Открытие парикмахерской

/бизнес сегмент/

Бизнес-план

/демо-версия/

Декабрь, 2012



БИЗНЕС-ПЛАН.INVENTICA

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Описание бизнес-плана

НАШИ ПРИНЦИПИАЛЬНЫЕ ОТЛИЧИЯ
ТО, что не предлагает НИКТО другой

ЛЮБАЯ БИЗНЕС ИДЕЯ ТРЕБУЕТ ДЕТАЛИЗИРОВАННОГО ПРОСЧЕТА.

УЧЕТ ВСЕХ ВОЗМОЖНЫХ ЗАТРАТ И ПРОРАБОТКА РАЗЛИЧНЫХ СЦЕНАРИЕВ РАЗВИТИЯ ПОЗВОЛЯЕТ ИНВЕСТОРУ ВОВРЕМЯ СКОРРЕКТИРОВАТЬ КОНЦЕПЦИЮ И НАЙТИ ОПТИМАЛЬНЫЙ БАЛАНС МЕЖДУ ИДЕЕЙ И РЕАЛИЯМИ РЫНКА.

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЭТОЙ ЗАДАЧИ МЫ РАЗРАБОТАЛИ ИНСТРУМЕНТ – ПРОСТОЙ и ИНТУИТИВНО ПОНЯТНЫЙ СНАРУЖИ, НО КРАЙНЕ СЛОЖНЫЙ ВНУТРИ.

ФИНАНСОВАЯ МОДЕЛЬ.INVENTICA

(прилагается к бизнес-плану)

ЭТО ПРОГРАММНЫЙ ПРОДУКТ, РАЗРАБОТАННЫЙ НА БАЗЕ MICROSOFT EXCEL, СОДЕРЖАЩИЙ РАСЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА С УЧЕТОМ ВСЕХ ЕГО ПАРАМЕТРОВ, КАЖДЫЙ ИЗ КОТОРЫХ МОЖЕТ БЫТЬ ИЗМЕНЕН ВРУЧНУЮ.

- Отражает суть бизнеса **(разработана совместно с участниками рынка)**
- Рассчитывает инвестиционный бюджет
- Формирует основные формы финансовой отчетности (PL, CF, BS)
- Рассчитывает инвестиционно-финансовые показатели проекта (срок окупаемости, NPV, IRR и т.п.)
- Позволяет подобрать оптимальный вариант финансирования проекта
- Позволяет выбрать оптимальную концепцию проекта

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАШЕГО ПРОДУКТА

Расчеты финансовой модели основываются на более чем 1 500 параметрах, каждый из которых Вы можете изменить самостоятельно.

Для того чтобы получить финансовые расчеты для Вашего уникального проекта, Вам нужно только изменить необходимые параметры и нажать ОДНУ кнопку. Все остальное модель сделает САМА.

КАК У ДРУГИХ?

ЧТО БЫ ВАМ НИ ГОВОРИЛИ МЕНЕДЖЕРЫ КОНКУРИРУЮЩИХ КОМПАНИЙ, ИХ ФИНАНСОВЫЕ МОДЕЛИ **НЕ ЯВЛЯЮТСЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫМИ**. ПРИ ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ ВАМ ПРИДЕТСЯ ПРОВЕСТИ ДО 70% РАБОТ ВРУЧНУЮ.

И ВНИМАНИЕ!

В СВЯЗИ С УЧАСТИВШИМИСЯ СЛУЧАЯМИ ЗАВЕДОМО ЛОЖНОГО ИНФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТОВ О ВОЗМОЖНОСТЯХ ФИНАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ, ПРИЛАГАЕМЫХ К БИЗНЕС-ПЛАНАМ КОНКУРЕНТОВ, УБЕДИТЕЛЬНО ПРОСИМ ВАС НЕ ОГРАНИЧИВАТЬСЯ ТОЛЬКО ТЕЛЕФОННОЙ КОНСУЛЬТАЦИЕЙ. ПЕРЕД ПРИНЯТИЕМ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ ТРЕБУЙТЕ У РАЗРАБОТЧИКОВ ДЕМОНСТРАЦИИ РЕАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ! ТОЛЬКО ДАННЫМ ОБРАЗОМ ВЫ СМОЖЕТЕ ОЦЕНИТЬ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ КОНКУРИРУЮЩИХ ПРОДУКТОВ!

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. **Copyright © 2012 Inventica**

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРИНЦИП РАБОТЫ С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ INVENTICA

1. Этап «Первичная настройка параметров»

На листе «Основные параметры» Вы меняете значение одного или нескольких параметров, выделенных **желтым** цветом (например, Вы изменяете загрузку кабинетов). В соответствующих **серых** графах автоматически отображаются новые значения с учетом произведенных Вами изменений.

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	Загрузка, % от максимальной
Парикмахерский зал	65%
Кабинет маникюра	50%
Кабинет педикюра	30%
Макияж и эстетика лица	30%
Образ невесты	5%

Количество приобретаемых услуг, шт. в день	Количество услуг на одного клиента, шт.	Количество клиентов, чел. в день	Средний дневной доход, тыс. руб. с НДС	Средний доход на 1 клиента, тыс. руб.
X	X	X	X	X
X	X	X	X	X
X	X	X	X	X
X	X	X	X	X
X	X	X	X	X

2. Этап «Построение индивидуальной финансовой модели»

Нажимаете на кнопку «Пересчет», расположенную на листе «Основные параметры».

Пересчет

Программа запускает макрос, который самостоятельно формирует инвестиционные, операционные и финансовые потоки по проекту в соответствии с заданными Вами параметрами.

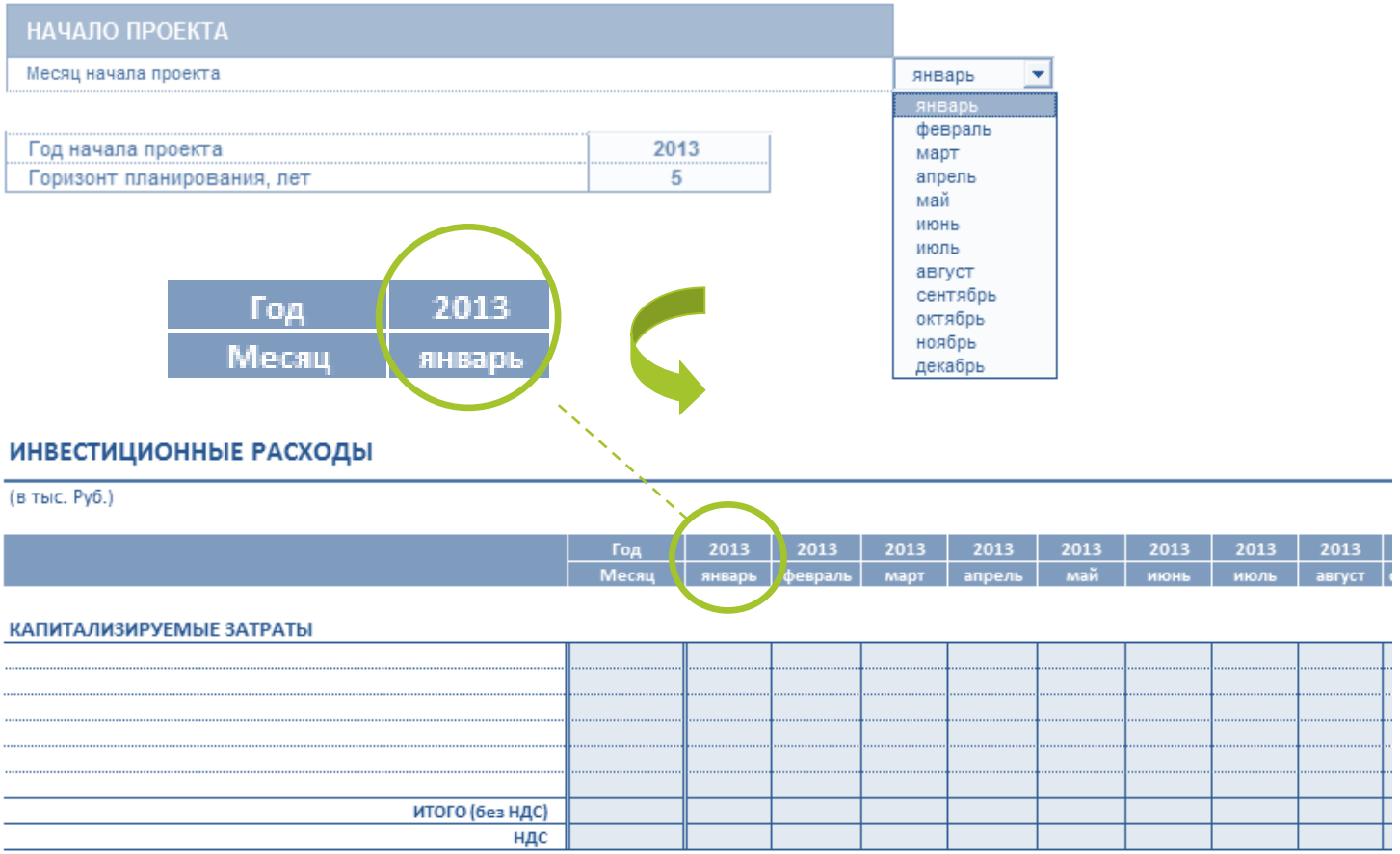
На сегодняшний день возможность применения **AI систем** для единовременной «увязки» параметров реализована только нашей компанией.

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Клиент имеет возможность задать любой месяц и любой год начала проекта и НИЧЕГО не менять вручную.

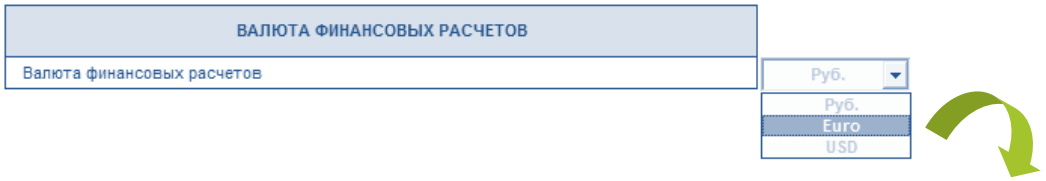


Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Модель позволяет осуществлять автоматический расчет в 3х валютах (RUR, USD, EURO)



ПОЛУЧЕНИЕ РАЗРЕШИТЕЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ	Объем работ	Цена за ед. (с НДС), тыс. руб.	Валюта расчетов	Цена (с НДС), тыс. (в валюте расчетов)
	1	8	Euro	0,2
	1	3	Euro	0,1
	1	180	Euro	4,4

Финансовая модель позволяет Клиенту самостоятельно определить систему налогообложения проекта – ОСН, УСН или ЕНВД.



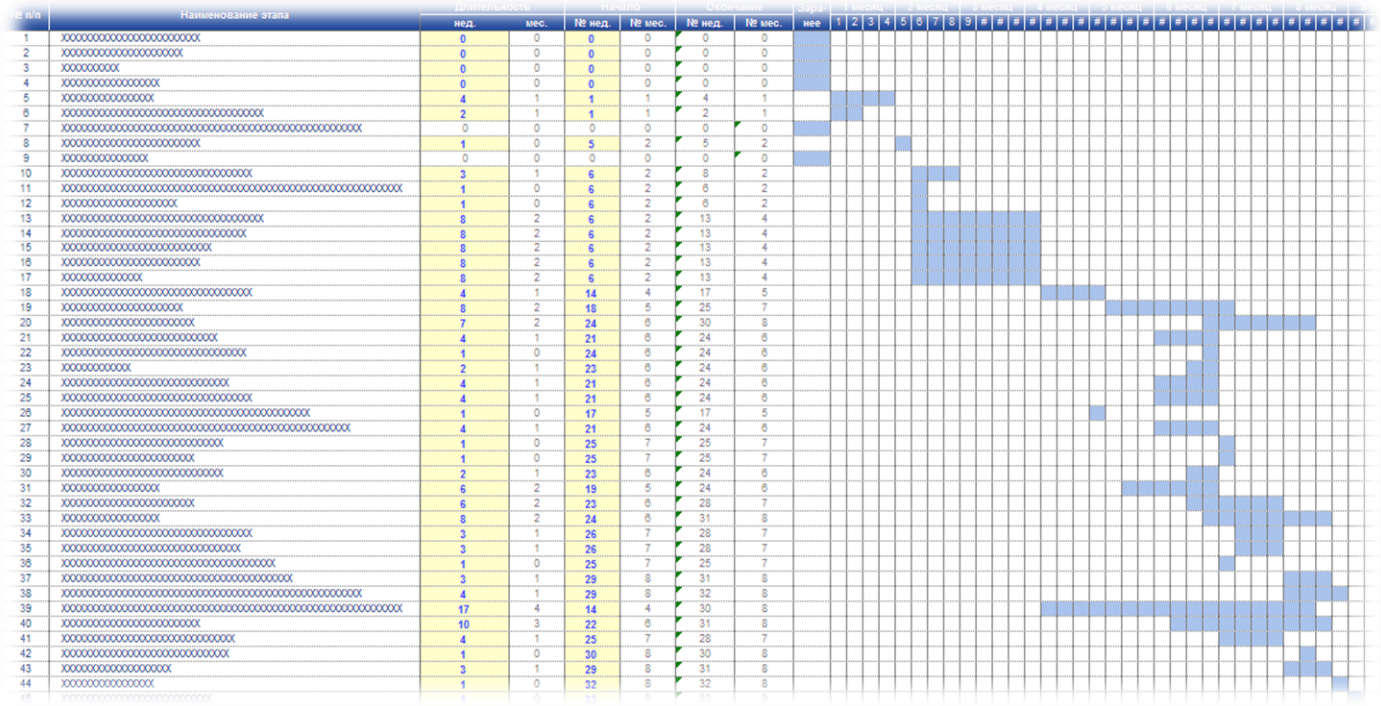
Расчет налоговых платежей осуществляется с учетом всех последних изменений законодательства (НК РФ, в ред. от 29.10.2012).

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Формирование расчетов инвестиционного этапа осуществляется в соответствии с планом-графиком, в котором отражена длительность каждого этапа инвестиционной стадии проекта. Расчет длительности проведен на основе консультаций с подрядчиками соответствующих услуг. Клиент имеет возможность изменить длительность и последовательность любого из этапов.



№ п/п	Наименование этапа	Длительность		Начало		Окончание		Зарезервировано
		нед.	мес.	№ нед.	№ мес.	№ нед.	№ мес.	
1	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
2	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
3	XXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
4	XXXXXXXXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
5	XXXXXXXXXXXXXXX	4	1	1	1	4	1	
6	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2	1	1	1	2	1	
7	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
8	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	5	2	5	2	
9	XXXXXXXXXXXXXX	0	0	0	0	0	0	
10	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	6	2	8	2	
11	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	6	2	6	2	
12	XXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	6	2	6	2	
13	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	6	2	13	4	
14	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	6	2	13	4	
15	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	6	2	13	4	
16	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	6	2	13	4	
17	XXXXXXXXXXXXX	8	2	6	2	13	4	
18	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	14	4	17	5	
19	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	18	5	25	7	
20	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	7	2	24	6	30	8	
21	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	21	6	24	6	
22	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	24	6	24	6	
23	XXXXXXXXXXXX	2	1	23	6	24	6	
24	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	21	6	24	6	
25	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	21	6	24	6	
26	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	17	5	17	5	
27	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	21	6	24	6	
28	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	25	7	25	7	
29	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	25	7	25	7	
30	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2	1	23	6	24	6	
31	XXXXXXXXXXXXXXXX	6	2	19	5	24	6	
32	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	6	2	23	6	28	7	
33	XXXXXXXXXXXXXXXX	8	2	24	6	31	8	
34	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	26	7	28	7	
35	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	26	7	28	7	
36	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	25	7	25	7	
37	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	29	8	31	8	
38	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	29	8	32	8	
39	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	17	4	14	4	30	8	
40	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	10	3	22	6	31	8	
41	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	25	7	28	7	
42	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	30	8	30	8	
43	XXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	29	8	31	8	
44	XXXXXXXXXXXXXX	1	0	32	8	32	8	

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

По каждой категории инвестиционных расходов в модели приводится текущая стоимость объекта/услуги и ссылка на магазин для подробного изучения характеристик объекта

Имеется возможность задать индивидуальную схему оплаты товара и услуги: «аванс + доплата» либо «равномерное распределение платежей».

Программа позволяет рассчитать экономическую целесообразность применения франшизной схемы открытия салона красоты

УСЛОВИЯ ФРАНШИЗНОГО ДОГОВОРА	
Франшиза (1 - франчайзи, 0 - несетевой салон)	0
Паушальный взнос, тыс. руб.	X
Роялти, % от выручки без учета НДС	6%
Взнос в маркетинговый фонд, % от выручки без учета НДС	4%

Клиент имеет возможность рассчитать 2 варианта владения помещением: на правах собственности либо на правах аренды

Модель базируется на тщательной детализированной проработке основных текущих затрат по проекту (коммунальные расходы; телекоммуникационные затраты; продвижение и пр.).

Дата актуализации тарифных ставок по затратам – сентябрь 2012 г.

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Модель подходит для просчета создания парикмахерской любой концепции, поскольку Клиент имеет возможность задать любой параметр

ПАРИКМАХЕРСКИЙ ЗАЛ	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Мебельное оборудование		
Кресло парикмахерское NEW DECO KARISMA	3	25
Подставка под ноги	3	3,1
Зеркала (рабочий туалет) NEON CERIOTTI	3	19,8
Мойка MIX CERIOTTI	2	29
Тележка парикмахерская для инструментов пластиковая FRIEND 2 AGV	X	X
Тележка парикмахерская для краски SPRING CERIOTTI	X	X
Стул мастера SOFA BEAUTY STAR	X	X
Лаборатория Имидж Мастер	X	X
Витрины для продукции TECLA 2 PIETRANERA	X	X

МАНИКЮРНЫЙ КАБИНЕТ	Длительность процедуры, мин.	Стоимость услуги, тыс. руб. (с НДС)
II блок. ПОКРЫТИЕ НОГТЕЙ SHELLAC		
Покрытие ногтей Shellac	40	0,80
Покрытие ногтей Shellac (френч)	45	1,00
Покрытие ногтей Shellac + маникюр	110	1,2
Покрытие ногтей Shellac + маникюр (френч)	120	1,30

Измените названия категорий и их значения

ИЛИ

Обнулите те категории, которые не подходят к концепции Вашего салона

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	Загрузка, % от максимальной
Парикмахерский зал	65%
Кабинет маникюра	45%
Кабинет педикюра	30%
Кабинет эпиляции	0%
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%
Кабинет 3	0%
Солярий	0%
Макияж и эстетика лица	30%
Образ невесты	5%

МАРКЕТИНГОВЫЕ РАСХОДЫ: ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЭТАП	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Event-маркетинг		
Презентация салона		
Печать и распространение приглашений, тыс. руб. за 200 шт.	2	X
Оформление салона, тыс. руб.	1	X
Приглашение celebrities, тыс. руб.	0	X
Приглашение DJ, тыс. руб.	0	X
Приглашение фотографа, тыс. руб.	1	X
Тестирование процедур, тыс. руб.	50	X
Фуршет, тыс. руб.	120	1,5
Прочее, тыс. руб.	0	0,0
ИТОГО, event-маркетинг		X

Подобная корректировка может быть осуществлена применительно ко всем параметрам проекта

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Также в программе предусмотрено, что Клиент может:

ДОБАВИТЬ КАБИНЕТЫ

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	Загрузка, % от максимальной
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%
Кабинет 3	0%

КАБИНЕТ #	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Технологическое оборудование		
#	1	0,0
#	1	0,0
#	1	0,0
Нейтральное оборудование		
#	1	0,0
#	1	0,0
#	1	0,0
#	1	0,0
Монтажные работы		
Технологическое оборудование	10%	0
Нейтральное оборудование	6%	0
ИТОГО, КАБИНЕТ #		0
ИТОГО, РАБОТЫ		0

КАБИНЕТ 1	Распределение клиентов по услугам в блоках за определенный период	Удельный вес услуги в общей структуре,%	Длительность процедуры, мин.	Среднее число услуг, в день	Стоимость услуги, тыс. руб. (с НДС)	Средний дневной доход, тыс. руб. с НДС	Удельный вес материалов в стоимости, %	Затраты на материалы, тыс. руб. с НДС
I блок.	0	0%						
#	0	0%	1	0,00	0,00	0,0	0%	0,000
#	0	0%	1	0,00	0,00	0,0	0%	0,000
#	0	0%	0	0,00	0,00	0,0	0%	0,000
ИТОГО	0	0%		0,0		0,0		0,0

ДОБАВИТЬ ОБОРУДОВАНИЕ

КАБИНЕТ МАНИКЮРА	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Мебельное оборудование		
Маникюрный стол с вытяжкой ARTECHNO (в комплекте вытяжка, ящик)	X	X
Передвижной маникюрный стол	X	X
Табурет мастера СЛС-1Х Россия	X	x
Кресло клиента VINTAGE PIETRANERA	X	x
Витрина для демонстрации лаков и средств АВ 01-1	X	X
Подставка для лаков	X	X
Подушка для рук	X	x
Корзина	X	X
#	x	x
#	x	X
#	x	X

РАСШИРИТЬ СПИСОК УСЛУГ

ПАРИКМАХЕРСКИЕ УСЛУГИ
I блок. СТРИЖКА ЖЕНСКАЯ
Стрижка волос с сушкой
Длинные волосы
Волосы средней длины
Короткие волосы
Стрижка волос Pret-a-Porter
Длинные волосы
Волосы средней длины
Короткие волосы
Стрижка волос горячими ножницами
Длинные волосы
Волосы средней длины
Короткие волосы
Стрижка челки
#
#
#
ИТОГО
II блок. СТРИЖКА МУЖСКАЯ
III блок. СТРИЖКА ДЕТСКАЯ
IV блок. УКЛАДКА
V блок. КЕРАТИНОВОЕ ВЫПРЯМЛЕНИЕ ВОЛОС
VI блок. ОКРАШИВАНИЕ
VII блок. ХИМИЧЕСКАЯ ЗАВИВКА
VIII блок. НАРАЩИВАНИЕ ВОЛОС
IX блок. УХОД ЗА ВОЛОСАМИ
X блок
XI блок
XII блок
ВСЕГО ПО БЛОКУ

УВЕЛИЧИТЬ ПЕРСОНАЛ

КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ	В СМЕНУ
Генеральный директор. Управляющий	X
Арт-директор	X
Главный бухгалтер	X
Администратор	X
Мастер-парикмахер	X
Мастер маникюра	X
Мастер педикюра	X
Косметолог по лицу	X
Косметолог по телу	X
Мастер эпиляции	X
Визажист	X
Бармен	X
Уборщица	X
Ресепшенист	X
#2	X
#3	X
#4	X
ИТОГО	X

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

При изменении значений параметров программа САМОСТОЯТЕЛЬНО пересчитывает значения ячеек, связанных с измененным параметром

Данная возможность реализована посредством 100% увязки всех параметров проекта

Задавая число мастеров в смену…

КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ	В СМЕНУ
Генеральный директор. Управляющий	1
Арт-директор	0
Главный бухгалтер	1
Администратор	1
Мастер парикмахер	3
Мастер маникюра	1
Мастер педикюра	1
Врач-трихолог	0
Медсестра	0

… загрузку кабинетов

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	Загрузка, % от максимальной
Парикмахерский зал	65%
Кабинет маникюра	50%
Кабинет педикюра	30%
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%
Кабинет 3	0%
Солярий	0%
Макияж и эстетика лица	30%
Образ невесты	5%

… длительность и стоимость услуг

ПАРИКМАХЕРСКИЕ УСЛУГИ	Длительность процедуры, мин.	Стоимость услуги, тыс. руб. (с НДС)
I блок. СТРИЖКА ЖЕНСКАЯ		
Стрижка волос с укладкой	60	
Длинные волосы		1,25
Волосы средней длины		1,03
Короткие волосы		0,85
Стрижка волос Pret-a-Porter	75	
Длинные волосы		1,63
Волосы средней длины		1,37
Короткие волосы		1,11
Стрижка волос горячими ножницами	75	
Длинные волосы		1,50
Волосы средней длины		1,26

Вы автоматически корректируете набор оборудования

ПАРИКМАХЕРСКИЙ ЗАЛ	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Мебельное оборудование		
Кресло парикмахерское NEW DECO KARISMA	3	20,4
Подставка под ноги	3	3,1
Зеркала (рабочий туалет) NEON CERIOTTI	3	19,8
Мойка MIX CERIOTTI	2	25,6
Тележка парикмахерская для инструментов пластиковая FRIEND 2 AGV	3	5,8
Тележка парикмахерская для краски SPRING CERIOTTI	0	6,3
Стул мастера SOFA BEAUTY STAR	0	10,4
#	0	0,0
#	0	0,0
Техническое оборудование		
Раковина для мытья рук Ideal Standart	1	4,2
Смеситель для раковины Hansgrohe	2	2,8
Климазон C 5000 CERIOTTI	1	36,4
Стерилизатор для обработки инструментов NEW GERMIX 2 CERIOTTI	1	7,2

… площадь … расходы на ремонт … аренду … ФОТ и т.д.

Зал парикмахерского обслуживания, кв. м	32,0
Рабочее место мастера-парикмахера, кв.м.	6,0
Количество мастеров-парикмахеров, чел. в смене	3,0
Рабочее место мастера по визажу, кв.м.	6,0

… И получаете расчет вашего индивидуального проекта

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ УСЛУГ	Выручка, тыс. руб. в месяц	Расходы материалов, тыс. руб. в месяц	Расходы на оплату персонала, тыс. руб. в месяц	Аренда, тыс. руб. в месяц	Чистая прибыль, тыс. руб. в месяц	Прибыль на 1 кв.м., тыс. руб. в месяц	Инвестиции, тыс. руб.	Окупаемость, мес.
Парикмахерский зал	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет маникюра	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет педикюра	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет диагностики	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет косметологии по лицу	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет косметологии по телу	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет эпиляции	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет 1	X	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет 2	x	x	x	x	x	x	x	x
Кабинет 3	x	x	x	x	x	x	x	x
Солярий	x	x	x	x	x	x	x	x
Макияж и эстетика лица	X	X	X	X	X	X	X	X

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Программа помогает Клиенту определять оптимальный набор услуг, сопоставляя их рентабельность и стоимость оборудования

ПАРИКМАХЕРСКИЕ УСЛУГИ	Распределение клиентов по услугам в блоках за определенный период	Средняя длительность процедуры в блоке, мин.	Общее время, затраченное на процедуры в блоке одним мастером, мин.	Удельный вес услуги в общем времени мастера,%	Длительность процедуры, мин.	Максимальное количество услуг, шт./день	Дневная загрузка, %	Среднее число услуг, в день	Стоимость услуги, тыс. руб. (с НДС)	Средний дневной доход, тыс. руб. с НДС	Удельный вес материалов в стоимости, %	Затраты на материалы, тыс. руб. с НДС
I блок. СТРИЖКА ЖЕНСКАЯ	X	X	X	X			X					
Стрижка волос с укладкой	X	X	X	X	X	X	X			X		
Длинные волосы	X						X	X	X		X	X
Волосы средней длины	X						X	X	X		X	X
Короткие волосы	X						X	x	X		X	x
Стрижка волос Pret-a-Porter	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X
Длинные волосы	X						X	X	X		X	X
Волосы средней длины	X						X	X	X		X	X
Короткие волосы	X						X	X	X		X	X
Стрижка волос горячими ножницами	X	X	X	X	X	X	X			X		
Длинные волосы	X						X	X	X		X	X
Волосы средней длины	X						X	X	X		X	X
Короткие волосы	X						X	X	X		X	X
Стрижка челки	X	X	X	X	X	X	X	X	x	X	x	X
X	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
X	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
X	0	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

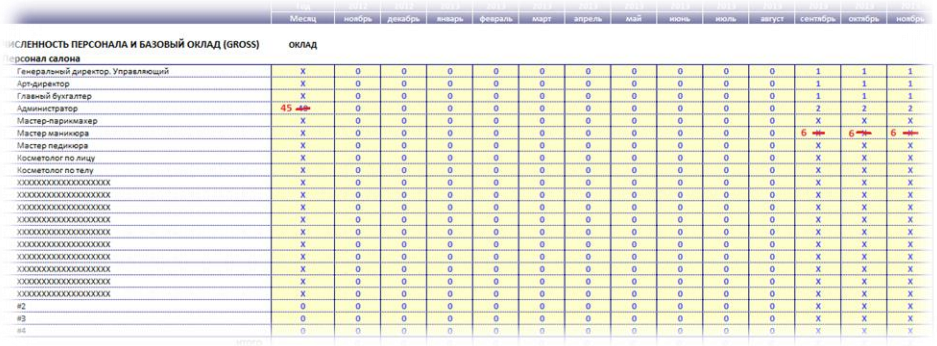
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

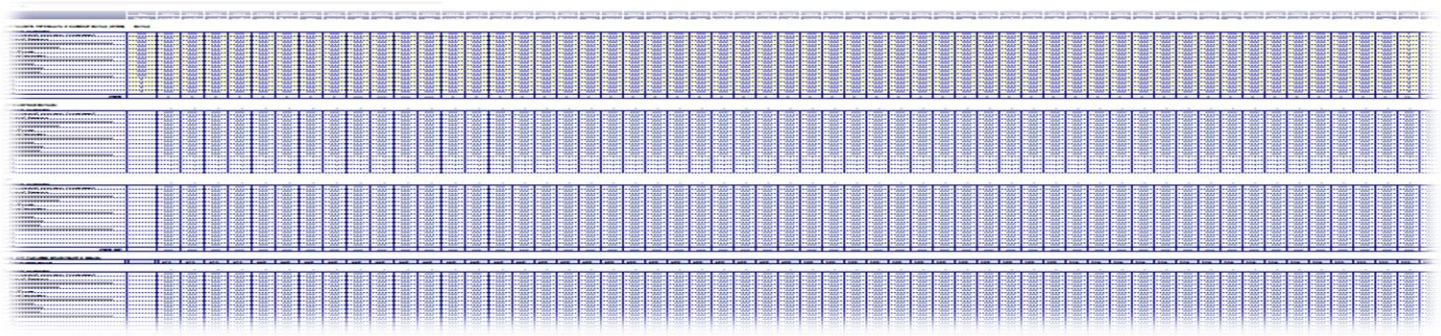
Предусмотрен гибкий инструмент формирования штатного расписания

Клиент может задавать любые позиции в штате с указанием любого количества человек по данной позиции, любого оклада, любого первого месяца выхода сотрудника на работу.



Месяц	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь
ЧИСЛЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА И БАЗОВЫЙ ОКЛАД (GROSS)	ОКЛАД												
Персонал салона													
Генеральный директор, Управляющий	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Арт-директор	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Главный бухгалтер	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Администратор	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2
Мастер-парикмахер	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
Мастер маникюра	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	6	6
Мастер педикюра	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
Косметолог по лицу	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
Косметолог по телу	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
XXXXXXXXXXXXXXXXXX	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
#2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
#3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X
#4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	X	X

Программа автоматически формирует налоговые платежи и страховые взносы с ФОТ в соответствии с действующими налоговыми ставками.



Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

При расчете страховых взносов учтена российская специфика, когда часть зарплаты выплачивается официально, а часть "в конверте"

РАСЧЕТЫ ПО СТРАХОВЫМ ВЗНОСАМ	
Выберите режим	"Серая" зарплата

"Белая" зарплата
"Серая" зарплата

Расчет амортизационных отчислений может осуществляться в соответствии с выбранной Клиентом амортизационной группой для каждого типа оборудования.

АМОРТИЗАЦИЯ	
Период амортизации: амортизационная группа №1	2
Период амортизации: амортизационная группа №2	3
Период амортизации: амортизационная группа №3	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №4	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №5	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №6	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №7	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №8	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №9	XXX
Период амортизации: амортизационная группа №10	XXX



	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	Аморт. гр.	Аморт. п-д
ПОКУПКА ПОМЕЩЕНИЯ									
Стоимость помещения	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	10	480
ОБОРУДОВАНИЕ									
Мебель торгового зала	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
XXXXXXXXXXXXXXXX	XXX	XXX	1	XXX	XXX	XXX	XXX	1	24
Оборудование места товароведов	1	40.0	1	50%	2	3	0	1	24

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Указав условия привлечения кредитных средств, Клиент автоматически получает расчет графика погашения задолженности отдельно для каждого транша.

КРЕДИТ	
Ставка кредита	XXX
Льготный период по уплате процентов, мес.	XXX
Льготный период по уплате основной части долга, мес.	XXX
Срок возврата кредита, мес.	XXX
Штраф за просрочку платежей, % в мес.	XXX
Покрытие из собственых средств, %	XXX

ГРАФИК ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА												
Сумма долга на конец прошлого периода		-	-	-	-	-	1 724	1 856	2 025	2 159	2 159	
Транши	2 159	-	-	-	-	1 724	132	169	134	-	-	
База для расчета процентов		-	-	-	-	1 724	1 856	2 025	2 159	2 159	2 159	
Выплата основного долга (план)	2 159	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Выплата основного долга (факт)	2 159	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Выплата процентов по кредиту (план)	241	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Выплата процентов по кредиту (факт)	241	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Выплата штрафов за просрочку платежей (факт)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ТРАНШ №1 (мес.) 5												
СУММАРНЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО ТРАНШУ 1	1 916	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ТРАНШ №2 (мес.) 6												
СУММАРНЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО ТРАНШАМ 1-2	2 063	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ТРАНШ №3 (мес.) 7												
СУММАРНЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО ТРАНШАМ 1-3	2 251	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ТРАНШ №4 (мес.) 8												
СУММАРНЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО ТРАНШАМ 1-4	2 400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

ТАКИМ ОБРАЗОМ, С ПОМОЩЬЮ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ INVENTICA ВЫ СМОЖЕТЕ:

- определить объем необходимых кредитных средств и график получения траншей;
- рассчитать график погашения задолженности (с учетом сезонных колебаний спроса, выхода ресторана на проектную мощность, кризисных явлений в экономике);
- определить финансовый ущерб в случае непогашения очередной суммы платежа (штрафные санкции банка);
- сравнить различные варианты привлечения кредита (доля заемных средств, процентная ставка, период отсрочки, штрафные санкции за несвоевременное погашение кредита и пр.) и выбрать оптимальный.

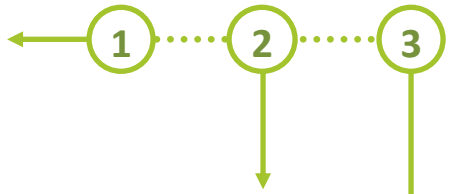
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Указав условия лизинга (1) и перечень оборудования, приобретаемого в лизинг (2), Клиент автоматически получает расчет лизинговых платежей (3)

ФИНАНСОВЫЕ ПАРАМЕТРЫ	
ЛИЗИНГ	
Срок лизинга, мес.	XXX
Периодичность выплат, мес.	1
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3
Авансовый платеж, % от начальной стоимости	20,0%
Выкупная стоимость, % от начальной стоимости	XXX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	XXX



АВТОМАТИЗАЦИЯ АПТЕКИ	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)	Покупка в лизинг (1 - Да, 0 - нет)	Стоимость
Техническое оборудование				
POS-система (вкл. фискальный регистратор, ридер магнитных карт, денежный ящик, табло, клавиатуру)	2	71,5	1	143,0
Сканер штрих-кода	XXX	XXX	0	XXX
XXXXXXXXXX	XXX	XXX	0	XXX
XXXXXXXXXX	XXX	XXX	0	XXX
XXXXXXXXXX	XXX	XXX	0	XXX
XXXXXXXXXX	XXX	XXX	0	XXX

ЛИЗИНГОВЫЙ ПЛАТЕЖ														
Авансовая часть	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Основная часть	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вознаграждение	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Возмещение налога на имущество	10	-	-	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
Возмещение страхования	21	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
итого	31	-	-	8	1	1	1	1	1	1	0	0	0	
ндс	6	-	-	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

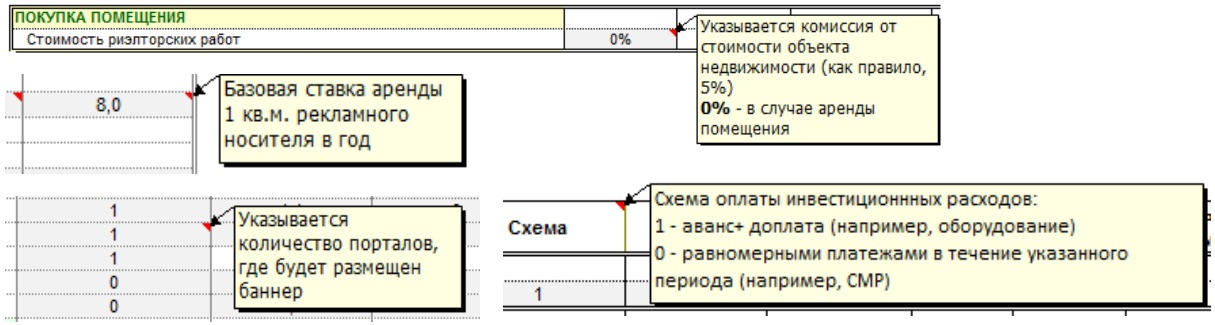
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

Функционал модели позволяет Клиенту получить автоматическую оценку стоимости компании на каждом этапе работы beauty заведения.

Пользовательский интерфейс программы максимально упрощен, графы снабжены всплывающим окном-подсказкой, где даны рекомендации по заполнению конкретной графы



А ТАКЖЕ…

ПРОЧИЕ УНИКАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НАШЕЙ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ ВЫ МОЖЕТЕ УВИДЕТЬ И ПРОТЕСТИРОВАТЬ НА ПЕРСОНАЛЬНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОДУКТА (ЗАПИСЬ ПО ТЕЛ. 8-495-629-65-41)

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. **Copyright © 2012 Inventica**

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

БИЗНЕС-ПЛАН.INVENTICA

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Содержание бизнес-плана

МАКСИМАЛЬНАЯ ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОРАБОТКИ, ЧТОБЫ УЧЕСТЬ СПЕЦИФИКУ ОТРАСЛИ

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА 13

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА 13
ОБЩИЕ ПАРАМЕТРЫ 13
ФИЗИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ 13
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПАРИКМАХЕРСКОЙ 13
ПАРАМЕТРЫ ДОХОДНОСТИ 14
ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА 14
ПРИВЛЕКАЕМЫЕ ФИНАНСОВЫЕ СРЕДСТВА 15
ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА 17
ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ ПРОЕКТА 17

Глава 2. ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ 18

НОРМАТИВНАЯ БАЗА РЫНКА 18
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ФОРМА 20
РЕГИСТРАЦИЯ КОМПАНИИ 21
ДОГОВОР АРЕНДЫ ИЛИ СВИДЕТЕЛЬСТВО О СОБСТВЕННОСТИ НА ПОМЕЩЕНИЕ 22
СОГЛАСОВАНИЕ ПЕРЕПЛАНИРОВОК 24
РАЗРЕШЕНИЕ НА РАЗМЕЩЕНИЕ 24
ПРОЕКТ ПЕРЕПЛАНИРОВКИ, СОГЛАСОВАНИЕ ПРОЕКТА 25
ЗАКЛЮЧЕНИЯ НА ПОМЕЩЕНИЕ: СЭС И ГПИ 27
РАЗРЕШЕНИЕ НА ВЫВЕСКУ 29
РЕГИСТРАЦИЯ ККМ 30
СЕРТИФИКАЦИЯ 31
БЮДЖЕТ НА ОФОРМЛЕНИЕ РАЗРЕШИТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ 32

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 3. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ 34

КЛАССИФИКАЦИЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 34

ТИП САЛОНА КРАСОТЫ 34
ВИД САЛОНА КРАСОТЫ 38
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ САЛОНА КРАСОТЫ 38
КЛАСС САЛОНА КРАСОТЫ 39

САЛОНЫ ЭКОНОМ КЛАССА 40
САЛОНЫ СРЕДНЕГО И ВЕРХНЕГО КЛАССА 40
САЛОНЫ БИЗНЕС И ЛЮКС КЛАССА 41

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ САЛОНОВ ПО КЛАССУ 42

ОБЪЕМНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РОССИИ 47

ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 47
ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ 48
ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ УСЛУГ САЛОНОВ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 48
РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ НА УСЛУГИ САЛОНОВ 49
ЧИСЛО И МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ 49

РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ В ФЕДЕРАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ 51

МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 51
КОЛИЧЕСТВО САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 52
ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 52
ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ РЫНКА И ИНДЕКС ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 55
СТОИМОСТЬ ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ ПО ФО 56
ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 60

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 3. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (Продолжение)

РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ 61

МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 61
ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РЕГИОНОВ УСЛУГАМИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 62
ТЕМП РОСТА ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 63
ТЕМП РОСТА ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 65
ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 66
СТОИМОСТЬ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ ПО РЕГИОНАМ 67
ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 68

НАИБОЛЕЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ САЛОНОВ КРАСОТЫ 69

ХАРАКТЕРИСТИКА СУБЪЕКТОВ РФ ПО ОСНОВНЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИМ РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 73

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА В РЕГИОНАХ 76

ПАКЕТ УСЛУГ 76
БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПАРИКМАХЕРСКИХ СРЕДСТВ 79
БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ СРЕДСТВ 80

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 86

ЖЕНСКАЯ СТРИЖКА 87
ХИМИЧЕСКАЯ ЗАВИВКА 88
МЕЛИРОВАНИЕ БЛОНДИРУЮЩИМ СРЕДСТВОМ 88
ОКРАШИВАНИЕ В ОДИН ТОН 89
МАНИКЮР С ПОКРЫТИЕМ 90
НАРАЩИВАНИЕ И КОРРЕКЦИЯ НОГТЕЙ 90
ПЕДИКЮР 91
ЧИСТКА ЛИЦА 92
МАССАЖ 93

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 3. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (Продолжение)

МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В РЕГИОНАХ 94

РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ В РЕГИОНАХ 96

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В РЕГИОНАХ 98

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОСКОВСКОГО РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 99

НОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ, ПОЯВИВШИЕСЯ НА РЫНКЕ В 2010-2012 102

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ ПРОЕКТЫ 121

РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В ВАШЕМ ГОРОДЕ 124

- ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 124
- ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 124
- ИНДЕКС ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 125
- РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ НА УСЛУГИ САЛОНОВ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 125
- КОЛИЧЕСТВО И МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 126
- СТРУКТУРА РЫНКА ПО ЦЕНЕ 126
- ВОСТРЕБОВАННОСТЬ УСЛУГ 127
- ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МАРКИ 128
- РЕКЛАМА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 129
- СТОИМОСТЬ УСЛУГ 131
  - ЖЕНСКАЯ СТРИЖКА 131
  - ХИМИЧЕСКАЯ ЗАВИВКА 132
  - МЕЛИРОВАНИЕ БЛОНДИРУЮЩИМ СРЕДСТВОМ 132
  - ОКРАШИВАНИЕ В ОДИН ТОН 132
  - МАНИКЮР С ПОКРЫТИЕМ 133
  - НАРАЩИВАНИЕ И КОРРЕКЦИЯ НОГТЕЙ 133
  - ПЕДИКЮР 133
  - ЧИСТКА ЛИЦА 134
  - МАССАЖ 134

На сегодняшний день Вы можете бесплатно получить исследование рынка в следующих городах:

- Белгород;
- Благовещенск;
- Воронеж;
- Волгоград;
- Екатеринбург;
- Ижевск;
- Киров;
- Новокузнецк;
- Пермь;
- Псков;
- Саратов;
- Тольятти;
- Томск;
- Тюмень;
- Челябинск;
- Ульяновск;
- Ярославль

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 4. КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА 135

ОБЩИЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КОНЦЕПЦИИ 135
ТИП, ВИД И КЛАСС САЛОНА КРАСОТЫ 136
АССОРТИМЕНТНАЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА 136
ОБОРУДОВАНИЕ 143
НОРМАТИВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОБУСТРОЙСТВУ САЛОНА КРАСОТЫ 144
РАЗМЕЩЕНИЕ 144
СОСТАВ И ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ 145
ВНУТРЕННЯЯ ОТДЕЛКА ПОМЕЩЕНИЙ 148
ВОДОСНАБЖЕНИЕ И КАНАЛИЗАЦИЯ 148
ОТОПЛЕНИЕ И ВЕНТИЛЯЦИЯ 148
ОСВЕЩЕНИЕ 150
ДЕЗИНФЕКЦИЯ 152

Глава 5. СТРАТЕГИЯ И ПЛАН МАРКЕТИНГА 157

МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА 157
ВЫБОР МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ 157
ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ И УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ 158
ТИП ТОРГОВОЙ ЗОНЫ 158
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ 160
ПРАВА НА ПОМЕЩЕНИЕ 161
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА 161
РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА 162
РЕКЛАМНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 162
РЕКЛАМНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ОПЕРАЦИОННОГО ЭТАПА 164
СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 165
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САЛОНА КРАСОТЫ 167
РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ 168

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА 171

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА 171

ОРГАНИЗАЦИОНАЯ СТРУКТУРА 173

Глава 7. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА 174

ПОДБОР ПОМЕЩЕНИЯ 174

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА 175

ПРОЕКТИРОВАНИЕ 176

РЕМОНТ ПОМЕЩЕНИЯ 176

ЗАКУПКА МЕБЕЛЬНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КАБИНЕТОВ САЛОНА 177

- ПАРИКМАХЕРСКИЙ ЗАЛ 178
- КАБИНЕТ МАНИКЮРА 181
- КАБИНЕТ ПЕДИКЮРА 182
- РАБОЧЕЕ МЕСТО ВИЗАЖИСТА 184

ЗАКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СЛУЖЕБНО-БЫТОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ САЛОНА 185

- ЗАЛ ОЖИДАНИЯ 185
- КОМНАТА ОТДЫХА ПЕРСОНАЛА 185
- КАБИНЕТ АДМИНИСТРАЦИИ 186
- ПРАЧЕЧНАЯ 186
- ПОДСОБНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ 187
- УБОРНЫЕ ДЛЯ КЛИЕНТОВ 187
- УБОРНЫЕ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА 188

МОНТАЖ ОБОРУДОВАНИЯ 188

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПАРИКМАХЕРСКОЙ 189

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 7. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА (Продолжение)

ПРОВЕДЕНИЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ 190
ТЕЛЕФОННАЯ ЛИНИЯ 190
ОХРАННО-ПОЖАРНАЯ СИГНАЛИЗАЦИЯ 190
СТРАХОВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ 191
ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ ЗАКУПКА РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ 191
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ И ЗАКУПКА УНИФОРМЫ ПЕРСОНАЛА 192
БЮДЖЕТ РАСХОДОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 192
ФИНАНСИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 193

Глава 8. ОПЕРАЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА 195

РАСЧЕТ ДОХОДОВ ПО ПРОЕКТУ 195
ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДА 195
ЗАГРУЗКА И ДОХОДНОСТЬ КАБИНЕТОВ 196
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАБИНЕТОВ 197
ДОХОД ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ 198
СЕЗОННЫЙ ФАКТОР 198
ВЫХОД НА ПРОЕКТНУЮ МОЩНОСТЬ 198

РАСЧЕТ РАСХОДОВ ПО ПРОЕКТУ 199
КОММУНАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ 199
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ 199
ОТОПЛЕНИЕ 199
ВОДОСНАБЖЕНИЕ 199
УБОРКА ТЕРРИТОРИИ 200
СТОИМОСТЬ ПОТРЕБЛЕННЫХ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ 200

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 8. ОПЕРАЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА (Продолжение)

АРЕНДНЫЕ РАСХОДЫ 200
РАСХОДЫ НА УТИЛИЗАЦИЮ ВОЛОС 200
РАСХОДЫ АДМИНИСТРАТИВНОГО ХАРАКТЕРА 201
РАСХОДЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ 201
РАСХОДЫ НА СТИРКУ БЕЛЬЯ 201
РАСХОДЫ НА РЕМОНТ ТЕХНИКИ 202
РАСХОДЫ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЮ 202
ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА 203
РАСХОДЫ НА ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ 203
ЗАКУПКА РАСХОДНЫХ СРЕДСТВ 204
РАСХОДЫ НА СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 204
СТРАХОВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ 205
ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА 205

Глава 9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 209

УСЛОВИЯ И ДОПУЩЕНИЯ 209
ИНФЛЯЦИЯ 209
НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ 209
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ 211
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ 212
ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС 214

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 10. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА 215

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ 215

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА 215
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ 215
РАСЧЕТ СТАВКИ ДИСКОНТИРОВАНИЯ 216
NPV, СРОК ОКУПАЕМОСТИ И IRR ПРОЕКТА 217
СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА 218
ОСНОВНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННО-ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА 219

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ 219

Глава 11. АНАЛИЗ РИСКОВ 221

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РИСКИ 221
КАДРОВЫЕ РИСКИ 223
РИСКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ 225
РИСКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ 227
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ 228
ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ 229
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И РЫНОЧНЫЕ РИСКИ 232

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1.	График финансирования проекта (в тыс. RUR)	14
Таблица 2.	График возврата кредита (в тыс. RUR)	15
Таблица 3.	Основные инвестиционно-финансовые показатели проекта	16
Таблица 4.	Перечень основных отраслевых нормативных документов	17
Таблица 5.	Инвестиционный бюджет на оформление разрешительных документов и лицензий по проекту, тыс. RUR	32
Таблица 6.	Перечень требований к исполнителям услуг парикмахерских в соответствии с их категорией	33
Таблица 7.	Сравнительная характеристика салонов красоты различных ценовых сегментов	45
Таблица 8.	Динамика роста цен на женскую и мужскую модельную стрижку, 2001-2011 гг.	55
Таблица 9.	Регионы-лидеры по мощности салонов красоты и парикмахерских, 2009-2010 гг.	60
Таблица 10.	Регионы-лидеры по уровню обеспеченности населения парикмахерскими услугами, нач. 2010-2011 гг.	61
Таблица 11.	Регионы-лидеры по темпу роста физического объема потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 гг.	62
Таблица 12.	Регионы-лидеры по темпу роста физического объема потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 г.	64
Таблица 13.	Регионы-лидеры по объему рынка салонов красоты и парикмахерских, 2010-2011 гг.	65
Таблица 14.	Регионы-лидеры по уровню потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 г.	67
Таблица 15.	Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.	70
Таблица 16.	Характеристика субъектов РФ по основным показателям, описывающим рынок салонов красоты и парикмахерских, 2009-2011 гг.	72
Таблица 17.	Ассортиментный перечень салонов красоты Москвы: распространенность услуг, (III) 2012 г.	77
Таблица 18.	Рейтинг популярности брендов используемых в салонах красоты парикмахерских средств	79
Таблица 19.	Рейтинг популярности брендов используемых в салонах красоты косметологических средств	83
Таблица 20.	Предложение франшиз на открытие салона красоты на рынке, 2011 г.	121
Таблица 21.	Количество и мощность салонов красоты и парикмахерских Свердловской области, 2010-2011 гг.	125
Таблица 22.	Перечень услуг парикмахерского зала, длительность и стоимость их оказания	137
Таблица 23.	Перечень услуг маникюрного зала, длительность и стоимость их оказания	140
Таблица 24.	Перечень услуг педикюрного зала, длительность и стоимость их оказания	141
Таблица 25.	Перечень услуг визажиста, длительность и стоимость их оказания	142
Таблица 26.	Перечень специальных услуг, длительность и стоимость их оказания	142
Таблица 27.	Минимальные нормативы площадей салона красоты	144
Таблица 28.	Параметры микроклимата для парикмахерских	147
Таблица 29.	Принципы осуществления и кратность воздухообмена в парикмахерских	148
Таблица 30.	Уровни искусственной освещенности в основных и вспомогательных помещениях парикмахерских	149
Таблица 31.	Комплексная сравнительная характеристика параметров салонов красоты в зависимости от их расположения и целевой аудитории	158
Таблица 32.	Бюджет на рекламные мероприятия инвестиционного этапа	161
Таблица 33.	Бюджет на рекламные мероприятия операционного этапа	163
Таблица 34.	График реализации инвестиционного этапа проекта	171

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ТАБЛИЦ (Продолжение)

Таблица 35.	Штатное расписание парикмахерской	172
Таблица 36.	Площадь помещений парикмахерской	173
Таблица 37.	Стоимость разработки проектной документации	175
Таблица 38.	Стоимость декоративно-отделочных работ	176
Таблица 39.	Оборудование для парикмахерского зала	177
Таблица 40.	Оборудование для маникюрного кабинета	180
Таблица 41.	Оборудование для педикюрного кабинета	181
Таблица 42.	Оборудование для рабочего места визажиста	183
Таблица 43.	Оборудование для зала ожидания	184
Таблица 44.	Оборудование комнаты отдыха для персонала и гардероба	184
Таблица 45.	Оборудование кабинета администрации	185
Таблица 46.	Оборудование прачечной	185
Таблица 47.	Оборудование для подсобных помещений	186
Таблица 48.	Оборудование уборных для клиентов	186
Таблица 49.	Оборудование уборных для персонала	187
Таблица 50.	Затраты на монтаж сантехнического оборудования	188
Таблица 51.	Затраты на автоматизацию парикмахерской	188
Таблица 52.	Затраты на установку ОПС парикмахерской	189
Таблица 53.	Первоначальная закупка расходных материалов для парикмахерской	190
Таблица 54.	Закупка спецодежды персонала	191
Таблица 55.	Бюджет расходов инвестиционного этапа	191
Таблица 56.	Финансирование инвестиционного этапа проекта (в тыс. RUR)	192
Таблица 57.	Показатели проходимости и доходности кабинетов парикмахерской	195
Таблица 58.	Показатели рентабельности кабинетов парикмахерской	196
Таблица 59.	Параметры для определения доходов от продажи профессиональной косметики	197
Таблица 60.	Расчет объема потребления воды	198
Таблица 61.	Стоимость потребленных коммунальных услуг (тыс. RUR без НДС)	199
Таблица 62.	Расчет затрат на гигиеническое облуживание клиентов	200
Таблица 63.	Параметры для расчета затрат на стирку	201
Таблица 64.	Параметры для расчета затрат на ремонт техники	201
Таблица 65.	Параметры для расчета затрат на обслуживание систем телекоммуникации	201
Таблица 66.	Текущие расходы на телекоммуникацию (тыс. RUR без НДС)	202
Таблица 67.	Базовый фонд оплаты труда парикмахерской	202
Таблица 68.	Расходы на закупку материалов (тыс. RUR без НДС)	203
Таблица 69.	Параметры для определения количества держателей дисконтных карт	204
Таблица 70.	Расходы на стимулирование продаж (тыс. RUR без НДС)	204

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ТАБЛИЦ (Продолжение)

Таблица 71.	Платежи по возврату кредита	205
Таблица 72.	Темпы инфляции	208
Таблица 73.	Ставки основных налогов	209
Таблица 74.	Ставки взносов в государственные внебюджетные фонды	209
Таблица 75.	Отчет о прибылях и убытках (в тыс. RUR)	210
Таблица 76.	Отчет о движении денежных средств (в тыс. RUR)	211
Таблица 77.	Балансовый отчет, тыс. RUR (на конец года)	213
Таблица 78.	Показатели рентабельности	214
Таблица 79.	Исходные данные для расчета стоимости собственного капитала	215
Таблица 80.	Расчет WACC	216
Таблица 81.	Расчет NPV	217
Таблица 82.	Расчет NPV+TV	217
Таблица 83.	Основные инвестиционно-финансовые показатели проекта	218
Таблица 84.	Изменение ключевых показателей при увеличении сроков инвестиционного этапа на 1 месяц	220
Таблица 85.	Изменение ключевых показателей при несоблюдении санитарно-эпидемиологических и пожарных условий работы парикмахерской	221
Таблица 86.	Изменение ключевых показателей при снижении стоимости услуг на 1%	226
Таблица 87.	Изменение ключевых показателей при превышении инвестиционного бюджета на 1%	229
Таблица 88.	Изменение ключевых показателей при повышении стоимости расходных средств на 1%	230
Таблица 89.	Изменение ключевых показателей при уменьшении планового объема продаж	232

СПИСОК ГРАФИКОВ

График 1.	Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. RUR), 2000-2011 гг.	47
График 2.	Индекс потребительских цен на парикмахерские услуги в РФ, 2001-2011 гг.	48
График 3.	Индекс физического объема рынка парикмахерских услуг в РФ, 2001-2011 гг.	49
График 4.	Расходы населения на парикмахерские услуги (RUR на душу населения), 2002-2011 гг.	49
График 5.	Число парикмахерских в РФ (шт.); число кресел в парикмахерских на 10 тыс. чел. населения в РФ; 2003-2010 гг.	50
График 6.	Число кресел в парикмахерских в РФ (тыс. шт.); число кресел на одну парикмахерскую в РФ (шт.); 2003-2010 гг.	50
График 7.	Число кресел в парикмахерских на 100 тыс. чел. населения по федеральным округам, 2010 г.	51
График 8.	Количество салонов красоты и парикмахерских по федеральным округам (шт.), 2009-2010 гг.	52
График 9.	Средняя стоимость женской и мужской модельной стрижки в РФ (в разрезе федеральных округов), руб., май 2011 г.	57
График 10.	Среднедушевое потребление услуг салонов красоты и парикмахерских в РФ по федеральным округам, 2011 г.	60

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ГРАФИКОВ (Продолжение)

График 11.	Стоимость женской стрижки в федеральных округах, RUR, 2011 г.	60
График 12.	Рейтинг популярности использования ТОП-6 парикмахерских брендов по городам России	83
График 13.	Средняя стоимость женской стрижки с укладкой в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	87
График 14.	Сравнение по городам средней стоимости женской стрижки с укладкой на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	87
График 15.	Средняя стоимость химической завивки в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	88
График 16.	Сравнение по городам средней стоимости химической завивки на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	88
График 17.	Средняя стоимость мелирования блондирующим средством в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	88
График 18.	Сравнение по городам средней стоимости мелирования на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	89
График 19.	Средняя стоимость окрашивания в один тон в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	89
График 20.	Сравнение по городам средней стоимости окрашивания в один тон на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	89
График 21.	Средняя стоимость маникюра с покрытием в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 22.	Сравнение по городам средней стоимости маникюра с покрытием в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 23.	Средняя стоимость наращивания и коррекции ногтей в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 24.	Сравнение по городам средней стоимости наращивания ногтей гелем в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 25.	Сравнение по городам средней стоимости наращивания ногтей акрилом в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 26.	Средняя стоимость педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 27.	Сравнение по городам средней стоимости классического педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 28.	Сравнение по городам средней стоимости аппаратного педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 29.	Средняя стоимость процедуры чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 30.	Сравнение по городам средней стоимости мануальной чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 31.	Сравнение по городам средней стоимости УЗ-чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 32.	Средняя стоимость массажа лица и тела в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 33.	Сравнение по городам средней стоимости мануального массажа лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	94
График 34.	Сравнение по городам средней стоимости общего массажа тела в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	94
График 35.	Факторы, влияющие на выбор салона красоты постоянными клиентами заведения в регионах	99
График 36.	Объем рынка салонов красоты и парикмахерских в ВАШЕЙ области (млн. RUR), 2000-2011 гг.	124
График 37.	Физический объем рынка салонов красоты и парикмахерских в ВАШЕЙ области (в % к предыдущему году), 2004-2011 гг.	125
График 38.	Индекс потребительских цен на парикмахерские услуги в ВАШЕЙ области, 2003-2010 гг.	125
График 39.	Расходы населения ВАШЕЙ области на парикмахерские услуги (RUR на душу населения), 2002-2011 гг.	126
График 40.	Используемые профессиональные парикмахерские марки в ВАШЕМ городе	129

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ГРАФИКОВ (Продолжение)

График 41.	Максимальная и минимальная стоимость стрижки волос в ВАШЕМ городе в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	131
График 42.	Максимальная и минимальная стоимость химической завивки волос в ВАШЕМ городе в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	132
График 43.	Максимальная и минимальная стоимость мелирования блондирующим средством в ВАШЕМ городе в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	132
График 44.	Максимальная и минимальная стоимость окрашивания в один тон в ВАШЕМ городе в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	132
График 45.	Максимальная и минимальная стоимость маникюра в ВАШЕМ городе в зависимости от ценовой политики салона красоты	133
График 46.	Максимальная и минимальная стоимость наращивания и коррекции ногтей в ВАШЕМ городе в зависимости от используемого материала (гель/акрил) и ценовой политики салона красоты	133
График 47.	Максимальная и минимальная стоимость педикюра в ВАШЕМ городе в зависимости от типа (аппаратный/классический) и ценовой политики салона красоты	133
График 48.	Максимальная и минимальная стоимость чистки лица в ВАШЕМ городе в зависимости от типа (мануальная/УЗ) и ценовой политики салона красоты	134
График 49.	Максимальная и минимальная стоимость массажа в ВАШЕМ городе в зависимости от ценовой политики салона красоты	134
График 50.	Финансирование проекта по типам источников финансирования	194
График 51.	Сравнение доходности кабинетов парикмахерской	196
График 52.	Сравнение срока окупаемости кабинетов парикмахерской	197
График 53.	Сравнение доходности кабинетов парикмахерской на 1 кв. м. занимаемой площади	197
График 54.	Сезонность продаж beauty-услуг	198
График 55.	Выход на проектную мощность парикмахерской	198
График 56.	Доходы, расходы и чистая прибыль по проекту	215
График 57.	Чистая прибыль по проекту нарастающим итогом	216
График 58.	Денежный поток и NPV нарастающим итогом	218
График 59.	Чувствительность NPV к изменению объема продаж	220
График 60.	Чувствительность чистой прибыли к изменению объема продаж	220

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1.	Сегментация салонов красоты Москвы по классу в количественном выражении	42
Диаграмма 2.	Сегментация салонов красоты в России по классу в количественном выражении, 2012 г.	43
Диаграмма 3.	Структура рынка по цене в количественном выражении по городам России, 2012 г.	44
Диаграмма 4.	Объем рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. руб.) по федеральным округам, 2011 г. Количество салонов красоты и парикмахерских (тыс. шт.) по федеральным округам, нач. 2011 г.	54
Диаграмма 5.	Динамика физического объема рынка и цен на услуги салонов красоты и парикмахерских, 2010 г.	55
Диаграмма 6.	Динамика физического объема рынка и индекс цен на услуги салонов красоты и парикмахерских, 2011 г.	56
Диаграмма 7.	Спрос на услуги салонов красоты в регионах (на примере г. Челябинск)	76
Диаграмма 8.	Структура региональных салонов красоты по количеству парикмахерских марок, используемых в работе	79
Диаграмма 9.	Структура региональных салонов красоты по количеству косметологических марок, используемых в работе	83
Диаграмма 10.	Структура региональных салонов красоты по методам стимулирования спроса, 2012 г.	95
Диаграмма 11.	Структура салонов красоты в регионах по наличию сайта в Интернет, 2012 г.	97
Диаграмма 12.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ городе по ценовой политике	127
Диаграмма 13.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ городе по количеству парикмахерских марок, используемых в работе	128
Диаграмма 14.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ городе по наличию сайта	130
Диаграмма 15.	Структура расходов инвестиционного этапа (без учета оборотных средств)	193

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1.	Региональная специфика ценообразования на рынке парикмахерских услуг РФ (в разрезе федеральных округов), 2011 г.	59
Рисунок 2.	Географическая карта. Мощность салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, нач. 2011 г.	62
Рисунок 3.	Географическая карта. Обеспеченность населения услугами салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, нач. 2011 г.	63
Рисунок 4.	Географическая карта. Темп роста физического объема потребления парикмахерских услуг по субъектам РФ, 2010 г.	64
Рисунок 5.	Географическая карта. Темп роста физического объема потребления парикмахерских услуг по субъектам РФ, 2011 г.	64
Рисунок 6.	Географическая карта. Темп роста цен на услуги салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2010 г.	65
Рисунок 7.	Географическая карта. Темп роста цен на услуги салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2011 г.	66
Рисунок 8.	Географическая карта. Объем рынка салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2011 г.	67
Рисунок 9.	Географическая карта. Стоимость женской стрижки в субъектах РФ, январь 2012 г.	68
Рисунок 10.	Географическая карта. Уровень потребления услуг салонов красоты и парикмахерских в субъекта РФ, 2011 г.	69
Рисунок 11.	Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.	70

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

БИЗНЕС-ПЛАН.INVENTICA

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Иллюстрации бизнес-плана

СТРУКТУРИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ИНФОРМАЦИИ

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

ОБЩИЕ ПАРАМЕТРЫ

Тип заведения: салон-парикмахерская

Сегмент позиционирования: бизнес сегмент (стоимость женской стрижки с укладкой – 850 – 1 250 RUR).

Район расположения: оживленные улицы центральной части города, места с наибольшей концентрацией офисных, административных и торгово-развлекательных зданий (арендная ставка – 14 тыс. RUR с НДС в год за кв. м.)

Маркетинговое позиционирование: парикмахерская нового формата, успех которой базируется на оказании актуальных парикмахерских услуг и эмоциональном взаимодействии с клиентом (формирование около-салонного сообщества)

Основной метод продвижения: реклама в СМИ и в Интернете (продвижение в блогах и социальных сетях)

ФИЗИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

Общая площадь: 118 кв. м.

Производственные помещения:

- парикмахерский зал (на 3 кресла);
- маникюрный кабинет (на 1 рабочее место);
- педикюрный кабинет;
- рабочее место визажиста.

Служебно-бытовые помещения: зал ожидания (гардероб для гостей, ресепшн, место торговли косметикой); прачечная; кабинет администрации; помещение для отдыха и приема пищи; подсобные помещения; уборная клиентская; уборная для персонала

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПАРИКМАХЕРСКОЙ

График обслуживания клиентов: с 10:00 до 22:00

Принцип работы: аппаратный уход

Расходные материалы, косметика и препараты:

ПАРИКМАХЕРСКИЙ ЗАЛ	L'ORÉAL PROFESSIONNEL, REDKEN 5TH AVENUE NYC, KEUNE THE ART OF HAIR DESIGN, MATRIX, KÉRASTASE PARIS, Lebel ALL YOUR OWN
МАНИКЮРНО-ПЕДИКЮРНЫЙ КАБИНЕТ	CND, O·P·I THE PROFESSIONALS CHOICE, GEHWOL

Персонал: 19 человек, из них 11 в смене

Схема оплаты: мастера - процентная система оплаты, административный персонал и сервисный - фиксированный оклад

Базовый ФОТ: X тыс. RUR в месяц

ПАРАМЕТРЫ ДОХОДНОСТИ

Выход на проектную мощность: на 5 мес.

Базовое количество клиентов: X чел.

Базовый ежедневный доход: X тыс. RUR

Дополнительный ежедневный доход: 1,1 тыс. RUR (продажа профессиональных средств)

КАБИНЕТ	ЗАГРУЗКА, % ОТ МАКСИМАЛЬНОЙ	КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ, ЧЕЛ. В ДЕНЬ	СРЕДНИЙ ДНЕВНОЙ ДОХОД, ТЫС. RUR С НДС	СРЕДНИЙ ДОХОД НА 1 КЛИЕНТА, ТЫС. RUR
Парикмахерский зал	X	X	X	X
Кабинет маникюра	X	X	X	X
Кабинет педикюра	X	X	X	X
Макияж и эстетика лица	X	X	X	X
Образ невесты	X	X	X	X

ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Для реализации проекта необходимо инвестировать сумму в размере **X тыс. RUR** (с НДС).

(намеренный пропуск)

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 3. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

ОБЪЕМНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РОССИИ

ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ

…

Следствием данных концептуальных перемен явился возросший спрос населения России на услуги beauty-заведений. За 11 лет (с 2000 по 2011 гг.) объем российского рынка услуг парикмахерских и салонов красоты увеличился в 9,3 раза, по итогам 2011 года данный показатель составил 42,0 млрд. RUR.

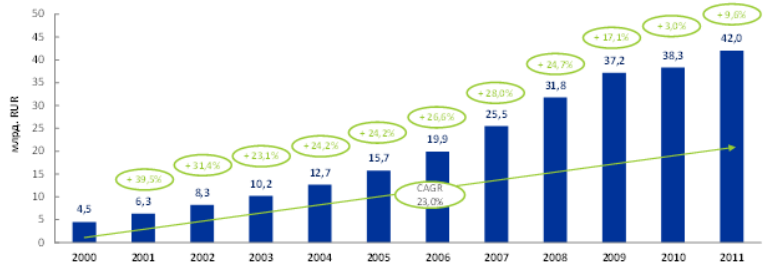


График 1. Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. RUR), 2000-2011 гг.

Источник: Inventica по данным Федеральной службы государственной статистики

Среднегодовой прирост рынка за анализируемый период (2000-2011 гг.) составил 23,0%. Высокий темп роста был обеспечен как ростом цен на парикмахерские услуги (в разы опережавший темп инфляции - График 2), так и ростом физического объема оказанных парикмахерских услуг (График 3).

ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ

За период с 2001 г. по 2011 г. уровень цен на парикмахерские услуги вырос в 4,6 раз. Среднегодовой прирост цен в исследуемый период составил 16,6%, примечательно, что средний рост цен в целом на товары и услуги не превысил 10,8% в год.

ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО

Наибольший объем рынка салонов красоты и парикмахерских приходится на Центральный и Приволжский федеральные округа, в которых сосредоточена значительная часть beauty-заведений.

Стоит отметить, что основной объем рынка ЦФО (32,3%) генерирует г. Москва. Лидерство московского рынка традиционно объясняется высокой платежеспособностью его населения.

…



Диаграмма 4. Объем рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. руб.) по федеральным округам, 2011 г. Количество салонов красоты и парикмахерских (тыс. шт.) по федеральным округам, нач. 2011 г.

Источник: Inventica по данным Федеральной службы государственной статистики

ТЕМП РОСТА ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ



Рисунок 4. Географическая карта. Темп роста физического объема потребления парикмахерских услуг по субъектам РФ, 2010 г.

Источник: Inventica по данным Федеральной службы государственной статистики

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

НАИБОЛЕЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ САЛОНОВ КРАСОТЫ

ТОП-5 самых больших региональных рынков (по стоимостному объему рынка) возглавляют Москва (8,1% от общероссийского объема), Краснодарский край (5,1%), Московская область (5,0%), Республика Татарстан (4,3%) и Ростовская область (4,1%).

При этом регионами-лидерами по объему потребления услуг салонов красоты на душу населения являются Сахалинская область (1 526 RUR на чел. в год), Хабаровский край (954 RUR), Мурманская область (814 RUR), Карачаево-Черкесская Республика (555 RUR), Псковская область (545 RUR) и Белгородская область (543 RUR).

Максимальные темпы роста потребления салонных услуг в 2008-2011 гг. демонстрируют не только небольшие по объему рынки Чеченской Республики и Республики Ингушетия, но и развитые рынки Архангельской области (средний ежегодный прирост физического объема потребления услуг салонов красоты - 45,2%), Республики Бурятии (41,8%), Красноярского края (36,4%), Самарской (27,9%), Орловской (27,2%), Новосибирской (22,9%), Пермской (20,3%) областей.

Эти же субъекты являются и лидерами по темпу роста стоимостного объема рынка.

Рынки Москвы и Московской области в силу высокой насыщенности демонстрируют отрицательное развитие.

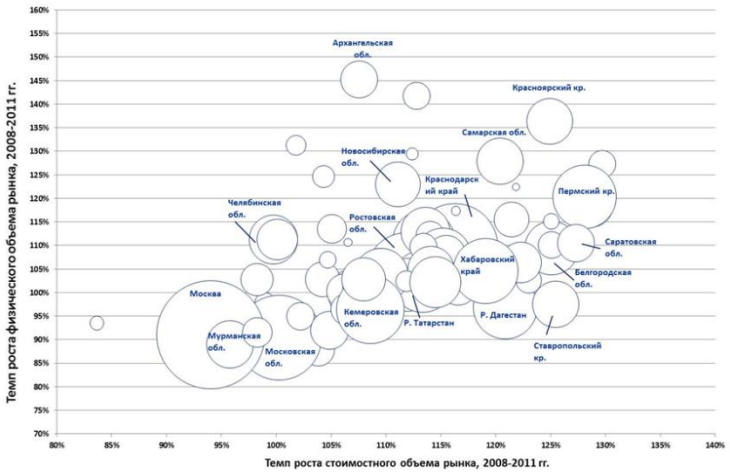


Рисунок 11. Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.

Источник: Inventica по данным Федеральной службы государственной статистики

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА В РЕГИОНАХ

БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПАРИКМАХЕРСКИХ СРЕДСТВ

...

Лидирующие позиции в рейтинге брендов используемых салонами красоты парикмахерских средств занимают 6 марок: L'Oreal Professionnel, Wella Professionals, Schwarzkopf Professional, Estel Professional, Matrix и Londa Professional.

В каждом из исследуемых городов данные бренды составляют ТОП-6 используемых марок в той или иной последовательности. Также довольно популярны следующие бренды: Kapous Professional, Paul Mitchell, Revlon Professional, Goldwell, Kerastase, Redken и Selective Professional. Все прочие бренды используются в большей мере в единичных случаях.

БРЕНД	ДОЛЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ, РАБОТАЮЩИХ С ДАННЫМ БРЕНДОМ	БРЕНД	ДОЛЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ, РАБОТАЮЩИХ С ДАННЫМ БРЕНДОМ	БРЕНД	ДОЛЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ, РАБОТАЮЩИХ С ДАННЫМ БРЕНДОМ	БРЕНД	ДОЛЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ, РАБОТАЮЩИХ С ДАННЫМ БРЕНДОМ	БРЕНД	ДОЛЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ, РАБОТАЮЩИХ С ДАННЫМ БРЕНДОМ
L'ORÉAL	x%	KÉRASTASE	x%		x%		x%		x%
WELLA	x%	REDKEN	x%		x%		x%		x%
Schwarzkopf	x%	SELECTIVE	x%		x%		x%		x%
estel	x%	KEUNE	x%		x%		x%		x%
MATRIX	x%	Lebel	x%		x%		x%		x%
Londa	x%	Salerm	x%		x%		x%		x%
Kapous	x%	SEBASTIAN	x%		x%		x%		x%
PAUL MITCHELL	x%	CUTRIN	x%		x%		x%		x%
REVLON	x%	KARAL	x%		x%		x%		x%

БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

В ходе исследования было зафиксировано использование 66 профессиональных косметологических марок. При этом в рамках одного города наблюдается применение в среднем 19 различных брендов.

...

Лидирующие позиции в рейтинге брендов используемых салонами красоты косметологических средств занимают 5 марок: Christina, GIGI, Janssen Cosmeceutical, Premium и Holy Land.

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ

…

ОКРАШИВАНИЕ В ОДИН ТОН



График 19. Средняя стоимость окрашивания в один тон в салонах различной ценовой категории, 2012 г.

Источник: Inventica по данным …



График 20. Сравнение по городам средней стоимости окрашивания в один тон на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.

Источник: Inventica по данным …

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОСКОВСКОГО РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ

Салонный бизнес Москвы претерпел значительные изменения в последние 2 года – на рынок пришли участники с новым креативным подходом, по-иному осознающие философию beauty-бизнеса. Во главу угла ставится приятное времяпрепровождение в сочетании с быстрым и качественным оказанием beauty-услуг.

Мы выделяем следующие главенствующие направления салонного бизнеса, отвечающие текущему клиентскому спросу:

- **Симбиоз салона красоты с одним из сопутствующих бизнесов**

  При этом если объединение со смежным beauty-бизнесом (фитнес-центр, йога, массаж, стоматологическая клиника) практикуется давно и транслирует философию комплексной красоты и ухода за собой, то современные салоны транслируют философию комфортного дружественного общения с людьми, которые тебе приятны и интересны. Подобная задача требует объединения с такими бизнесами, как кафе, домашний кинотеатр, книжный магазин, фотостудия, студия флористики, курсы изучения иностранных языков и пр.

  Непосредственно beauty-услуга в данном случае уходит на второй план, становится платформой, где происходит встреча друзей, мастер-классы, творческие встречи или просто вечеринки (как в EGO CLUB, VMESTO). Но при этом подобная коммуникация является фактором, который формирует базу постоянных клиентов и обеспечивает практически 100% загрузку салонного бизнеса.

- **Community**

  Рекламу в СМИ, на радио и в прочих средствах массовой коммуникации можно назвать сегодня архаичной. Современные салоны красоты формируют вокруг себя community – людей, заинтересованных в философии бренда, в информации, которую транслирует бренд. Для этого салоны создают странички на Facebook, Vkontakte и/или аккаунт в Twitter, где размещают интересные тематические новости, луки (looks), косметические средства, ведут разговор с клиентом в режиме реального времени, выкладывают фотографии постоянных клиентов. Прямое общение формирует устойчивую эмоциональную связь клиента с салоном. Кроме того, подобное общение создает эффект закрытости, места-клуба «для своих», только участники сообщества получают информацию о проводимых акциях, имеют доступ на презентации новых марок и мастер-классы приглашенных стилистов.

- …
- …
- …
- …
- …
- …
- …
- …

НОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ, ПОЯВИВШИЕСЯ НА РЫНКЕ В 2010-2012

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 7. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА

ЗАКУПКА МЕБЕЛЬНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КАБИНЕТОВ САЛОНА

...

Сегодня на российском рынке продается оборудование большого количества производителей. По мнению отраслевых экспертов, российские производители выигрывают по соотношению цены и качества только в сегменте рабочих мест парикмахеров. Однако недорогие отечественные кресла не отличаются высоким качеством, в то же время сопоставимые по качеству с импортными моделями, имеют одинаковую с ними цену.

При покупке оборудования и расходных материалов конкретных производителей, целесообразно обращаться непосредственно в дистрибьюторскую компанию. Прямой контакт с дистрибьютором позволяет получить интересующие товары из каталога по специальным ценам, которые в случае

...

КАБИНЕТ МАНИКЮРА

В таблице приведена смета затрат на покупку оборудования для маникюрного кабинета, согласно которой на оснащение данного помещения салона красоты потребуется **89 тыс. RUR** с НДС.

Таблица 33. Оборудование для маникюрного кабинета

НАИМЕНОВАНИЕ	ИЗОБРАЖЕНИЕ	КОЛ-ВО	ЦЕНА ЗА ЕД., ТЫС. RUR	СТОИМОСТЬ, ТЫС. RUR
МЕБЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ				
Маникюрный стол с вытяжкой ARTECHNO (в комплекте вытяжка, ящик)		1	17,3	17,3
Табурет мастера СЛС-1Х Россия		1	8,0	8,0
Кресло клиента VINTAGE PIETRANERA		1	15,7	15,7
Витрина для демонстрации лаков и средств АВ 01-1		1	5,6	5,6
Подставка для лаков		8	0,4	3,6
Подушка для рук		1	1,5	1,5
Корзина		1	0,7	0,7
ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ				
Аппарат для маникюра STRONG 207A/12		1	8,2	8,2
Парафиновый нагреватель MayStar		1	6,2	6,2
УФ-лампа		1	3,0	3,0
Лампа-лупа		1	0,9	0,9
Стерилизатор для обработки инструментов NEW GERMIX 2 CERIOTTI		1	7,2	3,6
Встроенные светильники		12	0,5	5,4
Комплект маникюрных принадлежностей				
кусачки		2	1,5	3,0
кусачки для накладных ногтей		2	0,4	0,8
ножницы		2	0,6	1,2
пинцет		2	0,3	0,5
пилка керамическая		1	0,4	0,4
пилка алмазная		1	0,3	0,3
нож для удаления кутикулы		2	0,2	0,4
2хсторонний толкатель кутикулы		2	0,1	0,3
ванночка для маникюра		1	0,1	0,1
пилка полировочная		1	0,1	0,1
рукавица для парафинотерапии		1	0,3	0,3
кисти		1	1,6	1,6
футляр для кистей		1	0,7	0,7
Монтажные работы				
Мебельное оборудование		6%	47	2,8
Техническое оборудование		10%	22	2,2
ИТОГО, ОБОРУДОВАНИЕ КАБИНЕТА МАНИКЮРА				**89**
ИТОГО, РАБОТЫ				**5**

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 8. ОПЕРАЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА

РАСЧЕТ ДОХОДОВ ПО ПРОЕКТУ

ЗАГРУЗКА И ДОХОДНОСТЬ КАБИНЕТОВ

Обобщенная информация о среднем дневном доходе каждого кабинета представлена в нижеследующей таблице. Детализированный расчет доходной части проекта по каждого типа услуг представлен в финансовой модели.

Таблица 47. Показатели проходимости и доходности кабинетов парикмахерской

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	ЗАГРУЗКА, % ОТ МАКСИМАЛЬНОЙ	КОЛИЧЕСТВО ПРИОБРЕТАЕМЫХ УСЛУГ, ШТ. В ДЕНЬ	КОЛИЧЕСТВО УСЛУГ НА ОДНОГО КЛИЕНТА, ШТ.	КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ, ЧЕЛ. В ДЕНЬ	СРЕДНИЙ ДНЕВНОЙ ДОХОД, ТЫС. RUR. С НДС	СРЕДНИЙ ДОХОД НА 1 КЛИЕНТА, ТЫС. RUR
Парикмахерский зал	X	X	X	X	X	X
Кабинет маникюра	X	X	X	X	X	X
Кабинет педикюра	X	X	X	X	X	X
Макияж и эстетика лица	X	X	X	X	X	X
Образ невесты	X	X	X	X	X	X

Стоит отметить, что парикмахерские, визажные, а также маникюрно-педикюрные услуги являются наиболее рентабельными услугами салонов красоты. Косметологические кабинеты, несмотря на высокий средний чек, отличаются большим сроком окупаемости вследствие значительных инвестиционных затрат.

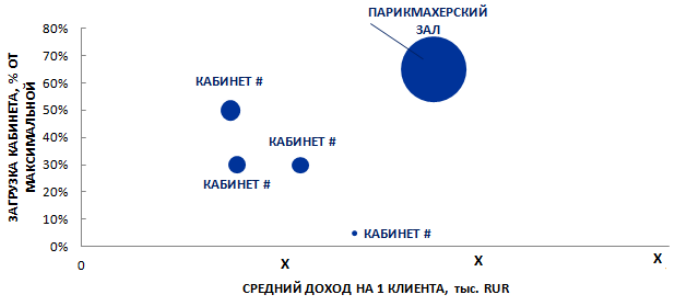


График 35. Сравнение доходности кабинетов парикмахерской

Примечание: размер пузырьков коррелирует со средним дневным доходом кабинета

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАБИНЕТОВ

Аналогично парикмахерский зал демонстрирует самую высокую доходность на кв. м. – X тыс. RUR на 1 кв. м. На втором месте после парикмахерских услуг следуют маникюрные, которые, как правило, приобретаются клиентами в паре с парикмахерскими.

Таблица 48. Показатели рентабельности кабинетов парикмахерской

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ УСЛУГ	ВЫРУЧКА, ТЫС. RUR В МЕСЯЦ	РАСХОДЫ МАТЕРИАЛОВ, ТЫС. RUR В МЕСЯЦ	РАСХОДЫ НА ОПЛАТУ ПЕРСОНАЛА, ТЫС. RUR В МЕСЯЦ	АРЕНДА, ТЫС RUR В МЕСЯЦ	ПРИБЫЛЬ НА 1 КВ.М., ТЫС. RUR В МЕСЯЦ	ИНВЕСТИЦИИ, ТЫС. RUR	ОКУПАЕМОСТЬ, МЕС.
Парикмахерский зал	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет маникюра	X	X	X	X	X	X	X
Кабинет педикюра	X	X	X	X	X	X	X
Макияж и эстетика лица	X	X	X	X	X	X	X



График 36. Сравнение срока окупаемости кабинетов парикмахерской

Примечание: размер пузырьков коррелирует со средним дневным доходом кабинета

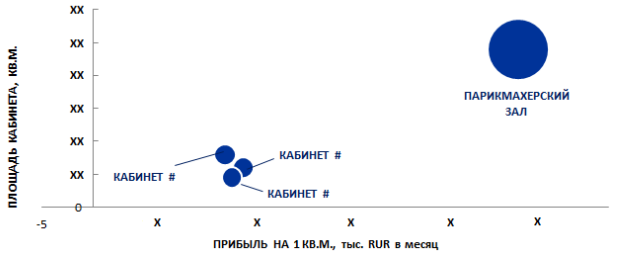


График 37. Сравнение доходности кабинетов парикмахерской на 1 кв. м. занимаемой площади

Примечание: размер пузырьков коррелирует со средним дневным доходом кабинета

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА

В рамках данного проекта рассмотрен вариант привлечения кредита в размере 60% от планируемых инвестиций со сроком погашения 2 года (для каждого транша отдельно). Ставка по кредиту принята равной 20% в год.

В качестве схемы погашения кредита принята схема досрочного погашения кредита, при которой ежемесячный платеж состоит из двух составляющих:

- основного платежа, который идет на непосредственное погашение долга;
- процентов, рассчитываемых ежемесячно на основании фактического объема задолженности.

В результате размер долга уменьшается довольно быстро, естественно начисленные проценты на оставшийся размер кредита убывают также быстро. Размер ежемесячного платежа при досрочной схеме погашения не должен быть меньше ежемесячного платежа при обычной дифференцированной схеме.

Отсрочка по выплате основного долга составит 3 мес. Далее возврат основного долга кредита, как и погашение процентов за использование кредита будет осуществляться ежемесячно. В случае просрочки платежей проектом предусмотрено наложений банком штрафных санкций в размере 1,7% от непогашенной суммы (процентная ставка в месяц).

Для финансирования проекта предполагается получение трех траншей кредита:

1. Транш №1: июнь 2013 г. – X тыс. RUR
2. Транш №2: июль 2013 г. – X тыс. RUR
3. Транш №3: август 2013 г. – X тыс. RUR

Общий период погашения кредита по проекту составит X мес. Суммарная величина уплаченных процентов по кредиту составит X тыс. RUR. В связи с несвоевременным погашением основного долга кредита необходимым является уплата штрафа в размере X тыс. RUR.

График платежей по возврату кредита представлен в нижеследующей таблице.



Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

УСЛОВИЯ И ДОПУЩЕНИЯ

ИНФЛЯЦИЯ

Для расчетов в бизнес-плане использованы следующие документы:

- «Сценарные условия для формирования вариантов прогноза социально-экономического развития в 2013-2015 годах» Министерства экономического развития РФ от 5 мая 2012 г. (вариант 2а);
- «Временно определенные показатели долгосрочного прогноза социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года» от 06 октября 2011 г.

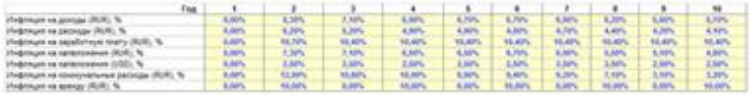
Темпы инфляции на операционные расходы взяты в соответствии с изменением потребительского индекса цен. При этом рост коммунальных расходов основывается на прогнозе изменения тарифов на услуги естественных монополий.

Темпы инфляции на доходы определены на основе прогноза роста платных услуг населению.

Темпы инфляции на заработную плату взяты в соответствии с изменением номинально начисленной среднемесячной заработной платы на одного работника.

Темпы инфляции на капитальные вложения взяты в соответствии индексом-дефлятором на инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования.

Таблица 70. Темпы инфляции



НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ

Расчет выплат и начисления налогов в бизнес-плане произведен в соответствие с Налоговым кодексом РФ.

(намеренный пропуск)

Таблица 71. Ставки основных налогов

№	Наименование налога	Ставка налога	
		ОСН	УСН
1	Налог на добавленную стоимость (НДС), %	X%	X%
2	Налог на прибыль, %	X%	X%
3	Налог на имущество организаций, % от среднегодовой стоимости имущества	X%	X%
4	Налог на доходы физических лиц (НДФЛ), %	X%	X%
5	Страхование от несчастных случаев, %	X%	X%
6	Налог на дивиденды, %	X%	X%
7	Единый налог, %	X%	X%

Согласно Постановлению Правительства РФ от 24.11.2011 №974 «О предельной величине базы для начисления страховых взносов в государственные внебюджетные фонды с 1 января 2012 г.» база для начисления страховых взносов на каждого работника устанавливается в сумме, не превышающей 512 тыс. RUR нарастающим итогом с 1 января 2012. Данная сумма подлежит ежегодной индексации.

Федеральным законом от 03.12.2011 N 379-ФЗ установлены новые ставки страховых взносов, общая величина которых, начиная с 2012 года, составляет 30% от заработной платы, не превышающей 512 тыс. RUR в год, а при превышении предельной величины базы для начисления страховых взносов - 10%.

Таблица 72. Ставки взносов в государственные внебюджетные фонды

НАИМЕНОВАНИЕ ФОНДА	Ставка страховых взносов для ОСН и УСН	
	В пределах установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов	Свыше установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов
ФСС	X%	X%
ФФОМС	X%	X%
ТФОМС	X%	X%
ПФР	X%	X%
ИТОГО	X%	X%

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA Investment Consulting & Market Research

ПРИМЕР ИЛЛЮСТРАЦИЙ

ГЛАВА 10. ОЦЕНКА ПРОЕКТА

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

NPV, СРОК ОКУПАЕМОСТИ И IRR ПРОЕКТА

Чистая приведенная стоимость проекта (NPV), рассчитанная за период 5 лет с момента запуска проекта (январь 2013 г.) по декабрь 2017 г., составляет X млн. RUR.[5] Подробный помесячный расчет ставки дисконтирования и NPV приведен в финансовой модели.

Для оценки NPV проекта учитываются потоки по операционной и инвестиционной деятельности компании.



График 44. Денежный поток и NPV нарастающим итогом

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

NPV проекта будет равно нулю при объеме продаж, равном X тыс. RUR в день, что составляет X% от уровня, заложенного в базовом сценарии.

Чистая прибыль проекта будет равна нулю при объеме продаж, равном X тыс. RUR в день, что составляет X% от уровня, заложенного в базовом сценарии.

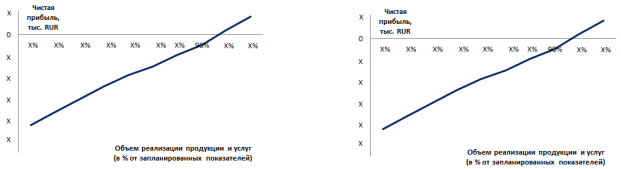
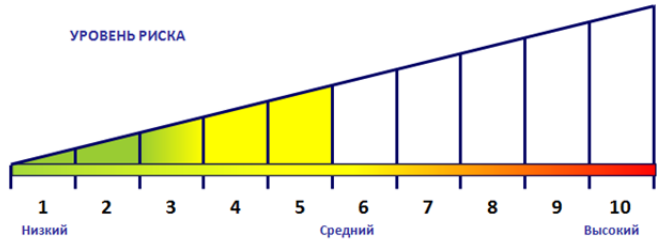


График 46. Чувствительность NPV к изменению объема продаж

ГЛАВА 11. АНАЛИЗ РИСКОВ

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РИСКИ

НЕСОБЛЮДЕНИЕ ГРАФИКА РАБОТ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА ПРОЕКТА



ВЛИЯНИЕ РИСКА НА ПРОЕКТ

- увеличение сроков запуска и срока окупаемости проекта;
- срыв плана по срокам начала деятельности.

Увеличение сроков начала работы на 1 месяц снижает NPV проекта на X%.

Таблица 84. Изменение ключевых показателей при увеличении сроков инвестиционного этапа на 1 месяц

НАИМЕНОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЯ	БАЗОВЫЕ УСЛОВИЯ	НОВЫЕ УСЛОВИЯ	ИЗМЕНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
Объем кредита (с НДС), тыс. RUR	X	X	X
Выплата процентов по кредиту, тыс. RUR	X	X	X
Выплата штрафов по кредиту, тыс. RUR	X	X	X
NPV проекта (5 лет), тыс. RUR	X	X	X
IRR (5 лет), % в год	X	X	X
Срок окупаемости проекта, лет	X	X	X
Дисконтированный срок окупаемости проекта, лет	X	X	X
Чистая прибыль / Доход (последние 12 месяцев планирования)	X	X	X

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ

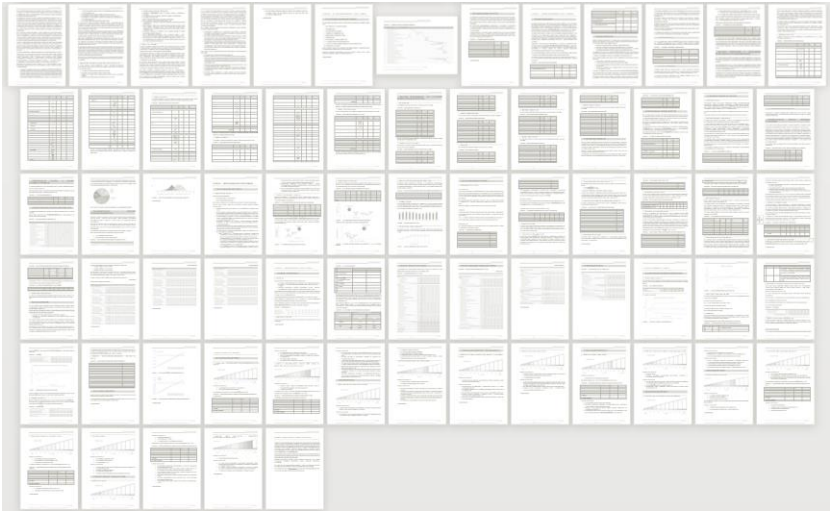
- распределение сроков реализации проектов по времени;
- назначение персональной ответственности руководителей за выполнение работ;
- выбор квалифицированных подрядчиков, имеющих успешный опыт выполнения аналогичных работ;
- получение гарантий от подрядчиков;
- постоянный контроль качества выполнения работ.

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

ПРОСМОТР БИЗНЕС-ПЛАНА





Объем: 236 стр.

Иллюстрации: 60 графиков, 15 диаграмм, 89 таблиц и 11 рисунков

Способ предоставления: в электронном виде

- бизнес-план – Word, PDF;
- финансовая модель – Excel

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

СТОИМОСТЬ БИЗНЕС-ПЛАНА

25 000 RUR

VISA MasterCard WebMoney Яндекс деньги QIWI киви

КУПИТЬ СЕЙЧАС!

БОНУС ПРИ ПОКУПКЕ

Маркетинговое исследование рынка ВАШЕГО города БЕСПЛАТНО



Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

БИЗНЕС-ПЛАН.INVENTICA

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Контакты

ОЦЕНИТЕ НАШУ ГИБКОСТЬ В ОБЩЕНИИ С КЛИЕНТАМИ

КЛИЕНТЫ INVENTICA

ПОЛУЧАЮТ БЕСПЛАТНУЮ ПРЕДПРОДАЖНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ

- Демонстрация полной версии бизнес-плана и прилагающейся финансовой модели
- Консультации по практическому использованию бизнес-плана и финансовой модели

ПОЛЬЗУЮТСЯ СКИДКАМИ ПРИ ЗАКАЗЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО БИЗНЕС-ПЛАНА

- Построение финансовой модели – 10 тыс. RUR
- Оформление инвестиционного меморандума – 5 тыс. RUR
- Оформление текстовой версии бизнес-плана – 10 тыс. RUR

СОТРУДНИЧАЮТ С ПЕРСОНАЛЬНЫМ МЕНЕДЖЕРОМ, КОТОРЫЙ ГОТОВ ОТВЕТИТЬ НА ЛЮБЫЕ ВОПРОСЫ КЛИЕНТА В ЛЮБОЙ МОМЕНТ ВРЕМЕНИ

- При покупке бизнес-плана Клиенту назначается Персональный Менеджер
- В функции Менеджера входит обучение Клиента работе с финансовой моделью (в особых случаях личная корректировка финансовой модели), текущая поддержка в вопросах адаптации финансовой модели к индивидуальному проекту Клиента

ВАШИ ЗВОНКИ ПО ТЕЛЕФОНАМ: (495) 629-6541, (499) 743-5273
КРУГЛОСУТОЧНАЯ ПОДДЕРЖКА: (926) 353-9690
ЛИЧНЫЕ ВСТРЕЧИ: м. Охотный ряд, Газетный пер., д.3-5

КАК У ДРУГИХ?

ПЕРЕД ПРОДАЖЕЙ БИЗНЕС-ПЛАН НЕ ДЕМОНСТРИРУЕТСЯ. КАК ПРАВИЛО, СОТРУДНИЧЕСТВО РАЗРАБОТЧИКА И КЛИЕНТА ЗАКАНЧИВАЕТСЯ В МОМЕНТ СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПКИ.

Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

БИЗНЕС-ПЛАН.INVENTICA

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Клиенты

СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ ВЕДУЩИЕ МИРОВЫЕ И РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ

КЛИЕНТЫ INVENTICA

Российская корпорация нанотехнологий (РОСНАНО)
Государственная корпорация, финансирующая проекты в области нанотехнологий

ItellaNLC
Один из ведущих провайдеров логистических услуг в России

S7 Airlines
Ведущий российский авиаперевозчик

Ингосстрах
Один из лидеров российского рынка страхования

Fibo Group
Один из крупнейших игроков на рынках Forex и CFD

A1
Одна из крупнейших компаний на рынке прямых инвестиций

«Экологический Альянс»
Российский производитель оборудования для переработки ТБО

КЛИЕНТЫ INVENTICA

Госкорпорация “Росатом”
Государственная корпорация по атомной энергии, занимает лидирующее положение на мировом рынке ядерных технологий

“Эльдорадо” (X5 Retail Group)
Лидер российского розничного рынка бытовой техники и электроники

“М. Видео”
Вторая по размеру крупнейшая розничная сеть России по продаже бытовой техники и электроники

“Кастрол” (Castrol)
Мировой лидер в области разработки смазочных материалов последнего поколения

ОАО “СИБУР-Русские шины”
Один из лидеров российской шинной отрасли, входящий в двадцатку крупнейших мировых шинных производителей

ООО “Керхер” (Karcher)
Ведущий мировой производитель уборочного оборудования

КЛИЕНТЫ INVENTICA

ОАО “Амтел-Фредештайн”
Российский производитель автомобильных шин

“Перекрёсток” (X5 Retail Group)
Одна из крупнейших торговых сетей

“Дикси”
Одна из крупнейших торговых сетей

“Азбука вкуса”
Торговая сеть, работающая в сегменте премиум

Компаний «Май»
Российский производитель кофе и чая

Группа PPF
Одна их крупнейших финансовых и инвестиционных групп Центральной и Восточной Европы