Открытие салона красоты в регионе

/бизнес сегмент/

Бизнес-план

/демо-версия/



Inventica

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 2 000 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	70%
Кабинет маникюра	50%
Кабинет педикюра	30%
Кабинет диагностики	0%
Кабинет косметологии по лицу	35%
Кабинет косметологии по телу	30%
Кабинет эпиляции	20%
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%
Кабинет 3	0%
Солярий	5%
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
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
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.

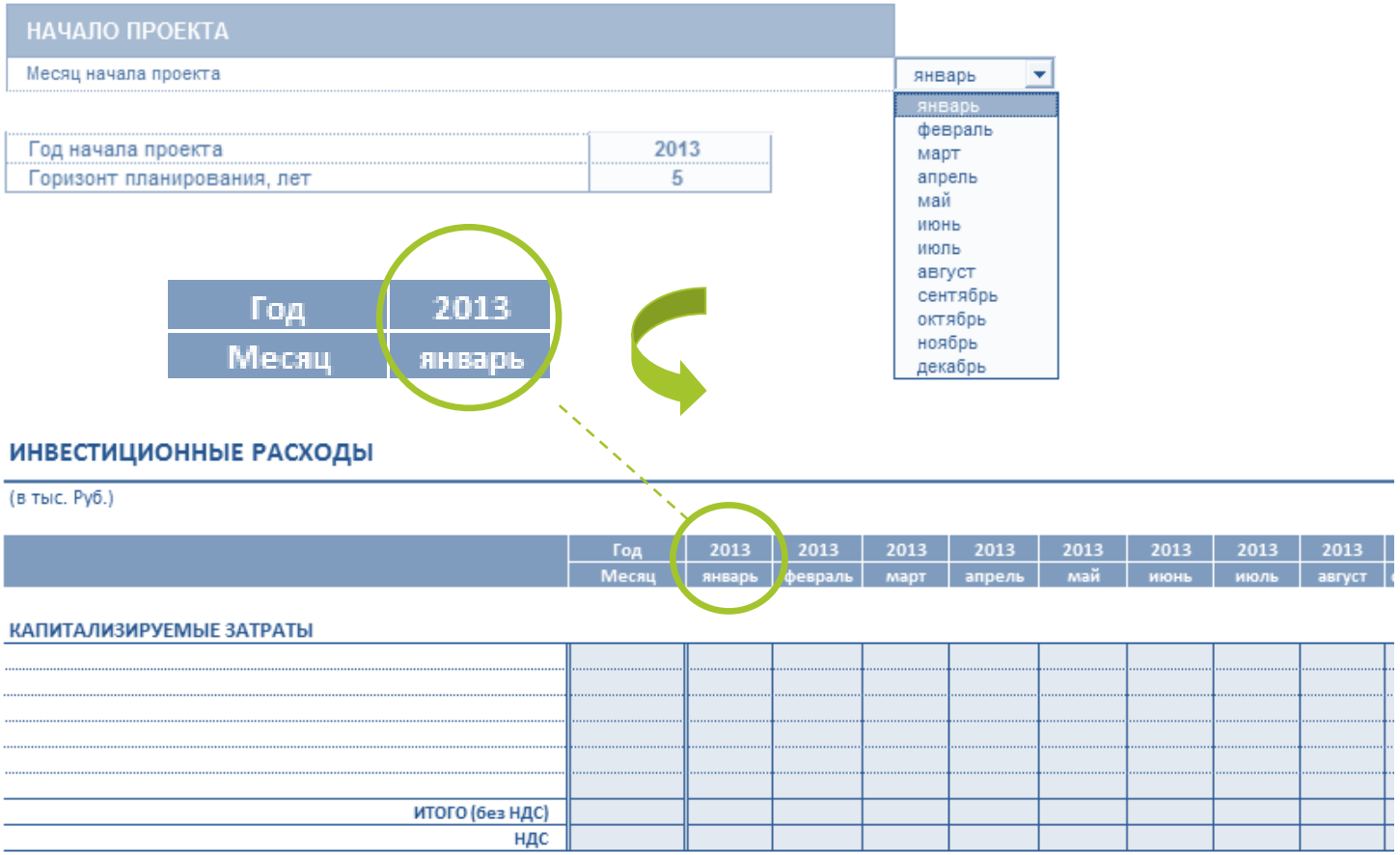
На сегодняшний день возможность применения **AI систем** для единовременной «увязки» параметров реализована только нашей компанией.

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.

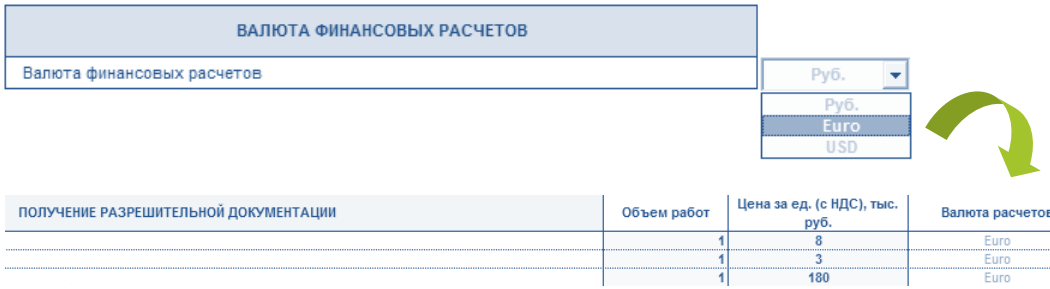


Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

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.



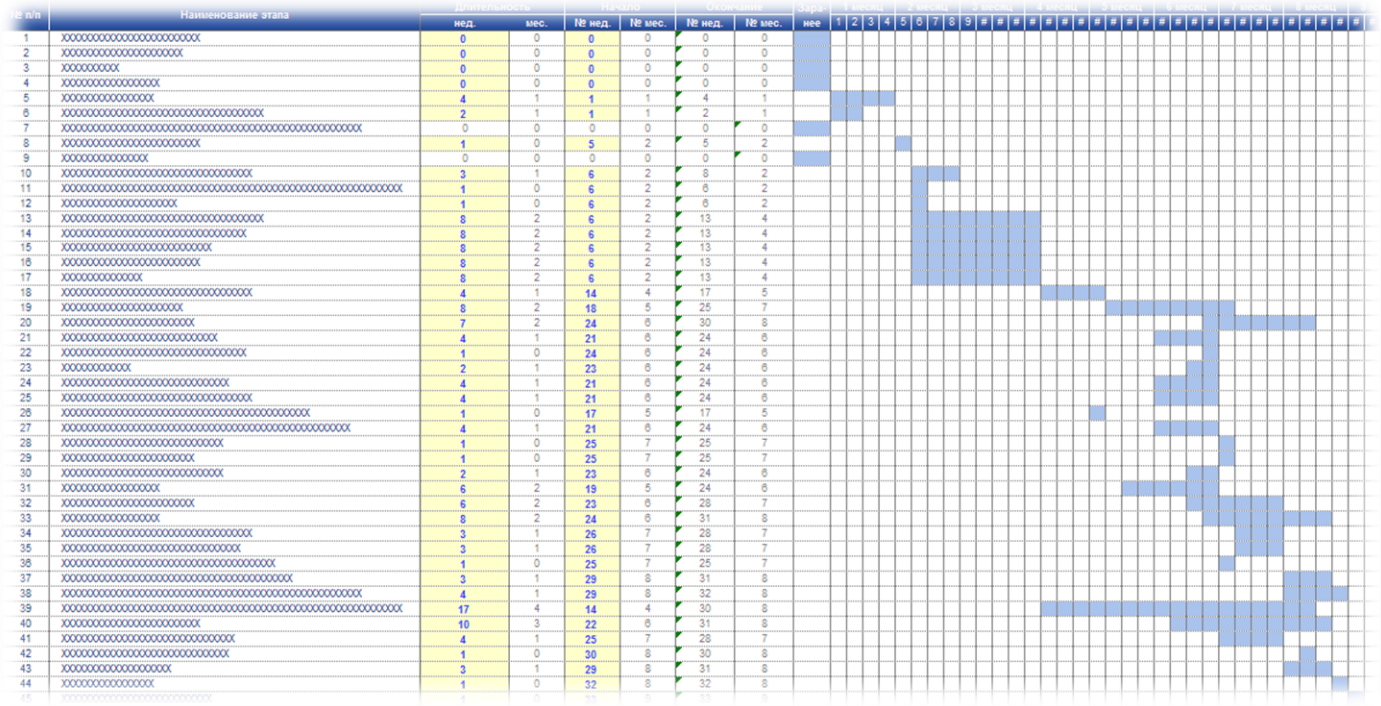
Расчет налоговых платежей осуществляется с учетом всех последних изменений законодательства (НК РФ, в ред. от 29.10.2012).

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	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	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	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	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	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	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	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	17	5	17	5	
27	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	4	1	21	6	24	6	
28	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	25	7	25	7	
29	XXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	25	7	25	7	
30	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	2	1	23	6	24	6	
31	XXXXXXXXXXXXXXX	6	2	19	5	24	6	
32	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	6	2	23	6	28	7	
33	XXXXXXXXXXXXXXX	8	2	24	6	31	8	
34	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	3	1	26	7	28	7	
35	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	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	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	1	0	30	8	30	8	
43	XXXXXXXXXXXXXXXX	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 салона красоты 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

КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ (ЛИЦО)	Длительность процедуры, мин.	Стоимость услуги, тыс. руб. (с НДС)
I блок. Уходы за кожей лица, шеи и зоны декольте		
Базовые уходы (уход, увлажнение, лифтинг)	90	1,50
Уходы по типу и состоянию кожи Механическая чистка лица	90	1,1
Anti-age и лифтинг уход	90	2,20
Пилинг + маска по типу кожи	30	2,00
Чистка лица (Демакияж, пилинг-массаж, УЗ пилинг, Маска, Защита)	40	1,50

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	70%
Кабинет маникюра	50%
Кабинет педикюра	30%
Кабинет диагностики	0%
Кабинет косметологии по лицу	35%
Кабинет косметологии по телу	0%
Кабинет эпиляции	0%
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%

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 ЭПИЛЯЦИИ	Кол-во	Цена за ед., тыс. руб. (с НДС)
Техническое оборудование		
Сухожировой шкаф	1	X
Воскоплав (вкл шпатель)	1	X
Аппарат для электроэпиляции EPIL BEAUTY CLINIC 8	1	X
Аппарат для фотоэпиляции EPIL BEAUTY CLINIC Light Pulsed	X	X
#	X	X
#	0	0,0
#	0	0,0

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
Косметолог по лицу	1
Косметолог по телу	1

… загрузку кабинетов

УСРЕДНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ЗАГРУЗКИ	Загрузка, % от максимальной
Парикмахерский зал	70%
Кабинет маникюра	50%
Кабинет педикюра	30%
Кабинет диагностики	0%
Кабинет косметологии по лицу	35%
Кабинет косметологии по телу	30%
Кабинет эпиляции	20%
Кабинет 1	0%
Кабинет 2	0%
Кабинет 3	0%
Солярий	5%
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		1,05
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
Короткие волосы		1,02

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.	8,0
Количество мастеров-парикмахеров, чел. в смене	3,0
Рабочее место мастера по визажу, кв.м.	8,0

… 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

КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ (ЛИЦО)	Распределение клиентов по услугам в блоках за определенный период	Средняя длительность процедуры в блоке, мин.	Общее время, затраченное на процедуры в блоке один мастером, мин.	Удельный вес услуги в общей структуре,%	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. Уходы за кожей лица, шеи и зоны декольте	X	X	X	X			35%					
Базовые уходы (уход, увлажнение, лифтинг)	x	x	x	x	90	x	35%	x	x	x	x	x
Уходы по типу и состоянию кожи	x	x	x	x	90	x	35%	x	x	x	x	x
Anti-age и лифтинг уход	x	x	x	x	90	x	35%	x	x	x	x	x
Пилинг + маска по типу кожи	x	x	x	x	90	x	35%	x	x	x	x	x
Чистка лица (Демакияж, пилинг-массаж, УЗ пилинг, Маска, Защита)	x	x	x	x	40	x	35%	x	x	x	x	x
Чистка лица (Демакияж, пилинг-массаж, УЗ пилинг + мануальная механическая чистка, Маска, Защита)	x	x	x	x	90	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x
ИТОГО	x			x		x		x		x		x
II блок. Врачебная косметология	X	X	X	X			35%					
Мезотерапия	x	x	x	x	60	x	35%	x	x	x	x	x
Инъекции ботокса	x	x	x	x	60	x	35%	x	x	x	x	x
Контурная пластика (restylane, juvederm)	x	x	x	x	60	x	35%	x	x	x	x	x
Микродермабразия	x	x	x	x	60	x	35%	x	x	x	x	x
Микротоковая терапия	x	x	x	x	40	x	35%	x	x	x	x	x
Биоревитализация	x	x	x	x	60	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x
#	x	x	x	x	1	x	35%	x	x	x	x	x

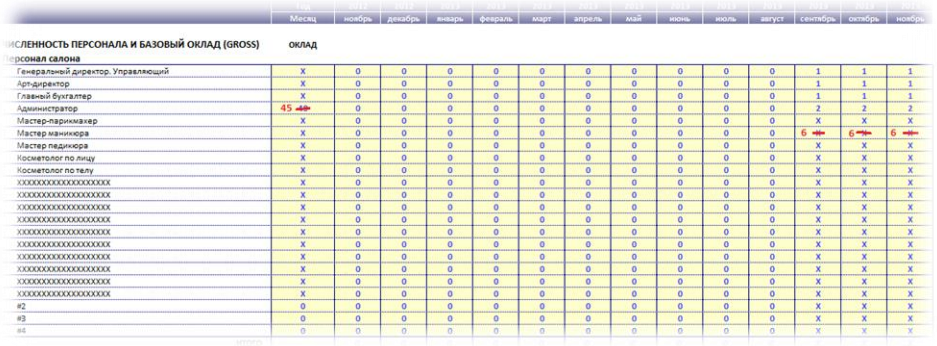
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

INVENTICA
Investment Consulting & Market Research

НАШИ УНИКАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УДОБСТВА

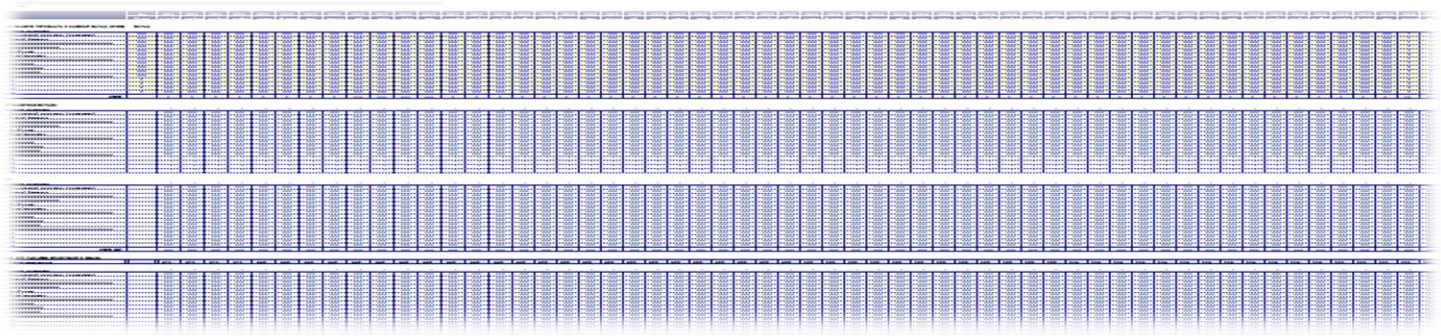
Предусмотрен гибкий инструмент формирования штатного расписания

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.

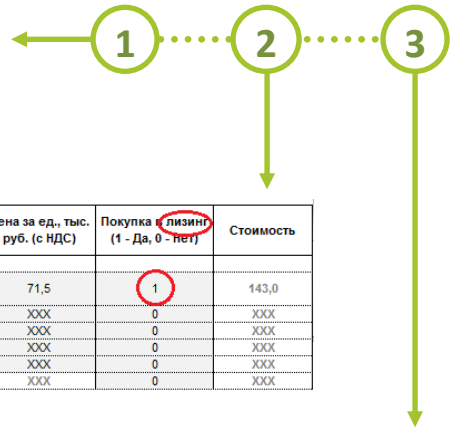
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

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	

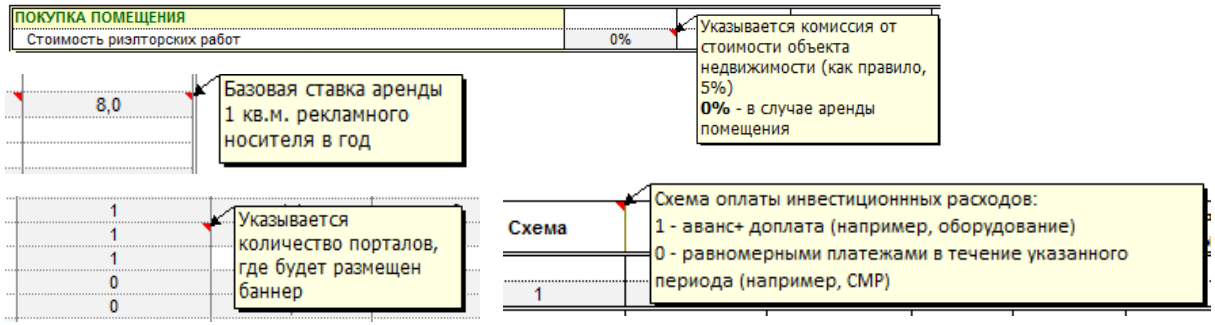
Воспроизведение всего документа или любой его части возможно только с получением письменного разрешения Inventica. Copyright © 2012 Inventica

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 САЛОНА КРАСОТЫ 14
ПАРАМЕТРЫ ДОХОДНОСТИ 14
ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА 15
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
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ 31
СЕРТИФИКАЦИЯ 33
БЮДЖЕТ НА ОФОРМЛЕНИЕ РАЗРЕШИТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ 35

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 36

КЛАССИФИКАЦИЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 36

ТИП САЛОНА КРАСОТЫ 36
ВИД САЛОНА КРАСОТЫ 40
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ САЛОНА КРАСОТЫ 40
КЛАСС САЛОНА КРАСОТЫ 41

САЛОНЫ ЭКОНОМ КЛАССА 42
САЛОНЫ СРЕДНЕГО И ВЕРХНЕГО КЛАССА 42
САЛОНЫ БИЗНЕС И ЛЮКС КЛАССА 43

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ САЛОНОВ ПО КЛАССУ 44

ОБЪЕМНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РОССИИ 49

ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 49
ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ 50
ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ УСЛУГ САЛОНОВ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 50
РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ НА УСЛУГИ САЛОНОВ 51
ЧИСЛО И МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ 51

РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ В ФЕДЕРАЛЬНОМ РАЗРЕЗЕ 53

МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 53
КОЛИЧЕСТВО САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 54
ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 54
ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ РЫНКА И ИНДЕКС ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 57
СТОИМОСТЬ ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ ПО ФО 58
ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО ФО 62

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 63

МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 63
ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ РЕГИОНОВ УСЛУГАМИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 64
ТЕМП РОСТА ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 65
ТЕМП РОСТА ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 67
ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ ПО РЕГИОНАМ 68
СТОИМОСТЬ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ ПО РЕГИОНАМ 69
ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 70

НАИБОЛЕЕ БЫСТРОРАСТУЩИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ САЛОНОВ КРАСОТЫ 71

ХАРАКТЕРИСТИКА СУБЪЕКТОВ РФ ПО ОСНОВНЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИМ РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 75

АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА В РЕГИОНАХ 78

ПАКЕТ УСЛУГ 78
БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПАРИКМАХЕРСКИХ СРЕДСТВ 81
БРЕНДЫ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ СРЕДСТВ 85

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В РЕГИОНАХ 88

ЖЕНСКАЯ СТРИЖКА 89
ХИМИЧЕСКАЯ ЗАВИВКА 90
МЕЛИРОВАНИЕ БЛОНДИРУЮЩИМ СРЕДСТВОМ 90
ОКРАШИВАНИЕ В ОДИН ТОН 91
МАНИКЮР С ПОКРЫТИЕМ 92
НАРАЩИВАНИЕ И КОРРЕКЦИЯ НОГТЕЙ 92
ПЕДИКЮР 93
ЧИСТКА ЛИЦА 94
МАССАЖ 95

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 96

РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ В РЕГИОНАХ 98

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В РЕГИОНАХ 100

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОСКОВСКОГО РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 101

НОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ, ПОЯВИВШИЕСЯ НА РЫНКЕ В 2010-2012 104

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ ПРОЕКТЫ 123

РЫНОК САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ В ВАШЕМ ГОРОДЕ 126

ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 126

ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 126

ИНДЕКС ЦЕН НА УСЛУГИ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 127

РАСХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ НА УСЛУГИ САЛОНОВ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 127

КОЛИЧЕСТВО И МОЩНОСТЬ САЛОНОВ КРАСОТЫ И ПАРИКМАХЕРСКИХ 128

СТРУКТУРА РЫНКА ПО ЦЕНЕ 128

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ УСЛУГ 129

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ МАРКИ 130

РЕКЛАМА И СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 131

СТОИМОСТЬ УСЛУГ 133

ЖЕНСКАЯ СТРИЖКА 133

ХИМИЧЕСКАЯ ЗАВИВКА 134

МЕЛИРОВАНИЕ БЛОНДИРУЮЩИМ СРЕДСТВОМ 134

ОКРАШИВАНИЕ В ОДИН ТОН 134

МАНИКЮР С ПОКРЫТИЕМ 135

НАРАЩИВАНИЕ И КОРРЕКЦИЯ НОГТЕЙ 135

ПЕДИКЮР 135

ЧИСТКА ЛИЦА 136

МАССАЖ 136

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 137

ОБЩИЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КОНЦЕПЦИИ 137
ТИП, ВИД И КЛАСС САЛОНА КРАСОТЫ 138
АССОРТИМЕНТНАЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА 138
ОБОРУДОВАНИЕ 146
НОРМАТИВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОБУСТРОЙСТВУ САЛОНА КРАСОТЫ 147
- РАЗМЕЩЕНИЕ 147
- СОСТАВ И ПЛОЩАДЬ ПОМЕЩЕНИЙ 147
- ВНУТРЕННЯЯ ОТДЕЛКА ПОМЕЩЕНИЙ 150
- ВОДОСНАБЖЕНИЕ И КАНАЛИЗАЦИЯ 151
- ОТОПЛЕНИЕ И ВЕНТИЛЯЦИЯ 151
- ОСВЕЩЕНИЕ 153
- ДЕЗИНФЕКЦИЯ 155

Глава 5. СТРАТЕГИЯ И ПЛАН МАРКЕТИНГА 160

МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА 160
ВЫБОР МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ 160
- ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ И УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ 161
- ТИП ТОРГОВОЙ ЗОНЫ 161
- ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ 163
- ПРАВА НА ПОМЕЩЕНИЕ 164

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА 164
РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА 165
- РЕКЛАМНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 165
- РЕКЛАМНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ОПЕРАЦИОННОГО ЭТАПА 167
- СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 168
- АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САЛОНА КРАСОТЫ 170
- РАБОТА С ПЕРСОНАЛОМ 171

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 173

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА 173

ОРГАНИЗАЦИОНАЯ СТРУКТУРА 175

Глава 7. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА 176

ПОДБОР ПОМЕЩЕНИЯ 176

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА 177

ПРОЕКТИРОВАНИЕ 178

РЕМОНТ ПОМЕЩЕНИЯ 178

ЗАКУПКА МЕБЕЛЬНОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КАБИНЕТОВ САЛОНА 179

- ПАРИКМАХЕРСКИЙ ЗАЛ 180
- КАБИНЕТ МАНИКЮРА 183
- КАБИНЕТ ПЕДИКЮРА 184
- РАБОЧЕЕ МЕСТО ВИЗАЖИСТА 186
- КАБИНЕТ КОСМЕТОЛОГИИ ПО ЛИЦУ 186
- КАБИНЕТ КОСМЕТОЛОГИИ ПО ТЕЛУ 188
- КАБИНЕТ ЭПИЛЯЦИИ 189
- СОЛЯРИЙ 190

ЗАКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СЛУЖЕБНО-БЫТОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ САЛОНА 191

- ЗАЛ ОЖИДАНИЯ 191
- КОМНАТА ОТДЫХА ПЕРСОНАЛА 191
- КАБИНЕТ АДМИНИСТРАЦИИ 192
- ПРАЧЕЧНАЯ 192
- ПОДСОБНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ 193
- УБОРНЫЕ ДЛЯ КЛИЕНТОВ 193
- УБОРНЫЕ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА 194

МОНТАЖ ОБОРУДОВАНИЯ 194

АВТОМАТИЗАЦИЯ САЛОНА КРАСОТЫ 195

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 195
ТЕЛЕФОННАЯ ЛИНИЯ 196
ОХРАННО-ПОЖАРНАЯ СИГНАЛИЗАЦИЯ 196
СТРАХОВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ 197
ПЕРВОНАЧАЛЬНАЯ ЗАКУПКА РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ 197
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ И ЗАКУПКА УНИФОРМЫ ПЕРСОНАЛА 198
БЮДЖЕТ РАСХОДОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 198
ФИНАНСИРОВАНИЕ РАСХОДОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА 199

Глава 8. ОПЕРАЦИОННЫЙ ЭТАП ПРОЕКТА 201

РАСЧЕТ ДОХОДОВ ПО ПРОЕКТУ 201
ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДА 201
ЗАГРУЗКА И ДОХОДНОСТЬ КАБИНЕТОВ 202
РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАБИНЕТОВ 203
ДОХОД ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ 204
СЕЗОННЫЙ ФАКТОР 205
ВЫХОД НА ПРОЕКТНУЮ МОЩНОСТЬ 205

РАСЧЕТ РАСХОДОВ ПО ПРОЕКТУ 206
КОММУНАЛЬНЫЕ РАСХОДЫ 206
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ 206
ОТОПЛЕНИЕ 206
ВОДОСНАБЖЕНИЕ 206
УБОРКА ТЕРРИТОРИИ 207
СТОИМОСТЬ ПОТРЕБЛЕННЫХ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ 207

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 207
РАСХОДЫ НА УТИЛИЗАЦИЮ ВОЛОС 207
РАСХОДЫ АДМИНИСТРАТИВНОГО ХАРАКТЕРА 208
РАСХОДЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ 208
РАСХОДЫ НА СТИРКУ БЕЛЬЯ 208
РАСХОДЫ НА РЕМОНТ ТЕХНИКИ 209
РАСХОДЫ НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЮ 209
ФОНД ОПЛАТЫ ТРУДА 210
РАСХОДЫ НА ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ 210
ЗАКУПКА РАСХОДНЫХ СРЕДСТВ 211
РАСХОДЫ НА СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ 212
СТРАХОВАНИЕ ОБОРУДОВАНИЯ 212
ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА 212

Глава 9. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН 217

УСЛОВИЯ И ДОПУЩЕНИЯ 217
ИНФЛЯЦИЯ 217
НАЛОГОВОЕ ОКРУЖЕНИЕ 217
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ 219
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ 220
ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС 222

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 223

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ 223

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА 223
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ 223
РАСЧЕТ СТАВКИ ДИСКОНТИРОВАНИЯ 224
NPV, СРОК ОКУПАЕМОСТИ И IRR ПРОЕКТА 225
СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА 226
ОСНОВНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННО-ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА 227

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОСТИ 227

Глава 11. АНАЛИЗ РИСКОВ 229

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РИСКИ 229
КАДРОВЫЕ РИСКИ 231
РИСКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ 233
РИСКИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ 235
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РИСКИ 236
ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ 237
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И РЫНОЧНЫЕ РИСКИ 240

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)	15
Таблица 2.	График возврата кредита (в тыс. RUR)	16
Таблица 3.	Основные инвестиционно-финансовые показатели проекта	17
Таблица 4.	Перечень основных отраслевых нормативных документов	18
Таблица 5.	Инвестиционный бюджет на оформление разрешительных документов и лицензий по проекту, тыс. RUR	35
Таблица 6.	Перечень требований к исполнителям услуг парикмахерских в соответствии с их категорией	36
Таблица 7.	Сравнительная характеристика салонов красоты различных ценовых сегментов	48
Таблица 8.	Динамика роста цен на женскую и мужскую модельную стрижку, 2001-2011 гг.	58
Таблица 9.	Регионы-лидеры по мощности салонов красоты и парикмахерских, 2009-2010 гг.	63
Таблица 10.	Регионы-лидеры по уровню обеспеченности населения парикмахерскими услугами, нач. 2010-2011 гг.	64
Таблица 11.	Регионы-лидеры по темпу роста физического объема потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 гг.	65
Таблица 12.	Регионы-лидеры по темпу роста физического объема потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 г.	67
Таблица 13.	Регионы-лидеры по объему рынка салонов красоты и парикмахерских, 2010-2011 гг.	68
Таблица 14.	Регионы-лидеры по уровню потребления парикмахерских услуг, 2010-2011 г.	70
Таблица 15.	Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.	73
Таблица 16.	Характеристика субъектов РФ по основным показателям, описывающим рынок салонов красоты и парикмахерских, 2009-2011 гг.	75
Таблица 17.	Ассортиментный перечень салонов красоты Москвы: распространенность услуг, (III) 2012 г.	80
Таблица 18.	Рейтинг популярности брендов используемых в салонах красоты парикмахерских средств	82
Таблица 19.	Рейтинг популярности брендов используемых в салонах красоты косметологических средств	86
Таблица 20.	Предложение франшиз на открытие салона красоты на рынке, 2011 г.	124
Таблица 21.	Количество и мощность салонов красоты и парикмахерских в ВАШЕЙ области, 2010-2011 гг.	128
Таблица 22.	Перечень услуг парикмахерского зала, длительность и стоимость их оказания	140
Таблица 23.	Перечень услуг маникюрного зала, длительность и стоимость их оказания	143
Таблица 24.	Перечень услуг педикюрного зала, длительность и стоимость их оказания	144
Таблица 25.	Перечень услуг визажиста, длительность и стоимость их оказания	144
Таблица 26.	Перечень услуг косметологического кабинета по лицу, длительность и стоимость их оказания	144
Таблица 27.	Перечень услуг косметологического кабинета по телу, длительность и стоимость их оказания	145
Таблица 28.	Перечень услуг кабинета эпиляции, длительность и стоимость их оказания	145
Таблица 29.	Перечень специальных услуг, длительность и стоимость их оказания	146
Таблица 30.	Минимальные нормативы площадей салона красоты	147
Таблица 31.	Параметры микроклимата для парикмахерских	151
Таблица 32.	Принципы осуществления и кратность воздухообмена в парикмахерских	152
Таблица 33.	Уровни искусственной освещенности в основных и вспомогательных помещениях парикмахерских	153
Таблица 34.	Комплексная сравнительная характеристика параметров салонов красоты в зависимости от их расположения и целевой аудитории	162

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.	Бюджет на рекламные мероприятия инвестиционного этапа	165
Таблица 36.	Бюджет на рекламные мероприятия операционного этапа	167
Таблица 37.	График реализации инвестиционного этапа проекта	174
Таблица 38.	Штатное расписание салона красоты	175
Таблица 39.	Площадь помещений салона красоты	176
Таблица 40.	Стоимость разработки проектной документации	178
Таблица 41.	Стоимость декоративно-отделочных работ	179
Таблица 42.	Оборудование для парикмахерского зала	180
Таблица 43.	Оборудование для маникюрного кабинета	183
Таблица 44.	Оборудование для педикюрного кабинета	184
Таблица 45.	Оборудование для рабочего места визажиста	186
Таблица 46.	Оборудование косметологического кабинета по лицу	187
Таблица 47.	Оборудование косметологического кабинета по телу	188
Таблица 48.	Оборудование для кабинета эпиляции	189
Таблица 49.	Оборудование для комнаты с солярием	190
Таблица 50.	Оборудование для зала ожидания	191
Таблица 51.	Оборудование комнаты отдыха для персонала и гардероба	191
Таблица 52.	Оборудование кабинета администрации	192
Таблица 53.	Оборудование прачечной	192
Таблица 54.	Оборудование для подсобных помещений	193
Таблица 55.	Оборудование уборных для клиентов	193
Таблица 56.	Оборудование уборных для персонала	194
Таблица 57.	Затраты на монтаж сантехнического оборудования	195
Таблица 58.	Затраты на автоматизацию салона красоты	195
Таблица 59.	Затраты на установку ОПС салона красоты	196
Таблица 60.	Первоначальная закупка расходных материалов для салона красоты	197
Таблица 61.	Закупка спецодежды персонала	198
Таблица 62.	Бюджет расходов инвестиционного этапа	198
Таблица 63.	Финансирование инвестиционного этапа проекта (в тыс. RUR)	199
Таблица 64.	Показатели проходимости и доходности кабинетов салона красоты	202
Таблица 65.	Показатели рентабельности кабинетов салона красоты	203
Таблица 66.	Параметры для определения доходов от продажи профессиональной косметики	205
Таблица 67.	Расчет объема потребления воды	206
Таблица 68.	Стоимость потребленных коммунальных услуг (тыс. RUR без НДС)	207
Таблица 69.	Расчет затрат на гигиеническое облуживание клиентов	208
Таблица 70.	Параметры для расчета затрат на стирку	209

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.	Параметры для расчета затрат на ремонт техники	209
Таблица 72.	Параметры для расчета затрат на обслуживание систем телекоммуникации	209
Таблица 73.	Текущие расходы на телекоммуникацию (тыс. RUR без НДС)	210
Таблица 74.	Базовый фонд оплаты труда салона красоты	210
Таблица 75.	Расходы на закупку материалов (тыс. RUR без НДС)	211
Таблица 76.	Параметры для определения количества держателей дисконтных карт	212
Таблица 77.	Расходы на стимулирование продаж (тыс. RUR без НДС)	212
Таблица 78.	Темпы инфляции	217
Таблица 79.	Ставки основных налогов	218
Таблица 80.	Ставки взносов в государственные внебюджетные фонды	218
Таблица 81.	Отчет о прибылях и убытках (в тыс. RUR)	219
Таблица 82.	Отчет о движении денежных средств (в тыс. RUR)	220
Таблица 83.	Балансовый отчет, тыс. RUR (на конец года)	222
Таблица 84.	Показатели рентабельности	223
Таблица 85.	Исходные данные для расчета стоимости собственного капитала	224
Таблица 86.	Расчет WACC	225
Таблица 87.	Расчет NPV	226
Таблица 88.	Расчет NPV+TV	226
Таблица 89.	Основные инвестиционно-финансовые показатели проекта	227
Таблица 90.	Изменение ключевых показателей при увеличении сроков инвестиционного этапа на 1 месяц	229
Таблица 91.	Изменение ключевых показателей при несоблюдении санитарно-эпидемиологических и пожарных условий работы салона	230
Таблица 92.	Изменение ключевых показателей при снижении стоимости услуг на 1%	235
Таблица 93.	Изменение ключевых показателей при превышении инвестиционного бюджета на 1%	238
Таблица 94.	Изменение ключевых показателей при повышении стоимости расходных средств на 1%	239
Таблица 95.	Изменение ключевых показателей при уменьшении планового объема продаж	241

СПИСОК ГРАФИКОВ

График 1.	Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. RUR), 2000-2011 гг.	49
График 2.	Индекс потребительских цен на парикмахерские услуги в РФ, 2001-2011 гг.	50
График 3.	Индекс физического объема рынка парикмахерских услуг в РФ, 2001-2011 гг.	51
График 4.	Расходы населения на парикмахерские услуги (RUR на душу населения), 2002-2011 гг.	51
График 5.	Число парикмахерских в РФ (шт.); число кресел в парикмахерских на 10 тыс. чел. населения в РФ; 2003-2010 гг.	52
График 6.	Число кресел в парикмахерских в РФ (тыс. шт.); число кресел на одну парикмахерскую в РФ (шт.); 2003-2010 гг.	52
График 7.	Число кресел в парикмахерских на 100 тыс. чел. населения по федеральным округам, 2010 г.	53

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 8.	Количество салонов красоты и парикмахерских по федеральным округам (шт.), 2009-2010 гг.	54
График 9.	Средняя стоимость женской и мужской модельной стрижки в РФ (в разрезе федеральных округов), руб., май 2011 г.	59
График 10.	Среднедушевое потребление услуг салонов красоты и парикмахерских в РФ по федеральным округам, 2011 г.	62
График 11.	Стоимость женской стрижки в федеральных округах, RUR, 2011 г.	62
График 12.	Рейтинг популярности использования ТОП-6 парикмахерских брендов по городам России	85
График 13.	Средняя стоимость женской стрижки с укладкой в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	89
График 14.	Сравнение по городам средней стоимости женской стрижки с укладкой на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	89
График 15.	Средняя стоимость химической завивки в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 16.	Сравнение по городам средней стоимости химической завивки на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 17.	Средняя стоимость мелирования блондирующим средством в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	90
График 18.	Сравнение по городам средней стоимости мелирования на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 19.	Средняя стоимость окрашивания в один тон в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 20.	Сравнение по городам средней стоимости окрашивания в один тон на волосах средней длины в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	91
График 21.	Средняя стоимость маникюра с покрытием в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 22.	Сравнение по городам средней стоимости маникюра с покрытием в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 23.	Средняя стоимость наращивания и коррекции ногтей в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	92
График 24.	Сравнение по городам средней стоимости наращивания ногтей гелем в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 25.	Сравнение по городам средней стоимости наращивания ногтей акрилом в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 26.	Средняя стоимость педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	93
График 27.	Сравнение по городам средней стоимости классического педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	94
График 28.	Сравнение по городам средней стоимости аппаратного педикюра в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	94
График 29.	Средняя стоимость процедуры чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	94
График 30.	Сравнение по городам средней стоимости мануальной чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	95
График 31.	Сравнение по городам средней стоимости УЗ-чистки лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	95
График 32.	Средняя стоимость массажа лица и тела в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	95
График 33.	Сравнение по городам средней стоимости мануального массажа лица в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	96
График 34.	Сравнение по городам средней стоимости общего массажа тела в салонах различной ценовой категории, 2012 г.	96
График 35.	Факторы, влияющие на выбор салона красоты постоянными клиентами заведения в регионах	101
График 36.	Объем рынка салонов красоты и парикмахерских в ВАШЕЙ области (млн. RUR), 2000-2011 гг.	126
График 37.	Физический объем рынка салонов красоты и парикмахерских в ВАШЕЙ области (в % к предыдущему году), 2004-2011 гг.	127
График 38.	Индекс потребительских цен на парикмахерские услуги в ВАШЕЙ области, 2003-2010 гг.	127

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 39.	Расходы населения ВАШЕЙ области на парикмахерские услуги (RUR на душу населения), 2002-2011 гг.	128
График 40.	Используемые профессиональные парикмахерские марки в ВАШЕМ ГОРОДЕ	131
График 41.	Максимальная и минимальная стоимость стрижки волос в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	133
График 42.	Максимальная и минимальная стоимость химической завивки волос в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	134
График 43.	Максимальная и минимальная стоимость мелирования блондирующим средством в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	134
График 44.	Максимальная и минимальная стоимость окрашивания в один тон в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от длины волос и ценовой политики салона красоты	134
График 45.	Максимальная и минимальная стоимость маникюра в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от ценовой политики салона красоты	135
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	135
График 47.	Максимальная и минимальная стоимость педикюра в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от типа (аппаратный/классический) и ценовой политики салона красоты	135
График 48.	Максимальная и минимальная стоимость чистки лица ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от типа (мануальная/УЗ) и ценовой политики салона красоты	136
График 49.	Максимальная и минимальная стоимость массажа в ВАШЕМ ГОРОДЕ в зависимости от ценовой политики салона красоты	136
График 50.	Финансирование проекта по типам источников финансирования	200
График 51.	Сравнение доходности кабинетов салона красоты	203
График 52.	Сравнение срока окупаемости кабинетов салона красоты	204
График 53.	Сравнение доходности кабинетов салона красоты на 1 кв. м. занимаемой площади	204
График 54.	Сезонность продаж beauty-услуг	205
График 55.	Выход на проектную мощность салона красоты	205
График 56.	Доходы, расходы и чистая прибыль по проекту	223
График 57.	Чистая прибыль по проекту нарастающим итогом	224
График 58.	Денежный поток и NPV нарастающим итогом	226
График 59.	Чувствительность NPV к изменению объема продаж	228
График 60.	Чувствительность чистой прибыли к изменению объема продаж	228

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	44
Диаграмма 2.	Сегментация салонов красоты в России по классу в количественном выражении, 2012 г.	45
Диаграмма 3.	Структура рынка по цене в количественном выражении по городам России, 2012 г.	46
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.	56
Диаграмма 5.	Динамика физического объема рынка и цен на услуги салонов красоты и парикмахерских, 2010 г.	57
Диаграмма 6.	Динамика физического объема рынка и индекс цен на услуги салонов красоты и парикмахерских, 2011 г.	58
Диаграмма 7.	Спрос на услуги салонов красоты в регионах (на примере г. Челябинск)	78
Диаграмма 8.	Структура региональных салонов красоты по количеству парикмахерских марок, используемых в работе	81
Диаграмма 9.	Структура региональных салонов красоты по количеству косметологических марок, используемых в работе	85
Диаграмма 10.	Структура региональных салонов красоты по методам стимулирования спроса, 2012 г.	97
Диаграмма 11.	Структура салонов красоты в регионах по наличию сайта в Интернет, 2012 г.	99
Диаграмма 12.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ ГОРОДЕ по ценовой политике	129
Диаграмма 13.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ ГОРОДЕ по количеству парикмахерских марок, используемых в работе	130
Диаграмма 14.	Структура салонов красоты в ВАШЕМ ГОРОДЕ по наличию сайта	132
Диаграмма 15.	Структура расходов инвестиционного этапа (без учета оборотных средств)	199

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1.	Региональная специфика ценообразования на рынке парикмахерских услуг РФ (в разрезе федеральных округов), 2011 г.	61
Рисунок 2.	Географическая карта. Мощность салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, нач. 2011 г.	64
Рисунок 3.	Географическая карта. Обеспеченность населения услугами салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, нач. 2011 г.	65
Рисунок 4.	Географическая карта. Темп роста физического объема потребления парикмахерских услуг по субъектам РФ, 2010 г.	66
Рисунок 5.	Географическая карта. Темп роста физического объема потребления парикмахерских услуг по субъектам РФ, 2011 г.	66
Рисунок 6.	Географическая карта. Темп роста цен на услуги салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2010 г.	67
Рисунок 7.	Географическая карта. Темп роста цен на услуги салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2011 г.	68
Рисунок 8.	Географическая карта. Объем рынка салонов красоты и парикмахерских по субъектам РФ, 2011 г.	69
Рисунок 9.	Географическая карта. Стоимость женской стрижки в субъектах РФ, январь 2012 г.	70
Рисунок 10.	Географическая карта. Уровень потребления услуг салонов красоты и парикмахерских в субъекта РФ, 2011 г.	71
Рисунок 11.	Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.	72

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 красоты

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: акцентирование на косметологическом направлении (тело и лицо) при оказании базовых парикмахерских и маникюрно-педикюрных услуг в соответствии с актуальными тенденциями

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

ФИЗИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

Общая площадь: 175 кв. м.

Производственные помещения:

- парикмахерский зал (на 3 кресла);
- маникюрный кабинет (на 1 рабочее место);
- педикюрный кабинет;
- кабинет косметологии по телу;
- кабинет косметологии по лицу;
- кабинет эпиляции;
- рабочее место визажиста;
- зона солярия

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 САЛОНА КРАСОТЫ

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
КОСМЕТОЛОГИЯ	PREMIUM PROFESSIONAL, CHRISTINA It just works, HOLY LAND, YONKA PARIS, académie scientifique de beauté

Персонал: 25 человек, из них 14 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: Xтыс. RUR

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

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.

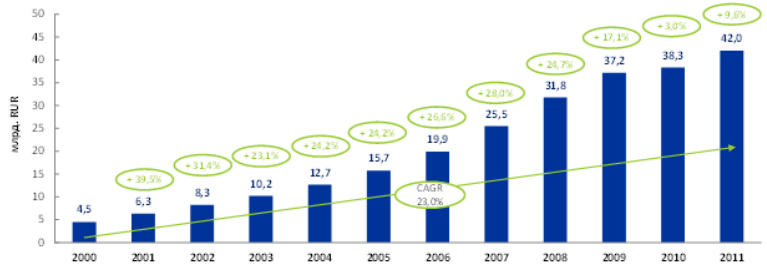


График 1. Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских (млрд. RUR), 2000-2011 гг.

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.

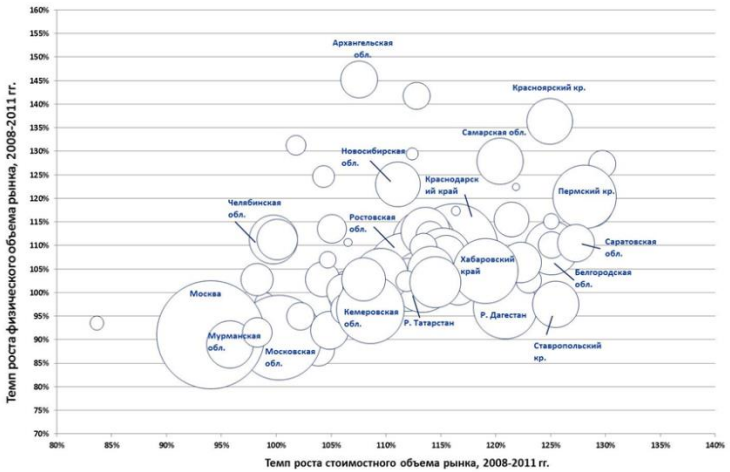


Рисунок 11. Наиболее быстрорастущие региональные рынки салонов красоты: объем рынка 2011 г., темп роста стоимостного и физического объема рынка 2008-2011 гг.

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

…

Салону среднего класса не стоит приобретать технологические новинки, подробное оборудование может не окупиться. Перед покупкой необходимо посетить шоу-рум или выставку оборудования, где можно получить подробную консультацию о приборе. После получения первичной информации важно проанализировать, насколько он необходим в салоне и не выгоднее ли будет поставить один-два небольших аппарата (каждый из которых предназначен для одной процедуры), чем многофункциональный комбайн, большая часть функций которого не пригодится.

…

При покупке оборудования и расходных материалов конкретных производителей, целесообразно

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 55. Показатели проходимости и доходности кабинетов салона красоты

...

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАБИНЕТОВ

Аналогично парикмахерский зал демонстрирует самую высокую доходность на кв. м. – X тыс. RUR на 1 кв. м. Примечательно, что на втором месте после парикмахерских услуг следуют маникюрные, которые, как правило, приобретаются клиентами в паре с парикмахерскими. Занимая 6,0 кв. м. на одно рабочее место, маникюрный кабинет генерит X тыс. RUR с кв. м.

Таблица 55. Показатели рентабельности кабинетов салона красоты

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							
Кабинет маникюра							
Кабинет педикюра							
Кабинет косметологии по лицу							
Кабинет косметологии по телу							
Кабинет эпиляции							
Солярий							
Макияж и эстетика лица							

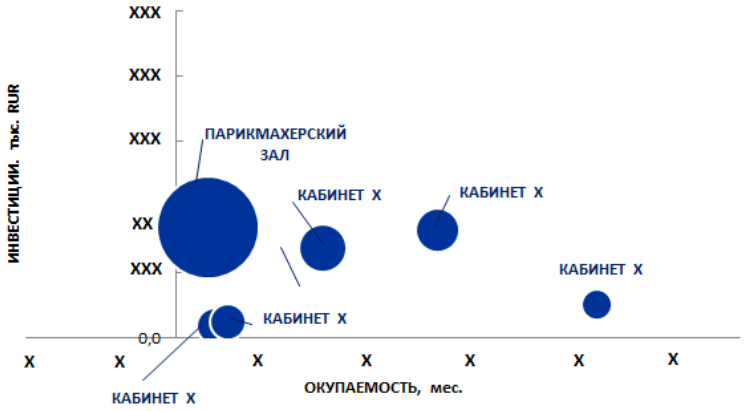


График 38. Сравнение срока окупаемости кабинетов салона красоты
Примечание: размер пузырьков коррелирует со средним дневным доходом кабинета

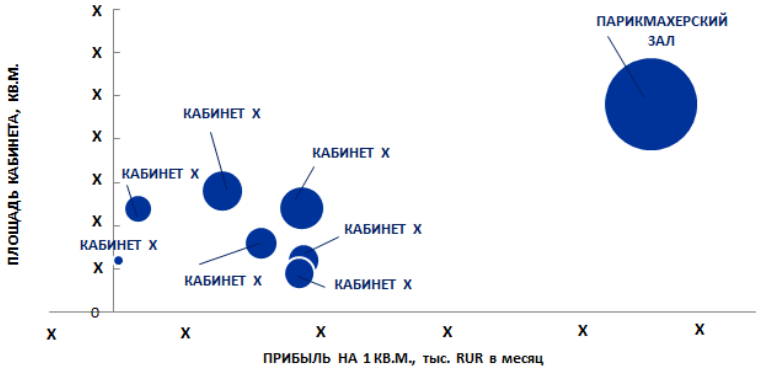


График 39. Сравнение доходности кабинетов салона красоты на 1 кв. м. занимаемой площади
Примечание: размер пузырьков коррелирует со средним дневным доходом кабинета

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 пяти траншей кредита:

6. Транш №1: июнь 2013 г. – X тыс. RUR
7. Транш №2: июль 2013 г. – X тыс. RUR
8. Транш №3: август 2013 г. – X тыс. RUR
9. Транш №4: сентябрь 2013 г. – X тыс. RUR
10. Транш №5: октябрь 2013 г. – X тыс. RUR

Общий период погашения кредита по проекту составит 29 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.

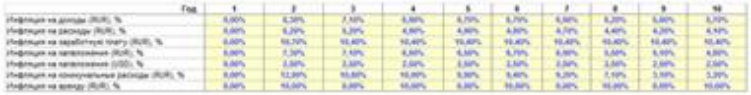
Темпы инфляции на операционные расходы взяты в соответствии с изменением потребительского индекса цен. При этом рост коммунальных расходов основывается на прогнозе изменения тарифов на услуги естественных монополий.

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.

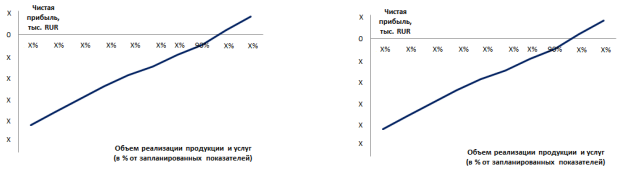
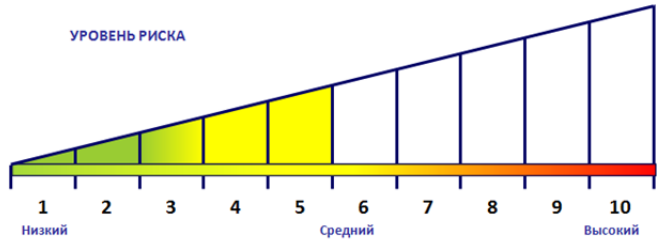


График 46. Чувствительность NPV к изменению объема продаж

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: 244 стр.
Иллюстрации: 60 графиков, 15 диаграмм, 95 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

27 000 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