь значительный запас прочности.

6.8. Анализ чувствительности

Таблица **. Чувствительность основных параметров оценки эффективности проекта от изменения объема продаж, цены реализации и величины общих издержек

Объем продаж							
Изменение	**%	**%	**%	**%	***%	***%	***%
Чистая приведенная стоимость (NPV)	* **	* **	** **	** **	** **	** **	** **
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	**%	***%	***%	***%	***%	***%	***%
Дисконтированный срок окупаемости (PBP)	* **	* **	* **	* **	* **	* **	* **
Уровень цен на реализуемую продукцию							
Изменение	**%	**%	**%	**%	***%	***%	***%
Чистая приведенная стоимость (NPV)	* **	* **	** **	** **	** **	** **	** **
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	**%	***%	***%	***%	***%	***%	***%
Дисконтированный срок окупаемости (PBP)	* **	* **	* **	* **	* **	* **	* **
Величина общих издержек							
Изменение	***%	***%	***%	***%	***%	***%	***%
Чистая приведенная стоимость (NPV)	** **	** **	** **	** **	** **	* **	* **
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	***%	***%	***%	***%	***%	***%	**%
Дисконтированный срок окупаемости (PBP)	* **	* **	* **	* **	* **	* **	* **

Анализ чувствительности (см. Таблицу **) показывает, что проект даже при значительных отклонениях от плановых значений объема продаж, цены реализации и величины общих издержек, остается эффективным.

При выполнении всего **% плана продаж проект остаётся рентабельным. Также важно отметить, что положительная величина NPV сохраняется при уменьшении цен на **%.

Важно отметить, что даже при росте общих издержек в *,* раза, проект продолжает быть прибыльным.

7. Анализ рисков

***.*. Организационный и управленческий риск**

1. Срыв плана - графика работ по запуску проекта.

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - высокая

Для предотвращения этого риска планируется:

-

2. Срыв выполнения плана реализации услуг

Оценка вероятности риска - средняя, степень влияния - высокая

Данный риск в основном связан с качеством осуществления мероприятий в рамках маркетинговой программы продвижения экспресс-салона красоты. Поскольку, согласно расчетам точки безубыточности, запас прочности предприятия в первые полгода работы составляет всего *%, влияние данного риска выше в период запуска проекта.

Однако, так как расчет финансовой модели производился по консервативному подходу, вероятность реализации данного риска не высокая.

3. Снижение рыночных цен

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - средняя.

Вероятность этого риска мала, так как цены на реализацию услуг салонов красоты стабилизировались в последние годы.

Тем не менее, для снижения указанного риска необходимо

-

4. Риск некачественного оказания услуг

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - низкая.

Данный риск связан с непродуманным подбором мастеров для оказания услуг экспресс-салона красоты. Существует возможность быстро нивелировать влияние такого риска за счет поиска нового сотрудника.

Для своевременного выявления риска необходимо осуществлять сбор обратной связи с посетителями экспресс-салона красоты.

***.*. Риск материально-технического обеспечения**

Риски материально-технического обеспечения не выявлены.

***.*. Технологические риски**

Технические риски не выявлены.

***.*. Финансовые риски**

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - средняя.

Финансовый риск связан, прежде всего, с неплатежеспособностью компании. В рамках реализации проекта данный риск напрямую зависит от реализации риска снижения объемов продаж или цен, а также росте издержек. С целью минимизации данного риска следует осуществлять планирование и контроль бюджетов предприятия при разных сценариях (оптимистичный, пессимистичный, реалистичный).

***.*. Экономические риски**

Данный проект исходит из позитивного прогноза состояния экономики РФ и сохранения в будущем общего курса на повышение платежеспособности граждан. Однако, позитивные ожидания не исключают необходимости постоянно контролировать текущую ситуацию и предпринимать меры по предотвращению потерь в случае её ухудшения.

***.*. Экологические риски**

Экологические риски не выявлены.

Приложение *. План затрат на мебель и оснащение

Данные о ценах взяты с сайта торговой компании, реализующей оборудование для салонов красоты и парикмахерских.

.....